

อุตสาหกรรม



Big Change

อุตสาหกรรมไทย
ก้าวข้ามความท้าทายป๊อออก

ECO Sticker

มาตรฐานใหม่
ยานยนต์ลด CO2

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



ความหวังใหม่ อุตสาหกรรมไทย



อุตสาหกรรมประเทศไทยกำลังถึง “จุดเปลี่ยน” ครั้งสำคัญสู่อุตสาหกรรมใหม่ที่ให้ความสำคัญกับการผลิตด้วยนวัตกรรมและเทคโนโลยี เพื่อทดแทนอุตสาหกรรม “ยุคเก่า” ที่เน้นแรงงานราคาถูก และผลิตสินค้า Mass Product ที่กำลังเข้าสู่วงจรถดถอย

เป็นการสร้าง New Normal มาตรฐานใหม่ที่เปลี่ยนไปจากเดิม เป็นอุตสาหกรรมแห่ง “อนาคต” ที่มีนวัตกรรมและเทคโนโลยีนำหน้า ซึ่งเป็นต้องการของตลาดโลกในอนาคต โดยแบ่งเป็น 2 ยุทธศาสตร์สำคัญ คือ การต่อยอดอุตสาหกรรมเดิมที่มีอยู่แล้วเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการใช้ปัจจัยการผลิต เป็นการขับเคลื่อนเศรษฐกิจใน “ระยะสั้นและระยะกลาง”

ควบคู่ไปกับการพัฒนากลุ่มอุตสาหกรรมอนาคตเพื่อยกระดับเศรษฐกิจไทยแบบก้าวกระโดด เพื่อการเติบโตใน “ระยะยาว” โดยอุตสาหกรรมแห่งอนาคตตามแผนยุทธศาสตร์นี้เป็นแนวทางในการ “ปลดล็อก” ข้อจำกัดในการเติบโตและความสามารถในการแข่งขันของเศรษฐกิจของไทยที่มีตลอดในหลายปีที่ผ่านมา

เนื่องจากโครงสร้างอุตสาหกรรมยุคเก่าไม่ก่อให้เกิดการ “ลงทุน” มากพอที่จะขับเคลื่อนเศรษฐกิจ แต่การเปลี่ยนเครื่องยนต์ใหม่ครั้งนี้จะเป็นแรงผลักดันให้เอกชนเกิดการลงทุนครั้งใหม่ โดยกระทรวงอุตสาหกรรมคาดหวังว่าจะมีเม็ดเงินลงทุนในปีนี้ไม่น้อยกว่า 6 แสนล้านบาท และมีโมเมนตัมด้านการลงทุนในระยะยาว

เครื่องยนต์ใหม่นี้ยังมีความหวังที่จะทำให้ประเทศไทยก้าวพ้นจาก “กับดักรายได้ปานกลาง” ซึ่งเป็นแนวทางเดียวกับประเทศพัฒนาแล้วในการยกระดับขีดแข่งขันของประเทศ เช่น สหรัฐอเมริกา ญี่ปุ่น และเยอรมัน ที่ทำสำเร็จมาแล้ว

ด้วยนโยบายแรง ชัด จัดจริง ทั้งทิศทาง เป้าหมาย และแนวทางการส่งเสริมอย่างเป็นรูปธรรมได้สร้างความมั่นใจให้กับนักลงทุนไทย และนักลงทุนต่างชาติว่ารัฐบาลไทยเอาจริงเอาจังที่จะเปลี่ยนโฉมหน้าเศรษฐกิจไทย

เชื่อว่าครึ่งปีหลังเราจะได้รับข่าวดีจากนักลงทุนในการร่วมขับเคลื่อนประเทศไทยสู่อุตสาหกรรมอนาคต

ขอแสดงความนับถือ
ทีมงานวารสารอุตสาหกรรม

สารบัญ

COVER STORY

- 6 Big Change อุตสาหกรรมไทย
ก้าวข้ามความท้าทายปีวอก
- 13 อับสัญญาณฟื้นตัว
เศรษฐกิจอุตสาหกรรมปี 59
- 15 จุดพลุอุตสาหกรรมอ้อยและน้ำตาลทราย
- 16 จัดการ 'กากอุตสาหกรรม'
วาระเร่งด่วนระดับชาติ
- 19 เดินหน้า Cluster พลิกโฉมอุตสาหกรรม
แห่งอนาคต
- 23 ปัน 10 อุตสาหกรรม New Engine of Growth
- 25 เจาะ 3 ยุทธศาสตร์ Productivity รับมือ Industry 4.0
- 29 โรดแมพ DIP ต่อทุกโจทย์..ช่วย SMEs



13



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
ให้ข้อเสนอแนะได้ที่	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 อำเภอบางบ่อ สมุทรปราการ 10560

INDUSTRIAL WRAP

35 INDUSTRIAL WRAP

40

HIGHLIGHT

- 18 INFO : แนวโน้มเศรษฐกิจอุตสาหกรรม 2559
- 32 CORPORATE MOVES :
ศรีไทยฯ ปิดสื่อธุรกิจ หนุนตามโลก
- 37 KITCHEN OF THE WORLD :
นวัตกรรมอาหาร
ไอเดียเจ๋งไม่พอ..ต้องขายได้จริง
- 40 KITCHEN OF THE WORLD :
6 ยุทธศาสตร์ใหม่ 'สถาบันอาหาร'..
ก้าวสู่ปีที่ 20



44



INNOVATION MANAGEMENT AND MARKETING

- 41 **HOT & COOL** : TINT Bicycle Design by Yourself บันทึกรักได้ไม่ซ้ำใคร
- 44 **SMART** : Washbox24.com ปฏิวัติธุรกิจซักผ้าเช่าใจ 'คนเมือง'
- 47 **K&M** : สปีดองค์กรความรู้ 'เอ็กซ่า' สโตร์

SUSTAINABILITY

- 50 **GREEN MATTERS** : ECO Sticker มาตรฐานใหม่ ยานยนต์ลด CO2
- 52 **THUMP UP** : ดอยคำ ฟันเฟือง คุณนิยมสร้างสรรค์



47

50



ECO
sticker



52



COVER STORY

Big Change

อุตสาหกรรมไทย ก้าวข้ามความท้าทายปีวอก

ประเทศไทยจะมีการลงทุนอุตสาหกรรมใหม่ที่ไต่เทคมมากขึ้น โดยในปี 2559 คาดว่าจะมีเงินลงทุนใหม่เกิดขึ้นรวมกันไม่น้อยกว่า 6 แสนล้านบาท



ปี 2559 นับเป็นปีแห่งการเปลี่ยนแปลงอันเนื่องจากการขับเคลื่อนนโยบายปฏิรูปเศรษฐกิจหลายด้านที่จะเกิดขึ้น ทั้งการเดินหน้าการลงทุนขนาดใหญ่ การสร้างเครื่องยนต์ตัวใหม่ New Engine of Growth ขับเคลื่อนเศรษฐกิจด้วยอุตสาหกรรมแห่งอนาคต

เช่นเดียวกับการขับเคลื่อนของกระทรวงอุตสาหกรรม ในปีนี้ซึ่งจะนำความเปลี่ยนแปลงใหม่ๆ มาสู่ผู้ประกอบการธุรกิจทุกระดับ ครอบคลุมตั้งแต่ธุรกิจขนาดใหญ่ SMEs ไปจนถึงเศรษฐกิจฐานราก

ทิศทางเหล่านี้จะเป็นปัจจัยบวกเอื้อต่อการดำเนินธุรกิจอย่างไร? มีความท้าทายอะไรบ้าง? ที่ผู้ประกอบการต้องเร่งปรับตัว

ติดตามคำตอบได้จาก **ดร.อรรชกา สีบุญเรือง** แม่ทัพใหญ่กระทรวงอุตสาหกรรม พร้อมด้วยเหล่าคีย์แมนผู้บริหารระดับสูงของกระทรวงอุตสาหกรรม

2559..ปีแห่งการลงทุน

หนึ่งในนโยบายใหญ่ระดับชาติที่จะเห็นความคืบหน้าอย่างชัดเจนในปีนี้ คือ การเร่งรัดการลงทุนใหม่ๆ ปรับโครงสร้างสู่อุตสาหกรรมอนาคตที่ใช้เทคโนโลยี และมีมูลค่าสูง ตามนโยบายปฏิรูปเศรษฐกิจของรัฐบาล

ดร.อรรชกา
สีบุญเรือง



“ช่วงครึ่งแรกของปีนี้ กระทรวงอุตสาหกรรม บีโอไอ และทุกหน่วยงานที่เกี่ยวข้องอยู่ระหว่างเร่งทำงานอย่างหนักตามนโยบายของรัฐบาลที่ต้องการเร่งรัดให้เกิดการลงทุนในอุตสาหกรรมเป้าหมายใหม่ โดยจะเดินทางออกไปโรดโชว์เน้นจะเป็นรายอุตสาหกรรมและรายนักลงทุน ทั้งรายเดิมและรายใหม่ที่ยังไม่เคยลงทุนในไทย เพื่อเร่งให้ทันกำหนดเงื่อนไขของบีโอไอภายในสิ้นปี 2559” **ดร.อรรถกาสัญญะ** รัฐมนตรีว่าการกระทรวงอุตสาหกรรม กล่าวถึงการขับเคลื่อนนโยบายสำคัญอย่างแรกในปี

ภายใต้ยุทธศาสตร์ปรับโครงสร้างอุตสาหกรรม โดยใช้นโยบายเขตเศรษฐกิจพิเศษในรูปแบบคลัสเตอร์และ 10 อุตสาหกรรมเป้าหมาย New Engine of Growth เป็นกลไกในการขับเคลื่อนประเทศไทยก้าวจากอุตสาหกรรมที่ใช้เทคโนโลยีต่ำที่กำลังกลายเป็น Sunset Industry ท่ามกลางปัญหารุมเร้าทั้งแรงงานขาดแคลน และขีดความสามารถการแข่งขันที่ถดถอยลงเรื่อยๆ

“ประเทศไทยยังมีปัญหาในด้านความสามารถการแข่งขันด้านผลิตภาพของภาคอุตสาหกรรมที่ IMD จัดให้อยู่ในอันดับ 51 จาก 61 ประเทศทั่วโลก แนวทางการเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของไทยจำเป็นต้องขยับไปสู่ **โครงสร้างการผลิตใหม่**ที่ใช้เทคโนโลยีและนวัตกรรมควบคู่กับการยกระดับผู้ประกอบการ ทักษะแรงงาน รวมถึงสถาบันการศึกษาที่ต้องทำงานเชื่อมโยงกับความต้องการของภาคอุตสาหกรรมในอนาคต

ทิศทางการเปลี่ยนแปลงจากนโยบายนี้ คือ **ประเทศไทยจะมีการลงทุนอุตสาหกรรมใหม่ที่ไฮเทคมากขึ้น** โดยในปี 2559 คาดว่าจะมีเงินลงทุนใหม่เกิดขึ้นรวมกันไม่น้อยกว่า 6 แสนล้านบาท ซึ่งจะมาจากทั้งยอดโรงงานที่ยื่นขออนุญาตใหม่ การขยายโรงงานอ้อยและน้ำตาล 1 แสนล้านบาท และตัวเลขการลงทุนในคลัสเตอร์ใหม่ๆ ที่บีโอไอตั้งเป้าไว้ไม่ต่ำกว่า 5 แสนล้าน” รัฐมนตรีอรรถกาสัญญะ กล่าว

รัฐบาลให้ความสำคัญมากกับการพัฒนาเศรษฐกิจฐานราก โดยขับเคลื่อนยุทธศาสตร์สามพลังประชารัฐ ร่วมกันระหว่างภาครัฐ ภาคเอกชน ภาคประชาชน เพื่อสร้างความเข้มแข็งเศรษฐกิจฐานรากในระดับชุมชน



ที่มา : <http://www.electronicproducts.com>

เพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน.. วาระแห่งชาติ

นอกจากการเร่งรัดการลงทุนในอุตสาหกรรมใหม่แล้ว นโยบายเร่งด่วนที่ต้องพัฒนาคู่ขนานไปด้วยกัน คือ การยกระดับอุตสาหกรรมเดิมให้มีขีดความสามารถการแข่งขันเพิ่มขึ้น ตามยุทธศาสตร์การขับเคลื่อนแผนแม่บท Productivity ปี 2559-2564 เพื่อยกระดับทั้งเทคโนโลยีและนวัตกรรม ทักษะแรงงาน และปัจจัยแวดล้อมในการประกอบธุรกิจ โดยสำนักงานเศรษฐกิจอุตสาหกรรมเป็นหน่วยงานหลักในการขับเคลื่อน

ขณะเดียวกัน ในปีนี้ยังมีมิติใหม่ของการขับเคลื่อนยุทธศาสตร์เพิ่มขีดความสามารถการแข่งขันของภาคอุตสาหกรรมของประเทศ ผ่านการตั้งคณะทำงานที่เรียกว่า “**สปริงบอร์ด**” หรือคณะทำงานชั้นนำยุทธศาสตร์ขับเคลื่อนการเพิ่มผลิตภาพ นวัตกรรม และมาตรฐานภาคอุตสาหกรรม ในรูปแบบการทำงานร่วมกันของผู้นำภาครัฐกับภาคเอกชน โดยมี **ดร.สมคิด จาตุศรีพิทักษ์** รองนายกรัฐมนตรี นำทีมนั่งหัวโต๊ะประชุมร่วมกับทีมทุนชื่อภาคเอกชน อาทิ กานต์ ตระกูลฮุน ประธานที่ปรึกษาฝ่ายจัดการ บริษัท ปูนซิเมนต์ไทย จำกัด (มหาชน) กอบศักดิ์ ภูตระกูล นักเศรษฐศาสตร์ ผู้เชี่ยวชาญด้านการเงินและตลาดทุน สมาชิกสภาขับเคลื่อนการปฏิรูปประเทศและผู้ช่วยผู้จัดการใหญ่ธนาคารกรุงเทพ เป็นต้น

รัฐมนตรีอรรถกาสัญญะ กล่าวว่า ทิศทางในปีนี้ รองนายกรัฐมนตรีสมคิด ได้สั่งการให้กรมโรงงานอุตสาหกรรม (กรอ.) กระทรวงอุตสาหกรรม ปรับบทบาทจากเดิมที่ทำหน้าที่ตรวจสอบควบคุมโรงงานเป็นหน่วยงานที่พร้อมให้คำปรึกษา พัฒนาให้ความช่วยเหลือ



ภาคเอกชนให้เกิดความเข้มแข็ง ลดอุปสรรคต่างๆ โดยปัจจุบันมีโรงงานทั่วประเทศประมาณ 1.4 แสนแห่ง ซึ่งส่วนใหญ่เป็นเอสเอ็มอี

นอกจากนี้ยังเร่งรัดให้กระทรวงอุตสาหกรรมติดตามความคืบหน้าการปรับบทบาทและภารกิจของสถาบันต่างๆ ภายใต้สังกัดกระทรวง เพื่อรองรับนโยบายการพัฒนาอุตสาหกรรมของประเทศในปีนี้ เช่น สถาบันเพิ่มผลผลิตแห่งชาติ จะต้องปรับโครงสร้างการทำงานให้เป็นองค์กรที่เพิ่มผลผลิตภาคอุตสาหกรรมในระดับชาติที่มีการบูรณาการร่วมกับภาคเอกชน ขณะที่สถาบันสิ่งทอต้องทำงานเชื่อมโยงกับสถาบันการศึกษาต่างๆ เพื่อเพิ่มบทบาทด้านการออกแบบสินค้าแฟชั่น เป็นต้น

ด้านกรมส่งเสริมอุตสาหกรรม (กสอ.) กระทรวงอุตสาหกรรมเตรียมจัดทำโครงการไทยแลนด์ สปริงอัพ (Thailand Spring Up) พัฒนาหลักสูตรให้ความรู้สำหรับผู้ประกอบการเอสเอ็มอียุคใหม่ให้มีความรู้ และสามารถนำนวัตกรรมใหม่มาพัฒนาสินค้ารับมือกับการจัดการธุรกิจท่ามกลางการเปลี่ยนแปลง

อุตสาหกรรมเข้มแข็ง ขับเคลื่อนเศรษฐกิจ
รัฐมนตรีอรรชกา อธิบายให้เห็นถึงภาพใหญ่ทิศทางการทำงานในปีนี่ว่า กระทรวงอุตสาหกรรมยังคงเดินหน้า

สานต่อการขับเคลื่อนเศรษฐกิจตามนโยบายรัฐบาลใน 4 ด้านสำคัญด้วยกัน ได้แก่ 1. พัฒนาเศรษฐกิจฐานราก 2. การเพิ่มขีดความสามารถการแข่งขัน 3. การอำนวยความสะดวกทางธุรกิจ และ 4. การบริหารจัดการที่เป็นมิตรต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม

นี่คือทิศทางความต่อเนื่องของการดำเนินนโยบายเพื่อสร้างความเข้มแข็งภายในให้กับเศรษฐกิจไทย บนเส้นทางการพัฒนาอุตสาหกรรมอย่างยั่งยืน



10 อุตสาหกรรมเป้าหมาย New Engine of Growth



ปีนี้ยังถือเป็นเปิดฉากนโยบาย Shining to the World ที่ กสอ.ตั้งเป้าหมายนำเอสเอ็มอีที่มีศักยภาพ 400 ราย เดินทางไปเปิดตลาดต่างประเทศ โดยเน้นที่ประเทศกลุ่ม AEC

“รัฐบาลให้ความสำคัญมากกับการพัฒนาเศรษฐกิจฐานราก โดยขับเคลื่อนยุทธศาสตร์สามพลังประชารัฐ ทำร่วมกันระหว่างภาครัฐ ภาคเอกชน ภาคประชาชน เพื่อสร้างความเข้มแข็งเศรษฐกิจฐานรากในระดับชุมชน

โดยกระทรวงอุตสาหกรรมจะเข้ามาจับบทบาทเร่งยกระดับขีดความสามารถวิสาหกิจชุมชนและ OTOP 3-5 ดาว ต่อยอดการพัฒนาจากกระทรวงมหาดไทยมากขึ้น สานต่อจากโครงการต่างๆ ที่สามารถสร้างมูลค่าเพิ่มในเชิงเศรษฐกิจ โดยรวมได้กว่า 695 ล้านบาทในปีที่แล้ว และสามารถออกไปอนุญาตมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน (มผช.) ไปแล้วกว่า 8 พันราย” อรรถชกา กล่าว

ขณะที่การขับเคลื่อนนโยบายเอสเอ็มอี ซึ่งถือเป็น **“วาระแห่งชาติ”** จะเห็นความต่อเนื่องในการทำงานของกรมส่งเสริมอุตสาหกรรมเพื่อสร้างความแข็งแกร่งให้ผู้ประกอบการเอสเอ็มอีมากขึ้น หลังจากการดำเนินงานในปี 2558 ที่ผ่านมา สามารถพัฒนาและยกระดับธุรกิจเอสเอ็มอีก่อให้เกิดการสร้างมูลค่าเพิ่มในเชิงเศรษฐกิจโดยรวมได้ถึงกว่า 6,600 ล้านบาท

รัฐมนตรีอรรถชกา กล่าวถึงทิศทางต่อไปในปีนี้อย่าง กสอ.จะเร่งเข้าสู่เสริมและพัฒนาเอสเอ็มอีทั้งการเสริมสร้างผู้ประกอบการใหม่ กลุ่ม Startup โดยร่วมมือกับสถาบันการศึกษาต่างๆ มุ่งเน้นการส่งเสริมในสาขาอุตสาหกรรมเป้าหมายที่เป็นนโยบายของรัฐบาล ตั้งเป้าหมายไว้ 7,000 ราย

ในส่วนของเอสเอ็มอีที่ดำเนินธุรกิจอยู่แล้ว กสอ. ตั้งเป้าหมายจะเข้าไปพัฒนาให้ความช่วยเหลือผู้ประกอบการ 9,000 ราย ทั้งการเพิ่ม Productivity การสร้างมูลค่าเพิ่มผลิตภัณฑ์ การพัฒนานวัตกรรม ให้สามารถแข่งขันได้มากขึ้น

ปีนี้ยังถือเป็นเปิดฉากนโยบาย Shining to the World ที่ กสอ.ตั้งเป้าหมายนำเอสเอ็มอีที่มีศักยภาพ 400 ราย เดินทางไปเปิดตลาดต่างประเทศ โดยเน้นที่ประเทศกลุ่ม AEC ขณะเดียวกันจะเร่งช่วยเหลือฟื้นฟูผู้ประกอบการเอสเอ็มอีที่มีปัญหา 7,000 ราย ในปีนี้ ตามนโยบาย Turn-around SMEs ของรัฐบาล

“ทิศทางการทำงานในปีนี้เป็นเป้าหมายเร่งเข้าไปช่วยเหลือเอสเอ็มอีต่างๆ ด้านให้เป็นไปตามเป้าหมายนโยบายของรัฐบาล โดยเฉพาะการบูรณาการความร่วมมือกับหน่วยงานต่างๆ เช่น การแก้ปัญหาใหญ่ของเอสเอ็มอีเรื่องการเข้าถึงแหล่งเงินทุน ซึ่งล่าสุดกระทรวงอุตสาหกรรมได้ลงนามความร่วมมือกับสถาบันการเงิน 14 แห่ง จัดทำโครงการเสริมสภาพคล่องให้เอสเอ็มอีสามารถเข้าถึงสินเชื่อเพื่อพัฒนาสินค้าและนวัตกรรมใหม่ๆ”

นอกจากนี้ยังได้ร่วมกับสำนักงานพัฒนาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งชาติ (สวทช.) เดินหน้าพัฒนาผู้ประกอบการด้านนวัตกรรม ตามนโยบายการส่งเสริมอุตสาหกรรมเป้าหมายใหม่ของรัฐบาล ผลักดันงานวิจัยและพัฒนาเพื่อเสริมสร้างศักยภาพเอสเอ็มอีใน 5 อุตสาหกรรมดาวเด่น ได้แก่ ยานยนต์และชิ้นส่วน อาหาร สิ่งทอและเครื่องนุ่งห่ม เครื่องมือและอุปกรณ์ทางการแพทย์ ไบโอฟอสติกและบรรจุภัณฑ์



เร่งแก้ไขกฎหมาย-ลดขั้นตอนธุรกิจ

อีกหนึ่งนโยบายต่อเนื่องที่กระทรวงอุตสาหกรรมจะเร่งดำเนินการในปีนี้เป็น การ “ปรับ” และ “เปลี่ยน” การทำงานให้รวดเร็ว คล่องตัว และโปร่งใส เพื่ออำนวยความสะดวกต่อการทำธุรกิจของภาคเอกชน ให้สามารถลดขั้นตอนได้มากที่สุด

รัฐมนตรีอรรถพรฯ เล่าว่า ในรอบปีที่ผ่านมาจะเห็นว่ากระทรวงได้เร่งแก้ไขปัญหาคอขวดในกระบวนการพิจารณาอนุญาตต่างๆ ที่เป็นอุปสรรคสำคัญต่อผู้ประกอบการไปแล้วหลายเรื่อง ไม่ว่าจะเป็น ลดขั้นตอนและระยะเวลาการออกใบอนุญาตโรงงาน หรือ รง.4 จาก 90 วัน เป็น 30 วัน การปรับปรุงขั้นตอนและระยะเวลาการพิจารณาอนุญาตประทานบัตรและอาชญาบัตร รวมถึงการลดขั้นตอนและระยะเวลาการรับรองมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม (มอก.) จากเดิม 46 วัน เป็น 26 วัน

โดยในปีี้ กระทรวงอุตสาหกรรมยังอยู่ระหว่างดำเนินการแก้ไขปรับปรุงกฎหมายอีกหลายฉบับเพิ่มเติม ทั้งร่าง พ.ร.บ. โรงงาน และร่าง พ.ร.บ.แร่ รวมถึง พ.ร.บ.เขตเศรษฐกิจพิเศษของการนิคมอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย เพื่อให้สอดคล้องกับนโยบายพัฒนาขีดความสามารถการแข่งขันของรัฐบาล

ด้าน อาทิตย์ วุฒิศะโร ปลัดกระทรวงอุตสาหกรรม ให้ข้อมูลเพิ่มเติมถึงภารกิจด้านอำนวยความสะดวกทางธุรกิจซึ่งถือเป็นนโยบายที่กระทรวงอุตสาหกรรมให้ความสำคัญอย่างยิ่งบนหลักการว่า การอำนวยความสะดวกนั้นมิได้ส่งผลกระทบต่อประชาชนหรือสังคมส่วนร่วม และดำเนินไปด้วยความโปร่งใส



อาทิตย์ วุฒิศะโร
ปลัดกระทรวงอุตสาหกรรม

“ในปีที่ผ่านมากระทรวงอุตสาหกรรมได้ขับเคลื่อนการลดขั้นตอนและปรับกฎระเบียบต่างๆ มาเป็นลำดับ อย่างไรก็ตาม ได้ได้รับมอบหมายนโยบายจากรองนายกรัฐมนตรี สมคิดว่าการขอใบอนุญาตโรงงานที่ปรับลดมาเหลือที่ 30 วันได้แล้วนั้น จะมีช่องทางปรับปรุงอย่างไรต่อไปให้รวดเร็วขึ้นได้อีก”

ปีนี้เราพยายามเร่งเข้าไปช่วยเหลือ
เอสเอ็มอีทุกๆ ด้านให้เป็นไปตาม
เป้าหมายนโยบายของรัฐบาล
โดยเฉพาะการบูรณาการความร่วมมือ
กับหน่วยงานต่างๆ



ที่มา : <http://www.krion.es>



เพื่อให้เป็นไปตามนโยบายกระทรวงฯ ได้ดำเนินการใน 5 แนวทางที่สำคัญ ได้แก่

1. ปรึกษาในทำงานของกระทรวงอุตสาหกรรมต้องเน้นบทบาทช่วยเหลืออำนวยความสะดวกการทำธุรกิจของผู้ประกอบการ มิใช่แค่การกำกับควบคุมดูแล
2. ต้องนำหลักการ Third Party ที่เป็นมืออาชีพเข้ามาช่วยทำงาน ไม่ว่าจะเป็นช่วงของการยื่นตั้งโรงงานหรือในช่วงที่ต้องปฏิบัติตามกฎหมายโรงงาน ซึ่งจุดนี้อาจจำเป็นต้องแก้ไขกฎหมายเพื่อมารองรับ



5. การดำเนินงานต้องมีความชัดเจน และโปร่งใส

ปลัดกระทรวงอุตสาหกรรม กล่าวต่อว่า ผลการดำเนินงานในปี 2558 ที่ผ่านมา พบว่า การลดขั้นตอนระยะเวลาออกใบอนุญาตโรงงานช่วยลดการสูญเสียของภาคธุรกิจ และก่อให้เกิดการลงทุนและจ้างงานอย่างเป็นรูปธรรม โดยนับตั้งแต่วันที่ 1 ม.ค.-24 ธ.ค.58 กระทรวงอุตสาหกรรมได้ออกใบอนุญาตโรงงานหรือรง.4 ไปแล้ว 9,598 โรงงาน โดยมีการแจ้งประกอบกิจการแล้ว 8,434 โรงงาน หรือคิดเป็น 88% ซึ่งขยับเพิ่มขึ้นจากในอดีตซึ่งอยู่ระหว่าง 60-70%

“การเริ่มประกอบกิจการของจำนวนโรงงาน 8,434 แห่ง ในปีที่ผ่านมา ได้ก่อให้เกิดการจ้างงาน และการผลิตที่ทำให้เกิดเม็ดเงินลงทุนในการกระตุ้นเศรษฐกิจของประเทศคิดเป็นมูลค่ากว่า 6.5 แสนล้านบาท และก่อให้เกิดจ้างงานกว่า 2 แสนคน

การเริ่มประกอบกิจการของจำนวนโรงงาน 8,434 แห่ง
ในปีที่ผ่านมา ได้ก่อให้เกิดการจ้างงาน และการผลิตที่ทำให้เกิด
เม็ดเงินลงทุนในการกระตุ้นเศรษฐกิจของประเทศคิดเป็นมูลค่ากว่า
6.5 แสนล้านบาท และก่อให้เกิดจ้างงานกว่า 2 แสนคน



ที่มา : <http://www.nytimes.com>

3. นำหลักการ Post Audit มาดำเนินการอย่างเข้มข้น โดยมีทีมตรวจสอบติดตามย้อนหลัง หลังจากที่ Third Party ได้อนุมัติตามกฎหมายเกณฑ์ที่กระทรวงอุตสาหกรรมวางไว้
4. นำระบบไอทีเข้ามาเพิ่มประสิทธิภาพ และอำนวยความสะดวกขั้นตอนยื่นขออนุญาต ให้ผู้ประกอบการสามารถยื่นผ่านระบบอินเทอร์เน็ตได้

ขณะที่ในส่วนของการออกใบอนุญาตมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม (มอก.) กระทรวงอุตสาหกรรมได้เร่งรัดลดขั้นตอนจาก 46 วันเหลือ 26 วัน ทำให้ตั้งแต่วันที่ 1 ม.ค.-24 ม.ค. 58 สามารถใบรับรองมอก.ได้ทั้งสิ้น 6,217 ฉบับ

เช่นเดียวกับการเร่งรัดปรับปรุงระเบียบและขั้นตอนในการออกประทานบัตรเหมืองแร่ ควบคู่กับนโยบายที่กระทรวงอุตสาหกรรมให้ความสำคัญอย่างยิ่งว่าการขยายเหมืองแร่จะต้องเป็นมิตรกับชุมชนและสิ่งแวดล้อม โดยเราให้ความสำคัญกับการรับฟังเสียงของประชาชนในพื้นที่”

อาทิตย์ กล่าวต่อว่า ปีที่ผ่านมากระทรวงอุตสาหกรรมยังถือเป็นกระทรวงแรกที่ได้จัดทำคู่มือประชาชน 239 คู่มือให้เป็นไปตามพ.ร.บ.การอำนวยความสะดวก



ในการพิจารณาอนุญาตของทางราชการ พ.ศ.2558 ตามนโยบายรัฐบาล เพื่ออำนวยความสะดวกให้แก่ผู้ประกอบการ ซึ่งในปี 2559 คาดว่าผู้ประกอบการธุรกิจและประชาชนจะได้รับการอำนวยความสะดวกอย่างรวดเร็วขึ้นจากกระทรวงอุตสาหกรรมอย่างเป็นรูปธรรม ซึ่งจะส่งผลให้เกิดการขับเคลื่อนการลงทุนให้เกิดขึ้นในปีนี้มีมูลค่าหลายแสนล้านบาท

ลดภาระเรื่องเรียนโรงงานปล่อยมลพิษ

นอกเหนือจาก 3 นโยบายสำคัญด้านการอำนวยความสะดวกทางธุรกิจ การเพิ่มขีดความสามารถแข่งขัน และการพัฒนาเศรษฐกิจฐานราก ดังที่ฉายให้เห็นภาพมาแล้วข้างต้น

รัฐมนตรีอุตสาหกรรม ได้อธิบายถึงทิศทางในการดำเนินงานมีอีกหนึ่งนโยบายสำคัญประการสุดท้าย คือ การกำกับดูแลอุตสาหกรรมที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม ทั้งการเข้มงวดปัญหาโรงงานรอบทั้งภาคอุตสาหกรรม การตรวจสอบควบคุมและแก้ปัญหาระบบการปล่อยมลพิษสู่ชุมชน การเร่งรัดผู้ประกอบการเข้าสู่ระบบการจัดการภาคอุตสาหกรรม รวมถึงมาตรการโรงงานสีเขียวที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม และการพัฒนาเมืองอุตสาหกรรมเชิงนิเวศ(Eco Industrial Town)

“ไม่เพียงแต่การอำนวยความสะดวกขึ้นตอนธุรกิจแต่อีกหนึ่งนโยบายที่กระทรวงอุตสาหกรรมให้ความสำคัญคู่ขนานกันไปด้วยกัน คือ **การเคร่งครัด กำกับดูแล ไม่ให้การประกอบธุรกิจภาคอุตสาหกรรมส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมและชุมชน**

โจทย์สำคัญที่ได้มอบนโยบายในปี 2559 คือ การเร่งแก้ปัญหาเรื่องเรียนโรงงานให้ลดลง ตามนโยบายนายกรัฐมนตรีที่กำลังให้ติดตามดูแลอย่างเข้มข้น หลังจากในปีที่ผ่านมาพบว่ามีโรงงานประมาณ 4% ที่ไม่ปฏิบัติตามกฎหมายจากจำนวนโรงงานอุตสาหกรรมที่ตรวจทั้งหมดกว่า 4 หมื่นแห่ง ในปีนี้จึงมอบหมายให้กรมโรงงานอุตสาหกรรมต้องเร่งติดตามดูแลแก้ไขอย่ามีการร้องเรียนซ้ำสองเกิดขึ้นอีก” รัฐมนตรีอุตสาหกรรม กล่าวย้ำ

ขณะที่ปัญหาผลกระทบจากสถานการณ์ภัยแล้งในปีนี้ กระทรวงอุตสาหกรรมได้มอบหมายให้หน่วยงานที่เกี่ยวข้องติดตามผลกระทบอย่างใกล้ชิด เพื่อวางมาตรการรองรับไม่ให้เกิดการขาดแคลนน้ำในพื้นที่นิคมอุตสาหกรรมภาคเหนือจ.ลำพูน และภาคกลางในจ.อยุธยา

นอกจากนี้ ยังมอบนโยบายให้กรมส่งเสริมอุตสาหกรรมเข้าไปมีส่วนร่วมช่วยพัฒนาเศรษฐกิจชุมชนเพื่อสร้างรายได้เสริมทดแทนการทำเกษตรในพื้นที่ที่มีปัญหาภัยแล้งเพื่อบรรเทาความเดือดร้อนของประชาชน

ทั้งหมดนี้คือภาพรวมทิศทางนโยบายดำเนินงานสำคัญทั้ง 4 จิ๊กซอว์หลักของกระทรวงอุตสาหกรรม ที่มุ่งเน้นการพัฒนาอุตสาหกรรมอย่างยั่งยืน ทั้งมิติเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม วางรากฐานความเข้มแข็งให้กับประเทศไทยสามารถก้าวข้ามความท้าทายไปอีกครั้งในปีวอก



จับสัญญาณปรับตัว เศรษฐกิจอุตสาหกรรมปี'59



แรงหนุนสำคัญที่รัฐบาลมีมาตรการดึงดูด
การลงทุนเพื่อปรับโครงสร้างการผลิต
ไปสู่อุตสาหกรรมเป้าหมาย จึงเชื่อว่าในปี
หน้าจะได้เห็นภาพการเติบโต
ในภาคอุตสาหกรรมที่ชัดเจนเป็นรูปธรรม
มากขึ้น

ส่องแนวโน้มเศรษฐกิจไทยปีนี้ จากการคาดการณ์ของทั้ง
สำนักงานเศรษฐกิจอุตสาหกรรม (สศอ.) ธนาคารแห่ง
ประเทศไทย (ธปท.) และสำนักงานพัฒนาเศรษฐกิจและ
สังคมแห่งชาติ หรือสภาพัฒน์ฯ ต่างมองสอดคล้องไป
ทิศทางเดียวกันว่า เศรษฐกิจไทยน่าจะค่อยๆ ฟื้นตัวเล็ก
น้อยแบบค่อยเป็นค่อยไป

ทั้งนี้ คาดว่าอัตราการเติบโตเศรษฐกิจจะอยู่ที่ 3-4% โดย
การลงทุนจะเป็นแกนหลักที่หนุนการเติบโต อย่างไรก็ตาม
ยังต้องระมัดระวังปัจจัยเสี่ยงจากความผันผวนของ
เศรษฐกิจโลกที่ต้องจับตาอย่างใกล้ชิด

ดร.อรรชกา สีบุญเรือง รัฐมนตรีว่าการกระทรวง
อุตสาหกรรม กล่าวว่า หากมองถึงทิศทางเศรษฐกิจใน
ปี 2559 จะเห็นว่าหลายฝ่ายคาดการณ์กันว่าเศรษฐกิจ
น่าจะดีขึ้นกว่าปี 2558

“แรงหนุนสำคัญที่รัฐบาลมีมาตรการดึงดูดการ
ลงทุนเพื่อปรับโครงสร้างการผลิตไปสู่อุตสาหกรรม
เป้าหมาย จึงเชื่อว่าในปีนี้น่าจะได้เห็นภาพการเติบโตใน
ภาคอุตสาหกรรมที่ชัดเจนเป็นรูปธรรมมากขึ้น สำหรับ
ทิศทางการดำเนินธุรกิจของผู้ประกอบการในปี 2559
ถึงเวลาต้องมองไปข้างหน้าเพื่อหาทางปรับตัวเร่งหา
ช่องทางใหม่ๆ เพื่อพัฒนาความสามารถในการแข่งขัน
มากขึ้น เพื่อรับมือกับทิศทางการเปลี่ยนแปลงของ
เศรษฐกิจ” รัฐมนตรีว่าการกระทรวงอุตสาหกรรม กล่าว

ด้าน ศิริจุ จุลละรัตน์ ผู้อำนวยการสำนักงาน
เศรษฐกิจอุตสาหกรรม หน่วยงานหลักที่ทำหน้าที่
ติดตามและประเมินแนวโน้มภาคอุตสาหกรรมระบุ
ถึงทิศทางเศรษฐกิจอุตสาหกรรมไทยในปีนี้ คาดว่า
ผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศ (GDP)



ภาคอุตสาหกรรมจะเติบโต 3-4% ขึ้นตัวจากปี 2558 ที่คาดว่าจะเติบโตราว 0-1%

ขณะที่ดัชนีผลผลิตอุตสาหกรรม (MPI) ปี 2559 คาดว่าจะขยายตัว 2% จากปี 2558 ที่ขยายตัว 0.3% โดยประเมินรายได้สมมติฐานค่าเงินบาทปีนี้ที่ระดับ 37-38 บาทต่อดอลลาร์ และราคาน้ำมันดิบในตลาดที่ 40-45 ดอลลาร์ต่อบาร์เรล

แม้ตัวเลขอัตราการขยายตัวจะไม่สูงนัก แต่หากเทียบกับประเทศอื่นๆ จะพบว่า **แนวโน้มของไทยปรับตัวดีขึ้นตามทิศทางภาพรวมของภาคอุตสาหกรรม** อย่างไรก็ตาม ปัจจัยเสี่ยงที่ต้องติดตามใกล้ชิดคือการชะลอตัวของเศรษฐกิจโลก ซึ่งจะส่งผลกระทบต่อภาคการผลิตของไทยที่ส่วนใหญ่พึ่งพาการส่งออกถึง 70%



แนวโน้มการลงทุนในประเทศจะขยายตัวมากขึ้นจากมาตรการกระตุ้นการลงทุนของภาครัฐทั้งโครงสร้างพื้นฐานด้านโทรคมนาคม ด้านคมนาคม

“ปีนี้มองว่าแนวโน้มการลงทุนในประเทศจะขยายตัวมากขึ้นจากมาตรการกระตุ้นการลงทุนของภาครัฐทั้งโครงสร้างพื้นฐานด้านโทรคมนาคม ด้านคมนาคม อาทิ ถนน รถไฟรางคู่ รถไฟความเร็วสูง ท่าเรือ และโครงการขยายสนามบินสุวรรณภูมิ

โดยเฉพาะการลงทุนใน 10 อุตสาหกรรมเป้าหมายที่คาดว่าจะสามารถดึงดูดเม็ดเงินลงทุนให้เกิดขึ้นในปีนี้นักว่า 2 แสนล้านบาท โดยคาดว่าจะเห็นผลจากการดำเนินงานต่างๆ ตามนโยบายนี้อย่างเป็นรูปธรรมไม่

เกินไตรมาสที่ 2 ปี 2559” ผู้อำนวยการ สศอ. กล่าวถึงทิศทางในปี

พร้อมทั้งประเมินว่า อุตสาหกรรมที่มีแนวโน้มดีขึ้นในปีนี้ได้แก่ ยานยนต์ เครื่องนุ่งห่มทั้งสิ่งทอ เส้นใย พลาสติก อาหาร อาทิ กุ้ง อ้อย/น้ำตาล อย่างไรก็ตาม ในส่วนอุตสาหกรรมเกี่ยวกับการแปรรูปยางพารา ปาล์ม น้ำมันที่มีปริมาณล้นตลาด หรืออุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องกับราคาน้ำมัน ยังคงมีความเสี่ยงจากราคาน้ำมันดิบในตลาดโลกที่ปรับลดลงต่อเนื่อง

แม้ภาวะเศรษฐกิจในปีนี้มีปัจจัยเสี่ยงสูง แต่ยังมี 5 อุตสาหกรรมดาวเด่นที่กระทรวงอุตสาหกรรมคาดว่าจะมีแนวโน้มปรับตัวดีขึ้นในปี 2559 ได้แก่ ยานยนต์ ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ อาหาร เซรามิก และอุตสาหกรรมอ้อยและน้ำตาล



ไฮไลท์อุตสาหกรรมดาวเด่น

อุตสาหกรรมยานยนต์ คาดว่าทั้งปีจะมีการผลิตรถยนต์ประมาณ 2,150,000 คัน เพิ่มขึ้น 10.26% แบ่งเป็นการผลิตเพื่อจำหน่ายในประเทศประมาณ 900,000 คัน เพิ่มขึ้น 6.67% และเป็นการผลิตเพื่อการส่งออกประมาณ 1.25 ล้านคัน เพิ่มขึ้น 4.17%

อุตสาหกรรมไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ ในปี 2559 คาดว่าการผลิตจะปรับตัวเพิ่มขึ้น 0.81% เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อน โดยจะเริ่มฟื้นตัวในช่วงไตรมาส 3 ของปี 2559 จากสินค้าหลายรายการ โดยเฉพาะสินค้าอิเล็กทรอนิกส์ เช่น IC ซึ่งเป็นชิ้นส่วนสำคัญในอุปกรณ์หรือผลิตภัณฑ์อิเล็กทรอนิกส์สำเร็จรูป

อุตสาหกรรมอาหาร ในปี 2559 คาดว่าการผลิตในภาพรวมขยายตัว เนื่องจากแนวโน้มเศรษฐกิจไทยเริ่มฟื้นตัวจากมาตรการกระตุ้นเศรษฐกิจของรัฐบาล เช่น กองทุนหมู่บ้าน รวมถึงแนวโน้มการท่องเที่ยวที่ฟื้นตัว ประกอบกับสถานการณ์ทางการเมืองภายในประเทศมีเสถียรภาพ ซึ่งจะช่วยยกระดับการบริโภคและการใช้จ่ายภายในประเทศ ส่งผลให้การผลิอุตสาหกรรมอาหารเติบโตขึ้น

อุตสาหกรรมการผลิตและจำหน่ายเซรามิก คาดว่าจะมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นจากมาตรการกระตุ้นอสังหาริมทรัพย์ และการลงทุนโครงสร้างพื้นฐานของรัฐ เช่น รถไฟฟ้าสายต่างๆ ซึ่งจะช่วยให้ภาคอสังหาริมทรัพย์ในพื้นที่ใกล้เคียงเติบโตตามไปด้วย รวมทั้งปัจจัยจากการเปิดประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน ซึ่งจะทำให้นักลงทุนต่างชาติเข้ามาขยายการลงทุนเพิ่มมากขึ้น



อุตสาหกรรมอ้อยและน้ำตาลทราย



ที่มา : <http://greenopedia.com/white-sugar/>

อุตสาหกรรมอ้อยและน้ำตาลทรายเป็นอีกหนึ่งอุตสาหกรรมดาวเด่นที่คาดว่าจะช่วยกระตุ้นเศรษฐกิจภายในประเทศในปี 2559 โดยเฉพาะการสร้างเม็ดเงินเศรษฐกิจในต่างจังหวัดจากผลของนโยบายการปรับโครงสร้างและยุทธศาสตร์อุตสาหกรรมอ้อยและน้ำตาลทรายของรัฐบาลที่อนุญาตให้ตั้งและขยายลงทุนโรงงานน้ำตาลแห่งใหม่ ซึ่งคาดว่าจะมีวงเงินลงทุนทั้งสิ้นไม่ต่ำกว่า 1 แสนล้านบาทภายในปี 2562

สมศักดิ์ จันทรวงทอง เลขาธิการสำนักงานคณะกรรมการอ้อยและน้ำตาลทราย กล่าวว่า การขยายการลงทุนครั้งใหม่ของอุตสาหกรรมอ้อยและน้ำตาล คาดว่าจะเริ่มเกิดการทยอยลงทุนได้ตั้งแต่ปีนี้เป็นต้นไป โดยเงินลงทุนที่มาจากผู้ประกอบการรายเดิมที่ยื่นขอขยายกำลังผลิตเข้ามาจำนวน 17 ราย คาดว่าจะมีมูลค่ารวมกันไม่ต่ำกว่า 40,000 ล้านบาท ประกอบกับในเร็วๆ นี้ จะมีการอนุมัติการตั้งโรงงานน้ำตาลทรายใหม่อีกประมาณ 12 แห่ง วงเงินเม็ดเงินลงทุนไม่ต่ำกว่า 6 หมื่นล้านบาท

“ผลจากการปรับโครงสร้างอุตสาหกรรมอ้อยและน้ำตาลครั้งนี้ คาดว่าจะทำให้มีวงเงินลงทุนรวมกันทั้งสิ้นไม่ต่ำกว่า 1 แสนล้านบาทในปี 2562 โดยมีพื้นที่ปลูกอ้อยเพิ่มขึ้นประมาณ 4.78 ล้านไร่ ผลผลิตอ้อยเพิ่มขึ้น 53.5 ล้านตัน และมีการจ้างงานโดยตรงเพิ่มขึ้นกว่า 10,000 ราย” เลขาธิการสอน. กล่าว

ทั้งนี้ ตามแผนยุทธศาสตร์และการปรับโครงสร้างอุตสาหกรรมอ้อยโรงงานและน้ำตาลทรายระยะยาวปี 2558-2569 จะส่งผลโดยรวมต่อเศรษฐกิจไทย

ผลจากการปรับโครงสร้างอุตสาหกรรมอ้อยและน้ำตาลครั้งนี้ คาดว่าจะทำให้มีวงเงินลงทุนรวมกันทั้งสิ้นไม่ต่ำกว่า 1 แสนล้านบาทในปี 2562

ที่จะมีรายได้จากอุตสาหกรรมน้ำตาลเพิ่มขึ้นจาก 200,000 ล้านบาท ในปี 2558 เพิ่มขึ้นเป็น 500,000 ล้านบาทในปี 2569

การขยายการอุตสาหกรรมอ้อยและน้ำตาลดังกล่าวจะส่งผลให้เกิดการเพิ่มพื้นที่ปลูกอ้อยจาก 10.53 ล้านไร่ ในปี 2558 เป็น 16 ล้านไร่ ในปี 2569 ขณะที่ผลผลิตอ้อยจะปรับเพิ่มขึ้นจาก 105.96 ล้านตัน เป็น 180 ล้านตัน ผลผลิตน้ำตาลทรายจาก 11.34 ล้านตัน เพิ่มขึ้นเป็น 20.36 ล้านตัน

นอกจากนี้ ยังนำมาสู่การผลิตพลังงานทดแทนในประเทศได้เพิ่มขึ้น โดยการผลิตเอทานอลจะเพิ่มจาก 2.5 ล้านลิตรต่อวัน ในปี 2558 เป็น 5.38 ลิตรต่อวัน ในปี 2569 รวมถึงผลิตไฟฟ้าได้เพิ่มขึ้นจาก 1,542 เมกะวัตต์ เพิ่มขึ้น 4,000 เมกะวัตต์



จัดการ ‘กากอุตสาหกรรม’ วาระเร่งด่วนระดับชาติ



การพัฒนา ระบบ GPS เป็นหนึ่งใน
หลายๆ มาตรการขับเคลื่อนตาม
ยุทธศาสตร์แผนการจัดการ
กากอุตสาหกรรมปี 2558-2562
ซึ่งกระทรวงอุตสาหกรรมวางเป้าหมาย
เร่งรัดโรงงานจำพวกที่ 3 ที่มีอยู่กว่า
68,000 แห่ง ต้องเข้าสู่ระบบได้
ไม่น้อยกว่า 90%



การจัดการปริมาณกากอุตสาหกรรมที่มีแนวโน้มเติบโต
ทวีคูณ นับเป็นวาระใหญ่ระดับชาติที่ต้องมีการจัดการ
“หลังบ้าน” ที่ดี บนหลักการสร้างการเติบโตทางธุรกิจ
โดยไม่เพิ่มผลกระทบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม

ดร.พลุ โสหารชุน อธิบดีกรมโรงงานอุตสาหกรรม เล่าว่า
ขณะนี้กรมโรงงานอุตสาหกรรม (กรอ.) อยู่ระหว่างการพัฒนา
ระบบฐานข้อมูลและติดตามควบคุมรถขนส่งกาก
อันตรายด้วยระบบ GPS เพื่อติดตั้งในรถบรรทุกขนส่ง
กากอุตสาหกรรมอันตรายทุกคัน เป็นการแก้ปัญหาหลัก
ทั้งกากอุตสาหกรรมตามนโยบายรัฐบาล โดยคาดว่าจะเริ่ม
ใช้ได้ในเดือนกรกฎาคมนี้

การพัฒนา ระบบ GPS เป็นหนึ่งในหลายๆ มาตรการ
ขับเคลื่อนตามยุทธศาสตร์แผนการจัดการกากอุตสาหกรรม
ปี 2558-2562 ซึ่งกระทรวงอุตสาหกรรมวางเป้าหมายเร่งรัด
โรงงานจำพวกที่ 3 ที่มีอยู่กว่า 68,000 แห่ง ต้องเข้าสู่ระบบ
ได้ไม่น้อยกว่า 90% และเร่งรัดให้มีปริมาณกากอุตสาหกรรม
เข้าสู่ระบบไม่น้อยกว่า 90% ภายในปี 2562

นอกจากนี้รัฐบาลยังได้มอบหมายให้กระทรวงอุตสาหกรรม
โดยกรมโรงงานอุตสาหกรรม และการนิคมอุตสาหกรรมแห่ง



ประเทศไทย ศึกษาและจัดหาพื้นที่รองรับกากอุตสาหกรรม 6 แห่งทั่วประเทศในพื้นที่ที่เหมาะสม เพื่อรองรับปริมาณกากอุตสาหกรรมที่จะเพิ่มขึ้น 20-30 ปีข้างหน้า

ส่งผลให้บางพื้นที่ต้องมีการส่งเสริมให้เกิดคลัสเตอร์ในรูปแบบนิคมอุตสาหกรรมจัดการกากอุตสาหกรรมและรีไซเคิล โดย กนอ.จะเชิญชวนให้เอกชนที่สนใจเข้ามาลงทุนพัฒนาต่อไปในอนาคต

อริบตีพสุ กล่าวถึงแนวทางดำเนินการเพิ่มเติมภายใต้ยุทธศาสตร์การจัดการกากอุตสาหกรรมปี 2558-2562 ว่า ในช่วงปีที่ผ่านมา กระทรวงอุตสาหกรรมได้รับความร่วมมือจากกระทรวงเศรษฐกิจ การค้าและอุตสาหกรรม (METI) ประเทศญี่ปุ่น ในโครงการจัดสร้างเตาเผาขยะอุตสาหกรรมและขยะชุมชน มูลค่า 1,800 ล้านบาท โดยจะมีการคัดเลือกบริษัทเอกชนไทยเข้ามาร่วมลงทุนกับฝ่ายญี่ปุ่นสำหรับการจัดสร้างเตาเผาขยะแห่งนี้

“ถือเป็นเตาแรกในเมืองไทยมีขนาด 500 ตันต่อวัน และสามารถผลิตไฟฟ้าได้ประมาณ 10 เมกะวัตต์ มูลค่า 1,800 ล้านบาท โครงการนี้ยังถือเป็นการสนับสนุนโครงการแปลงของเสียเป็นพลังงานตามนโยบายรัฐบาล โดยมีนโยบายว่าพื้นที่ในการจัดตั้งจะต้องอยู่ในเขตนิคมอุตสาหกรรม และไม่ส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม”

สำหรับผลการดำเนินงานด้านการจัดการกากอุตสาหกรรมในปี 2558 ที่ผ่านมา กรอ.ได้เร่งรัดให้มีโรงงานเข้าสู่ระบบการจัดการกากฯ เพิ่มขึ้นจาก 17,407 แห่งจากในปี 2557 ขยายเป็นกว่า 51,600 แห่งในปี 2558 คิดเป็น 75.6% ของจำนวนโรงงานทั้งหมด 68,261 แห่ง ขณะที่ปริมาณกากอุตสาหกรรมที่เข้าสู่ระบบในปี 2558 มีประมาณ 27.5 ล้านตัน แบ่งเป็นกากอันตราย 1.3 ล้านตัน และกากไม่อันตราย 25.75 ล้านตัน

หากโรงงานใดที่ยังไม่กำจัดกากอุตสาหกรรมอย่างเป็นระบบ กรอ.จะไม่ต่อใบอนุญาตประกอบกิจการโรงงาน (รง.4) ให้ เท่ากับว่าโรงงานจะต้องหยุดประกอบการโดยทันที

“การกำกับดูแลโรงงานอุตสาหกรรมเพื่อไม่ให้ส่งผลกระทบต่อชุมชนและสิ่งแวดล้อม เป็นนโยบายที่กระทรวงอุตสาหกรรมให้ความสำคัญ นอกจากนี้จะเพิ่มความเข้มงวด และเร่งดำเนินการอย่างเข้มข้นแล้ว ยังมีการเพิ่มบทลงโทษจากเดิมมีแต่โทษปรับมาเป็นทั้งจำและปรับอีกด้วย”

ปัจจุบัน กระทรวงอุตสาหกรรมยังมีมาตรการคุมเข้มเพิ่มเติมว่า หากโรงงานใดที่ยังไม่กำจัดกากอุตสาหกรรมอย่างเป็นระบบ กรอ.จะไม่ต่อใบอนุญาตประกอบกิจการโรงงาน (รง.4) ให้ เท่ากับว่าโรงงานจะต้องหยุดประกอบการโดยทันที และหากยังฝ่าฝืนเปิดประกอบกิจการหลังไม่ได้ต่อใบอนุญาตแล้ว จะต้องระวางโทษจำคุกไม่เกิน 2 ปี หรือปรับไม่เกิน 2 แสนบาท หรือทั้งจำทั้งปรับ

ขณะที่การเข้มงวดกับปัญหาผู้ลักลอบทิ้งกากอุตสาหกรรมขยะ ที่ผ่านมามีพบว่าส่วนใหญ่เกิดจากโรงงานผู้รับกำจัดที่ไม่สามารถดำเนินการได้จริงโดย กรอ.และอุตสาหกรรมจังหวัด ได้กวาดค้นในเรื่องนี้ และได้มีการระงับการให้บริการไปแล้ว 126 ราย หรือ 7% ส่วนโรงงานที่เป็นผู้ก่อกำเนิดกากที่กระทำผิดก็ได้มีการดำเนินคดีแล้วเช่นกัน โดยขณะนี้อยู่ระหว่างดำเนินคดี 175 ราย



ที่มา : <http://www.greenpeace.org/seasia/th/campaigns/toxics/electronics/where-does-e-waste-end-up/>



INFO

แนวโน้มเศรษฐกิจอุตสาหกรรมปี 2559

ปัจจัยสนับสนุน อุตสาหกรรม

- มาตรการกระตุ้นเศรษฐกิจภาครัฐ
- เศรษฐกิจโลก/ราคาสินค้าส่งออกเริ่มฟื้นตัว
- ค่าเงินบาทอ่อนตัว
- ราคาน้ำมันขาด

ปัจจัยเสี่ยง

- เศรษฐกิจจีนชะลอตัว
- พลกระทบภัยแล้ง
- เงินทุนไหลออกจากตลาดเกิดใหม่หลังเฟดทยอยขึ้นดอกเบี้ย

คาดการณ์ GDP ภาคอุตสาหกรรมขยายตัวอยู่ที่ **3-4%**

ดัชนีพหุผลิตอุตสาหกรรมเดือนโตเพิ่มขึ้น **2%**

อัตราการใช้จ่ายลงทุนเฉลี่ยทั้งปีอยู่ที่ **66-67%**

อุตสาหกรรมที่มีแนวโน้มขยายตัวเพิ่มขึ้นปี 2559

รถยนต์

ยอดรวมการผลิตรถยนต์ ประมาณ 2.15 ล้านคัน เพิ่มขึ้น 10.26%



ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์

คาดว่าจะการผลิตจะปรับตัวเพิ่มขึ้น 0.81% โดยจะเริ่มฟื้นตัวในไตรมาส 3 ของปี 2559 สินค้าที่คาดว่าจะปรับตัวเพิ่มขึ้น เช่น ไอซี

อาหาร

การผลิตในภาพรวมมีการขยายตัว จากแนวโน้มเศรษฐกิจไทย และท่องเที่ยวเริ่มฟื้นตัว ประกอบกับการเมืองมีเสถียรภาพ กระตุ้นการใช้จ่ายและการบริโภค



เซรามิก

เพิ่มขึ้นจากมาตรการกระตุ้นอสังหาริมทรัพย์ และการลงทุนโครงสร้างพื้นฐานของรัฐ



เดินหน้า Cluster

พลิกโฉมอุตสาหกรรมแห่งอนาคต



ภาพ : www.thaieei.com

ประเทศไทยเรานำเข้าหุ่นยนต์เครื่องจักรกลมูลค่าปีละหลายแสนล้านบาท หากสามารถต่อยอดไปสู่การผลิตได้เอง โดยอาศัยพื้นฐานอุตสาหกรรมยานยนต์และอิเล็กทรอนิกส์ที่มีความแข็งแกร่ง จะส่งผลให้เกิดการยกระดับรายได้จากการพัฒนาอุตสาหกรรมใหม่ๆ



อุตสาหกรรมไทยกำลัง “พลิกโฉม” ครั้งสำคัญ ภายใต้นโยบายขับเคลื่อนเศรษฐกิจที่รัฐบาลประกาศ จัดตั้งการเร่งวางรากฐานใหม่ มุ่งมูลค่าเพิ่มโดยใช้ “เทคโนโลยี” และ “นวัตกรรม”

ไม่ต่ำกว่า 5 แสนล้านบาท คือ ตัวเลขเป้าหมายเม็ดเงินการลงทุนใหม่ในระบบเศรษฐกิจที่ **ดร.อรรถกานต์ สิบุญเรือง รัฐมนตรีว่าการกระทรวงอุตสาหกรรม** คาดการณ์ว่าจะสามารถดึงดูดการลงทุนได้ในปีนี้ จากการเดินหน้าปรับโครงสร้างอุตสาหกรรมใหม่ หลังจากนโยบายเขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษในรูปแบบคลัสเตอร์ และการกำหนด 10 อุตสาหกรรมเป้าหมาย (New Engine of Growth) ได้รับความเห็นชอบจากคณะรัฐมนตรีไปเมื่อปลายปีที่ผ่านมา



รัฐมนตรีอรรถกถา กล่าวว่า ถึงเวลาแล้วที่อุตสาหกรรมไทยต้องปรับโครงสร้างไปข้างหน้าให้สอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลง จากปัจจัยต่างๆ ที่รู้เท่าทันทั้งปัญหาแรงงานขาดแคลนและค่าแรงสูง ขณะที่อุตสาหกรรมเดิมที่เคยรุ่งโรจน์ค่อยๆ ต้อยลง ไม่สามารถพัฒนาการผลิตไปสู่เทคโนโลยีขั้นสูง

นโยบายคลัสเตอร์จึงถือเป็นย่างก้าวที่สำคัญของการปรับโครงสร้างอุตสาหกรรมของไทย ไปสู่อุตสาหกรรมที่ใช้นวัตกรรมเทคโนโลยีเพิ่มรายได้ให้กับประเทศ เพื่อก้าวพ้น **“กับดักรายได้ปานกลาง (Middle Income Trap)”**

รัฐมนตรีอุตสาหกรรม กล่าวต่อว่า กลไกการขับเคลื่อนประเทศไทยไปสู่อุตสาหกรรมที่ใช้เทคโนโลยีขั้นสูง และเป็นอุตสาหกรรมแห่งอนาคตจะใช้รูปแบบการส่งเสริมการลงทุนที่เรียกว่า Super Cluster โดยยกระดับอุตสาหกรรมเดิมที่ไทยมีพื้นฐานความเข้มแข็งอยู่แล้วและเป็นฐานการผลิตสำคัญที่สุดในอาเซียน

**ทางเลือกของไทย
มีแค่ต้องก้าวไปข้างหน้า
ต้องยกระดับไปสู่อุตสาหกรรมใหม่
ที่มีมูลค่าสูง เท่านั้นจึงจะแข่งขันได้
เพื่อนำพาประเทศก้าวข้ามจากกับ
ดักรายได้ปานกลางได้ไปในที่สุด**



ภาพ : www.thailandindustry.com

ไม่ว่าจะเป็น คลัสเตอร์อุตสาหกรรมยานยนต์ เครื่องใช้ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ ที่มีศักยภาพต่อยอดพัฒนาไปสู่อุตสาหกรรมใหม่ๆ อย่างหุ่นยนต์ และชิ้นส่วนอากาศยาน โดยกำหนดพื้นที่ส่งเสริมการลงทุนใน 7 จังหวัด ได้แก่ พระนครศรีอยุธยา ปทุมธานี ชลบุรี ระยอง จะเชิงเทรา ปราจีนบุรี และนครราชสีมา

“ทุกวันนี้ ประเทศไทยเรานำเข้าหุ่นยนต์เครื่องจักรกลมูลค่าปีละหลายแสนล้านบาท หากสามารถต่อยอดไปสู่การผลิตได้เอง โดยอาศัยพื้นฐานอุตสาหกรรมยานยนต์และอิเล็กทรอนิกส์ที่มีความแข็งแกร่งจะส่งผลให้เกิดการยกระดับรายได้จากการพัฒนาอุตสาหกรรมใหม่ๆ เช่นเดียวกับการต่อยอดจากศูนย์กลางการบินในภูมิภาค และอุตสาหกรรมยานยนต์ไปสู่การผลิตชิ้นส่วนอากาศยาน ซึ่งเป็นโอกาสที่เราจะพัฒนาไปได้อีก” รัฐมนตรีอรรถกถา กล่าว

นอกจากในกลุ่ม Super Cluster ที่รัฐบาลมุ่งส่งเสริมยังมีคลัสเตอร์ปิโตรเคมีที่สามารถต่อยอดไปสู่อุตสาหกรรมเคมีชีวภาพ ไปโอพลาสติกที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมโดยกำหนดเงื่อนไขพื้นที่ตั้งใน 2 จังหวัด คือ ชลบุรี และระยอง รวมถึงอุตสาหกรรมใหม่อย่างคลัสเตอร์ดิจิทัล ซึ่งกำหนดพื้นที่อยู่ใน 2 จังหวัด คือ เชียงใหม่ และภูเก็ต

ทั้งหมดนี้คือ 4 Super Cluster ในพื้นที่เป้าหมาย 9 จังหวัด ที่รัฐบาลได้ประกาศเงื่อนไขการส่งเสริมการลงทุนที่ให้สิทธิประโยชน์จูงใจทั้งมาตรการภาษีและมีใช้ภาษีออกมาแล้ว

นอกจากกลุ่ม Super Cluster ที่ได้รับสิทธิประโยชน์สูงสุดแล้ว รัฐบาลยังได้ส่งเสริมลงทุนในกลุ่มคลัสเตอร์อื่นๆ อีก 2 คลัสเตอร์ โดยจากเดิมที่จะได้รับการยกเว้นภาษีเงินได้นิติบุคคลระหว่าง 3 - 8 ปีอยู่แล้วก็จะได้รับการลดหย่อน 50% เพิ่มเติมอีก 5 ปีด้วย ได้แก่

1. คลัสเตอร์เกษตรแปรรูป ซึ่งจะแบ่งออกเป็น 5 พื้นที่ตามวัตถุประสงค์ ได้แก่ กลุ่มแปรรูปผักผลไม้ในภาคเหนือ กลุ่มปศุสัตว์ มันสำปะหลัง อ้อย ข้าวโพด ในภาคอีสาน กลุ่มอ้อย สับปะรด ยาง ในภาคกลางตอนล่าง

กลุ่มแปรรูปผลไม้และยาง ในภาคตะวันออก และกลุ่มปาล์มอาหารทะเลแปรรูป และยาง ในภาคใต้ ซึ่งจะมีการต่อยอดพัฒนาไปสู่สินค้าที่มีมูลค่าสูงเช่นอาหารทางการแพทย์ (Medical Food) การปรับปรุงพันธุ์พืชและสัตว์ การคัดคุณภาพบรรจุเก็บรักษาพืชผักผลไม้หรือดอกไม้ที่ใช้เทคโนโลยีขั้นสูง สินค้านวัตกรรมใหม่จากยางพาราแปรรูป ฯลฯ



ทิศทาง 6 คลัสเตอร์เป้าหมาย

คลัสเตอร์เป้าหมาย

ผลิตภัณฑ์เป้าหมาย

มาตรการสนับสนุน



ยานยนต์และชิ้นส่วน

- กิจกรรมผลิตเครื่องยนต์สำหรับรถ Hybrid, EV, PHEV

- จัดตั้งศูนย์ทดสอบ
- ขยายสถาบันพัฒนาบุคลากร
- ยกเว้นภาษีขาเข้ารถยนต์ต้นแบบ



เครื่องใช้ไฟฟ้า อิเล็กทรอนิกส์ คอมพิวเตอร์

- อุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ SSD

- จัดตั้งกองทุนส่งเสริมการออกแบบ
- แก้ไขกฎระเบียบที่เป็นอุปสรรค อาจจะมีการยกเว้นอากรขาเข้าเพื่อการวิจัยและพัฒนา



ปิโตรเคมี/เคมีภัณฑ์

- 15 กิจกรรม อาทิ Polyvinylidene Chloride (PVDC)
- ผลิตภัณฑ์กลุ่ม Super Absorbent Polymer บริษัท PTTGC ไทย, Pol-yamide

- กลุ่ม A1 มีโอไอเอกซ์ภาษีเงินได้ 8 ปี ลดหย่อนภาษี 5 ปี พิจารณาให้สิทธิประโยชน์ R&D โดยรวมการลงทุนเพื่อปรับปรุงกระบวนการเดิมเป็น 200-300%
- ปรับปรุงระบบโลจิสติกส์ เช่น เร่งการพัฒนาท่าเรือมาตาปุระระยะที่ 3
- แก้ไขกฎระเบียบด้านผังเมืองจังหวัดระยองที่กำหนดให้ตั้งโรงงานบนพื้นที่ 35,000 ไร่
- เงินอุดหนุนเบี้ยต่ำ 2% เป็นเวลา 8 ปี ครอบคลุมพลาสติกชีวภาพ/เคมีชีวภาพ การคอมพิวเตอร์ เป็นต้น



สิ่งทอและเครื่องนุ่งห่ม

- เส้นใยวัสดุการเกษตร (เส้นใยยาว/PLA/ Regenerated Fiber)
- เส้นใยประดิษฐ์
- ด้าย/ผ้า ประเภท Sporttech/Meditech/Mobiltech
- ผลิตภัณฑ์ที่ได้จากการวิจัยพัฒนาหรือออกแบบ/เสื้อผ้าแฟชั่น/สถาบันแฟชั่นระดับโลกร่วมลงทุนกับนักลงทุนไทย

- สิทธิประโยชน์การตั้ง และขยายโรงงานจากกรณีราชการและผังเมือง
- กรมโรงงานฯ มีโอไอ สนับสนุนเงินทุน หรือเงินอุดหนุนเบี้ยต่ำ เพิ่มสภาพคล่อง



เกษตรแปรรูป

- 11 ประเภทกิจการที่มีศักยภาพ ได้แก่ กิจการปรับปรุงพันธุ์พืชหรือสัตว์ กิจการผลิตสารสกัดจากวัตถุดิบธรรมชาติ กิจการอาหารทางการแพทย์ กิจการผลิตภัณฑ์จากยางธรรมชาติ กิจการเทคโนโลยีชีวภาพ เป็นต้น

- ให้สิทธิประโยชน์ด้านเทคโนโลยีและนวัตกรรม ได้แก่ สนับสนุนนักศึกษาให้ทำงานควบคู่กับการปฏิบัติงานในโรงงาน Tax 300% และอุปถัมภ์นวัตกรรม รวมถึง Start up Voucher ซึ่งร่วมกับทั้งกระทรวงวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ สถาบันอาหาร



ดีทีเอส

- พัฒนา High Speed Internet และปฏิรูป Digital Government





2. คลัสเตอร์สิ่งทอและเครื่องนุ่งห่ม ซึ่งจะเชื่อมโยงกับแหล่งผลิตในเมียนมาร์ฝั่งตะวันตก และแหล่งผลิตในกัมพูชาในฝั่งตะวันออก ส่วนกรุงเทพฯ จะเป็นศูนย์กลางด้านการออกแบบ และการค้า เป็นต้น

เ็นหน้า 9 คลัสเตอร์เป้าหมาย

เพื่อให้เป็นไปตามแผนในปี 2559 รัฐบาลจะเร่งเดินทางรถไฟชานชาลาเพื่อการลงทุนจากต่างประเทศ เจาะกลุ่มรายคลัสเตอร์ และประเทศเป้าหมายที่ล้วนเป็นเจ้าของเทคโนโลยีไฮเทค ได้แก่ สหรัฐอเมริกา ยุโรป ญี่ปุ่น จีน และเกาหลี เพื่อให้ทันกับการตัดสินใจของนักลงทุนที่มีเวลาเย็นขอรับส่งเสริมการลงทุนภายในวันที่ 30 ธันวาคม พ.ศ.2559

สำหรับกลไกการขับเคลื่อนนโยบายคลัสเตอร์ นอกจากจะมีคณะกรรมการนโยบายเขตพัฒนาเศรษฐกิจ (คณพ.) ที่มีนายกรัฐมนตรีเป็นประธานแล้ว ยังมีคณะทำงานร่วมรัฐ-เอกชน-ประชาชน (ประชารัฐ) ที่มีรัฐมนตรีว่าการกระทรวงอุตสาหกรรม เป็นหัวหน้าทีมภาครัฐด้านการพัฒนาคลัสเตอร์ ร่วมกับประเสริฐ บุญสัมพันธ์ หัวหน้าทีมภาคเอกชน

นอกจากนี้ กระทรวงอุตสาหกรรมยังได้แต่งตั้งคณะกรรมการเร่งรัดนโยบายเขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษในรูปแบบคลัสเตอร์ เพื่อขับเคลื่อนการดำเนินนโยบายให้เป็นไปตามเป้าหมายรัฐบาล โดยแต่งตั้งคณะอนุกรรมการ 9 ชุดเพื่อเร่งกำหนดแผนชักจูงการลงทุนที่ชัดเจน เช่น รายละเอียดผลิตภัณฑ์เป้าหมาย หรือ Product Champion นักลงทุนหรือประเทศเป้าหมาย พร้อมมาตรการสนับสนุน จำนวน 9 คลัสเตอร์

ได้แก่ 1. ยานยนต์และชิ้นส่วน 2. เครื่องใช้ไฟฟ้า อิเล็กทรอนิกส์ และอุปกรณ์โทรคมนาคม 3. ปิโตรเคมีและเคมีภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม 4. ดิจิทัล 5. เกษตรแปรรูป 6. สิ่งทอและเครื่องนุ่งห่ม 7. พุนยนต์ 8. อากาศยาน และ 9. การแพทย์ครบวงจร

อรรถภา กล่าวในท้ายที่สุดว่า จากการได้คุยกับนักลงทุนรายใหญ่ๆ ต่างรู้สึกพอใจกับมาตรการใหม่ที่จะออกมาอย่างไรก็ตาม ความมั่นใจของนักลงทุนต้องขึ้นกับการผลักดันปัจจัยสนับสนุนการลงทุนด้านอื่นๆ ด้วย โดยนอกเหนือจากสิทธิประโยชน์บีโอไอแล้ว รัฐบาลยังเร่งดำเนินการสนับสนุนอื่นๆ คู่ขนานกับการส่งเสริมการลงทุน

ไม่ว่าจะเป็น การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานโดยการท่าเรือแห่งประเทศไทยที่มีแผนงานการเพิ่มศักยภาพท่าเรือแหลมฉบัง และร่วมกับกองทัพเรือท่าเรือพัฒนาท่าอากาศยาน อุตะปะนาเป็นท่าอากาศยานเชิงพาณิชย์แห่งที่ 3 การจัดตั้งกองทุนเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน หรือ “กองทุนซูเปอร์ คลัสเตอร์” วงเงิน 1 หมื่นล้านบาท โดยกระทรวงการคลัง การพัฒนาศูนย์ทดสอบยานยนต์ ตลอดจนการแก้ปัญหาผังเมือง และกฎระเบียบเพื่ออำนวยความสะดวกนักลงทุน ฯลฯ

“จะเห็นได้ว่าทุกหน่วยงานที่เกี่ยวข้องพร้อมผนึกกำลังเดินทางไปประเทศไทยไปในทิศทางเดียวกัน เพราะวันนี้ ทางเลือกของไทยมีแต่จะต้องก้าวไปข้างหน้า ต้องยกระดับไปสู่อุตสาหกรรมใหม่ที่มีมูลค่าสูง เท่านั้นจึงจะแข่งขันได้ เพื่อนำพาประเทศก้าวข้ามจากกับดักรายได้ปานกลางได้ในที่สุด” รัฐมนตรีอรรถภา กล่าวสรุป



ปี 10 อุตสาหกรรม New Engine of Growth

หากประเทศไทยจะหลุดพ้นจากกับดักประเทศรายได้ปานกลาง
ไปสู่ประเทศที่พัฒนาแล้วได้สำเร็จ ภายในปี 2575
ประเทศไทยจำเป็นต้องมีการลงทุนร้อยละ 10 ต่อปีอย่างต่อเนื่อง

ควบคู่กับนโยบายคลัสเตอร์ กระทรวงอุตสาหกรรมยังได้กำหนดทิศทาง 10 อุตสาหกรรมเป้าหมายเพื่อเป็นกลไกขับเคลื่อนเศรษฐกิจอนาคต (New Engine of Growth) เพื่อเร่งรัดให้เกิดการลงทุนอุตสาหกรรมใหม่ โดยการต่อยอด 5 อุตสาหกรรมเดิม ซึ่งจะช่วยเพิ่มรายได้ของประชากรได้ประมาณร้อยละ 70 จากเป้าหมาย ส่วนอีกร้อยละ 30 จะมาจากการเติม 5 อุตสาหกรรมใหม่

ทั้งนี้ หากพิจารณาถึงการขยายตัวของการลงทุนในช่วงระหว่างปี 2549-2557 ที่ผ่านมา จะพบว่าประเทศไทยมีอัตราการขยายตัวของการลงทุนเฉลี่ยเหลือเพียงร้อยละ 2 ต่อปี ซึ่งการลงทุนที่มีอัตราการขยายตัวอยู่ในระดับต่ำเช่นนี้ ไม่เพียงพอที่จะขับเคลื่อนการขยายตัวจีดีพีของประเทศในระยะถัดไป

5 อุตสาหกรรมใหม่ New S-Curve



หุ่นยนต์เพื่อ
อุตสาหกรรม

หุ่นยนต์ที่ใช้ใน
อุตสาหกรรมการผลิต
ยานยนต์ กระบวนการ
ผลิตฉีดพลาสติก
และอุตสาหกรรม
อิเล็กทรอนิกส์
• หุ่นยนต์เชี่ยวชาญ
เฉพาะด้านดำเนินการ
แพทย์



อุตสาหกรรม
การบิน
และการบิน

กิจการสาธารณูปโภคและบริการ
เพื่อการขนส่ง
• ศูนย์รวมกิจการโลจิสติกส์กัน
สมัย
• การบริการซ่อมบำรุงอากาศยาน
(Maintenance, Repair and
Overhaul: MRO)
• อุตสาหกรรมผลิตชิ้นส่วน
อากาศยาน (OEM)
• ธุรกิจมูลค่าสูงที่ต้องการ
ความเร็วจากการขนส่งทางอากาศ
(Time-Sensitive-Products)
• สถาบันศึกษาและอบรมด้าน
การบิน



อุตสาหกรรม
การแพทย์
ครบวงจร

การแพทย์ทางไกลผ่าน ICT เพื่อ
ติดตาม บริหาร วินิจฉัย และรักษา
• ผลิตอุปกรณ์ทางการแพทย์
เพื่อการวินิจฉัยและติดตามพล
ระยะไกล (Remote health
monitoring devices)
• ยาประเภทชีววัตถุต้นแบบ
(Biologic) และชีววัตถุคล้ายคลึง
(Biosimilar)



เชื้อเพลิงชีวภาพ
และเคมีชีวภาพ

เชื้อเพลิงชีวภาพรุ่นที่ 2
• อุตสาหกรรม
เคมีชีวภาพครบ
วงจร โดยการพัฒนา
อุตสาหกรรมกลั่น
• ไบโอบาสติก
• เข้าสู่ Bioeconomy

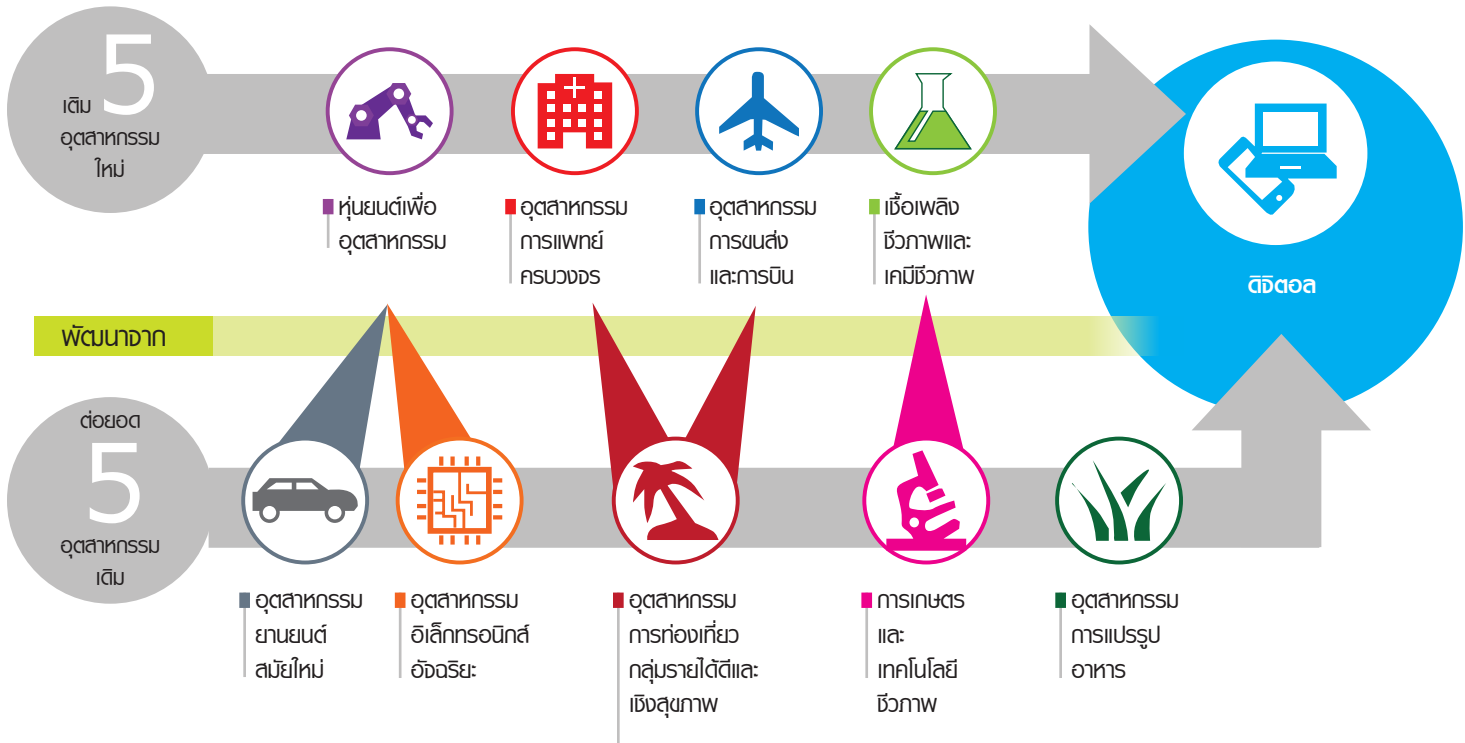


ดิจิทัล

Embedded Software,
Enterprise Software
และ Digital content
• E-commerce
(ขาย-ซื้อ-จ่าย-ส่ง)
• วิเคราะห์ข้อมูลของ
ผู้บริโภค (Consumer
insights Analytics
and Data Center)
• Cloud Computing
• Cyber security
• Internet of Things
• enables Smart City
• Creative media and
animation



การพัฒนาอุตสาหกรรมใหม่มีรากฐานจากการต่อยอดอุตสาหกรรมปัจจุบัน



ขณะเดียวกัน หากประเทศไทยจะหลุดพ้นจากกับดักประเทศรายได้ปานกลางไปสู่ประเทศที่พัฒนาแล้วได้สำเร็จ ภายในปี 2575 ประเทศไทยจำเป็นต้องมีการลงทุนร้อยละ 10 ต่อปีอย่างต่อเนื่อง

ด้วยการเล็งเห็นความสำคัญในเรื่องดังกล่าว กระทรวงอุตสาหกรรมจึงเร่งเดินหน้านโยบายที่สำคัญ ได้แก่ การต่อยอด 5 อุตสาหกรรมเดิมที่มีอยู่แล้วเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการใช้ปัจจัยการผลิต ซึ่งจะส่งผลต่อการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจในระยะสั้นและระยะกลาง หรือที่เรียกว่า **First S-Curve** ประกอบด้วย

1. อุตสาหกรรมยานยนต์สมัยใหม่ (Next-Generation Automotive)
2. อุตสาหกรรมอิเล็กทรอนิกส์อัจฉริยะ (Smart Electronics)
3. อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวกลุ่มรายได้ดีและการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ (Affluent, Medical and Wellness Tourism)
4. อุตสาหกรรมการเกษตรและเทคโนโลยีชีวภาพ (Agriculture and Biotechnology)

5. อุตสาหกรรมการแปรรูปอาหาร (Food for the Future)

ส่วนการเติบโตในระยะยาวจะมาจากการพัฒนากลุ่มอุตสาหกรรมอนาคตเพื่อยกระดับเศรษฐกิจไทยแบบก้าวกระโดด หรือที่เรียกว่า **New S-curve** ประกอบด้วย

1. อุตสาหกรรมหุ่นยนต์ (Robotics)
2. อุตสาหกรรมการบินและโลจิสติกส์ (Aviation and Logistics)
3. อุตสาหกรรมเชื้อเพลิงชีวภาพและเคมีชีวภาพ (Bio-fuels and Biochemicals)
4. อุตสาหกรรมดิจิทัล (Digital)
5. อุตสาหกรรมการแพทย์ครบวงจร (Medical Hub)

การมุ่งเน้น 10 อุตสาหกรรมเป้าหมายจะทำให้เกิดการลงทุนใหม่ในระบบเศรษฐกิจ พร้อมกับมีการจัดระบบการทำงานรูปแบบใหม่ระหว่างภาครัฐและภาคเอกชนให้กระชับมากขึ้น นำมาสู่ทิศทางของนโยบายการพัฒนาอุตสาหกรรมที่ชัดเจน พร้อมทั้งการเพิ่มขีดความสามารถแข่งขันของประเทศ



เจาะ 3 ยุทธศาสตร์ Productivity รับมือ Industry 4.0



ศิริรุจ จุลกะรัตน์

ยุทธศาสตร์การนำวิทยาศาสตร์
เทคโนโลยี และนวัตกรรม
จะมุ่งเป้าไปที่การเพิ่มประสิทธิภาพและ
ผลิตภาพอุตสาหกรรมให้พร้อม
ขับเคลื่อนไปสู่ยุค Industry 4.0

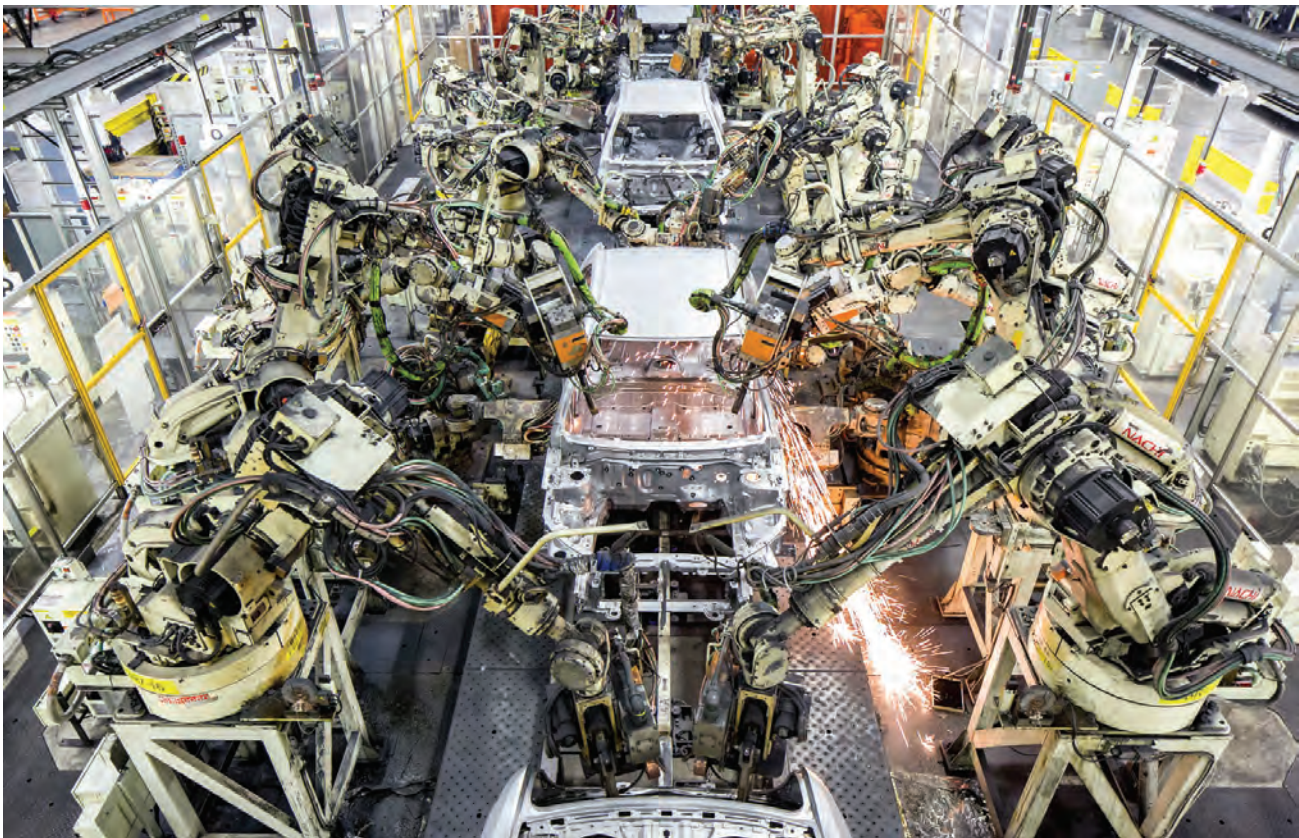
หมดยุคแล้วกับการพัฒนาอุตสาหกรรมโดยไม่มีการ
พัฒนาเทคโนโลยี ฟังหากการแข่งขันโดยอาศัยความได้
เปรียบทางภาษี ดันทุนต่ำ ค่าแรงถูก

คำตอบของการอยู่รอดท่ามกลางพลวัตรเศรษฐกิจโลก
ยุคใหม่ คือ การเร่งสร้าง “ความเข้มแข็งจากภายใน”
ของภาคอุตสาหกรรมไทยด้วยการเพิ่มความสามารถ
การแข่งขันที่แท้จริงด้านผลิตภาพ หรือ Productivity

ในปี 2558 ที่ผ่านมา ประเทศไทยได้รับการจัดอันดับ
ความสามารถในการแข่งขันจาก IMD World
Competitiveness Center ในกลุ่มประเทศที่มี
ผลิตภาพภาคอุตสาหกรรมระดับต่ำ รั้งอยู่ในอันดับ
ที่ 51 จาก 61 ประเทศทั่วโลก

จึงนับเป็นความท้าทายอย่างยิ่งของการขับเคลื่อนแผน
แม่บทการเพิ่มประสิทธิภาพและผลิตภาพของภาค
อุตสาหกรรมฉบับใหม่ปี 2559-2564 โดย **ศิริรุจ จุลกะรัตน์**
ผู้อำนวยการสำนักงานเศรษฐกิจอุตสาหกรรม





ที่มา : <http://www.grandprix.co.th>

สำนักงานเศรษฐกิจอุตสาหกรรม (สศอ.) ในฐานะหน่วยงาน “เสนาธิการ” ที่รับภารกิจสำคัญในการขับเคลื่อนขีดความสามารถการแข่งขันอุตสาหกรรมไทย ฉายให้เห็นภาพยุทธศาสตร์การดำเนินงานเพื่อยกระดับ Productivity 3 ด้านที่สำคัญได้แก่ 1. ยกระดับเทคโนโลยีและนวัตกรรม 2. ยกระดับทักษะฝีมือแรงงาน และ 3. พัฒนาปัจจัยแวดล้อมให้เอื้ออำนวย และลดขั้นตอนในการทำธุรกิจของผู้ประกอบการ โดยทิศทางของการขับเคลื่อนแต่ละยุทธศาสตร์มีดังต่อไปนี้

ยุทธศาสตร์ที่ 1 ยกระดับผลิตภาพภาคอุตสาหกรรมโดยใช้เทคโนโลยี นวัตกรรมและระบบบริหารจัดการ

ศิริจุจ กล่าวว่ การพัฒนาอุตสาหกรรมไทยโดยนำนวัตกรรมด้านวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีมาใช้เพิ่มขีดความสามารถการแข่งขันเป็นนโยบายสำคัญที่รัฐบาลเร่งเดินหน้าผลักดัน นำมาสู่การแต่งตั้งคณะทำงานชั้นนำยุทธศาสตร์ ขับเคลื่อนการเพิ่มผลิตภาพ นวัตกรรม และมาตรฐานภาคอุตสาหกรรม (สปริงบอร์ด)

“ตัวอย่างเช่นกลุ่มอุตสาหกรรมแปรรูปเกษตรที่สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง มีผลการศึกษาและวิจัยเกี่ยวกับการแปรรูปสินค้าเกษตรเป็นผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ หลายโครงการ ซึ่งยังไม่สามารถถ่ายทอดสู่ผู้ประกอบการได้ จุดนี้จะต้องให้สถาบันอาหารเข้ามา มีบทบาทเชื่อมโยงให้ผู้ประกอบการเข้าถึงแหล่งข้อมูลด้านนวัตกรรมที่รวบรวมไว้ในลักษณะของ Big Data เพื่อนำเทคโนโลยีใหม่ๆ ไปต่อยอดในเชิงพาณิชย์มากขึ้น”

ยุทธศาสตร์การนำวิทยาศาสตร์ เทคโนโลยี และนวัตกรรม จะมุ่งเป้าไปที่การเพิ่มประสิทธิภาพและผลิตภาพอุตสาหกรรมให้พร้อมขับเคลื่อนไปสู่ยุค Industry 4.0 ซึ่งเป็นทิศทางการพัฒนาอุตสาหกรรมทั่วโลก รวมถึงการนำเทคโนโลยีอัตโนมัติและหุ่นยนต์มาใช้เพิ่มผลิตภาพการผลิต การยกระดับมาตรฐานระบบการจัดการ การพัฒนาผลิตภาพด้วย Green Productivity และการเพิ่มผลิตภาพอุตสาหกรรมรายสาขา

ยุทธศาสตร์ที่ 2 ยกระดับผลิตภาพแรงงานให้มีทักษะสามารถตอบสนองต่อการเปลี่ยนแปลงของภาคอุตสาหกรรม

ศิริจุจ อธิบายให้เห็นภาพต่อว่ เมื่อเทคโนโลยีเข้ามา มีบทบาทมากขึ้น สิ่งที่ต้องยกระดับตามมา คือ การพัฒนา



แรงงานในภาคอุตสาหกรรมยุคใหม่ให้มีทักษะรอบด้าน **มีความชำนาญมากกว่าหนึ่งทักษะ หรือ Multi-Functional Skill** เพื่อตอบสนองต่อการเปลี่ยนแปลงภาคอุตสาหกรรม

โดยล่าสุด กระทรวงอุตสาหกรรม ได้ลงนามร่วมกับกระทรวง ศึกษาธิการ กระทรวงแรงงาน และหน่วยงาน เพื่อร่วมกัน ขับเคลื่อนโครงการ “สานพลังประชารัฐ ยกระดับคุณภาพ วิชาชีพอาชีวศึกษา” ซึ่งจะส่งผลให้เกิดการส่งเสริมอาชีวศึกษา ของไทยให้ตรงกับความต้องการของภาคอุตสาหกรรม รวมถึงรองรับการเติบโตของสาขาอุตสาหกรรมเป้าหมาย (New S-Curve Industries) เช่น อุตสาหกรรมการบิน โสจิสติกส์ แปรรูปอาหาร ดิจิทัล รวมถึงการท่องเที่ยวเชิงคุณภาพ

ยุทธศาสตร์ที่ 3 การพัฒนาปัจจัยแวดล้อมเพื่อสนับสนุน และผลักดันการเพิ่มผลิตภาพ

การเดินหน้าลดอุปสรรค และอำนวยความสะดวกให้กับ ภาคธุรกิจเพื่อเพิ่มขีดความสามารถแข่งขันเป็นอีกหนึ่ง นโยบายที่ภาครัฐเร่งผลักดัน ไม่ว่าจะเป็นการกำหนด แนวทางเพื่อลดขั้นตอนการพิจารณาอนุมัติต่างๆ ของ ส่วนราชการให้ใช้ระยะเวลาสั้นลง และเป็นภาระกับ ผู้ประกอบการน้อยที่สุด เช่น การขอใบอนุญาตประกอบการ และการติดต่อกับหน่วยงานราชการต่างๆ ที่ต้องผ่านหลาย หน่วยงาน

คาดการณ์ทิศทางการลดจนการเปลี่ยนแปลงของภาค อุตสาหกรรมในอนาคต

ขณะที่ทิศทางการดำเนินงานต่อไป ในส่วนสถาบัน เครือข่ายภายใต้สังกัดกระทรวงอุตสาหกรรม ไม่ว่าจะเป็น สถาบันเพิ่มผลผลิตแห่งชาติ สถาบันไทย- เยอรมัน สถาบันรับรองมาตรฐาน ISO ซึ่งถือเป็น สถาบันทำงานสนับสนุนหน่วยงานที่แฝงอยู่ในการผลิต ต่างๆ จะต้องทำงานเชื่อมโยงร่วมกับสถาบันแนวตั้งที่ สนับสนุนอุตสาหกรรมรายสาขา เช่น สถาบันยานยนต์ สถาบันสิ่งทอ สถาบัน เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพแรงงาน เพิ่มมาตรฐานผลิตภัณฑ์ การนำเทคโนโลยีใหม่ๆ มา ใช้มากขึ้น

เตรียมพร้อมไทยก้าวสู่ Industry 4.0

ในยุคต่อไปจากนี้ทิศทางการพัฒนาอุตสาหกรรมทั่วโลก กำลังขับเคลื่อนไปสู่ Smart Factory หรือ Industry 4.0 ซึ่งจะพัฒนาจากอุตสาหกรรมการผลิตเดิมเป็น การบูรณาการของเทคโนโลยีสารสนเทศและเทคโนโลยี การผลิตโดยใช้ระบบการจัดการที่ทันสมัย การเพิ่ม ประสิทธิภาพการผลิตและคุณภาพสินค้า รวมทั้งใช้ ระบบอัตโนมัติเข้ามาช่วยในกระบวนการการผลิต

ผู้ประกอบการยังมีข้อจำกัดในการลงทุนใหม่เพื่อก้าวไปสู่เทคโนโลยี Industry 4.0 เพราะต้องรักษาระดับการผลิตให้คงที่ ขณะที่ การเปลี่ยนจากการใช้แรงงานคนไปเป็นเครื่องจักรต้องใช้เงินลงทุนที่สูง จึงไม่ใช่เรื่องที่จะสามารถเปลี่ยนแปลงได้ทันที

แนวทางหนึ่งเพื่ออำนวยความสะดวกมากขึ้น คือ การจัดตั้ง ศูนย์ให้บริการแบบเบ็ดเสร็จ ณ จุดเดียว (One Stop Service) เพื่อแก้ปัญหาความซ้ำซ้อน และลดขั้นตอนใน การทำธุรกิจ โดยจะช่วยลดระยะเวลา ลดการใช้ดุลยพินิจ และขั้นตอนในการต้องไปติดต่อกับหน่วยราชการหลายแห่ง

นอกจากนี้ เพื่อรับมือกับสถานการณ์เศรษฐกิจโลกที่ เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว กระทรวงอุตสาหกรรมยังมองเห็น ความสำคัญของการเพิ่มบทบาทของสถาบันเพิ่มผลผลิตแห่งชาติ ซึ่งเป็นสถาบันเครือข่ายของกระทรวงอุตสาหกรรมในการ จัดตั้งหน่วยงาน Center of Excellence for Foresight ซึ่งทำหน้าที่มองไปข้างหน้า นำข้อมูลต่างๆ มาวิเคราะห์

แนวทางการพัฒนาอุตสาหกรรมไทยสู่ Industry 4.0 จึงอีกหนึ่งนโยบายสำคัญที่บรรจุอยู่ในแผนแม่บทการ เพิ่มประสิทธิภาพและผลิตภาพของภาคอุตสาหกรรม ฉบับใหม่ ปี 2559-2564

ทั้งนี้ Industry 4.0 เป็นกระบวนการที่ระบบอัตโนมัติ กับอัตโนมัติสามารถเชื่อมโยงกันได้ เช่น จะผลิตแก้ว ก็ต้องออกแบบด้วยโปรแกรมคอมพิวเตอร์หรือดิจิทัล และต้องสามารถเชื่อมโยงไปยังเครื่องจักรให้สามารถผลิต เม็ดพลาสติกได้ตรงคุณสมบัติที่ต้องการ ก่อนเชื่อม ไปยังเครื่องจักรผลิตแก้วพลาสติกออกมา เครื่อง ออกแบบและผลิตทั้งระบบต้องเชื่อมโยงกันได้โดย



ผ่านระบบอินเทอร์เน็ตความเร็วสูง ดิจิทัลและระบบต่างๆ รวมกัน

“ในสภาวะเศรษฐกิจที่ยังไม่สามารถขยายตัวได้มากนัก ทำให้ผู้ประกอบการยังมีข้อจำกัดในการลงทุนใหม่ เพื่อก้าวไปสู่เทคโนโลยี Industry 4.0 เพราะต้องรักษาระดับการผลิตให้คงที่ ขณะที่การเปลี่ยนจากการใช้แรงงานคนไปเป็นเครื่องจักรต้องใช้เงินลงทุนที่สูง จึงไม่ใช่เรื่องที่จะสามารถเปลี่ยนแปลงได้ทันที

อย่างไรก็ตาม จากแนวโน้มพัฒนาอุตสาหกรรมทั่วโลกที่มุ่งไปสู่ยุค Industry 4.0 ทำให้ประเทศไทยเองก็จำเป็นต้องเตรียมปรับตัวเพื่อรับมือ เพราะหากอุตสาหกรรมไม่สามารถก้าวตามทันทิศทางการเกิดขึ้นได้แล้ว ก็จะไม่สามารถแข่งขันกับประเทศอื่นได้”



เทคโนโลยีการพิมพ์ 3D สามารถขึ้นรูปชิ้นงานเสมือนจริง ช่วยลดการสูญเสียทางธุรกิจ (ที่มา : <http://phys.org/news/2013-04-3d-herald-industrial-revolution.html>)

9 แนวโน้มเทคโนโลยีใหม่สู่ยุค Industry 4.0



1 หุ่นยนต์อัตโนมัติ (Autonomous Robots) จะเข้ามามีบทบาทเป็นผู้ช่วยในการผลิตของภาคอุตสาหกรรมต่างๆ มากขึ้น ตัวอย่างเช่น หุ่นยนต์ Umi ของบริษัท ABB ซึ่งถูกออกแบบมาให้เป็นผู้ประกอบชิ้นอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ โดยนั่งทำงานเคียงข้างพนักงานที่เป็นมนุษย์

2 การสร้างแบบจำลอง (Simulation) เช่น การพิมพ์แบบ 3D เสมือนจริง เพื่อลดโอกาสในการสูญเสียทางธุรกิจ

3 การบูรณาการระบบต่างๆ เข้าด้วยกัน (System Integration) เพื่อให้เกิดการเกื้อหนุนการทำงานและสนับสนุนซึ่งกันและกันแบบเป็นองค์รวม

4 การเชื่อมต่ออินเทอร์เน็ตของสิ่งของ (Internet Of Things) ที่ทำให้เป็นอุปกรณ์อัจฉริยะในภาคการผลิตหรือ Smart Factory ที่ระบบการบริหารจัดการแต่ละระบบจะเชื่อมต่อด้วยดิจิทัลเทคโนโลยี สามารถโต้ตอบกับผู้ปฏิบัติงาน ซัพพลายเออร์ และลูกค้าได้ตลอดเวลา

5 การรักษาความปลอดภัยของข้อมูล (Cyber Security) ในโลกไซเบอร์ เพื่อความปลอดภัยของข้อมูลที่มีความสำคัญต่อขีดความสามารถในการแข่งขัน

6 การประมวลและเก็บข้อมูลผ่านระบบออนไลน์ (Cloud Computing)

7 การขึ้นรูปชิ้นงานด้วยเนื้อวัสดุ (Additive Manufacturing) เช่น การขึ้นรูปชิ้นงานในเครื่องพิมพ์ 3 มิติ

8 เทคโนโลยี Augmented Reality (AR) ที่ผสานเอาโลกแห่งความเป็นจริงเข้ากับโลกเสมือนโดยผ่านอุปกรณ์ต่างๆ เช่น ทีวี 3 มิติ เครื่องเล่นเกม

9 ข้อมูลขนาดใหญ่ (Big data) คือชุดข้อมูลที่มีขนาดใหญ่และซับซ้อน มีทั้งการบันทึกและจัดเก็บ การค้นหา การแบ่งปัน และการวิเคราะห์ข้อมูล โดยในโลกยุคใหม่ ความได้เปรียบในการแข่งขันจะเกิดจากความสามารถในการวิเคราะห์และสังเคราะห์ข้อมูลที่มีอยู่ปริมาณมหาศาลให้เป็นประโยชน์ต่ออุตสาหกรรมทั้งในปัจจุบันและอนาคต





โรดแมพ DIP

ตอบทุกโจทย์..ช่วย SMEs

ปีนี้เรามีนโยบายพาผู้ประกอบการออกไปทดลองตลาดต่างประเทศมากขึ้น รวมทั้งหาแนวทางสนับสนุนต่างๆ เช่น การรวมกลุ่มเป็นโหนดตั้งเพื่อเจรจาต่อรองขยายตลาดกับคู่ค้าต่างประเทศ โดยกลุ่มที่มีศักยภาพสูง คือ สินค้าแฟชั่นที่เน้นไลฟ์สไตล์



“สร้างสรรค์ ส่งเสริม ช่อมแซม” เป็น 3 ยุทธศาสตร์สำคัญที่กรมส่งเสริมอุตสาหกรรมพร้อมเดินทาง Roadmap ตอบโจทย์ช่วยเหลือผู้ประกอบการเอสเอ็มอีแบบ 360 องศา

ดร.สมชาย หาญหิรัญ อธิบดีกรมส่งเสริมอุตสาหกรรม เล่าถึงทิศทางการขับเคลื่อนนโยบายเอสเอ็มอีในปี 2559 ว่า กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม (กสอ.) ยังคงเดินทางช่วยเหลือสนับสนุนผู้ประกอบการอย่างครอบคลุมทุกความต้องการ และทุกกลุ่ม ซึ่งแบ่งออกเป็น 5 สถานะตามการประกอบธุรกิจ ผ่านยุทธศาสตร์สร้างสรรค์ ส่งเสริม ช่อมแซม

กลุ่มแรก Pre-Start-Up เตรียมความพร้อมก่อนเริ่มประกอบธุรกิจ โดย กสอ. จะเข้าไปให้ความรู้พื้นฐาน ตั้งแต่ยังไม่เริ่มกิจการ เช่น โครงการเพาะต้นกล้าอุตสาหกรรม ที่เข้าไปให้ความรู้แก่นักศึกษาวิทยาลัย เพื่อก้าวสู่การเป็นผู้ประกอบการยุคใหม่ที่ก้าวทันโลกเทคโนโลยีและนวัตกรรม รวมถึงโครงการเสริมสร้างผู้ประกอบการใหม่ (NEC) โครงการสร้างธุรกิจใหม่ (New Business Creation: NBC) โดยตั้งเป้าสร้างผู้ประกอบการรายใหม่ในปี 2559 ให้ได้ไม่น้อยกว่า 2,000 ราย



กลุ่มที่ 2 กลุ่มผู้ประกอบการใหม่ที่เพิ่งเริ่มต้นธุรกิจ (Start-Up) กสอ.จะเข้าไปต่อยอดเสริมความรู้ความเข้าใจในการเป็นผู้ประกอบการมืออาชีพ เช่น กลุ่มโอท็อปที่ยังขาดความรู้เรื่องบัญชี การบริหารจัดการ การจัดทำแผนธุรกิจ การตลาด เป็นต้น นอกจากนี้ยังจับมือกับสำนักงานพัฒนาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งชาติ (สวทช.) สนับสนุนผู้ประกอบการสตาร์ทอัพด้านเทคโนโลยีและนวัตกรรม รวมทั้งเชื่อมโยงผู้ประกอบการใหม่เข้าถึงแหล่งเงินทุน เช่น กองทุนร่วมลงทุน (Venture Capital Fund) ต่างๆ

กลุ่มที่ 3 กลุ่มผู้ประกอบการเดิมที่ทำธุรกิจอยู่แล้ว (Regular SMEs) กสอ.จะเข้าไปเสริมความแข็งแกร่งให้เป็น Strong SMEs มีความสามารถในการแข่งขันมากขึ้น ทั้งในแง่ของการเพิ่มประสิทธิภาพในกระบวนการผลิต



สมชาย ชาญหิรัญ
อธิบดีกรมส่งเสริมอุตสาหกรรม

เราพยายามสร้างเน็ตเวิร์คให้เกิดการรวมตัวของเอสเอ็มอีเป็นคลัสเตอร์กลุ่มเล็กๆ เพื่อหาแนวทางให้เอสเอ็มอีรวมกันเพื่อยกระดับเป็นส่วนหนึ่งของซัพพลายเชนซูเปอร์คลัสเตอร์ใหญ่

การลดต้นทุน การพัฒนาผลิตภัณฑ์ ตลอดจนยกระดับอุตสาหกรรมด้วยนวัตกรรม ซึ่งโครงการที่หลากหลายกว่า 70 โครงการ อาทิ โครงการพัฒนาผู้ประกอบการธุรกิจอุตสาหกรรม (คพอ.) โครงการพัฒนาอุตสาหกรรมการผลิตเพื่อยกระดับขีดความสามารถการแข่งขัน (MDICP) โครงการพัฒนาศักยภาพเอสเอ็มอีด้วยระบบดิจิทัล เป็นต้น

“กลุ่มนี้เราจะเน้นเข้าไปช่วยเหลือปรับปรุง 3 ด้านใหญ่ เรื่องแรก คือ Productivity ถ่ายทอดความรู้เรื่องการบริหารจัดการ บัญชี การลดต้นทุนการผลิต เรื่องที่สอง การสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับสินค้า ด้วยการออกแบบดีไซน์และแพคเกจจิ้ง และสุดท้าย ถ่ายทอดความรู้ด้านการตลาดและการสร้างเครือข่ายธุรกิจ” อธิบดีสมชาย กล่าว

กลุ่มที่ 4 เอสเอ็มอีที่มีความพร้อมออกสู่ตลาดต่างประเทศ (International) ให้ความสำคัญกับการช่วยเหลือผู้ประกอบการที่มีศักยภาพก้าวออกไปสู่ตลาดต่างประเทศมากขึ้นภายใต้แนวคิด “Shining to the World” ชูจุดขายสินค้า Made in Thailand ให้เป็นที่รู้จัก

“ปีนี้เรามีนโยบายพาผู้ประกอบการออกไปทดลองตลาดต่างประเทศมากขึ้น รวมทั้งหาแนวทางสนับสนุนต่างๆ เช่น การรวมกลุ่มเป็นโฮลดิ้งเพื่อเจรจาต่อรองขยาดตลาดกับคู่ค้าต่างประเทศ โดยกลุ่มที่มีศักยภาพสูง คือ สินค้าแฟชั่นที่เน้นไลฟ์สไตล์ เช่น เสื้อผ้าเครื่องแต่งกาย เครื่องประดับของแต่งบ้าน ฯลฯ”

กลุ่มที่ 5 ฟันฟูผู้ประกอบการที่ประสบปัญหา (Turn-around) กสอ.จะส่งผู้เชี่ยวชาญเข้าไปให้คำปรึกษาแก่ผู้ประกอบการอย่างใกล้ชิดเพื่อให้ทราบจุดอ่อนและแก้ปัญหาได้อย่างตรงจุด เช่น ปัญหาด้านการบริหารต้นทุน ปัญหาด้านการตลาด ฯลฯ ภายใต้โครงการปรับแผนธุรกิจและเพิ่มขีดความสามารถเอสเอ็มอี (โครงการ Turn-around SMEs) โครงการบริการเงินสมทบจ้างที่ปรึกษาเพื่อปรับปรุงการผลิต การตลาด การจัดการ และการบริการ รวมถึงเชื่อมโยงความช่วยเหลือกับหน่วยงานเครือข่าย อาทิ สวทช. SME Bank และสถาบันการเงินอื่นๆ

บีบเอสเอ็มอีเชื่อมโยงนโยบายคลัสเตอร์

อธิบดีสมชาย กล่าวว่า นอกจากความช่วยเหลือใน 5 กลุ่มตามสถานะธุรกิจแล้ว กสอ.ยังเดินหน้าผลักดัน คลัสเตอร์



อุตสาหกรรมสนับสนุนเพื่อสอดคล้องกับนโยบายคลัสเตอร์ของรัฐบาลที่มุ่งเน้น 6 ชูเปอร์คลัสเตอร์แห่งอนาคต ได้แก่ 1. ยานยนต์และชิ้นส่วน 2. เครื่องใช้ไฟฟ้า อิเล็กทรอนิกส์ และอุปกรณ์โทรคมนาคม 3. ปิโตรเคมีและเคมีภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม 4. ดิจิทัล 5. นวัตกรรมด้านอาหาร และ 6. เครื่องมือและอุปกรณ์ทางการแพทย์ (Medical Hub) โดยจะนำร่องพัฒนา 2 คลัสเตอร์สำคัญแบบครบวงจร คือ คลัสเตอร์ยานยนต์และชิ้นส่วน และคลัสเตอร์เครื่องมือทางการแพทย์และสุขภาพ ภายใต้โครงการหลัก อาทิ โครงการส่งเสริมและพัฒนาอุตสาหกรรมเทคโนโลยีแห่งอนาคต โครงการพัฒนาการรวมกลุ่มและเชื่อมโยงอุตสาหกรรมชิ้นส่วนยานยนต์



ที่มา : EPA/Franck Robichon

“เราพยายามสร้างเน็ตเวิร์คให้เกิดการรวมตัวของเอสเอ็มอีเป็นคลัสเตอร์กลุ่มเล็กๆ เพื่อหาแนวทางว่าเอสเอ็มอีจะรวมกันเพื่อยกระดับเป็นส่วนหนึ่งของซัพพลายเชนชูเปอร์คลัสเตอร์ใหญ่ได้อย่างไรบ้าง รวมทั้งเชื่อมโยงคลัสเตอร์เดิมของเอสเอ็มอีที่มีอยู่แล้วกับสถาบันการศึกษา เช่น มหาวิทยาลัยเกษตรเข้ามาช่วยพัฒนาเกษตรแปรรูป เป็นต้น”

อธิบดีสมชาย กล่าวต่อว่า อีกหนึ่งโครงการใหม่ที่มีแนวคิดจะผลักดันในปีนี้เป็น การปรับเปลี่ยนรูปแบบการพัฒนาฝึกอบรมผู้ประกอบการในรูปแบบอีเลิร์นนิ่งเพื่อให้ขยายการเข้าถึงกลุ่มผู้ประกอบการได้มากขึ้น รวมถึงมีแนวคิดที่จะจัดทำแอปพลิเคชัน เช่น โปรแกรมบัญชีบนสมาร์ตโฟนอำนวยความสะดวกให้กับผู้ประกอบการ

ปั้น Intelligent SMEs ด้วย 4i



ในยุคที่การแข่งขันรุนแรงขึ้นและตลาดเป็นของลูกค้า อธิบดีสมชาย บอกว่า ผู้ประกอบการที่จะอยู่รอดได้จำเป็นต้องมีคุณสมบัติ Intelligent SMEs หรือ iSMEs โดยกลยุทธ์ 4 i (intelligent) ที่กสอ.จะเร่งพัฒนาผู้ประกอบการในปีนี้ได้แก่

1. iProduct การสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ให้สอดคล้องกับความต้องการของตลาดผ่านการศึกษาพฤติกรรมความสนใจของผู้บริโภค โดยจะมุ่งให้ความรู้แก่ผู้ประกอบการในเรื่องของการพัฒนาผลิตภัณฑ์ ออกแบบดีไซน์ แพคเกจจิ้ง ให้โดนใจลูกค้า

2. iProcess สร้างความสามารถในการวางแผนและบริหารจัดการกระบวนการผลิตได้อย่างชาญฉลาด สามารถลดต้นทุนในทุกด้าน เช่น วัตถุดิบ เวลา ทรัพยากรและบุคคล รวมถึงการเลือกใช้เครื่องจักรให้เกิดประโยชน์สูงสุด

3. iNetwork ผลัดในการสร้างเครือข่ายธุรกิจ ด้วยการรวมกลุ่มและสร้างความเชื่อมโยงตั้งแต่ต้นน้ำถึงปลายน้ำ ไปจนถึงลูกค้า ผ่านการทำ Business Matching เช่น การคัดเลือกเอสเอ็มอีที่มีศักยภาพ 200 รายจับคู่ทำธุรกิจออนไลน์ภายใต้เว็บไซต์ J-GoodTech โดยความร่วมมือกับองค์การเพื่อวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมและนวัตกรรมภูมิภาคแห่งประเทศไทย (SMRJ)

4. iEntrepreneurs เป็นผู้ประกอบการที่ชาญฉลาด ปรับตัวได้ตามเทรนด์ตลาดและความต้องการของลูกค้าที่เปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็ว ตัวอย่างเช่น แมคโดนัลด์ที่มีการปรับตัวให้ลูกค้าสามารถเลือกออกแบบแฮมเบอร์เกอร์ได้ด้วยตัวเอง

ทั้งหมดนี้ คือ ภาพการดำเนินงานสำคัญๆ ที่ กสอ. จะขับเคลื่อนในปี เพื่อเสริมสร้างความเข้มแข็งปลุกพลังยักษ์เล็กเอสเอ็มอีเป็นพลังสำคัญในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจไทย โดยตั้งเป้าว่าจะสามารถพัฒนาเอสเอ็มอีได้ 2,435 กิจการ วิสาหกิจชุมชน 2,820 ราย ผู้ประกอบการและบุคลากรได้รับการพัฒนารวมจำนวน 14,845 คน



CORPORATE MOVES

ศรีไทยฯ

ติดล้อธุรกิจ หมุนตามโลก



“ศรีไทยฯ ก่อตั้งธุรกิจมา 52 ปี
มีมาร์เก็ตแชร์ 80%
เป็นสินค้าคู่บ้านคนไทยมายาวนาน
แต่ก็ยังขายซูเปอร์แวร์ในแบบเดิมๆ
สินค้าเราจะขายในสายตาคนรุ่นใหม่



เมื่อโลกไม่ใช่ใบเดิมอีกต่อไป ธุรกิจก็ต้องหมุนตามให้ทัน
ลมเปลี่ยนทิศ เช่นเดียวกับ “ศรีไทย ซูเปอร์แวร์” ที่ไม่เคย
ไม่หยุดนิ่งในการใช้นวัตกรรมก้าวนำการแข่งขัน

“ถ้าไม่มีนวัตกรรม ศรีไทยฯอยู่ไม่ได้” **สนั่น อังอุบลกุล**
ประธานกรรมการ บริษัท ศรีไทย ซูเปอร์แวร์ จำกัด
(มหาชน) เล่าถึงวิสัยทัศน์ที่ทำให้ศรีไทยฯ เป็นองค์กรที่
ให้ความสำคัญกับการเปลี่ยนแปลงและมีนวัตกรรมใหม่ๆ ใน
การทำธุรกิจ เพราะการทำธุรกิจยุคนี้จะเติบโตเฉพาะแต่การ
เป็น Supply Chain อย่างเดียวไม่ได้ แต่ต้องสร้างมูลค่า
เพิ่มหรือ Value Chain ใหม่ๆ ให้กับธุรกิจด้วย

การทำธุรกิจอย่างมีนวัตกรรมของศรีไทยฯ ไม่ได้มีแต่เพียง
การพัฒนาสินค้าใหม่ แต่ยังครอบคลุมไปถึงนวัตกรรม
การทำตลาดใหม่ เพื่อรองรับกับพฤติกรรมผู้บริโภคที่
เปลี่ยนแปลงไป ซึ่งสนั่นอธิบายว่า ทั้ง 2 อย่างนี้คือการ
ขับเคลื่อนนวัตกรรมที่ผสานทั้ง **Demand Pull** และ
Technology Push



สนั่น อังอุบลกุล

“เราเอาความต้องการของลูกค้าเป็นแรงผลักดัน ถ้าลูกค้าต้องการอะไร เราต้องทำให้ได้ ขณะเดียวกันก็ใช้เทคโนโลยีเป็นตัวนำให้เกิดนวัตกรรมที่ยังไม่เคยมีใครทำมาก่อนในตลาด”

ล่าสุด ความเคลื่อนไหวทางธุรกิจครั้งใหม่ของศรีไทยฯ คือ การแจ้งเกิดสินค้าไลฟ์สไตล์พรีเมียมแบรนด์ใหม่ **“THE POTTERS”** (เดอะพอตเตอร์ส) ที่รูปลักษณ์ไม่โลกว่าเดิมเจาะกลุ่ม Niche Market ที่เน้นทำตลาดแบบ Emotional Marketing ด้วยการสร้างเรื่องราวผ่าน “คาแรคเตอร์” ตัวละครและดีไซน์บนเครื่องครัวเมลามีน ของแต่งบ้าน ของใช้ของสาว ๆ เช่น กระเป๋ ผ้ากันเปื้อน ฯลฯ

นวัตกรรม Demand Pull ของศรีไทยฯ เป็นการปรับตัวเพื่อตอบโจทย์ลูกค้าเจนเนอเรชั่น ME หนุ่มสาวที่เพิ่งเข้าสู่วัยทำงาน เป็นกลุ่มที่มีกำลังซื้อ และเป็นลูกค้าในอนาคต

การพัฒนานวัตกรรมสินค้าแบบ Demand Pull คือ กลยุทธ์ในการพัฒนาสินค้าใหม่ที่ตอบโจทย์ตามความต้องการลูกค้าทั้งตลาดบนและล่าง เพื่อไม่ให้ตกขบวนธุรกิจในอนาคต

นั่น บอกว่า การพัฒนานวัตกรรมสินค้าแบบ Demand Pull คือ กลยุทธ์ในการพัฒนาสินค้าใหม่ที่ตอบโจทย์ตามความต้องการลูกค้าทั้งตลาดบนและล่าง เพื่อไม่ให้ตกขบวนธุรกิจในอนาคตโดยลูกค้าในตลาดบนที่เป็น Niche Market จะใช้สินค้าขายดีดีไซน์ภายใต้แบรนด์ใหม่ **“THE POTTERS”**



ควบคู่กับการรุกสู่ตลาดล่าง Lower Market โดยใช้ นวัตกรรมพัฒนาสินค้าเมลามีนราคาถูก รองรับลูกค้ากลุ่มประเทศ CLMV เช่น กัมพูชา พม่า ฯลฯ ประเทศเกิดใหม่ที่มีตลาดขนาดมหึมา

“ศรีไทยฯ ก่อตั้งธุรกิจมา 52 ปี มีมาร์เก็ตแชร์ 80% เป็นสินค้าคู่บ้านคนไทยมาช้านาน แต่ถ้าย้ายขายซูเปอร์แวร์ในแบบเดิมๆ สินค้าเราจะขายในสายตาคนรุ่นใหม่ จึงต้องสร้างสินค้าใหม่ที่มีไลฟ์สไตล์ และการเล่าเรื่องราวที่สอดคล้องกับไลฟ์สไตล์ลูกค้าเจนเนอเรชั่น ME ที่สินค้าต้องบ่งบอกความเป็นตัวตน”

นี่คือทิศทางที่ศรีไทยฯต้องปรับตัวภายใต้คอนเซ็ปต์ **“Melamine is Forever”** เพื่อไม่ให้ซูเปอร์แวร์กลายเป็นสินค้าหมดอายุ

โดยเฉพาะเมื่อโครงสร้างประชากรของไทยกำลังเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุ (Aging Society) ทิศทางนี้เป็นสัญญาณที่บ่งบอกว่า ตลาดซูเปอร์แวร์ที่เคยรุ่งเรืองในเมืองไทยอาจจะไม่ใช่จุดหมายใหญ่ของศรีไทยฯ อีกต่อไปในอนาคต

การเบนเข็มสู่ประเทศเกิดใหม่จึงเป็นยุทธศาสตร์เพื่อไม่ให้วงจรธุรกิจกลายเป็นขาลง รวมไปถึงการรุกสู่ตลาดเซกเมนต์ใหม่ ขยับไปเจาะตลาดที่อยู่ส่วนบน และฐานล่างของปิระมิดมากขึ้น จากเดิมที่สินค้าซูเปอร์แวร์ของศรีไทยฯเคยทำตลาดหลักมายาวนานอยู่ในกลุ่ม Mass Market ในสัดส่วนถึง 90%



ขณะเดียวกันต้องสร้างสรรค์สินค้าใหม่ที่ใช้เทคโนโลยี ซึ่งเป็นกลยุทธ์ที่ทำให้ศรีไทยฯ เป็น **Trend Setter** หรือผู้นำเทรนด์การเปลี่ยนแปลงใหม่ๆ มาสู่วงการอุตสาหกรรมพลาสติกและเมลามีนเสมอมา ทั้งการผลิตขวดพีท กล่องบรรจุอาหารแช่แข็งที่เข้าเตาอบไมโครเวฟได้ การเป็นผู้นำผลิตฝาปิดขวดน้ำ (Closer) ที่เบาที่สุดเพียงไม่กี่รายในโลก เป็นต้น



นอกจากนี้ ยังมีตลาดใหม่ที่กำลังขยายตัวอย่างสูงที่ศรีไทยฯ เข้าบุกเบิกสร้างตลาด คือ การผลิตถังและพาเลทพลาสติก หรือ Material Handling ที่ใช้จัดเก็บและขนย้ายสินค้าในอุตสาหกรรมต่างๆ เพื่อเข้ามาทดแทนถังกระดาดและพาเลทไม้ที่กำลังจะหมดยุค

ล่าสุด นวัตกรรมสินค้าใหม่ถอดด้ามของศรีไทยฯ ที่เตรียมออกมาเขย่าวงการเครื่องใช้บนโต๊ะอาหาร เจาะกลุ่มภัตตาคาร และโรงแรม คือ การพัฒนา นวัตกรรมสินค้าใหม่จากวัสดุเมลามีนผสมกระเบื้องที่เรียกว่า “Porceline” ที่มีรูปลักษณ์เหมือนจานเซรามิก แต่แข็งแรงทนทานกว่า ตกแล้วไม่แตก

บ้านหลังที่สองของ ‘ศรีไทย’



เวียดนาม ถือเป็น “บ้านหลังที่สอง” ของศรีไทยซูเปอร์แวร์ที่ออกไปขยายฐานผลิตรายการเติบโตของเศรษฐกิจเวียดนามที่กำลังโตวันโตคืน โดยปัจจุบัน ศรีไทยฯ มีโรงงานในเวียดนาม 3 แห่ง โดย 2 แห่งตั้งอยู่ที่โฮจิมินห์ และอีกหนึ่งแห่งเพิ่มเริ่มเดินเครื่องผลิตที่सानอย

สนั่นแล้วว่า ปัจจุบัน ตลาดเมลามีนในเวียดนามขยายตัวอย่างรวดเร็ว จนถึงขนาดที่ต้องส่งออเดอร์จากเวียดนามกลับมาผลิตที่โรงงานในเมืองไทย ซึ่งยังเดินเครื่องได้ไม่เต็มกำลังการผลิต ในอนาคตเส้นทางคมนาคมขนส่งสินค้าจากไทยไปเวียดนามยังสามารถใช้การขนส่งด้วยรถบรรทุกทุกแทนขนส่งทางเรือ รวมทั้งโฮจิมินห์ ยังถือเป็นประตูสำคัญในการส่งสินค้าต่อไปยังพม่าและไทย

ปัจจุบัน สัดส่วนรายได้ของศรีไทยฯ มาจากตลาดในประเทศไทย 70% และต่างประเทศ 30% แต่นับจากนี้ไปอีก 5 ปีข้างหน้า เนื่องจากตลาดในเมืองไทยเริ่มอิ่มตัวและจะค่อยๆ ลดสัดส่วนลงมาอยู่ที่ 50% โดยเวียดนามจะเป็นบ้านหลังใหม่ที่ใหญ่กว่าเดิมของศรีไทยฯ ในอนาคตอีก 10 ปีข้างหน้า โดยบริษัทจะเข้าไปขยายการลงทุนทั้งโรงงานใหม่และซื้อกิจการโรงงานพลาสติกในเวียดนาม เพื่อรองรับการขยายตัว

สนั่น บอกว่า ในอนาคตจำนวนประชากรในเวียดนามมีโอกาสเพิ่มขึ้นทะลุ 100 ล้านคน โดย 70% ของประชากรยังเป็น Yong Population ที่มีอายุระหว่าง 15-60 ปี จึงมีแรงงานที่พร้อมจะเข้าสู่ภาคอุตสาหกรรม และกลายเป็นกำลังซื้อที่สำคัญในอนาคต โดยรายได้ธุรกิจเวียดนามของศรีไทยฯ ในปีที่ผ่านมาอยู่ที่ประมาณ 1,600 ล้านบาท และมีโอกาสเติบโตไปถึง 8,000 ล้านบาท ได้อีก 5 ปีข้างหน้า

ซีอีโอศรีไทยฯ เล่าว่า ปัจจุบัน ศรีไทยฯ ยังเป็นผู้นำโรงงานเมลามีนระดับโลกที่ใช้นวัตกรรมและเทคโนโลยีเข้ามาพัฒนากระบวนการผลิตให้เป็นระบบอัตโนมัติ (Automation) เพื่อลดจากการใช้แรงงานมาใช้เครื่องจักรที่เป็นระบบอัตโนมัติ เช่น การบรรจุสินค้าด้วยกล่อง โดยความร่วมมือกับมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี รวมถึงการนำระบบการผลิตแบบลีน (Lean Manufacturing) มาใช้เพื่อเพิ่มความสามารถในการแข่งขัน

การปรับตัวของศรีไทยซูเปอร์แวร์จึงเป็นตัวอย่างธุรกิจที่ใช้นวัตกรรมทั้ง Demand Pull และ Technology Push เพื่อหมุนให้ทันตามพลวัตการเปลี่ยนแปลงของโลกยุคใหม่ ซึ่งธุรกิจที่รู้จักปรับตัวเท่านั้นจึงจะอยู่รอด





INDUSTRIAL WRAP

รับมอบพระบรมสาทิสลักษณ์



นางอรรชกา สีบุญเรือง รัฐมนตรี

ว่าการกระทรวงอุตสาหกรรมเป็นประธานในพิธีรับมอบพระบรมสาทิสลักษณ์พระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวฯ ชุด “พระบิดาแห่งมาตรฐานการช่างไทย” จำนวน 10 ภาพ จากนายจิระพันธ์ อุลพาทร ประธานกรรมการ บริษัท สุมิพล คอร์ปอเรชั่น จำกัด เพื่อติดตั้ง ณ ห้องโถงหน้าห้องประชุมใหญ่ ชั้น 2 กระทรวงอุตสาหกรรม

ลงพื้นที่ตรวจหมืองแร่ จ.สระบุรี

นางอรรชกา สีบุญเรือง รัฐมนตรีว่าการกระทรวงอุตสาหกรรม พร้อมคณะผู้บริหารกระทรวงอุตสาหกรรม และกรมอุตสาหกรรมพื้นฐานและการเหมืองแร่ ลงพื้นที่ตรวจเยี่ยมการประกอบการเหมืองหินปูนเพื่ออุตสาหกรรมปูนซีเมนต์ของบริษัท ปูนซีเมนต์ไทย (ท่าหลวง) และบริษัท ศิลาสานนท์ ในพื้นที่ จ.สระบุรี

พร้อมกันนี้ได้กำหนดแนวทางการจัดหาแหล่งน้ำสำรองจากชุมชนเมืองเพื่อใช้ประโยชน์ในการอุปโภคให้กับประชาชนและเตรียมรับมือกับสถานการณ์ภัยแล้ง

โดยเบื้องต้นพบว่าพื้นที่เหมืองแร่ที่สามารถใช้เป็นแหล่งน้ำได้ทั้งสิ้น 238 แปลง มีปริมาตรน้ำรวมทั้งสิ้นประมาณ 166,019,100 ลูกบาศก์เมตร



บีนแฟชัน-เกษตรแปรรูปบุกตลาดโลก

นายสมชาย หาญหิรัญ อธิบดีกรมส่งเสริมอุตสาหกรรม เปิดเผยว่า กรมส่งเสริมอุตสาหกรรมอยู่ระหว่างเร่งขับเคลื่อนนโยบาย



ผลักดันผู้ประกอบการที่มีความพร้อมออกสู่ตลาดต่างประเทศ ภายใต้แนวคิด “Shining to the World” รองรับความต้องการของผู้บริโภคทั่วโลกโดยได้จัดสรรเงินงบประมาณ 85 ล้านบาทเพื่อมุงยกระดับศักยภาพอุตสาหกรรมแฟชั่น

และอุตสาหกรรมเกษตรแปรรูปและอาหาร ซึ่งเป็นอุตสาหกรรมที่สามารถส่งออกมีมูลค่ารวมกันได้กว่า 1.5 ล้านล้านบาทต่อปี

ทั้งนี้ คาดว่าจะสามารถพัฒนาเอสเอ็มอีได้กว่า 500 ราย ผลิตนํ้าออกแบบรุ่นใหม่ได้ไม่ต่ำกว่า 2,000 ราย รวมถึงเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์ และเพิ่มยอดขายในตลาดต่างประเทศ และมีการลงทุนเพิ่มขึ้นมากกว่า 500 ล้านบาท โดยในปีนี้จะเน้นการเพิ่มศักยภาพด้วยการพัฒนาเชิงลึกให้กับเอสเอ็มอีในอุตสาหกรรมแฟชั่นทั้งในด้านรูปแบบและคุณภาพของผลิตภัณฑ์ให้ตรงกับความต้องการของตลาด โดยตั้งนํ้าออกแบบที่มีชื่อเสียงระดับโลกเข้ามาให้การอบรมและวางรากฐานแนวคิดด้านการออกแบบ และนวัตกรรมแฟชั่นแก่นักออกแบบรุ่นใหม่





ก.อุตสาหกรรม สสว. สร้างคลัสเตอร์ 17 เครือข่าย

นายอาทิตย์ วุฒิคะโร ปลัดกระทรวงอุตสาหกรรม กล่าวว่า กระทรวงอุตสาหกรรม เร่งสนองนโยบายรัฐบาล ในการกระตุ้นเศรษฐกิจ โดยมอบหมายให้กรมส่งเสริม อุตสาหกรรม (กสอ.) จับมือร่วมกันสำนักงานส่งเสริม วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (สสว.) รวมกลุ่ม คลัสเตอร์เอสเอ็มอีในกลุ่มอุตสาหกรรม 17 เครือข่าย ภายใต้สาขาอุตสาหกรรมแฟชั่น สาขาเครื่องใช้และ ของตกแต่งบ้าน และสาขาเกษตรแปรรูป เพื่อเพิ่ม ขีดความสามารถการแข่งขันและการพัฒนาเศรษฐกิจ อุตสาหกรรมของประเทศ ในลักษณะการสร้างเครือข่าย ที่เรียกว่า “Business Networking”

นายสมชาย หาญหิรัญ อธิบดีกรมส่งเสริม อุตสาหกรรม กล่าวว่า กสอ.ได้รับมอบหมายให้ดำเนิน “โครงการสนับสนุนเครือข่าย SMEs ใน 18 กลุ่มจังหวัด” โดยได้คัดเลือกคลัสเตอร์ที่มีศักยภาพรวม 17 เครือข่าย ได้แก่ 1) คลัสเตอร์ผ้าทอพื้นเมืองอุดรธานี 2) คลัสเตอร์ ผู้ผลิตและแปรรูปผลไม้ภาคตะวันออก 3) คลัสเตอร์ ของฝากของที่ระลึก จ.เลย 4) เครือข่ายผักผลไม้แปรรูป กลุ่มยุทธศาสตร์ภาคเหนือตอนล่าง

5) เครือข่ายธุรกิจแฟชั่น (Bangkok Fashion



Cluster) 6) เครือข่ายอุตสาหกรรมชา จ.เชียงราย 7) คลัสเตอร์สิ่งทอเพชรเกษม 8) เครือข่ายผลิตภัณฑ์ ผ้าหม้อห้อม จ.แพร่ 9) คลัสเตอร์ต่อตัวถังรถบัส จ.ราชบุรี 10) คลัสเตอร์นมโคและผลิตภัณฑ์แปรรูป จากนมโค จ.มหาสารคาม 11) คลัสเตอร์ข้าวหอมมะลิ จ.ร้อยเอ็ด 12) คลัสเตอร์บรรจุภัณฑ์โลหะ 13) คลัสเตอร์ ข้าวและข้าวแปรรูป 14) คลัสเตอร์เซรามิกลำปาง 15) เครือข่ายอุตสาหกรรมแป้งมันสำปะหลัง 16) คลัสเตอร์เครื่องหนังไทยและ 17) เครือข่ายอุตสาหกรรม แปรรูปอาหาร จากกรุงเทพฯและปริมณฑล

ผู้ประกอบการที่สนใจร่วมโครงการสามารถ ติดต่อได้ที่ สำนักพัฒนาการจัดการอุตสาหกรรม กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม โทรศัพท์ 0 2202 4581



ยกระดับวิชาชีพอาชีวศึกษา

นางอรรชกา สีบุญเรือง รัฐมนตรีว่าการกระทรวง อุตสาหกรรม ร่วมแถลงข่าวความร่วมมือระหว่าง ภาครัฐ เอกชน และภาคประชาสังคมในการขับเคลื่อน การยกระดับคุณภาพวิชาชีพอาชีวศึกษา พร้อมลงนาม “บันทึกข้อตกลงความร่วมมือสานพลังประชารัฐ ยกระดับคุณภาพวิชาชีพอาชีวศึกษา (Competitive Workforce)” โดยมีนายสมคิด จาตุศรีพิทักษ์ รอง นายกรัฐมนตรี เป็นประธาน ณ โรงแรมสยามเคมปินสกี กรุงเทพฯ



จังหวัดไอจิ ประเทศญี่ปุ่น เข้าพบหารือโอกาสลงทุน

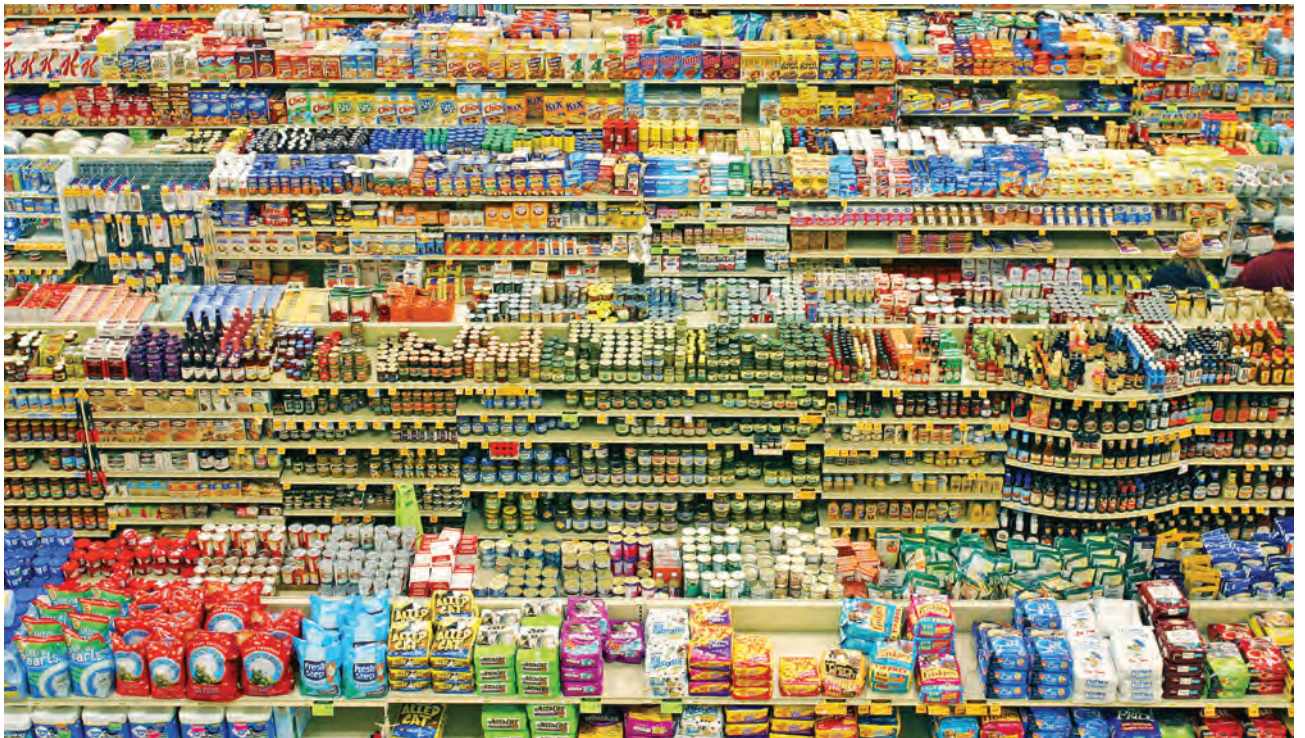
นายอาทิตย์ วุฒิคะโร ปลัดกระทรวง อุตสาหกรรม ให้ผู้ว่าราชการจังหวัดไอจิ ประเทศญี่ปุ่น เข้าพบ เพื่อหารือเรื่องการ ลงทุนในประเทศไทย ณ ห้องรับรอง ชั้น 2 กระทรวงอุตสาหกรรม โดยจังหวัด ไอจิถือเป็นจังหวัดที่มีบริษัทมาลงทุน ในประเทศไทยมากที่สุด ส่วนใหญ่เป็น อุตสาหกรรมประเภทชิ้นส่วนยานยนต์ และเครื่องมือจักรกล



KITCHEN OF THE WORLD

นวัตกรรมอาหาร

ไอเดียเจ๋งไม่พอ..ต้องขายได้จริง

ที่มา : <http://busch-machinery.com/Food-Packaging-Equipment.htm>

นวัตกรรมไม่ใช่เพียงแค่ความคิดสร้างสรรค์
หรือความคิดใหม่ๆ แต่ต้องเป็นความคิดใหม่
ที่สามารถขายได้จริง หรือการทำให้
ความคิดใหม่ๆ มีมูลค่าเชิงพาณิชย์



การเป็น “ครัวของโลก” ในยุคต่อไปใช้แต่ว่าจะผลิต
สินค้าเมสโปรดักส์แต่ต้องเป็นอาหารที่มี “นวัตกรรม”
ที่สำคัญต้อง “ขายได้จริง”

ปัจจุบัน แม้ความตื่นตัวในการพัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อ
สร้างมูลค่าเพิ่มจะมีมากขึ้น แต่กลับพบว่าหลายสินค้า
กลับไม่สามารถออกสู่ตลาดในเชิงพาณิชย์ได้หรือวาง
ขายแต่ไม่ประสบความสำเร็จ สาเหตุสำคัญเนื่องมา
จากขาดการนำนวัตกรรมมาปรับใช้กับธุรกิจเพื่อให้
เกิดรูปแบบใหม่ๆ ที่สอดคล้องกับพฤติกรรมผู้บริโภค
ที่ปรับเปลี่ยนไปของโลก



“นวัตกรรมไม่ใช่เพียงแค่ความคิดสร้างสรรค์หรือความคิดใหม่ๆ แต่ต้องเป็นความคิดใหม่ที่สามารถขายได้จริง หรือการทำให้ความคิดใหม่ๆ มีมูลค่าเชิงพาณิชย์ ซึ่งการสร้างนวัตกรรมทางธุรกิจมีความสำคัญเป็นอย่างยิ่งในโลกการค้ายุคปัจจุบันที่มีการแข่งขันรุนแรงมากขึ้น และเป็นแนวทางสำคัญที่กระทรวงอุตสาหกรรมและสถาบันอาหารเร่งส่งเสริมผู้ประกอบการไทยให้มีขีดความสามารถในการแข่งขัน และมีโอกาสเข้าสู่ตลาดโลกได้มากขึ้น” **อาทิตย์ วุฒิกะโร** ปลัดกระทรวงอุตสาหกรรม กล่าวถึงความสำคัญของการเสริมสร้างศักยภาพเอสเอ็มอีไทย ด้วยนวัตกรรมอาหาร

ดังนั้น เพียงแนวคิดอย่างเดียวจึงยังไม่พอ แต่ต้องตอบโจทย์ตลาดได้อย่างแท้จริงด้วย โดยคำแนะนำเบื้องต้นแก่ผู้ประกอบการเพื่อเป็นแนวทางสร้างนวัตกรรมทางธุรกิจ ขั้นตอนแรก คือ ต้อง “รู้เขา” รู้จัก “ลูกค้าหรือตลาดการแข่งขัน” ที่แสดงถึงความต้องการของผู้บริโภค และต้อง “รู้คู่ต่อสู้” ว่ามีผลิตภัณฑ์ใหม่ที่เข้าสู่ตลาดอย่างต่อเนื่องว่ามีรูปแบบใดบ้าง เป็นการมองจากปัจจัยภายนอกก่อนมาตีโจทย์เพื่อสร้างนวัตกรรมใหม่



อาทิตย์ วุฒิกะโร
ปลัดกระทรวงอุตสาหกรรม

ขั้นตอนที่สำคัญต่อมา คือ การสร้างหรือต่อยอดนวัตกรรมทางธุรกิจให้นวัตกรรมอาหารให้เกิดมูลค่าในเชิงพาณิชย์ได้จริง โดยพิจารณาแนวคิดที่มีหลายมิติประกอบกัน เช่น ด้านเทคโนโลยี ด้านรูปแบบหรือกระบวนการ ด้านบรรจุภัณฑ์ ด้านราคา ด้านข้อกำหนดคุณภาพ ด้านการกำหนดคุณค่าของตราสัญลักษณ์ และระดับการบริการ เป็นต้น และเมื่อมีนวัตกรรมทางธุรกิจที่เกิดขึ้นใหม่ ก็จะต้องมีการ



**ผู้ประกอบการที่เข้าร่วมโครงการที่ผ่าน
มา 70% ประสบความสำเร็จในเชิงพาณิชย์
ส่วนอีกร้อยละ 30% ยังต้องมีการวิจัยและ
พัฒนาต่อเนื่อง**

บริหารจัดการนวัตกรรมอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้เกิดความคุ้มค่าทางเศรษฐกิจต่อการลงทุนในนวัตกรรม

ปลัดอาทิตย์ กล่าวว่า ช่วงที่ผ่านมากระทรวงอุตสาหกรรมได้มอบหมายสถาบันอาหารดำเนินการส่งเสริมและพัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อเป็นการเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันให้กับผู้ประกอบการอาหารมาอย่างต่อเนื่องตั้งแต่ปี 2553

5 ปีที่ผ่านมา มีผู้ประกอบการที่เข้ารับการพัฒนาผลิตภัณฑ์รวม 330 ผลิตภัณฑ์ ภายใต้โครงการพัฒนาอุตสาหกรรมอาหารของไทยให้เป็นครัวอาหารคุณภาพของโลก (Thailand Food Quality to the World) โครงการเสริมสร้างมูลค่าทางเศรษฐกิจแก่อุตสาหกรรมอาหารและสร้างความเชื่อมั่นให้แก่คุณค่าอาหารไทย (Thailand Food Forward) และโครงการส่งเสริมและพัฒนาอุตสาหกรรมฮาลาล

“ผู้ประกอบการที่เข้าร่วมโครงการที่ผ่านมา 70% ประสบความสำเร็จในเชิงพาณิชย์ ส่วนอีกร้อยละ 30% ยังต้องมีการวิจัยและพัฒนาต่อเนื่อง ในรายที่มีการนำเทคโนโลยีและนวัตกรรมมาประยุกต์ใช้ในสายการผลิต จะพบว่าสามารถจำหน่ายออกสู่ตลาดในประเทศและตลาดต่างประเทศ เช่น ญี่ปุ่น จีน ยุโรป สหรัฐอเมริกา ตะวันออกกลาง และตลาดประเทศเพื่อนบ้าน CLMV เป็นต้น”



13 เทรนด์ธุรกิจอาหาร..หมุนตามโลก



13 แนวโน้ม การปรับเปลี่ยนการบริโภคและรูปแบบผลิตภัณฑ์ที่จะมาแรงในอนาคต

1

2

3

4

5

6

7

การพัฒนาผลิอาหารในรูปแบบใหม่ที่เรียกว่า ผลิตภัณฑ์อาหารที่ให้คุณค่าเฉพาะหรือFunctional Food Products ออกสู่ตลาดมากขึ้น เพราะผู้คนหันมาใส่ใจสุขภาพ การให้ความสำคัญกับการลงทุนและคิดค้นผลิตภัณฑ์อาหารที่เน้นความเป็นธรรมชาติ ผ่านการปรุงแต่งน้อย มาจากแหล่งผลิตที่ได้รับการรับรองมาตรฐานและความปลอดภัย

วิถีการดำเนินชีวิตประจำวันที่เร่งรีบ และการเปลี่ยนแปลงโครงสร้างประชากรที่มีผู้สูงอายุเพิ่มขึ้น ส่งผลให้ผู้บริโภคส่วนใหญ่หันไปบริโภคอาหารกึ่งสำเร็จรูป (Instant Foods) อาหารพร้อมปรุง (Ready-to-cook) และอาหารพร้อมทาน (Ready-to-eat) ซึ่งหาซื้อได้จากร้านสะดวกซื้อ

ผู้บริโภคใส่ใจค้นหาคำว่าเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ต่างๆ ดังนั้น ผู้ผลิตควรมีการนำเสนอข้อมูลผลิตภัณฑ์นั้นๆ ตั้งแต่กระบวนการผลิตจนถึงการบริโภคว่ามีที่มาอย่างไร ผลิตภัณฑ์ที่มีคุณค่าตอบสนองความต้องการเฉพาะด้านสุขภาพในแต่ละด้านจะเริ่มออกสู่ตลาดมากขึ้น เช่น ผลิตภัณฑ์ที่ประกอบไปด้วย Active Ingredient การเติมสารอาหารต่างๆ ลงไปในอาหาร เช่น แคลเซียม วิตามินดี ฯลฯ

ผลิตภัณฑ์ที่เน้นการชะลอความแก่และบำรุงสุขภาพ ยังคงมาแรง โดยพบว่าภายใน 10 ปีข้างหน้าโลกจะมีประชากรสูงอายุเป็นจำนวน 1 พันล้านคน การเพิ่มขึ้นของประชากรทำให้ความต้องการอาหารประเภทโปรตีนมีมากยิ่งขึ้น

8

9

10

11

12

13

แนวโน้มผลิตภัณฑ์อาหารที่ปราศจากสารก่อภูมิแพ้ต่อผู้บริโภค เช่น Gluten free, Lactose free, Salt free, Sugar free, Fat free, Meat free เป็นต้น

การลดปริมาณน้ำตาลในผลิตภัณฑ์อาหารของผู้ประกอบการ เพื่อตอบโจทย์ผู้ป่วยโรคอ้วน โดยการปรับสูตรใหม่ หรือการใส่น้ำตาลจากธรรมชาติ เช่น หญ้าหวาน หรือ หลอฮังก้วย เป็นต้น

สินค้าในหมวดหมู่เพื่อสุขภาพ จะมีการเติบโตอย่างต่อเนื่อง และมีแนวโน้มใช้คำว่า Additive/ Preservative free แทนคำว่า Natural กันมากขึ้น

ในยุคที่เศรษฐกิจยังไม่ฟื้นตัว อาหารและขนมที่ทำให้ผู้บริโภครู้สึกสนุกได้รับประสบการณ์ความอร่อยแบบใหม่ๆ จะเข้ามามีบทบาทมากขึ้น และได้รับกระแสตอบรับที่ดี เนื่องจากมีลูกเล่นทางเนื้อสัมผัส กลิ่นรส และรสชาติของผลิตภัณฑ์ที่แตกต่างจากเดิม

กระบวนการผลิตอาหารแบบรักษ์โลกกำลังแพร่หลายมากขึ้น ผู้ผลิตอาหารจะให้ความสำคัญถึงของเสียที่เกิดขึ้นในกระบวนการผลิต โดยการนำกลับมาใช้ใหม่อย่างสร้างสรรค์ แนวโน้มผลิตภัณฑ์สำหรับเด็กทารกและผู้สูงอายุจะมีมากขึ้น เช่น มันฝรั่งพริงเกิล ได้มีการเพิ่มกลิ่นให้ผลิตภัณฑ์อีก 30% เพื่อรองรับกลุ่มผู้สูงอายุที่มีต่อมรับรสผิตเพี้ยนไป ส่วนกลุ่มเด็ก ก็ต้องปรับกลิ่นให้น้อยลง เป็นต้น

จากการติดตามประเมินผลของสถาบันอาหารพบว่า ปัจจัยสำเร็จ (Key success) ของผู้ประกอบการที่เข้าร่วมโครงการที่สำคัญประการหนึ่ง คือ การนำเทคโนโลยีและนวัตกรรมมาประยุกต์ใช้ในสายการผลิต จนเกิดผลิตภัณฑ์ในรูปแบบใหม่ แตกต่าง และสอดคล้องกับความต้องการของตลาดมากขึ้น สามารถสร้างรายได้กลับสู่ธุรกิจเป็นจำนวนมาก

นอกจากนี้ กระทรวงอุตสาหกรรม และสถาบันอาหาร ยังพยายามผลักดันให้ผู้ประกอบการเปิดตลาดต่างประเทศมากขึ้นโดยจัด Business Matching เพื่อให้ผู้ประกอบการ

พบปะกับผู้นำเข้า ผู้กระจายสินค้าในต่างประเทศ เช่น ญี่ปุ่น ออสเตรเลีย ยุโรป เป็นต้น ซึ่งสร้างโอกาสทางการค้าให้ผู้ประกอบการไทยอย่างต่อเนื่อง

ทิศทางจากนี้ไป การขับเคลื่อนด้านนวัตกรรมจึงคงเป็นโจทย์ท้าทายที่ทุกภาคส่วนต้องร่วมกันทำงานต่อไปเพื่อยกระดับขีดความสามารถของผู้ประกอบการไทย และผลักดัน “นโยบายครัวไทยสู่ครัวโลก” ให้บรรลุเป้าหมายได้อย่างแท้จริง



KITCHEN OF THE WORLD

6 ยุทธศาสตร์ใหม่ ‘สถาบันอาหาร’..ก้าวสู่ปีที่ 20

ปี 2559 นอกจากจะถือเป็นการก้าวสู่ปีที่ 20 ของการดำเนินงานของสถาบันอาหารแล้ว ยังถือเป็นปีแห่งการก้าวสำคัญของการขับเคลื่อนยุทธศาสตร์ใหม่ในหลายมิติ

ยงวุฒิ เสาวพฤกษ์ ผู้อำนวยการสถาบันอาหาร กล่าวว่า ปีนี้สถาบันอาหารก้าวสู่ปีที่ 20 จึงมียุทธศาสตร์ใหม่เพิ่มเติมเพื่อยกระดับการดำเนินงานของสถาบันอาหารที่ต้องการยกระดับเป็น “สถาบันอาหารแห่งชาติ ระดับอาเซียนและระดับโลกคลาส” ภายในกรอบระยะเวลาปี 1-3 ปีตามลำดับ โดยได้วาง 6 ยุทธศาสตร์ใหม่ที่จะพลิกโฉมการส่งเสริมอาหารไทยให้ยกระดับไปอีกขั้นในปีนี้ได้แก่

ยุทธศาสตร์แรก **เดินทางจัดตั้ง Window of Thai Food** ศูนย์เชื่อมโยงอาหารไทยสู่เชิงพาณิชย์ต้นแบบ One Stop Service เพื่อทำหน้าที่เป็นเสมือน “หน้าต่างการลงทุน” และการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ ภาพลักษณ์ และการค้าอาหารไทยอย่างครบวงจร

โดยสร้างเครือข่ายความร่วมมือกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง อาทิ กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ กระทรวงพาณิชย์ กระทรวงวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี กระทรวงสาธารณสุข กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา ฯลฯ และหน่วยงานด้านการวิจัยต่างๆ เพื่ออำนวยความสะดวกให้นักลงทุน และผู้ประกอบการอุตสาหกรรมอาหารทั้งระบบ ตั้งแต่ต้นน้ำถึงปลายน้ำ

ยุทธศาสตร์ที่สอง **จัดตั้ง Design and Inspection Center** ศูนย์การออกแบบและตรวจสอบอุตสาหกรรม (สาขาอาหาร) ในพื้นที่เขตเศรษฐกิจพิเศษโดยความร่วมมือในการใช้ Facility กับหน่วยงานภาครัฐ สถาบันการศึกษา หน่วยวิจัยต่างๆ ในพื้นที่ เพื่ออำนวยความสะดวกแบบครบวงจรให้กับผู้ประกอบการทั้งในประเทศ รวมทั้งประเทศเพื่อนบ้าน รวมไปถึงการออกแบบและวิจัยพัฒนาผลิตภัณฑ์ และการเป็นหน่วยตรวจวิเคราะห์

ยุทธศาสตร์ที่สาม **สร้างกรอบความร่วมมือกับองค์กรทั้งในประเทศและต่างประเทศ** เพื่อยกระดับขีดความสามารถของบุคลากรและศักยภาพผู้ประกอบการ อาทิ ความร่วมมือด้านการวิจัย การตรวจวิเคราะห์สินค้าทางห้องปฏิบัติการ การตรวจรับรอง ฯลฯ

ยุทธศาสตร์ที่สี่ **การรักษามาตรฐานรสชาติอาหารไทย และกำหนดมาตรฐานอาหารไทย** โดยริเริ่มโครงการ Exploring Thai Flavored และร่วมมือกับโครงการ Thai Delicious ของสำนักงานนวัตกรรมแห่งชาติ และหน่วยงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อส่งเสริมให้ธุรกิจอาหารไทยเติบโตอย่างรวดเร็วและยั่งยืน

ยุทธศาสตร์ที่ห้า **ผลักดัน Thai Food Heritage หรือ “ศูนย์การเรียนรู้อาหารไทย”** พื้นที่การเรียนรู้สมัยใหม่เฉพาะทางด้านอาหารแห่งแรกในประเทศไทย ให้ชาวไทยและชาวต่างชาติรู้จักและเป็นแหล่ง “ห้ามพลาด” ที่จะมาเยี่ยมชม

ยุทธศาสตร์ที่หก **โครงการ Food Future** มุ่งเน้นอาหารที่มีศักยภาพในอนาคต Aging Food Functional Food และ Medical Food ส่งเสริมให้ผู้ประกอบการพัฒนาผลิตภัณฑ์ในกลุ่มนี้มากขึ้น

ทั้งหมดนี้ เป็นภารกิจที่สถาบันอาหารเตรียมเดินทางขับเคลื่อนเพื่อสร้างศักยภาพการแข่งขันให้กับผู้ประกอบการอาหารไทยในปี



ยงวุฒิ เสาวพฤกษ์
ผู้อำนวยการสถาบันอาหาร





ต้น-ณัฐพาส อิศรสติวรกุล, ติว-ธวัช เวชชาภินันท์ และ ปุม เมษฐ์โชติศักดิ์ 3 สหายผู้ร่วมก่อตั้ง TINT bicycle

HOT & COOL

Design

TINT

bicycle

By Yourself

ปั่นก็ได้ไม่ซ้ำใคร

พอมองเรื่องสร้างแบรนด์ เราก็ต้องมีตัวตนให้คนเรารู้จัก เลยยกทีมมีการเป็นจักรยาน คัสโตไมซ์ขึ้นมา เพราะมองว่า ถ้าแค่จะทำจักรยานสวยๆ ขาย คนคงไปหาซื้อที่ไหนก็ได้

“TINT bicycle” จักรยานแฟชั่นไอเดียสุดคุลที่ให้เลือก Design By Yourself ออกแบบเอง ปั่นเทไม่ซ้ำใคร บ่งบอกสไตล์ที่ใช้ สนองใจนักปั่นยุคโซเชี่ยล

จักรยานแฟชั่น คู่แข่งมีน้อย ยิ่งประเภทให้ลูกค้าเลือกออกแบบ ได้เองตามใจชอบด้วยแล้ว ยิ่งน้อยนิดตามไปด้วย นี่คือโอกาส ของธุรกิจคิดต่าง “TINT bicycle” ผู้ผลิตและจำหน่าย จักรยาน ที่ลูกค้าสามารถเลือกออกแบบได้ให้มีความเฉพาะตัวไม่ซ้ำใคร



เบื้องหลังแนวคิดดูๆ มาจาก **ตัน-ณัฐพาส จิระสถิตวรกุล, ติว-รวีภาส เวชชาภินันท์ และ ปุม เซษฐ์ โชติศักดิ์** 3 สหายผู้ร่วมก่อตั้ง TINT bicycle ธุรกิจน้องใหม่ที่เพิ่งเปิดตัวเมื่อปีที่ผ่านๆ มา ถึงวันนี้ยังไม่ครบขวบปีแต่มียอดไลค์ในแฟนเพจ Facebook/TINT bicycle สูงกว่า 1.4 แสนไลค์เข้าไปแล้ว ขณะที่ยอดออเดอร์ก็ยังคงเติบโตอย่างต่อเนื่อง

จุดเริ่มต้นของธุรกิจ มาจากการที่ **ตัน-ณัฐพาส** ซึ่งเคยเปิดร้านจักรยานญี่ปุ่นมือสองมาก่อน ตัวเขาเองมีทักษะในการเนรมิตจักรยานมือสองให้เหมือนใหม่ไม่ว่าจะทำสี เบาะ ล้อ และอื่นๆ จนเกิดไอเดียสลัดคราบความเป็นมือสอง แล้วมาทำของใหม่มือหนึ่งทั้งหมด ก็น่าจะทำได้เช่นกัน จึงรวมตัวกับเพื่อนๆ ลองธุรกิจใหม่ แต่สิ่งที่มองต่างไปจากเดิม คือจะเน้นการสร้างแบรนด์ ไม่ใช่แค่เปิดร้านขายจักรยานเท่านั้น

“พอมองเรื่องสร้างแบรนด์ เราก็ต้องมีตัวตนให้คนเขารู้จัก เลยยกทีมมีการเป็นจักรยานคัสโตไมซ์ขึ้นมา เพราะมองว่า ถ้าแค่จะขายจักรยานสวยๆ ขาย คนคงไปหาซื้อที่ไหนก็ได้” ติว-รวีภาส บอกจุดเริ่มต้นของไอเดีย

นั่นคือที่มาของ TINT bicycle จักรยานพันธุ์ใหม่ที่พลพรรคนักปั่นจะสามารถมาเลือกออกแบบเองได้ตามใจชอบ ให้ถูกจริตกับแต่ละคน ตั้งแต่ สีของเฟรมจักรยาน ที่มีให้เลือกมากกว่า 20 สี ล้อแนวๆ กับสีของยางรถ ไล่ไปจนแฮนด์ เบาะ ตลอดจนลวดลายของเฟรม แม้แต่ขนาดของจักรยานก็ยังมีการเลือกถึง 3 ไซส์ ทั้ง S M L เรียกว่า ให้อัปกับทุกสรีระและความสูงของนักปั่นโดนใจคนอยากมีสไตล์ไม่ซ้ำใคร

จุดยืนของ TINT bicycle เน้นจักรยาน “แฟชั่น” มากกว่าประสิทธิภาพเหมือนจักรยานของนักปั่นมืออาชีพ

ง่ายๆ สั้นๆ คือ เน้น “หน้าตา” ภายนอกมากกว่าอื่นใด กลุ่มเป้าหมายของพวกเขาจึงเป็นกลุ่มนักปั่นหน้าใหม่ ที่เพิ่งเริ่มสนใจจักรยาน และมีไลฟ์สไตล์อยู่พอตัว โดยลูกค้าส่วนใหญ่เป็นวัยทำงานตอนต้นอายุระหว่าง 23-30 ปีต้นๆ

ปัจจุบันมีลูกค้าออเดอร์จักรยานประมาณวันละ 3-4 คัน ทว่าเมื่อไรที่มีเทศกาลปั่นจักรยานแล้วละ

ก็ยอดออเดอร์จะเพิ่มขึ้นเป็นเท่าตัว โดยกำลังการผลิตสูงสุดที่ทำได้อยู่ที่วันละประมาณ 10 คัน ส่วนราคาจักรยานแฮนด์ตรงอยู่ที่คันละ 7,500 บาท แบบแฮนด์โค้ง (จักรยานเสือหมอบ) ราคาประมาณ 8,500 บาท และพร้อมจัดส่งได้ทั่วประเทศ

การวางกลุ่มเป้าหมายที่ชัดเจน และลองผิดลองถูกระยะหนึ่ง ทำให้เข้าใจลูกค้ามากขึ้น การวางแผนการตลาดเริ่มง่ายขึ้น โดยเฉพาะช่องทางการจำหน่ายที่เน้นไปที่ “ออนไลน์” เป็นหลักผ่านทางเว็บไซต์ www.tintbicycle.com ตั้งแต่ใช้เป็นช่องทางในการสื่อสารกับลูกค้า การโฆษณาประชาสัมพันธ์ไปจนเป็นช่องทางให้ลูกค้าได้เข้ามาออเดอร์สินค้าด้วย



กุญแจความสำเร็จ ธุรกิจ TINT bicycle

ติว-รวีภาส เวชชาภินันท์ หนึ่งในผู้ร่วมก่อตั้ง TINT bicycle บอกหัวใจแห่งความสำเร็จ ของการทำธุรกิจจักรยานคัสโตไมซ์ว่า **“ไอเดียสำคัญที่สุด”** ถ้ามีไอเดียที่ดี ก็ให้ลองทำดู ลองแล้วจะรู้เอง ขอแค่มีไอเดียที่แจ่ม และเชื่อในไอดียานั้น

“การทำธุรกิจต้องเริ่มจากมีมายด์เซต จากนั้นก็ไปช่องทางหาอะไรก็ตามที่สามารถสื่อสารให้คนทั่วไปรับรู้ได้ ส่วนการทำธุรกิจกับกลุ่มเพื่อนนั้น ปัญหามีแน่นอน เพราะแต่ละคนอาจคิดต่างกัน แต่ก็ต้องพูดคุยและสื่อสารกันให้มาก สุดท้ายก็จะผ่านทุกปัญหาไปได้ แล้วธุรกิจก็จะโตต่อไปได้เอง”





ทุกอย่างไม่มีฟรีต้องใช้เงินหมด แต่ว่าเป็นอีกทางเลือกหนึ่งที่คุ้มค่า โดยในการลงทุนเราวัดได้จากยอดขายว่า ยิ่งลงไปเยอะเท่าไร ยอดขายก็จะไต่กลับคืนมาเท่านั้น แปรผันไปตามเม็ดเงินที่เราลงโฆษณาไป

พวกเขาเลือกรู้ใจนักช็อปดีกว่า ต้องการมีเวลาในการ Mixed and Matched และลูกเล่นของจักรยานจนพอใจ ซึ่งลูกค้าสามารถเลือกและสั่งสินค้าผ่านทางออนไลน์ได้ทันที ไม่ว่าจะเลือกไหนสี ตลอดจนจนส่วนประกอบอื่นๆ ของจักรยาน หลังจากนั้นเมื่อสั่งผลิตอุปกรณ์ที่ต้องการพร้อม พวกเขาจะส่งประกอบให้ได้ทันทีโดยลูกค้ารอรับได้อย่างช้าที่สุดก็ไม่เกิน 7 วัน

แต่หากใครต้องการสัมผัสของจริงสามารถมาเลือกแบบได้ที่ร้าน Tint Bicycle ใกล้สถานีรถไฟใต้ดินพหลโยธินแล้วแต่ใจสะดวก

ติว บอกว่า ปัจจุบันการทำตลาดผ่านช่องทางออนไลน์มีความสำคัญมาก ลูกค้าสามารถแวะเวียนมาชมตลอดเวลา รวมทั้งเป็นช่องทางที่จะสื่อสารกับลูกค้าอย่างใกล้ชิด ซึ่งช่องทางออนไลน์แต่ละอย่างมีความแตกต่างกัน เว็บไซต์ที่เหมาะสมจะให้เลือกสินค้า แต่เฟซบุ๊กเป็นช่องทางทำตลาดในการสื่อสารมากกว่า

เฟซบุ๊กของ TINT bicycle จึงไม่ได้มีไว้โพสต์ขายสินค้า แต่จะเป็นช่องทางในการเสนอคอนเทนต์ที่ดึงดูดนักปั่น อย่างการแชร์ภาพสวยๆ จากลูกค้าที่บอกเล่าไลฟ์สไตล์การปั่นจักรยานของแต่ละคนมาเพื่อแบ่งปันให้กับสมาชิกแฟนเพจคนอื่นได้ติดตาม

“เราเน้นคอนเทนต์ที่ดึงดูด เพราะคนส่วนใหญ่จะสนใจไลฟ์สไตล์มากกว่าสินค้า อย่างมีจักรยานแล้วปั่นไปเที่ยวที่นั่นที่นี่ ซึ่งแบบนี้จะดีกว่าการที่เราโพสต์ขายของไปตรงๆ” เขابอก

อีกความสำคัญของเฟซบุ๊ก คือใช้เป็นช่องทางโฆษณาออนไลน์ พวกเขาบอกว่า เป็นการลงทุน แต่ก็มิมีประสิทธิภาพ และนับว่า “คุ้มค่า” เพราะถ้าไปซื้อโฆษณาผ่านสื่อหรือช่องทางอื่น ก็ไม่สามารถบอกได้เลยว่าใครจะเห็นโฆษณาของพวกเขาบ้าง ไม่สามารถเลือกกลุ่มเป้าหมายได้ แต่หากทำโฆษณาไม่ว่าจะผ่านทางกูเกิล หรือเฟซบุ๊ก ก็จะสามารถระบุได้เลยว่าเราอยากให้ใครเห็นอายุเท่าไร เพื่อกองกลุ่มเป้าหมาย “ตัวจริง” ที่เข้าถึงพวกเขาได้

“ทุกอย่างไม่มีฟรีต้องใช้เงินหมด แต่เป็นอีกทางเลือกหนึ่งที่คุ้มค่า โดยในการลงทุนเราวัดได้จากยอดขายว่า ยิ่งลงไปเยอะเท่าไร ยอดขายก็จะไต่กลับคืนมาเท่านั้น แปรผันไปตามเม็ดเงินที่เราลงโฆษณาไป ถ้าถามตอนนี้ก็บอกได้เลยว่า คุ้ม” พวกเขาย้ำเช่นนั้น

“เทคโนโลยีดิจิทัล” จึงเป็นหัวใจสำคัญของการขับเคลื่อนธุรกิจจักรยานแฟชั่น นั่นคือเหตุผลที่พวกเขาเลือกนำพาตัวเองเข้า โครงการดิจิทัลเอสเอ็มอี (Digital SMEs) โดยกรมส่งเสริมอุตสาหกรรม กระทรวงอุตสาหกรรม โครงการนำดีที่มุ่งผลักดันให้เอสเอ็มอีไทยได้ใช้ประโยชน์จากเทคโนโลยีดิจิทัลในการเพิ่มประสิทธิภาพ และขีดความสามารถในการแข่งขันให้กับตัวเอง ซึ่งความสำเร็จของจักรยาน TINT ในวันนี้ ก็พิสูจน์ความสำคัญของเครื่องมือที่วันนี้ได้ชัดเจนแล้ว

แผนต่อไปในอนาคต คือการขยายธุรกิจผ่านตัวแทนจำหน่ายที่เป็นร้านจักรยานในต่างจังหวัด เพื่อขยายโอกาสของ TINT bicycle ให้เป็นที่รู้จักในวงกว้างขึ้น เปิดตลาดใหม่ๆ ไม่รู้จบ..นับจากนี้

เพราะมีไอเดีย เห็นโอกาส และกล้าลงมือทำ ธุรกิจค่อยๆ เลยเกิดขึ้นได้ ด้วยสองมือของพวกเขา



SMART

Washbox24.com

ปฏิวัติธุรกิจซักรีด เอะไอ ‘คนเมือง’

ธุรกิจของ Washbox24 เป็น
ปรากฏการณ์ใหม่ในประเทศไทย หรือ
แทบจะเป็นธุรกิจรูปแบบใหม่ในภูมิภาค
เอเชียที่มันน่าจะเติบโตไปได้ไกล



Washbox24 ปฏิวัติธุรกิจซักรีด ส่งผ่านล็อกเกอร์
พร้อมบริการ 24 ชั่วโมง รองรับไลฟ์สไตล์คนเมือง

วิถีคนเมืองที่ออกจากบ้านก่อนฟ้าสว่าง ไม่พลบค่ำ
ไม่ถึงบ้าน ทำให้ธุรกิจซักรีด Washbox24 กลายเป็น
Startup ดาวรุ่งที่ออกตัวแรง และได้รับการตอบรับ
จากลูกค้าเป็นอย่างดี

“ร้านซักรีดทั่วไปมีอยู่ทุกหนทุกแห่ง แต่ข้อจำกัดของ
ร้านเหล่านี้ คือเรื่องของเวลา คนเมืองที่กลับบ้านมืดค่ำ
และต้องออกไปทำงานแต่เช้า เจอกับปัญหาการส่งเสื้อผ้า
เข้าร้านซัก เพราะร้านส่วนใหญ่เปิดทำการเวลา 9 โมง
และก็จะปิดประมาณ 6 โมงเย็น ยังกลับไม่ถึงบ้าน”





คนเมืองคุ้นเคยกับการทำงานของระบบรักษาความปลอดภัย ผ่านการใส่รหัสต่างๆ อยู่แล้ว จึงนำระบบไอทีเข้ามาเป็นหลังบ้านของ Washbox24 ตั้งแต่การลงทะเบียนสมัครเป็นผู้ใช้บริการ การเก็บข้อมูล ลูกค้า การออกรหัสผ่าน เพื่อฝากและรับเสื้อผ้ากับล็อกเกอร์

นิพนธ์ ไทยานุรักษ์ เจ้าของ Washbox24 เล่าถึงจุดคลิก ในการดีไซน์ธุรกิจแนวใหม่ให้สอดคล้องกับไลฟ์สไตล์คนรุ่นใหม่ที่มีข้อจำกัดด้านเวลา การพร้อมรับลูกค้าตลอด 24 ชั่วโมง จึงเป็นจุดขายให้ Washbox24 เติบโตอย่างรวดเร็ว ประกอบกับการรันดีคณาพงาน รวมทั้งระบบตรวจสอบตารางการส่งซักเสื้อผ้า และติดตามหากได้รับเสื้อผ้าไม่ครบ ยิ่งทำให้ได้ใจลูกค้า

“ส่วนใหญ่แล้ว คนเมืองที่เข้ามาอาศัยตามคอนโดมิเนียมจะไม่ค่อยมีเวลาเรื่องการดูแลเสื้อผ้า และมักจะส่งซักรีด แต่หลายคนก็บ่นว่าซักแล้วหายบ้าง ได้คืนไม่ครบบ้าง หรือพอถึงเวลากลับบ้านจะไปรับคืน ร้านก็ปิดแล้ว”

บริการ 24 ชั่วโมง เป็นโจทย์หลักของธุรกิจที่นิพนธ์ นำมาถอดรหัสตั้งแต่การรับส่ง และติดตามเสื้อผ้า จนได้ไอเดีย นำล็อกเกอร์เป็นตัวกลางรับส่งเสื้อผ้า พร้อมกับพัฒนาแอปพลิเคชันบนมือถือ เพื่อติดต่อกับลูกค้า

“คนเมืองคุ้นเคยกับการทำงานของระบบรักษาความปลอดภัยผ่านการใส่รหัสต่างๆ อยู่แล้ว จึงนำระบบไอทีเข้ามาเป็นหลังบ้านของ Washbox24 ตั้งแต่การลงทะเบียนสมัครเป็นผู้ใช้บริการ การเก็บข้อมูลลูกค้า การออกรหัสผ่าน เพื่อฝากและรับเสื้อผ้ากับล็อกเกอร์

การลงทะเบียนผ่านระบบออนไลน์ นั้นเป็นสิ่งจำเป็น เพราะการให้ข้อมูลของลูกค้าทำให้ร้านค้าตรวจสอบและจับคู่กับคำสั่งซักเสื้อผ้า และหลังจากสมัครสมาชิกแล้ว ลูกค้าสามารถนำเสื้อผ้า รองเท้า หรือกระเป๋า ไปหย่อนใส่ตู้ล็อกเกอร์ได้ตลอด 24 ชั่วโมง โดยใช้ระบบสแกนบาร์โค้ดที่มากับชุดคิท เมื่อสมัครใช้งานผ่านแอปพลิเคชัน การสแกนบาร์โค้ด จะทำให้ตู้ล็อกเกอร์ที่ว่างเปิดออก และลูกค้าสามารถส่งเสื้อผ้าใส่ตู้ของ Washbox24 ส่งซักได้”



แอปพลิเคชันบนสมาร์ตโฟน เป็นหนึ่งในระบบที่ นิธิพนธ์นำมาใช้กับ Washbox24 เมื่อ 2 ปีที่แล้ว โดยสมาชิกกว่า 2,500 คน ได้ติดตั้งแอปพลิเคชัน บนโทรศัพท์มือถือ เขา บอกว่า หลังจากส่งเสื้อผ้า ใส่ตู้ล็อกเกอร์แล้วระบบแอปพลิเคชันหลังบ้านจะจัดการ ทุกอย่าง จนถึงวันที่เจ้าของเสื้อผ้ามาเปิดล็อกเกอร์ เพื่อรับเสื้อผ้าที่ส่งซักเรียบร้อยแล้ว

“ส่วนใหญ่ลูกค้าก็จะส่งเสื้อผ้ามาซักสัปดาห์ละครั้ง และเทรนด์การใช้บริการลักษณะนี้ก็เพิ่มมากขึ้นใน เขตเมืองใหญ่อย่างกรุงเทพ

ลูกค้าแทบทุกคนคุ้นเคยกับการใช้งานบนสมาร์ตโฟน อยู่แล้ว การวางระบบสมาชิก และการทำงานผ่าน แอปพลิเคชันจึงไม่ใช่เรื่องที่ผู้บริโภคจะเข้าใจยาก”

นอกจากจะตรวจสอบวัน เวลา ที่จะส่ง และ รับเสื้อผ้า ได้แล้ว แอปพลิเคชัน ยังสามารถแสดงค่าใช้จ่าย และระบบ บัญชีของสมาชิกแบบอัติโนมัติให้ลูกค้าตรวจสอบได้ด้วย

นิธิพนธ์เล่าให้ฟังว่า หลังจากที่เปิดให้บริการตั้งแต่ ประมาณปี 2556 มีลูกค้าเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง และมี จุดบริการแล้ว 46 แห่งทั่วกรุงเทพ โดยเฉพาะโครงการ คอนโดมิเนียมชั้นนำ ซึ่งได้เปิดโอกาสให้ผู้สนใจทำ ธุรกิจเข้าเป็นแฟรนไชส์ด้วย ซึ่งใช้เงินลงทุนเบื้องต้น ประมาณ 120,000 บาท จะได้รับล็อกเกอร์ 8 บาน สำหรับบริการลูกค้า

เขา มองแนวโน้มธุรกิจว่า ยังมีโอกาสการขยายตัว อีกมาก ไม่เพียงแต่ในประเทศเท่านั้น หัวเมืองใหญ่ ในต่างประเทศที่มีประชากรอาศัยอยู่หนาแน่น อย่าง สิงคโปร์ หรือฮ่องกงเป็นโอกาสที่ Washbox24 จะ เข้าไปเปิดบริการด้วย

‘หลังร้าน’ หัวใจบริการ 24 ชั่วโมง



ระบบ “หน้าร้าน” ที่สร้างความสะดวกสบายให้กับลูกค้าได้จำเป็นต้อง มีระบบ “หลังร้าน” ที่ดีด้วยเช่นกัน

เช่นเดียวกับ Washbox24 ที่นำระบบไอที “ฉลาดๆ” มาบริหารงาน

เริ่มตั้งแต่กระบวนการรับเสื้อผ้าจากลูกค้า ผ่านตู้ล็อกเกอร์แสน ฉลาดที่ควบคุมด้วยระบบกุญแจอิเล็กทรอนิกส์ โดยใช้รหัสแบบ สมาร์ทการ์ดในการเปิดตู้ระบบไอทีจะควบคุมกระบวนการในการ ทำงานทั้งหมด ตั้งแต่การหาล้างรีด ประสานงานส่งซัก จัดแจงเวลา รับเสื้อผ้า พร้อมถ่ายภาพเสื้อผ้าที่ส่งซักตั้งแต่วันที่แรกจนถึงวันที่ที่ ลูกค้ารับสินค้า โดยมีการส่งข้อความแจ้งเตือนให้ลูกค้ามารับเสื้อผ้า ที่ล็อกเกอร์ หรือจุดส่งซัก

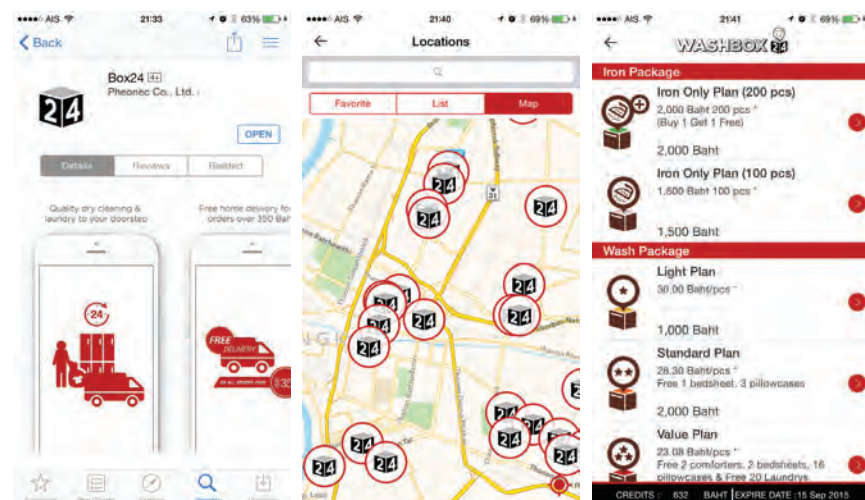
นี่คือคีย์หลักที่ทำให้สามารถรับลูกค้าได้ตลอด 24 ชั่วโมง 7 วันทำการ

“ธุรกิจของ Washbox24 เป็นปรากฏการณ์ใหม่ใน ประเทศไทย หรือแทบจะเป็นธุรกิจรูปแบบใหม่ในภูมิภาค เอเชียที่มั่นใจว่าน่าจะเติบโตไปได้ไกล”

กว่า 4 ปีของธุรกิจ Washbox24 สามารถสร้างฐานสมาชิก ทั่วกรุงเทพได้มากกว่า 2,500 ราย ซึ่งเป็นสมาชิกที่ใช้บริการ อย่างสม่ำเสมอ ยังไม่นับรวมลูกค้าขาจร ที่ก้าวเข้ามาเป็น สมาชิกของ Washbox24 มากขึ้นอย่างต่อเนื่อง ทั้งที่ ประทับใจจากบริการ และการบอกต่อแนะนำจากเพื่อน รวมทั้งการอัดแคมเปญโปรโมชันเพื่อให้เกิดการตลาด ใช้ และเกิดการใช้อย่างต่อเนื่องด้วย

ล่าสุด นิธิพนธ์ จับ Washbox24 ขยาย ตัวในแนวคิด คือการทำธุรกิจใหม่ภายใต้ ระบบเดิม คือการรับส่งสินค้า และพัสดุ ต่างๆ ผ่านระบบตู้ล็อกเกอร์ บนเส้นทาง สถานีรถไฟฟ้าทั่วกรุงเทพ อีกหนึ่งธุรกิจ ที่เขามั่นใจว่าจะตอบใจผู้บริโภค และ เติบโตได้ดีไม่แพ้กัน

หากจะนับให้ Washbox24 เป็นธุรกิจ สร้างสรรค์ใหม่ ในวันนี้ก็ถือว่า จากตั้งไข่ จนถึงก้าวแรกใช้เวลาไม่นานและไม่แน่ว่า ก้าวต่อไปก็อาจติดปีกบินไปอย่างรวดเร็ว ได้เช่นกัน





K & M

สปีดองค์ความรู้ ‘เอ็กซา’สไตล์

การที่เราให้ผลิตภาพรายชิ้น
เป็นการท้าทายการผลิตชิ้นงานคุณภาพ
ให้ได้มากขึ้น และสามารถสร้างผลผลิต
เพิ่มขึ้นเป็นเท่าตัว



“ศักยภาพมนุษย์ถูกครอบเอาไว้เราต้องใช้ทัศนคติ
ที่ซ่อนไว้ภายใน ปลดล็อกศักยภาพออกมา” **อนุชา
มีเกียรติชัยกุล** กรรมการผู้จัดการและผู้ออกตั้ง
บริษัท เอ็กซา ซีแลม จำกัด กล่าวตอนหนึ่งระหว่าง
ให้สัมภาษณ์กับวารสารกระทรวงอุตสาหกรรม

เอ็กซา ซีแลม ดำเนินธุรกิจเกี่ยวกับอุตสาหกรรม
ผลิตฟันปลอม และผลิตภัณฑ์ที่ใช้ในทางทันตกรรม
โดยได้รับการสนับสนุนจากคณะกรรมการส่งเสริม
การลงทุน (BOI) ในช่วงเริ่มต้นธุรกิจ



มาถึงวันนี้เข้าสู่ปีที่ 21 ของกิจการ บริษัทกำลังเติบโต
เต็มศักยภาพ กับการปักธงเป้าหมาย เป็นหนึ่งใน
บริษัทอาเซียนสัญชาติไทยที่สร้างชื่อเสียงและรายได้
เป็นกอบเป็นกำให้ประเทศ

“เราอยากมีสำนักงานสาขา อย่างเช่น เอ็กซา ย่างกุ้ง
เอ็กซา พนมเปญ ดำเนินธุรกิจทันตกรรมอยู่ในอันดับ
ต้นๆ ของกลุ่มประเทศเออีซีชี้วัดความสามารถของเรา
วันนี้ไม่แพ้ญี่ปุ่น จีน และอีกหลายประเทศในเอเชีย”

เขابอกว่า ผลิตภัณฑ์ในงานทันตกรรม เป็นงานที่ต้อง
ใช้ฝีมือไม่ต่างอะไรกับ “หัตถกรรม” ถือเป็น “ศิลปะ
อุตสาหกรรม” ที่งดงามจากการรังสรรค์อย่างประณีต
ด้วยทักษะและความชำนาญของคน

สิ่งที่คุณอนุชาพยายามท้าทายไปอีกขั้นคือ **เอาผลิต
ภาพ (productivity) ไปจับ “ทันต-หัตถกรรม”**
เพื่อให้ได้ชิ้นงานดีๆ เพิ่มมากขึ้น โดยใช้เวลาน้อยลง

“ความเร็วไม่ได้ทำให้คุณภาพหายไป สิ่งที่เอ็กซา
ทำคือ การส่งเสริมคุณภาพงานระบบรายชิ้นโดยให้
ค่าตอบแทนพิเศษเพิ่มขึ้น ทำให้เกิดการพัฒนางานอย่าง
เป็นรูปธรรม”

สำหรับเขาแล้ว ถ้าองค์กรไม่คิดริเริ่มทำอะไร เพื่อให้เกิด
ผลลัพธ์ที่ดีขึ้น การทำงานก็จะไม่เกิดการเปลี่ยนแปลง

“บางทีสิ่งที่เราเชื่อมาตลอดเกือบทั้งชีวิต อาจจะมีผิด
ก็ได้ การที่เราให้ผลิตภาพรายชิ้น เป็นการท้าทายการ
ผลิตชิ้นงานคุณภาพให้ได้มากขึ้น และสามารถสร้าง
ผลผลิตเพิ่มขึ้นเป็นเท่าตัว ด้วยการเปลี่ยนความเชื่อ
จากคำพูดง่ายๆ ว่า ลองดู”



แต่เดิมชิ้นงานทันตกรรมของเอ็กซาจะมีกำลังการผลิตได้
สูงสุด 12 ชิ้นต่อวัน อนุชาประกาศเสียงดังฟังชัดกันไป
เลยว่า ถ้าใครสามารถทำชิ้นที่ 13 ในเวลาที่มียูเทเดม
ได้จะให้เงินพิเศษขึ้นละ 100 บาท และเพิ่มจำนวนเงินไป
เรื่อยๆ สำหรับชิ้นต่อไป

ผลปรากฏว่าพนักงานบางคนสามารถทำตัวเลขได้สูงสุด
ที่ 27 ชิ้นต่อวัน จากค่ามาตรฐานเดิมที่ยอมรับกันว่า 12
ชิ้นต่อวันคือสูงสุด

บางทีสิ่งที่เราเชื่อมาตลอดเกือบ
ทั้งชีวิต อาจจะผิดก็ได้ การที่เราให้
ผลิตภาพรายชิ้น เป็นการท้าทายการ
ผลิตชิ้นงานคุณภาพให้ได้มากขึ้น
และสามารถสร้างผลผลิตเพิ่มขึ้น
เป็นเท่าตัว ด้วยการเปลี่ยนความเชื่อ
จากคำพูดง่ายๆ ว่า ลองดู





ด้วยวิธีคิดเดียวกันนี้ เขาเริ่มขยายวงการผลิตกับผลิตภัณฑ์งานฝีมือต่างๆ ในทันตกรรม โดยตั้งศักยภาพในตัวคนออกมาใช้ประโยชน์ให้เกิดสูงสุด จากการใช้เงินรางวัลเป็นตัวสร้างแรงจูงใจ

“เมื่อคนเรามีทักษะและความชำนาญในงาน เขาสามารถสร้างรายได้มากกว่า จากการผลิตงานรายชิ้น โดยไม่มีโอที เพราะจุดยืนของธุรกิจ เราเน้นให้คนทำงานเต็มที่ และกลับบ้านตรงเวลาเพื่ออยู่กับครอบครัว

ถึงจุดหนึ่งเมื่อพนักงานเติบโตขึ้น เราก็ส่งเสริมให้ไปต่อยอดทักษะงานที่ยากขึ้น ละเอียดยิ่งขึ้น และดึงพนักงานที่มีประสบการณ์มาเป็นพี่เลี้ยงสอนน้อง เป็นการถ่ายทอดทักษะต่อๆ กันไปจากรุ่นสู่รุ่น”

ย้อนไปหลายสิบปีก่อนหน้านี้ เอ็กซาเคยประสบกับปัญหาต่างๆ ในกระบวนการผลิต ทั้งจากรูปแบบสินค้าที่ผลิตไม่ได้ตามขนาด คลาดเคลื่อนกับแบบฟันของลูกค้า ปัญหาจากการขาดแคลนช่างเทคนิคทันตกรรม รวมถึงข้อบกพร่องจากการทำแบบพิมพ์ฟัน

แต่หลังจากการจ้างผู้เชี่ยวชาญจากฝั่งยุโรป ทั้งฝรั่งเศสและเนเธอร์แลนด์ เข้ามาถ่ายทอดเทคโนโลยี จนกลายเป็นการส่งมอบความรู้ที่ได้รับการพัฒนาต่อยอดให้เข้ากับตลาดทั้งในและต่างประเทศ

ปัจจุบันนี้เอ็กซากลายเป็นหนึ่งในแล็บทันตกรรมแถวหน้าที่ได้มาตรฐานสากล และรับจ้างผลิตส่งไปทำตลาดในหลายประเทศทั่วโลก

“เอ็กซาเรามีองค์ความรู้ในระดับหนึ่ง โดยอยู่ระหว่างวิจัยพัฒนากับมหาวิทยาลัยหลายแห่ง และร่วมกับ สำนักงานพัฒนาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งชาติ (สวทช.) และกรมส่งเสริมอุตสาหกรรม วิจัยแพคเกจจิง จากโครงการคูปองนวัตกรรม เป้าหมายของงานวิจัยชิ้นนี้มุ่งลดการใช้วัตถุดิบ ลดกระบวนการที่ซ้ำซ้อน รวมถึงช่วยลดต้นทุน



องค์กรสร้างสุข ‘เอ็กซา’

เอ็กซา ได้ขึ้นชื่อว่าเป็น บริษัทขวัญใจมหาชนสำหรับคนทำงาน “เด็กแนว” ในพื้นที่ภาคเหนือ ด้วยกิตติศัพท์เลื่องลือในเรื่องของการเป็นองค์กรที่ดูแลดี กินดีอยู่ดี เงินเดือนดี เบอร์เซนต์ขึ้นเงินเดือนต่อบีก็แสนดี อยู่ในเกณฑ์ 10-20%

บริษัทได้รับการยกย่องว่าเป็นองค์กรสร้างสุข **happy work place** ห่วงใยทุกข์สุขของพนักงาน จนคนทำงานอยากตื่นก่อนไก่ รีบมาทำงานทุกวัน

โปรแกรมดูแลความเป็นอยู่ของพนักงานไว้ครบครัน ตั้งแต่เรื่องเล็กๆ อย่าง พัก 10 นาทีให้ยืดร่างกายเดินแอโรบิก ไปจนถึงแพ็คเกจสวัสดิการชวนวิว... จนแม้แต่บรรดา HR ก็คงนึกไม่ถึง

อย่างเช่น ถ้าอายุงานครบ 12 ปี จีบฉลากไปท่องเที่ยวต่างประเทศมีจีบฉลากปลดหนี้ช่วงเทศกาลปีใหม่ที่ผ่านมามีหนี้เท่าไร เอ็กซาจ่ายให้ รวมถึงกองทุนบริษัท เอาไว้กู้ยืมฉุกเฉิน และวันหยุดประจำปีที่มีมากกว่าหลายบริษัท

อายุเฉลี่ยคนทำงานที่เอ็กซา ไม่เกิน 25 ปี แกรมอัตราการลาออกก็ต่ำมาก ไม่ถึง 1% เรียกว่าอยู่กันยาว ตั้งแต่เป็น Gen Y มารู้ตัวอีกทีก็มีอายุใกล้เคียง baby boomer gen ซะแะ

ในอนาคต แต่ในแง่ของเทคโนโลยีขั้นสูง เรายังต้องใช้เวลาจากนี้อีกมาก”

ทุกวันนี้เอ็กซาพยายามยกระดับเป็นองค์กรนวัตกรรม โดยเริ่มต้นจากสิ่งละอันพันละน้อย ค่อยเป็นค่อยไป เพื่อผลิตชิ้นงานคุณภาพ สร้างรอยยิ้มให้กับผู้คนทั่วโลก ในก้าวจังหวะที่หลายประเทศกำลังสืบคลานเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุ

ถือเป็นอีกธุรกิจรุ่งเรืองเฉพาะทาง ที่ไม่หวั่นหวาดแบบกระต่าย แต่ก็ไม่ได้ดื้อมดแบบเต่า...



GREEN MATTERS

ECO Sticker

มาตรฐานใหม่ ยานยนต์ลด CO₂

การติด ECO Sticker หรือป้ายแสดง
ข้อมูลรถยนต์ตามมาตรฐานสากล
นับเป็นอีกก้าวสำคัญของการยกระดับ
การใช้รถยนต์อย่างยั่งยืน
(Sustainable Mobility)
ที่จะได้เห็นกันอย่างแน่นอน
ในเมืองไทยปีนี้

ภายใต้การผลักดันของกระทรวงอุตสาหกรรม ตามนโยบาย
ปรับโครงสร้างภาษีสรรพสามิตรถยนต์แบบใหม่ ซึ่ง
ปรับเปลี่ยนมาเป็นการคำนวณตามการปล่อยไอเสียหรือ
ก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์ (CO₂) เริ่มตั้งแต่วันที่ 1 มกราคม
2559 ที่ผ่านมา

นำมาสู่การเปลี่ยนแปลงหลักเกณฑ์การให้สิทธิลดหย่อน
อัตราภาษีจากรถยนต์ที่มีขนาด “ซี.ซี.ต่ำ-แรงม้าน้อย” ใน
อดีตมาเป็นรถยนต์ที่มี “ความสะอาด-ประหยัด-ปลอดภัย”
ส่งผลให้เกิดความตื่นตัวของผู้ผลิตและผู้บริโภคในการผลิต
และเลือกซื้อรถยนต์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม

eco
sticker



ก้าวใหม่ของการยกระดับยานยนต์ไทย

- ไทย และ สิงคโปร์ เป็น 2 ประเทศแรกในกลุ่มอาเซียนที่มีระบบ ECO Sticker โดยปัจจุบัน รถยนต์ที่จำหน่ายในโลกซึ่งผลิตจากประเทศผู้ผลิตรถยนต์ชั้นนำ (ยกเว้น รัสเซีย) มีการติด ECO Sticker แล้วประมาณ 70%
- ECO Sticker ช่วยสร้างความโปร่งใสต่อผู้บริโภคและผู้ใช้รถยนต์ โดยนอกจากการรถยนต์ในโครงการ ECO Car แล้ว นี่เป็นครั้งแรกในไทยที่มีการเปิดเผยสมรรถนะรถยนต์ที่วัดตามมาตรฐานสากลเดียวกัน
- ECO Sticker เป็นมิติใหม่ของการก้าวสู่ระบบราชการแบบ Digital ด้วยระบบ Cloud Based Application ที่เชื่อมโยงข้อมูลระหว่างหน่วยงานราชการ ภาคอุตสาหกรรมและภาคประชาชน อย่างเต็มรูปแบบผ่านระบบ Cloud

อาทิตย์ วุฒิศะโร ปลัดกระทรวงอุตสาหกรรม กล่าวว่า การริเริ่มใช้ระบบป้าย ECO Sticker ถือเป็นกลไกช่วยส่งเสริมให้เกิดการพัฒนาเทคโนโลยียานยนต์ในเมืองไทยให้ทัดเทียมประเทศชั้นนำ เช่น ญี่ปุ่น ยุโรป ออสเตรเลีย หรือสหรัฐอเมริกา ซึ่งมีการใช้ระบบ ECO Sticker กันอย่างแพร่หลาย เพื่อให้ข้อเท็จจริงเชิงเปรียบเทียบประกอบการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค นำมาสู่การยกระดับยานยนต์สู่มาตรฐาน “สะอาด ประหยัด ปลอดภัย” โดยกระทรวงอุตสาหกรรม ได้ออกประกาศกำหนดให้ผู้ผลิตหรือผู้นำเข้ารถยนต์ เริ่มติด ECO Sticker บนรถยนต์ใหม่ทุกคันตั้งแต่วันที่ 1 ตุลาคม 2558 ที่ผ่านมา และคาดว่าจะได้เห็นการใช้ ECO Sticker อย่างแพร่หลายในปีนี้

สำหรับ ECO Sticker เป็นแผ่นป้ายขนาดเท่ากระดาษ A4 แบบสีหรือขาว-ดำ ที่มีการระบุข้อมูลที่สำคัญของรถยนต์ ประกอบด้วย 1. ข้อมูลผู้ผลิตหรือผู้นำเข้า 2. ข้อมูลพื้นฐานของรถยนต์ 3. ข้อมูลอุปกรณ์ที่ติดตั้งจากโรงงาน และ 4. ข้อมูลแสดงสมรรถนะของรถยนต์ตามมาตรฐาน UN (United Nation) ได้แก่ อัตราการประหยัดน้ำมันเชื้อเพลิง ปริมาณ

การปล่อยก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์ (CO₂) มาตรฐานสิ่งแวดล้อม และมาตรฐานความปลอดภัยโดยผู้ผลิต ผู้นำเข้าจะติด ECO Sticker ไว้ที่กระจกบังลม ด้านหน้าหรือด้านข้างบนรถยนต์ใหม่ทุกคัน ก่อนส่งมอบให้กับตัวแทนจำหน่ายหรือโชว์รูมรถยนต์

ล่าสุด ในปีนี้ กระทรวงอุตสาหกรรมยังได้เปิดให้บริการเว็บไซต์ www.car.go.th เพื่อเป็นแหล่งรวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับรถยนต์และ Eco Sticker ให้แก่ผู้ซื้อรถยนต์และผู้สนใจสามารถเข้าไปศึกษาข้อมูลต่างๆ ประกอบการพิจารณาเลือกซื้อได้ด้วยตัวเองง่ายๆ ได้ผ่านเว็บไซต์ดังกล่าว

ด้วยการนำหมายเลขทะเบียน (ECO Sticker ID) หรือรหัสโครงรถ (VIN) ของรถยนต์ที่สนใจมากรอกในเว็บไซต์เพื่อเปรียบเทียบข้อมูลต่างๆ เช่น ค่าใช้จ่ายด้านพลังงานต่อเดือน รวมทั้งสามารถดาวน์โหลดโบรชัวร์ของรถ และค้นหาเปรียบเทียบคุณสมบัติของรถยนต์คันนั้นกับคันอื่นๆ ในระบบได้อีกด้วย



ระบบ ECO Sticker จึงถือเป็นอีกก้าวของการยกระดับการคุ้มครองผู้บริโภคจากเดิมในอดีตที่ผู้ซื้อรถในประเทศไม่สามารถเปรียบเทียบสมรรถนะของรถยนต์แต่ละรุ่น โดยวันนี้ นอกจากผู้บริโภคจะสามารถเข้าถึงข้อมูล ECO Sticker ได้ผ่านช่องทางเว็บไซต์

www.car.go.th แล้ว ยังสามารถดาวน์โหลด ECO Sticker ของรถเก็บไว้ในมือถือสแกนโทรศัพท์ด้วยการใช้โปรแกรม Line หรือ QR Code Reader Application ที่อยู่บนมือถือสแกนไปตรง QR Code ที่อยู่บน ECO Sticker

“ECO Sticker จะช่วยให้ผู้บริโภคและประชาชนทั่วไปได้รับข้อมูลสมรรถนะรถยนต์ที่เที่ยงตรง โปร่งใส และเป็นมาตรฐานเดียวกัน เพื่อประโยชน์ต่อการพิจารณาเลือกซื้อรถยนต์ อันจะเป็นการช่วยยกระดับคุณภาพและสมรรถนะของรถยนต์ที่จำหน่ายในประเทศ ให้มีการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง ซึ่งจะเป็นการส่งเสริมการผลิตและการใช้รถยนต์ที่ยั่งยืน” ปลัดกระทรวงอุตสาหกรรม กล่าว



THUMP UP

ดอยคำ

ฟันเฟือง ‘ทุนนิยมสร้างสรรค์’



พิพัฒพงศ์ อิศรเสนา ณ อยุธยา

คนอื่นอาจให้เมล็ดพันธุ์ แต่เราเลือก
ที่จะให้ความรู้ จัดสัมมนาให้ความรู้กับ
เกษตรกร เราไม่เคยบิคุบัญชีว่า
ค่าใช้จ่ายส่วนนี้เป็นต้นทุน แต่ถือว่าเป็น
กิจกรรม CSV ที่เราให้โครงการ
ช่วยเหลือชุมชน



CSV หรือ Creating Shared Value จะเป็น
แนวคิดที่คนทำธุรกิจคนนี้พูดถึงกันมากขึ้น แม้
คำนี้จะมีที่มาจากแนวคิดของไมเคิล อีพอร์เตอร์ ที่ปลูก
ให้บริษัททั่วโลกหันมาเน้นสร้างคุณค่าร่วมกับสังคม

แต่ในเมืองไทยมีธุรกิจหนึ่งเดินตามแนวคิด CSV
มาอย่างยาวนานกว่า 2 ทศวรรษ นั่นคือ **บริษัท ดอยคำ
ผลิตภัณฑ์อาหาร จำกัด**





อุตสาหกรรมเกษตรแปรรูปที่ถือกำเนิดขึ้นเพื่อใช้กลไก
ธุรกิจในการแก้ปัญหาสังคม รับซื้อผลผลิตในราคาที่เป็น
ธรรมจากเกษตรกรนำมาแปรรูปเป็นสินค้าที่สร้างมูลค่าเพิ่ม
และยังช่วยพยุงราคาในช่วงผลผลิตล้นตลาด

แนวทางการพัฒนาอุตสาหกรรมที่สร้างความกินดีอยู่สบาย
ในรูปแบบนี้ ยังตอบโจทย์การลดความเหลื่อมล้ำในสังคม
ซึ่งเป็นปัญหาใหญ่ของประเทศไทยมายาวนาน

“ดอยคำเป็นกิจการเพื่อสังคม เป้าหมายการดำเนินงานธุรกิจ
ของเราไม่ใช่กำไรสูงสุด แต่เป็นกำไรในระดับที่เหมาะสม
ที่ทำให้ธุรกิจดำเนินไปได้อย่างมั่นคง

ปรัชญาของเรา คือ ธุรกิจที่เป็นธรรมกับทุกฝ่าย ดอยคำอยู่
ได้ คู่ค้าอยู่ได้ เกษตรกรอยู่ได้ และผู้บริโภคได้บริโภคสินค้า
ที่มีคุณภาพในราคาที่ เป็นธรรม” **พิพัฒพงศ์ อิศรเสนา
ณ อยุธยา** กรรมการและกรรมการบริหาร บริษัท ดอย
คำผลิตภัณฑ์อาหาร จำกัด เล่าถึงการทำธุรกิจในรูปแบบ
“ดอยคำโมเดล”



“ทางเลือกคือจะเพิ่มพื้นที่ปลูก หรือจะเพิ่มผลผลิต
ต่อไร่ เราเลือกที่จะใช้การเพิ่ม Productivity เพื่อ
เพิ่มผลผลิตต่อไร่ โดยเข้าไปพัฒนาให้ความรู้วิธี
เพาะปลูกแบบใหม่ที่ได้ผลผลิตได้สูงกว่า ด้วยการ
ต่อยอดมะเขือเทศจากต้นมะเขือพวงเพื่อใช้ราก
มะเขือพวงในการหาอาหาร การแนะนำวิธีการปลูก
โดยขึ้นค้างให้กับเกษตรกร ทำให้ได้ผลผลิตเพิ่มขึ้น
อยู่ที่ 8-10 ตันต่อไร่”

การปรับเปลี่ยนทัศนคติของเกษตรกรที่เคยปลูก
ตามมีตามเกิด หันมาเพาะปลูกในรูปแบบเกษตรกรรม
ประณีตไม่ใช่เรื่องง่าย กลยุทธ์ของดอยคำจึงสร้างการ
เปลี่ยนแปลงวิธีคิดโดยอาศัยขับเคลื่อนของเด็กๆ ใน
ท้องถิ่นเป็น Change Agent ที่สำคัญ

“คนอื่นอาจให้เมล็ดพันธุ์ แต่เราเลือกที่จะให้ความรู้
จัดสัมมนาให้ความรู้กับเกษตรกร เราไม่เคยบู้บุญชี้
ว่าค่าใช้จ่ายส่วนนี้เป็นต้นทุน แต่ถือว่าเป็นกิจกรรม
CSV ที่เราให้โครงการช่วยเหลือชุมชน”



ตัวอย่างหนึ่งที่พิพัฒพงศ์
หยิบยกมาเล่าให้ฟัง คือ
วิธีคิดในการวางแผน
จัดหาวัตถุดิบมะเขือเทศ
ป้อนเข้าโรงงาน ในช่วงที่
ตลาดน้ำมะเขือเทศในเมือง
ไทยเติบโตสูงต่อเนื่องจาก
กระแสรักสุขภาพ



พิพัฒพงศ์ บอกว่า การทำกิจกรรมเพื่อสังคมในรูปแบบ การสงเคราะห์ ไม่ใช่วิถีของดอยคำ แต่จะมุ่งเน้นที่ การช่วยเหลือเกษตรกรให้สามารถพึ่งพาตนเองได้ ในระยะยาว ซึ่งจะนำมาสู่ความยั่งยืนอย่างแท้จริง

“ครั้งหนึ่งเคยมีเหตุการณ์น้ำป่าถล่มพื้นที่ชุมชนที่ทำไร่ เสาวรสเสียหาย แทนที่จะสร้างสิ่งปลูกสร้างให้ชุมชน สิ่งที่เราให้คือความรู้ในการเพาะปลูกเสาวรสแบบใหม่ ทดแทนพื้นที่เดิมที่เสียหาย โดยส่งคนเข้าไปช่วยฟื้นฟู ให้ความรู้ เพาะกล้าเสาวรสสายพันธุ์ดีส่งไปให้ปลูก

ประโยชน์ที่เกิดขึ้น คือ เกษตรกรขายเสาวรส ได้เงินส่งลูกเรียน ส่วนดอยคำได้วัตถุดิบน้ำเสาวรส ส่งให้ลูกค้าได้อย่างไม่ขาดช่วง แนวทางอย่างนี้ ก็คือ CSV ที่ทุกฝ่ายได้ประโยชน์ร่วมกันหมด เราได้ เกษตรกรได้ ลูกคำได้”

รวมถึงการรับซื้อผลผลิตจากเกษตรกรด้วย **“ราคาที่เป็นธรรม”** ไม่ใช่ราคาที่ **“ต่ำที่สุด”**

“ปัจจุบันราคาเฉลี่ยทั้งฤดูกาลที่เรารับซื้อ มะเขือเทศอยู่ที่ 3.02 บาทต่อกิโลกรัม ขณะที่



ก้าวใหม่ ‘ดอยคำ’



จากเทรนด์การบริโภคน้ำผลไม้เพื่อสุขภาพและความงาม ส่งผลให้ “น้ำมะเขือเทศ” กลายเป็น **Growth Engine** ที่สร้างการเติบโตอย่าง สูงให้กับดอยคำในช่วง 3 ปีที่ผ่านมาในระดับ 30-40% ต่อปี พร้อมๆ กับการเคลื่อนไหวใหม่ทางธุรกิจที่รุกทุกช่องทาง ทั้งการคิดค้น พัฒนาผลไม้สูตรใหม่ เช่น น้ำมะเขือเทศผสมสตรอว์เบอร์รี่ และเสาวรส (Mocktail) เจาะกลุ่มคนรุ่นใหม่ และน้ำมะเขือเทศสูตรโซเดียมต่ำสำหรับผู้สูงอายุ นอกจากนี้ ยังปรับปรุง แพคเกจจิ้งโฉมใหม่ให้ทันสมัย การขยายช่องทางการจำหน่าย ในร้านเซเว่น อีเลฟเว่น

พิพัฒพงศ์ เล่าว่า ในปีนี้ ดอยคำยังมีแผนทำรีแบรนด์ดิ้งใหม่ พร้อมพัฒนาร้านโฉมใหม่ที่มีคอนเซ็ปต์และดีไซน์ที่ทันสมัย มากขึ้น โดยมีสาขาราชเทวีที่สำนักงานใหญ่เป็นต้นแบบ รวมทั้งเดินหน้าขยายธุรกิจในรูปแบบแฟรนไชส์ และเตรียมรุกสู่ การทำธุรกิจในระดับอินเตอร์เนชั่นแนลภายใต้แบรนด์ดอยคำ ในอนาคต

ทุนนิยมแบบสร้างสรรค์ คือ การทำธุรกิจบนความพอดี พอดีทั้งกำไรในระดับ ที่เหมาะสม เขาอยู่ได้ เราอยู่ได้ ถ้าเราอยู่ได้ แต่เขาเจ๊ง หรือเขาอยู่ได้แต่เราเจ๊ง อย่างนี้ไม่ใช่ความพอดี

รายอื่นรับซื้อในราคาเฉลี่ยทั้งปีอยู่ที่ 2.95 บาท เพราะ น้ำมะเขือเทศของเราวางขายในตลาดบน เมื่อมีส่วนต่าง กำไรที่มาก เราเลือกที่จะคืนกำไรกลับให้กับเกษตรกร ด้วยการรับซื้อมะเขือเทศในราคาที่สูงกว่าคนอื่น”

ทำธุรกิจแบบ “ใจเขา ใจเรา”

“ทุนนิยมแบบสร้างสรรค์ คือ การทำธุรกิจบนความ พอดี พอดีทั้งกำไรในระดับที่เหมาะสม เขาอยู่ได้ เรา อยู่ได้ ถ้าเราอยู่ได้ แต่เขาเจ๊ง หรือเขาอยู่ได้แต่เราเจ๊ง อย่างนี้ไม่ใช่ความพอดี” พิพัฒพงศ์ กล่าว

การทำธุรกิจของดอยคำจึงให้ความสำคัญ **Triple Bottom Line คือการสร้างสมดุลกับมุมมองทั้ง 3 ด้าน คือ เศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม** โดยใน ด้านสิ่งแวดล้อม บริษัทมีนโยบายก่อสร้างโรงงานที่เป็น มิตรต่อสิ่งแวดล้อม หรือ Green Factory โดยใช้ การออกแบบให้กลมกลืนกับภูมิสถาปัตยกรรมของท้องถิ่น



รวมถึงกระบวนการผลิตที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม ตัวอย่างเช่น สตรอว์เบอร์รี่อบแห้งดอยคำที่ได้รับรองฉลากคาร์บอน

“ตัวอย่างเหล่านี้ คือ วิธีการดำเนินธุรกิจเพื่อสังคมที่เรายึดมั่นเพื่อเป็น ส่วนหนึ่งของการขับเคลื่อนสังคมให้ดีขึ้น” พิพัฒพงศ์ กล่าว

กว่า 2 ทศวรรษของ “ดอยคำ” บนวิถี CSV นอกเหนือจากกำไรที่เป็น “เม็ดเงิน” แล้ว จึงมีกำไรสังคมที่เกิดจากการพัฒนาที่สมดุลไปพร้อมๆ กับฟันเฟือง “ทุนนิยมสร้างสรรค์” แห่งนี้อีกด้วย



ขั้นตอนการขอรับใบอนุญาต ประกอบกิจการโรงงานและดำเนินการอื่นๆ





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
ให้อุตสาหกรรม
ให้เอื้อต่อการลงทุนและ
การพัฒนาอุตสาหกรรม

3

ยุทธศาสตร์ที่
การส่งเสริมและพัฒนา
อุตสาหกรรมให้เป็นมิตร
กับสังคมและสิ่งแวดล้อม