

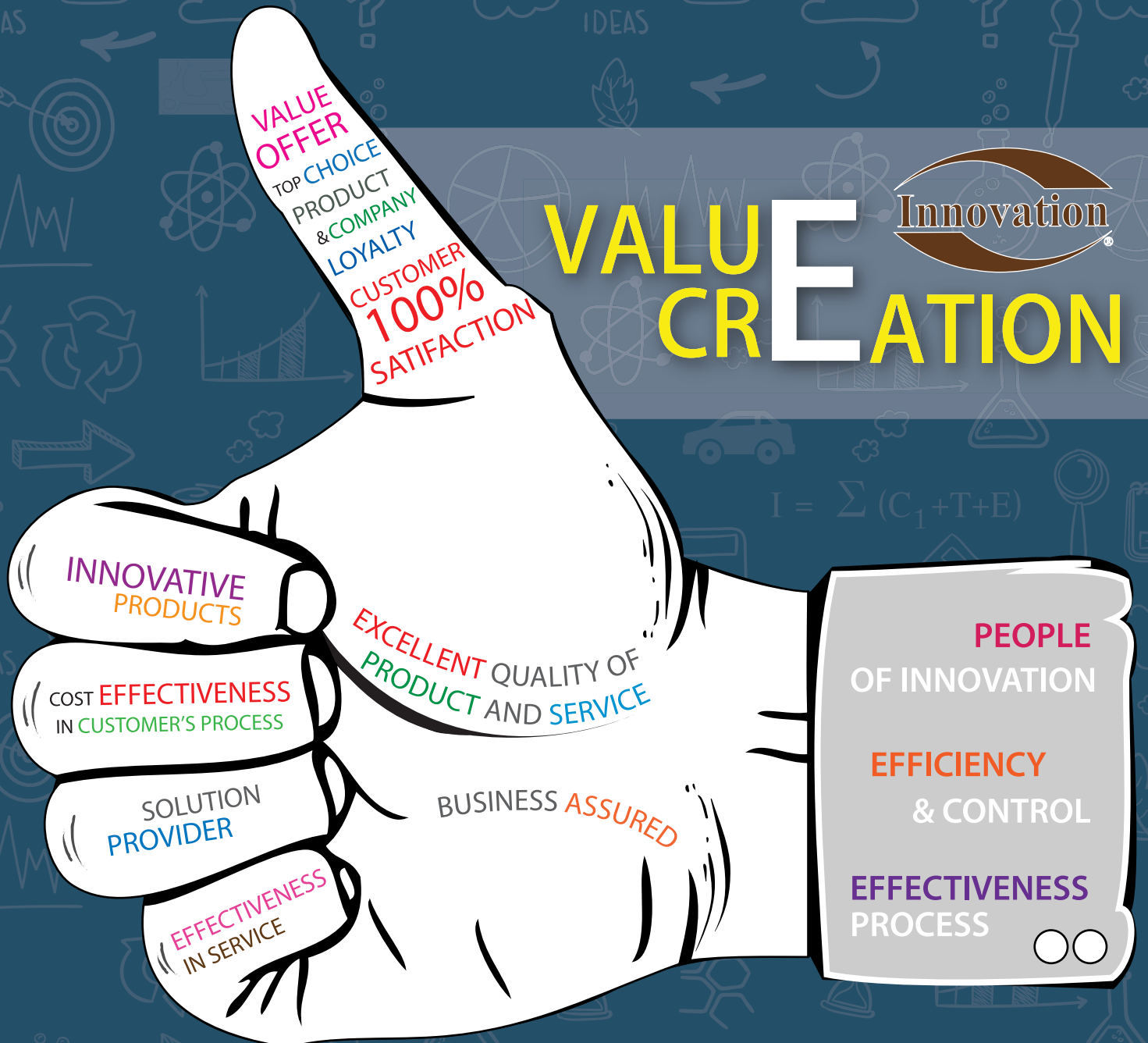


Inspiration of Technology

วารสาร

อินโนเวชันสัมพันธ์

ฉบับที่ 14 ปีที่ 9 เดือน กันยายน - พฤศจิกายน 2559



VALUE CREATION



“สร้างธุรกิจที่มีคุณค่า”

ดร.บัญญัติ ชุณหสวัสดิกุล

2016 Year of
**VALUE
CREATION**



สวัสดิ์น้อง ๆ ชาวอินโนเวชั่นที่รักทุกคน

กว่า 30 ปีที่พวกเราช่วยกันสร้างองค์กร “อินโนเวชั่น กรุ๊ป” ของเรา ขึ้นจากองค์กรเล็ก ๆ ที่ก่อตั้งขึ้นที่ถนนบริพัตร จนปัจจุบันเรามีบริษัททั้งสิ้น 11 บริษัท เป็นองค์กรที่มีความรู้ความสามารถและธุรกิจครบวงจรในอุตสาหกรรมยางและพลาสติก ตลอดเวลาที่ผ่านมา ต้องขอบคุณน้อง ๆ ชาวอินโนเวชั่นทุกคนที่ร่วมแรงร่วมใจสร้าง “ธุรกิจที่มีคุณค่า” ให้แก่องค์กร เสมอมา ตลอดเวลา 32 ปี เราฟันฝ่าอุปสรรคทั้งจากปัจจัยภายนอกและปัจจัยภายในนานับประการ สิ่งที่เราภูมิใจที่สุดคือทุกคนมีความยึดมั่นในอุดมการณ์อันเดียวกันในการสร้างองค์กรอินโนเวชั่นให้เติบโตขึ้นมาอย่างยั่งยืน เราต่างสร้าง “คุณค่าแท้จริง” แก่องค์กรของเรา เราต่างเชื่อมั่นว่า เทคโนโลยีเป็นหนทางนำเราไปสู่ความเข้มแข็งที่ยั่งยืนอันแท้จริง สิ่งนี้เป็นแรงบันดาลใจให้เราทุ่มเทศึกษาหาความรู้เพื่อพัฒนาเทคโนโลยีและนวัตกรรม อย่างไม่หยุดยั้งเพื่อความเป็นเลิศในอุตสาหกรรมที่เราทำอยู่ ความรู้และเทคโนโลยีที่พวกเราค้นคว้าเพิ่มเติมเข้ามาตลอดเวลา นำเราไปสู่ความคิดใหม่ ๆ การสร้างผลิตภัณฑ์ใหม่ ๆ สร้างตลาดใหม่ ๆ และบริการดี ๆ ที่ตอบสนองความต้องการของลูกค้าและอุตสาหกรรมทั้งปัจจุบันและในอนาคต การสร้างศูนย์วิจัย ศูนย์นวัตกรรม การออกแบบ การตรวจสอบ การทดสอบ ผลิตภัณฑ์ทำให้เราเป็นพันธมิตรการค้าที่ลูกค้าจากนานาประเทศต่างปรารถนาที่จะทำธุรกิจด้วย อันส่งผลให้ธุรกิจเติบโตใหญ่อย่างมั่นคง



ในภาวะที่เศรษฐกิจทั่วโลกกำลังประสบกับการถดถอย การแข่งขันสูงขึ้นในขณะที่อุปทานลดลง ปีนี้เราต้องขยับขยาย “สร้างธุรกิจที่มีคุณค่า (Value Creation)” ให้กับองค์กรของเราเพื่อสร้างสิ่งแวดล้อมการทำงานที่เข้มแข็งขึ้น ช่วยกันสร้างความคิดใหม่ ๆ ในการทำธุรกิจให้เกิดประสิทธิภาพ สร้างผลิตภัณฑ์ใหม่ที่ตอบสนองความต้องการของลูกค้าและอุตสาหกรรม รวมทั้งปัจจุบันและอนาคต การสร้างธุรกิจที่มีคุณค่าต้องการภาวะการเป็นผู้นำของผู้นำทุกหน่วยงาน รวมสมองและความคิดเห็นให้เห็นถึงการเปลี่ยนแปลงที่กำลังเกิดขึ้นทั้งเทคโนโลยี การเคลื่อนย้ายของตลาดและอุตสาหกรรม ความต้องการของลูกค้า คู่แข่ง และกฎระเบียบของสิ่งแวดล้อม รวมถึงกฎเกณฑ์การค้าเสรีที่เกิดขึ้น เพื่อนำไปสู่การวางแผนและปฏิบัติการที่จะสร้างกิจกรรมที่มีคุณค่าให้กับธุรกิจของอินโนเวชั่นของเรา การ “สร้างธุรกิจที่มีคุณค่า” นี้ให้สัมฤทธิ์ผลพวกเราทุกคนต้องร่วมแรงร่วมใจทำให้โครงการทุกอันที่ตั้งเป้าหมายไว้ สำเร็จทุกโครงการ

นี่แหละปีแห่ง “การสร้างธุรกิจที่มีคุณค่า” ของชาวอินโนเวชั่น



การสร้างธุรกิจที่มีคุณค่าให้กับองค์กร หรือเรามักจะเรียกกันว่า **“Value Creation”** เป็นกิจกรรมหนึ่งที่สำคัญมากขององค์กรที่ต้องการพัฒนาองค์กรให้เจริญอย่างยั่งยืน **“การสร้างธุรกิจที่มีคุณค่า”** เป็นภารกิจสำคัญของนักการตลาด โดยเฉพาะองค์กรที่อยู่ในอุตสาหกรรมเน้นการแข่งขันด้านเทคโนโลยี และต้องพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการใหม่ๆ เข้าสู่ตลาด หรือองค์กรที่จะเริ่มต้นธุรกิจใหม่ ก่อนอื่นนักการตลาดต้องสามารถแสดงศักยภาพให้เห็นในสายตาลูกค้า ทั้งขีดความสามารถขององค์กร ผลิตภัณฑ์และบริการให้ลูกค้าเห็นถึงความแตกต่างของสินค้าและบริการจากเรา และศักยภาพในธุรกิจที่เราทำอยู่นักการตลาดอาจเริ่มจากการสร้างกลยุทธ์การตลาดและผลิตภัณฑ์โดยเน้นคุณค่าที่ผู้บริโภคจะได้รับ ตัวอย่างที่เห็นคือบริษัทแอปเปิลที่สามารถยืนหยัดอยู่เป็นหนึ่งในระบบสื่อสารเคลื่อนที่ บริษัทแอปเปิลต้องปรับกลยุทธ์การตลาด นำเสนอสิ่งที่มีคุณค่าที่ผู้บริโภคจะได้รับอยู่ตลอดเวลา นำผลิตภัณฑ์ที่มีเทคโนโลยีใหม่ๆ เข้าสู่ตลาดผู้บริโภคจากรุ่นต่อรุ่น โดยเฉพาะ Application ที่ดีและเสถียร สิ่งที่บริษัทแอปเปิลเสริมเข้าไปในเครื่องมือสื่อสารเคลื่อนที่ที่หลากหลาย ใช้งานง่าย ถาวรกว่าคู่แข่ง กล้องที่ติดอยู่บนเครื่องมือสื่อสารไม่ว่าจะเป็น iPhone หรือ iPad มีความคมชัดเหนือคู่แข่ง ทั้งนี้ทั้งนั้นต่างเริ่มต้นจากนักการตลาดและผู้ที่เกี่ยวข้องในเทคโนโลยี IT อย่าง Steve Jobs ในการวางแผนกลยุทธ์การตลาด การพัฒนาและสร้างเทคโนโลยีให้เหนือคู่แข่ง รวมถึงการออกแบบทั้งทางด้านวิศวกรรมและผลิตภัณฑ์ เหล่านี้คือตัวอย่างของ **“การสร้างธุรกิจที่มีคุณค่า”** ของบริษัทแอปเปิล

องค์กรที่ **“สร้างธุรกิจที่มีคุณค่า”** ต้องสร้างองค์กรที่เป็นเลิศสามารถปิดช่องว่างระหว่างความต้องการของการตลาดและความต้องการของลูกค้า นักการตลาดต้องมองเห็นถึงความเปลี่ยนแปลงที่อาจเกิดขึ้นในอนาคต ทั้งเทคโนโลยี ความต้องการของลูกค้า ตลาด และการเปลี่ยนแปลงของคู่แข่ง นำสิ่งนี้มาวางแผนทางการตลาด วางแผนธุรกิจทั้งในระยะสั้นและยาว เพื่อปิดช่องว่างระหว่างความต้องการของลูกค้าและตลาด สอดคล้องกับความต้องการขององค์กรในระยะสั้นและระยะยาว องค์กรต้องหันมาสื่อสารถึงทิศทางที่จะต้องไปทั่วทั้งองค์กร และทำการเปลี่ยนแปลงในองค์กรที่จำเป็น โดยมุ่งเน้นในบุคลากรและระบบบริหารขององค์กรให้มีประสิทธิภาพและประสิทธิผลทั่วทั้งองค์กร เน้นประสิทธิภาพด้านการผลิต เทคโนโลยีและการสื่อสาร และสามารถนำเสนอคุณค่าตลอดทั้งห่วงโซ่อุปทาน

แอปเปิล “สร้างธุรกิจที่มีคุณค่า” ได้อย่างไร

หลายๆ คนอาจได้อ่านหนังสือ Steve Jobs ต่างทั้งในความอัจฉริยะของ Steve Jobs เมื่อ iPhone ออกสู่ตลาดใหม่ๆ Steve Jobs รู้แต่แรกว่า iPhone ของเขายังมีสิ่งที่ต้องปรับปรุงอีกมาก iPhone รุ่นแรกเป็นเพียงเครื่องมือสื่อสารที่มีอยู่แล้วในตลาด ไม่มีกล้องถ่ายรูปในตัว แบตเตอรี่ใช้งานไม่เต็มประสิทธิภาพ และการสื่อสารด้วยระบบ 2G จาก AT&T ที่ให้ความเร็วที่ค่อนข้างช้า แต่ Steve Jobs **แน่ใจว่าโทรศัพท์มือถือคือเครื่องมือสื่อสารที่สำคัญในโลกอนาคต** ในขณะนั้นบริษัทแอปเปิลจะต้องสั่งซื้ออะไหล่ต่างๆ จากผู้ผลิตอะไหล่ สั่ง Chip ที่ใช้ในเครื่องเล่น DVD จากซัมซุง ต่อมา Steve Jobs ตัดสินใจที่จะสร้างสินค้าตัวอย่างที่มีความแตกต่างออกไปจากคู่แข่ง หรือเสนอสินค้าที่มีคุณค่าแตกต่างจากคู่แข่งให้กับผู้ใช้ นอกจากการสร้างวิศวกรออกแบบแอปเปิล Steve Jobs ต้องสร้าง Silicone ของตัวเองให้สำเร็จ การตัดสินใจสร้างขีดความสามารถ Semiconductors ที่มีขนาดเท่ากับดวงตาไปรษณีย์อาจทำให้มีประสิทธิภาพสูงสุด Semiconductors คือหัวใจในเครื่องคอมพิวเตอร์ เครื่องเล่นเกม การเล่นเกมผ่านหน้าจอ เครื่องมือสื่อสารมือถือ การถ่ายภาพที่มีประสิทธิภาพและอื่นๆ กระแสจำนวนน้อยๆ ที่ไหลผ่าน ทราวนซิสเตอร์เล็กๆ จำนวนนับล้านเกิดการสั่งงานและตอบสนองในเสี้ยวล้านวินาที (Nano second) มันเปรียบเหมือนแผงวงจรหมึกาถูกบรรจุลงใน Chip ตัวเล็กๆ ถ้า Chip ตัวนี้ทำงานไม่มีประสิทธิภาพ เครื่องมือสื่อสารนั้นก็ น่าจะถูกโยนทิ้งไป ความสำเร็จของแอปเปิลคือความสำเร็จที่ Steve Jobs ต้องการสร้างผลิตภัณฑ์ที่มีคุณค่าเหนือคู่แข่งที่สนองตอบความต้องการของผู้ใช้ Steve Jobs มุ่งเหศวสร้างเทคโนโลยีของ Chip ตัวเล็กๆ ของแอปเปิลขึ้นมา Semiconductors ที่มีประสิทธิภาพต้องเกิดขึ้นจากการประสานระหว่างวิศวกรผู้ออกแบบผลิตภัณฑ์และวิศวกรผู้สร้าง Semiconductors ตอบโจทย์ที่ปิดช่องว่างระหว่างความต้องการของผู้บริโภคทั้งปัจจุบันและอนาคต วิศวกร Semiconductors ต้องประสานและรู้ซึ่งว่า Software memory ต้องการ Chip ชนิดใดที่จะสามารถสร้างรูปแบบใหม่ๆ ในเครื่องมือสื่อสารมือถือได้ วิศวกร Semiconductors ต้องเข้าใจความต้องการของวิศวกรออกแบบที่ต้องการเครื่องมือสื่อสารที่มีคุณสมบัติบางและเบา รวมทั้งมีรูปลักษณะที่ประทับใจผู้ซื้อ ด้วยโจทย์ที่ยุ้งยากเหล่านี้ Steve Jobs ได้สร้างทีมงานบริษัทแอปเปิลขึ้น โดยได้

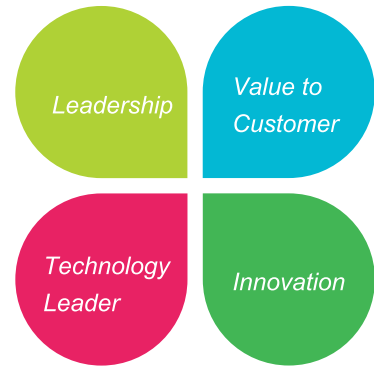


Mr. John Srouji

ผู้มีประสบการณ์จาก IBM และ Intel มาดูแลแผนก Processor chips ซึ่งเป็นมันสมองภายในของ iPhone, iPad, Apple Watch และ Apple TV John Srouji ต้องวางแผนงานและผลิตชิปที่ตอบสนองโจทย์เหล่านี้ iPhone 4 ที่ใช้ Processor A4 ได้ถูกพัฒนาให้ดีขึ้นจาก iPhone 2 ที่ใช้ชิปจากผู้ผลิตภายนอก A4 ได้ถูกออกแบบและผลิตให้มีพลังสูงสำหรับโทรศัพท์มือถือที่ต้องการถ่ายภาพที่คมชัดและการสื่อสารที่รวดเร็วขึ้น การใช้ไฟฟ้าลดลงทำให้แบตเตอรี่ใช้งานได้นานขึ้นต่อการบรรจุไฟใหม่ ต่อครั้ง ทีมงานของเขาสามารถพัฒนา Processor chip A9 ที่ทรงประสิทธิภาพสูงใน iPhone6 และสร้าง Tablet Processor, A9X ที่เพิ่งพัฒนาขึ้นมาใหม่ทำให้ iPad Pro ออกสู่ตลาดด้วยชิปที่มีความเร็วมากขึ้น บนจอกว้าง 12.9 นิ้ว และกล้องถ่ายภาพ 5.6 ล้านพิกเซล การพัฒนาของแอปเปิลทั้ง iPhone และ iPad ที่ออกมาในแต่ละรุ่น ทีมวิศวกรของ John Srouji ต้องทำงานที่หนักและรวดเร็วเพื่อให้แอปเปิลยืนอยู่ใน

ตลาดแนวหน้าของเครื่องมือสื่อสารเคลื่อนที่ แม้กระนั้นแอปเปิลจะเจอคู่แข่งที่น่ากลัวอย่าง Samsung ที่พัฒนาด้านเทคโนโลยีไล่ตามขึ้นมาตลอด และโทรศัพท์มือถือจากจีนที่ขายราคาหนึ่งในสิบของแอปเปิล Symphony X plorer V80 ที่ทำในประเทศจีนขายในราคา \$85 ในขณะที่ iPhone 6 ขายในราคา \$910 แอปเปิลต้องรีบนำเสนอ Apple Watch ที่เป็นนวัตกรรมใหม่ออกสู่ตลาดเข้ามาเสริมทัพ

“Value Creation จะไม่เกิดผลต่อองค์กรที่ไม่มีผู้นำที่สามารถเปลี่ยนแปลงการนำเสนอผลิตภัณฑ์และบริการที่เสนอคุณค่าที่ลูกค้าและตลาดต้องการ ผ่านขบวนการเปลี่ยนแปลงภายในองค์กร สร้างเทคโนโลยีใหม่เพื่อนำไปสู่การสร้างนวัตกรรมใหม่ๆ สู่ตลาด”



เราจะสร้าง Value Creation ได้อย่างไร?

“Value Creation จะไม่เกิดผลต่อองค์กรที่ไม่มีผู้นำที่สามารถเปลี่ยนแปลงการนำเสนอผลิตภัณฑ์และบริการที่เสนอคุณค่าที่ลูกค้าและตลาดต้องการ ผ่านขบวนการเปลี่ยนแปลงภายในองค์กร สร้างเทคโนโลยีใหม่เพื่อนำไปสู่การสร้างนวัตกรรมใหม่ๆ สู่ตลาด”

Value Creation จะสามารถสร้างได้ต่อเมื่อผู้บริหารสามารถตอบโจทย์ความต้องการของ Stakeholders โดย Stakeholders ต่างมีความต้องการและตอบสนองที่ไม่เหมือนกัน Stakeholders ในที่นี้หมายถึง **ผู้ที่มีส่วนได้ส่วนเสียกับองค์กร** เช่น ลูกค้า ลูกค้าของลูกค้า ผู้ใช้สินค้าขั้นปลาย (End-user) พนักงานขององค์กร สังคม และคนในสังคมที่เราเกี่ยวข้อง สถาบันสูงสุด สถาบันรัฐบาลที่ออกระเบียบที่มีผลกระทบกับการดำเนินงานขององค์กร สถาบันการศึกษาและอุตสาหกรรมที่เราเกี่ยวข้อง การตอบโจทย์ความต้องการของ Stakeholders ที่สร้างขึ้นจะไม่มีผลทางเศรษฐกิจ (Economic value) หรือคุณค่าที่สามารถวัดได้โดยตรงจากการวัดทางเศรษฐกิจ เช่น ชื่อเสียงขององค์กร การยอมรับและความไว้วางใจจากชุมชน เหล่านี้เป็นต้น คุณค่าที่สร้างกับ Stakeholders จะทำให้องค์กรสามารถขยายขีดความสามารถทั้งประสิทธิภาพและประสิทธิผลแก่องค์กรอย่างยั่งยืน

คุณค่าที่สร้างขึ้นนี้คือวิธีการที่องค์กรและคนภายในองค์กรกระทำต่อ Stakeholders ที่ทำให้ Stakeholders ได้รับประโยชน์ เมื่อเราพูดถึงการสร้างคุณค่า เราพูดถึงความเป็นผู้นำ การเปลี่ยนแปลง นำการเปลี่ยนแปลงในการพัฒนาความรู้ ความสามารถของคนและองค์กร การพัฒนาเทคโนโลยี นำไปสู่การสร้างผลิตภัณฑ์และบริการที่มีคุณค่าที่ตั้งเป้าหมายไว้จนบรรลุผลในระยะเวลาที่ตั้งใจไว้

โดยทั่วไป Value Creation มักถูกหยิบยกและมองคุณค่าทางด้านเศรษฐกิจที่จะทำให้เกิดผลชัดเจน และคุณค่าที่สามารถวัดผลกระทบที่เกิดขึ้นจากการดำเนินธุรกิจ (ประสิทธิผลของงาน) รวมถึงความสามารถของบุคลากรที่เกิดขึ้น ขบวนการผลิตที่มีประสิทธิภาพมากขึ้น เทคโนโลยีที่พัฒนา ผลิตภัณฑ์และบริการที่ตอบโจทย์รับสินค้าและบริการของเรา ผ่านกระบวนการพัฒนาภายในองค์กร พัฒนาศักยภาพขององค์กรและระบบบริหารให้เกิดประสิทธิผลสูงสุด การเร่งพัฒนาเทคโนโลยี (Technology Push) เพื่อให้เกิดเทคโนโลยีที่เกิดขึ้นภายในองค์กร เพื่อให้การผลิตที่มีประสิทธิภาพสูงสุด ต้นทุนการผลิตที่ต่ำ และคุณภาพสินค้าที่ดีอย่างสม่ำเสมอ และทำให้เกิดการพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการใหม่ๆ ที่ดีเลิศแก่ลูกค้า ลูกค้าของลูกค้า และผู้ใช้สินค้าคนสุดท้าย **ผลของการสร้างคุณค่าในด้านเศรษฐกิจคือองค์กรสามารถเติบโตขึ้นมาเป็นผู้นำในธุรกิจนั้นๆ (Outperform competition)** องค์กรควรคำนึงและมีผลกระทบทางเศรษฐกิจอย่างเด่นชัด

นอกเหนือการสร้างคุณค่าให้แก่ลูกค้าหรือผู้รับบริการแล้ว ในห่วงโซ่คุณค่า (Total value chain) ยังมีผู้ที่ได้รับประโยชน์ร่วมกันอีก เช่น ผู้ส่งสินค้าหรือวัตถุดิบแก่เรา (Supplier) ผู้ส่งสินค้าแก่เราคือตัวคุณ

ในห่วงโซ่คุณค่า ถ้าเรามีผู้ส่งสินค้าวัตถุดิบที่ดีและสินค้าที่เราได้รับมีคุณภาพอย่างสม่ำเสมอ ได้รับผลิตภัณฑ์ที่มีเทคโนโลยีใหม่ๆ รวมถึงการให้ความรู้ใหม่ๆ แก่องค์กร จะทำให้องค์กรสามารถขยายฐานธุรกิจที่กว้างไกลออกไป ฉะนั้นกับผู้ส่งสินค้าเราจะต้องพิจารณาสร้างสิ่งที่มีคุณค่าที่มีประโยชน์ร่วมกันให้เกิดขึ้นทั้งผู้ส่งสินค้าและองค์กร

อีกด้านหนึ่ง เราจำต้องคำนึงถึงผู้เกี่ยวข้องอื่นๆ ที่ไม่มีผลโดยตรงด้านเศรษฐกิจ เช่น สังคมที่เราอาศัยอยู่ สถาบันสูงสุด สถาบันของรัฐที่เกี่ยวข้อง สถาบันการศึกษา สถาบันรณรงค์ องค์กรรวมถึงพลังงานและสิ่งแวดล้อม ผู้เกี่ยวข้องเหล่านี้ต่างต้องได้รับผลประโยชน์จากการสร้าง Value Creation จากองค์กร เพื่อภาพลักษณ์ที่ดีขององค์กรและได้รับผลประโยชน์ทางอ้อมที่ไม่ใช่ทางเศรษฐกิจโดยตรง

ทำไมกลุ่มบริษัทอินโนเวชั่นต้องสร้าง “Value Creation”

ตลอดเวลาเกือบ 10 ปีที่ผ่านมา เริ่มต้นตั้งแต่การเกิดวิกฤตอสังหาริมทรัพย์ ในประเทศสหรัฐอเมริกาในปี พ.ศ.2550 ต่อเนื่องมาเป็นวิกฤตหนี้และการเงินในสหรัฐฯ เปรียบเสมือนปฏิกริยาลูกโซ่ปัญหาการเงินในสหรัฐฯ แพร่ขยายไปทั่วทั้งยุโรปและอีกหลายๆ ประเทศในสหรัฐฯ อเมริกา เศรษฐกิจเกือบครึ่งหนึ่งถูกกระทบจากวิกฤตเศรษฐกิจที่เริ่มต้นที่สหรัฐอเมริกา ในเอเชีย จีนซึ่งกว่า 15 ปีที่ซีกยุทธศาสตร์ส่งออกและมีฐานเศรษฐกิจโตขึ้นเป็นอันดับ 2 ของโลกได้รับผลกระทบจากภาวะชะลอตัวอย่างรวดเร็วในตลาดสหรัฐฯและยุโรป ประธานาธิบดี หู จิ่นเทา เป็นห่วงวิกฤตเศรษฐกิจจีนถูกกระทบอย่างแรง ทำให้รัฐบาลจีนตัดสินใจลงทุน 4 ล้านล้านหยวน หรือ 22.2 ล้านล้านบาท ในโครงการต่างๆ ของรัฐทำให้จีนสามารถกระตุ้นเศรษฐกิจให้เติบโตเกินร้อยละ 10 มาตลอดระยะเวลา 10 ปี การกระตุ้นเศรษฐกิจด้วยเงินจำนวนมหาศาลทำให้เกิดการลงทุนด้านสาธารณูปโภคและการผลิตเพิ่มขึ้นมากมายในจีน จีนจึงกลายเป็นผู้ผลิตอันดับหนึ่งของโลก (World Production) ในขณะที่สหรัฐฯ ยุโรป ญี่ปุ่น หายทางแก้ไขปัญหาเศรษฐกิจด้วยมาตรการให้เกิดสภาพคล่องและต้นทุนการเงินที่ต่ำภายในประเทศ โดยการออกพันธบัตรรัฐบาล (Quantitative Easing หรือ QE) มาจำนวนมหาศาล ด้วยเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นในจีน สหรัฐฯ และยุโรป มีผลในรอบ 10 ปี ดังนี้

ภาคการผลิตของจีนขยายตัวอย่างรวดเร็ว เกิดความต้องการในสินค้า วัตถุดิบ และสินค้าอุปโภคบริโภคเพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็ว ทำให้สินค้าอุปโภคและบริโภคมีราคาสูงขึ้นเช่นกัน ในขณะเดียวกันการออก QE ของสหรัฐฯ ทำให้เกิดสภาพคล่องทางการเงินไม่เฉพาะในสหรัฐฯ เท่านั้นในประเทศอื่นๆ ต่างมีสภาพคล่องทางการเงิน ต้นทุนการเงินถูกลง มีการจับจ่ายใช้สอยและลงทุนเพิ่มขึ้น อัตราแลกเปลี่ยนผันแปรอย่างรวดเร็ว อัตราแลกเปลี่ยนของบริษัทที่นำเข้าและส่งออกมีความเสี่ยงสูงมาก



ในขณะที่ความต้องการพลังงานของจีนและประเทศพัฒนาเศรษฐกิจใหม่ BRICS ทำให้ราคาน้ำมันสูงขึ้นอย่างรวดเร็วถึงระดับ 150 เหรียญสหรัฐฯ ต่อบาร์เรล ในปี พ.ศ.2553 ประเทศจีนเริ่มประสบปัญหาด้านอสังหาริมทรัพย์ ทั้งนี้เพราะเศรษฐกิจที่โตอย่างรวดเร็วกลับเริ่มชะลอตัวลง เกิดเป็นภาวะฟองสบู่ในภาคอสังหาริมทรัพย์ จีนคาดว่าปัญหาจะบานปลาย รัฐบาลจำเป็นต้องใช้เงินจำนวนมหาศาลเข้าประคองอสังหาริมทรัพย์ของประเทศ ความวุ่นวายไม่ทันหาย ความความยากก็เข้ามาแทรก หุ่น Shanghai Composite ที่รัฐบาลจีนใช้เป็นเครื่องมืออีกชิ้นในการกระตุ้นเศรษฐกิจจากภาครัฐในการลงทุน มีการทุบตัวลงกว่าร้อยละ 15 ในเดือนมิถุนายน พ.ศ. 2557 จีนต้องออกมาตรการมากมาย ออกมาปกป้องตลาดภาคการลงทุนนี้ เพื่อสร้างความเชื่อมั่นของผู้บริโภคซึ่งลดลงอย่างต่อเนื่อง

เมื่อเกิดการชะลอตัวในเศรษฐกิจ การผลิต การลงทุนในจีน ราคาสินค้าอุปโภคและบริโภคที่โตมาตลอดเกิดทุบตัวลงอย่างรวดเร็ว ตลาดวัตถุดิบและวัตถุดิบกิ่งสำเร็จรูปที่ใหญ่โตของจีนในแถบเอเชียหลายประเทศต่างก็ทุบตัวลง ส่งผลให้ประเทศต่างๆ ในเอเชียประสบปัญหาการส่งออกไปตามๆ กันในสินค้าอุปโภคและบริโภค (รวมทั้งประเทศไทยเราด้วย) เหตุการณ์ที่ผันผวนไปตลอดเวลา 10 ปีนี้มีผลกระทบต่อแผนการสร้างองค์กรให้เติบโตอย่างยั่งยืนของกลุ่มบริษัทอินโนเวชั่นเป็นอย่างมาก เราต้องทำการปรับตัวตลอดเวลา 9 ปีที่ผ่านมา

ในปี พ.ศ. 2550 กลุ่มบริษัทอินโนเวชั่นต้องการปรับ “คุณภาพทั่วทุกระดับ” (Quality at all levels) โดยมองว่าคุณภาพจะทำให้เกิดขึ้นได้ องค์กรต้องเปลี่ยนแปลงระบบบริหาร พัฒนาบุคลากร สินค้าที่ตอบสนองความต้องการด้านคุณภาพและบริการของลูกค้าอย่างแท้จริง ด้วยคุณภาพทุกระดับ กลุ่มบริษัทอินโนเวชั่นลดความสูญเสียจากการผลิตได้ปีละหลายล้านบาทจากการพัฒนาคุณภาพทุกระดับ

ในปี พ.ศ.2551 ต่อเนื่องจากการเปลี่ยนแปลงการทำคุณภาพทุกระดับ ทางกลุ่มบริษัทอินโนเวชั่นทำต่อเนื่องในการ Re-engineering เรามาเน้นเพิ่มเติมในการสร้างองค์กรที่ดี มีบุคลากรมีคุณภาพและเป็นคนดีของตัวเอง องค์กร ครอบครัวและสังคม ปีแห่งการส่งเสริม “คนดี คนเก่ง ทำงานเป็นทีม”



ในปี พ.ศ. 2552 ในขณะที่ทั่วโลกกำลังประสบปัญหาทางเศรษฐกิจ การเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นในกลุ่มบริษัทอินโนเวชั่นยังปรับไม่ทันกับการเปลี่ยนแปลงของเศรษฐกิจ ตลาดและคู่แข่งที่เกิดขึ้นเป็นปัจจัยนำมาซึ่งการเปลี่ยนแปลงการบริหารและการจัดการครั้งใหญ่ ในปีนี้คือปีแห่ง **“การเปลี่ยนแปลงการบริการและการจัดการ” (Change Management)**

ในปี พ.ศ. 2553 ต่อเนื่องจากการเปลี่ยนแปลงที่ทำมา 3 ปีอย่างต่อเนื่อง กลุ่มบริษัทอินโนเวชั่นหันมาให้ความสนใจในการสร้าง **“ผู้บริหารรุ่นใหม่” (Next Generation)** ทำแผนการพัฒนาผู้บริหาร ผู้จัดการ และผู้นำรุ่นต่อไป มีการพัฒนาศักยภาพของบุคลากรขององค์กรอย่างชัดเจน

ในปี พ.ศ. 2554 ต่อเนื่องการสร้างผู้บริหารรุ่นใหม่ เราเริ่มพัฒนาความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ให้กับผู้นำรุ่นใหม่ๆ ที่สร้างขึ้นมาในสายงานต่างๆ ในปีนี้เราเสริมกิจกรรมมากมายใน **“Creativity at work”** ตามมาด้วย **“Make it happen”** ในปี พ.ศ. 2555 โดยมุ่งเน้นให้โครงการต่างๆ ที่วางไว้ในปี พ.ศ.2551 ทำมาอย่างต่อเนื่องและทำให้สำเร็จ

ในปี พ.ศ. 2556 เมื่อโครงการภายในแข็งแกร่งขึ้นกลุ่มบริษัทอินโนเวชั่นก็สามารถสร้างเทคโนโลยีวิศวกรรมการผลิตและเทคโนโลยีสารสนเทศของเราเองได้สำเร็จ และสามารถสร้างผลิตภัณฑ์ใหม่ให้เกิดขึ้น กลุ่มบริษัทอินโนเวชั่นเริ่มเน้นการทำธุรกิจต่างประเทศมากขึ้น จัดตั้งทีมงานตลาดต่างประเทศ ตั้งบริษัท Chemical Innovation, USA และขยายธุรกิจ Chemical Innovation, Vietnam ปีนี้ได้มีการสร้างแผนการตลาดต่างประเทศ มีการเดินทางไปหาลูกค้าและศูนย์วิจัยของลูกค้าในต่างประเทศมากยิ่งขึ้น ปีนี้จึงถือได้ว่าเป็นปีแห่ง **“ทิศทางการทำงานธุรกิจไปในนานาประเทศ” (International Path Forward)**

ต่อจากการทำธุรกิจต่างประเทศในปี พ.ศ. 2556 กลุ่มบริษัทอินโนเวชั่นต้องกลับมาวิเคราะห์ประสิทธิภาพและประสิทธิผลขององค์กรในการตอบสนองกับความต้องการของธุรกิจที่ขยายตัวขึ้นในปี พ.ศ.2557 ซึ่งเป็นปีของ **“ประสิทธิภาพและประสิทธิผล” (Effectiveness and Efficiency)** ขององค์กร

ปี พ.ศ. 2558 เราเน้นการผลิตธุรกิจ ผลิตภัณฑ์และบริการใหม่ๆ ออกสู่ตลาด เป็นปีที่เรารวมพลังทำกิจกรรม **“Power of Innovation, Power of Success”** ต่อเนื่องจากการสร้างนวัตกรรม และในปี พ.ศ. 2559 ก็เป็นปีแห่ง **“การสร้างธุรกิจที่มีคุณค่า” (Value Creation)** ของกลุ่มบริษัทอินโนเวชั่น



การสร้างธุรกิจที่มีคุณค่าผ่านกระบวนการผู้นำ และนวัตกรรมของการตลาด

ด้วยเศรษฐกิจที่ผันแปรอยู่ตลอดเวลาทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทั้งความต้องการของลูกค้าและลูกค้าสุดท้าย ทำให้เราทุกคนต่างต้องปรับตัวทั้งด้านเทคโนโลยี ทั้งตัวผลิตภัณฑ์และกระบวนการผลิต ห่วงโซ่อุปทาน ในขณะที่ตลาด คู่แข่ง และความต้องการ เปลี่ยนแปลงเร็วกว่า ทีมการตลาดเราจะปรับตัวได้ทัน มาถึงจุดๆ นี้กลุ่มบริษัทอินโนเวชั่นจึงต้องทำการนำการเปลี่ยนแปลงให้เกิดนวัตกรรมในกลุ่มบริษัทของเรา ผู้นำด้านการตลาดของเราต้องมองเห็นถึงความต้องการที่แท้จริงของลูกค้าทั้งในปัจจุบันและอนาคต รวมถึงทิศทางการเปลี่ยนแปลงในอุตสาหกรรมและเทคโนโลยี คู่แข่งและการแข่งขันที่เราจะเข้าไปในตลาดนานาชาติ ในแต่ละประเทศจะมีคู่แข่งและการแข่งขันที่แตกต่างกัน ลักษณะการทำธุรกิจที่แตกต่างนี้จะนำสิ่งที่กำลังจะเกิดขึ้นและสิ่งที่เกิดขึ้นแล้วมาสร้างเป้าหมายที่องค์กรมุ่งที่จะมุ่งไปสู่ นำวัฒนธรรม 9 ข้อของกลุ่มบริษัทอินโนเวชั่นที่มีมานานเน้นในการมาพัฒนาบุคลากรและการบริหารสู่ความเป็นเลิศในอุตสาหกรรมที่เราดำเนินธุรกิจอยู่ บางครั้งเราต้องสลัดออกจากความคิดเก่าหรือวิธีการที่ทำอยู่ในปัจจุบัน ให้มองถึงกลยุทธ์และวิธีในการทำธุรกิจและการบริหารองค์กรใหม่ๆ นำความรู้ด้านวิทยาศาสตร์และวิศวกรรมมาพัฒนากระบวนการผลิต การบริหาร และการพัฒนาผลิตภัณฑ์ เพื่อให้ได้นวัตกรรมใหม่แก่องค์กร และได้ผลิตภัณฑ์ที่จะสนองตอบความต้องการของลูกค้ารวมถึงลูกค้าของเขา ให้ดียิ่งขึ้นด้วยต้นทุนการผลิตที่ถูกลง การปรับกระบวนการผลิต การนำความรู้ด้านวิทยาศาสตร์และวิศวกรรมนำการเปลี่ยนแปลงการบริหารองค์กรมาปรับเปลี่ยนวิธีการผลิตที่ทำกันมากกว่าสิบปีนับเป็นตัวอย่างหนึ่งในการสร้าง **“Value Creation”** ของเราให้เกิดขึ้นที่ ไทย-นิฮอน ซิลส์ ที่เป็นผู้ผลิตสินค้าประเภทยางขึ้นรูปทั้ง o-ring, seals, grommet และผลิตภัณฑ์ที่ต้องการคุณสมบัติและคุณภาพพิเศษ ซึ่งทำให้ ไทย-นิฮอน ซิลส์ ผลิตสินค้าที่ตอบสนองความต้องการให้กับลูกค้าได้ในต้นทุนการผลิตที่ต่ำลงและสามารถดึงดูดลูกค้าใหม่จากต่างประเทศมาเป็นลูกค้าของ ไทย-นิฮอน ซิลส์ เพิ่มมากขึ้น

จากการค้นหาและการตั้งเป้าหมายที่มุ่งสู่ความเป็นเลิศทั้งองค์กร ผู้นำการตลาดแต่ละบริษัทของเราต้องสร้างสะพานเชื่อมโยงระหว่างทีมการตลาดและความต้องการของลูกค้าและอุตสาหกรรม นี่คือการหาหนทางที่ทีมการตลาดและทีมการพัฒนาธุรกิจใหม่ต้องเสาะแสวงหาความต้องการที่แท้จริง โดยเข้าไปปรึกษากับศูนย์เทคโนโลยีของลูกค้าในประเทศที่บริษัทแม่ตั้งอยู่ จากที่เรารู้กับทีมการตลาดและลูกค้าแล้วนำข้อมูลเหล่านี้มาสู่ศูนย์วิจัยและพัฒนาของเราเพื่อวางแผนและ

ออกแบบการผลิต พัฒนาวิธีการทำงานและสร้างผลิตภัณฑ์ใหม่โดยมุ่งเน้นในการสร้างผลิตภัณฑ์และบริการที่มีคุณค่ากับลูกค้าของเราโดยแท้จริง ตลอดทางของการพัฒนาเราจำเป็นต้องพัฒนาบุคลากรขององค์กรให้มีศักยภาพสูงขึ้นในการพัฒนาเทคโนโลยี การออกแบบ และกระบวนการผลิต เพื่อให้ได้ผลิตภัณฑ์ที่สามารถตอบสนองธุรกิจใหม่ๆ ประสิทธิภาพและประสิทธิผลขององค์กรทั้งกระบวนการผลิต การวิจัยและพัฒนา ในการออกแบบและการทดสอบ เป็นสิ่งที่ผู้บริหารขององค์กรแต่ละบริษัทของกลุ่มบริษัทอินโนเวชั่นต้องริเริ่มพัฒนาเพื่อให้ได้ต้นทุนการผลิตสินค้าที่ลดลง และได้ผลิตภัณฑ์และนวัตกรรมใหม่ๆ ออกสู่ตลาด

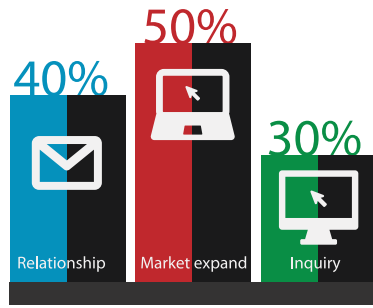


ไทย-นิฮอน ซีลส์ เคยประสบปัญหาจากการบริหารแบบเดิมๆ จึงต้องสละออกและค้นพบความจริงของการแข่งขัน ผลิตภัณฑ์และการผลิตที่ปรับปรุงให้ดีขึ้นนั้นต้องนำเอาเทคโนโลยีที่สูงขึ้นมาปรับเปลี่ยนกระบวนการผลิต มุ่งหาลูกค้าที่มีความต้องการสินค้าที่ต้องการคุณภาพและเทคโนโลยีการผลิตที่สูงขึ้น เพื่อหนีจากตลาดเก่าที่เราเป็นเพียงผู้รับจ้างการผลิตในราคาถูกลงๆ สร้าง Value Creation จากการเป็นผู้นำของการตลาด การเป็นผู้นำในการพัฒนาเทคโนโลยีการผลิต โดยยึดฐานความรู้ด้านวิทยาศาสตร์และวิศวกรรมที่แท้จริงในการแก้ไขปัญหาและพัฒนาเทคโนโลยีของเราเองให้เกิดขึ้น ตลอดเวลา 3 ปีที่ผ่านมาเราต้องออกจากกฎเกณฑ์ในการทำธุรกิจที่เคยทำ และมุ่งมั่นในสิ่งที่ตั้งเป้าหมายไว้ให้เกิดขึ้นอย่างรวดเร็วและมีประสิทธิภาพ ติดตามผลการเปลี่ยนแปลงและวัดผลทุก 2 สัปดาห์ มีการขยายผลและนำไปสู่นวัตกรรมทั้งผลิตภัณฑ์และกรรมวิธีการผลิตที่มีประสิทธิภาพ ลูกค้าทั้งที่มีอยู่และที่เข้ามาใหม่ต่างเกิดความพึงพอใจในผลิตภัณฑ์และบริการของ ไทย-นิฮอน ซีลส์



นี่คือหนึ่งใน Value Creation ที่เกิดขึ้นใน 3 ปีที่ผ่านมา ไทย-นิฮอน ซีลส์ ผ่านกระบวนการเปลี่ยนแปลงทั้งการบริหารองค์กร พัฒนาบุคลากร ใช้ความรู้ด้านวิทยาศาสตร์และวิศวกรรมอย่างแท้จริง เข้าไปปรับปรุงเทคโนโลยีและกระบวนการผลิตให้เกิดขึ้นแบบครบวงจร นำเอา IT และ PLC มาควบคุมการผลิต นำความรู้การออกแบบแม่พิมพ์มาเสริมในการผลิต เสาะแสวงหาเทคโนโลยีและเครื่องมือมาช่วยเสริมแรงในการผลิตเพื่อลดปัญหาด้านแรงงาน นี่เป็นเหตุผลหนึ่งที่มีลูกค้าต่างประเทศเข้ามาขอเยี่ยมชมโรงงานเรามากขึ้น นำธุรกิจที่มีคุณค่ามาสู่ ไทย-นิฮอน ซีลส์ มากขึ้นเรื่อยๆ จนเราต้องขยายโรงงานให้เท่ากับคำสั่งผลิตและพันธมิตธุรกิจที่หลังไหลเข้ามาอย่างต่อเนื่อง

การสร้างธุรกิจที่มีคุณค่าผ่านกระบวนการผู้นำ และนวัตกรรมของการตลาด



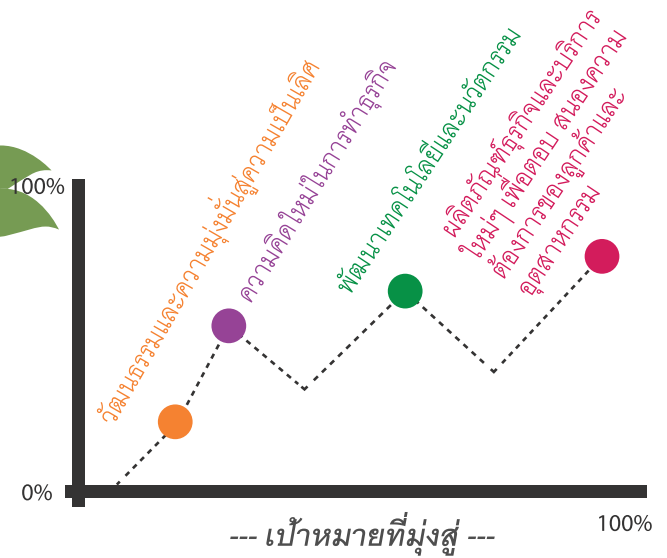
--- ทำให้สัมฤทธิ์ผล ---

- ⊕ ออกจากกฎเกณฑ์การทำธุรกิจที่เคยทำด้วยความมุ่งมั่นและความรวดเร็วที่จะเกิดประสิทธิผล
- ⊕ นวัตกรรมในธุรกิจและผลิตภัณฑ์ที่มีคุณค่าในกระบวนการของลูกค้า
- ⊕ เริ่มขยายผล ติดตาม วัดผลหรือนำไปสู่ความสัมฤทธิ์ผล
- ⊕ ความสัมฤทธิ์ผลที่วัดได้จากขีดความสามารถของพนักงาน เทคโนโลยีที่พัฒนาขึ้น ความสามารถในการนำเสนอธุรกิจ และผลิตภัณฑ์ที่มีคุณค่าที่ลูกค้าต้องการ และสุดท้ายคือ ยอดขายและกำไรขององค์กรดีขึ้นอย่างชัดเจน



- สร้างสะพานเชื่อมระหว่างทีมการตลาดและความต้องการของลูกค้าและอุตสาหกรรม
- พัฒนาวิธีการในการทำตลาดใหม่ที่มุ่งเน้นใน Value Creation
- พัฒนาผลิตภัณฑ์และธุรกิจใหม่ผ่านกระบวนการเทคโนโลยีและนวัตกรรม
- ประสิทธิภาพขององค์กร ประสิทธิภาพในกระบวนการและการผลิต
- ต้นทุนสินค้าที่มีต้นทุน และการผลิตที่ต่ำ

--- มุ่งมั่นการพัฒนา ---



ความต้องการที่แท้จริงของลูกค้า

ทิศทางและการเปลี่ยนแปลง
ในอุตสาหกรรมและเทคโนโลยี

การแข่งขัน

การเปลี่ยนแปลง
ของตลาด

การเปลี่ยนแปลงของ
อุตสาหกรรมและเศรษฐกิจ

--- การค้นพบ ---



**โครงการศูนย์วิศวกรรม ศูนย์ออกแบบ
ศูนย์อัตโนมัติขั้น และศูนย์ทดสอบ**

Value Creation ที่นำภูมิปัญญาของกลุ่มบริษัทอินโนเวชั่นเพียรสร้าง มาตลอดเวลา 3-4 ปี เพื่อสร้างจุดแข็งในการแข่งขันที่ยั่งยืน (Sustainable Competition) ก็คือ **“โครงการศูนย์วิศวกรรม ศูนย์ออกแบบ ศูนย์อัตโนมัติขั้น และศูนย์ทดสอบผลิตภัณฑ์”** ต่อกจากศูนย์วิจัยและพัฒนา วัสดุดิบและผลิตภัณฑ์ (R&D Center) ที่มีมากกว่า 20 ปี ข้อจำกัดด้าน ความรู้และบุคลากรในด้านวิศวกรรมและซอฟต์แวร์คอมพิวเตอร์ ทำให้ ฝ่ายวิศวกรรมและฝ่ายเทคโนโลยีสารสนเทศของกลุ่มบริษัทอินโนเวชั่น เป็นฝ่ายที่มีขีดความสามารถดีเยี่ยมที่สุด มีปัญหาการเข้าออกของพนักงาน มากที่สุด และทุกคนเข้าใจว่าเป็นหน่วยงานที่หาคนยากที่สุด เพราะ ตลาดขาดแคลนบุคลากรสองประเภทนี้ การขาดความรู้ความสามารถ ในสองฝ่ายนี้ทำให้ต้นทุนการบริหารของฝ่ายผลิตทั้ง 8 โรงงานสูงมาก เพราะการหยุดของเครื่องจักรมีบ่อยครั้ง ค่าซ่อมแซมสูง ฝ่ายผลิตต้องใช้คนจำนวนมากในทุกขั้นตอนการผลิต ผลิตภัณฑ์ที่ออกมามีคุณภาพ ผันแปรและมีการสูญเสียจากการผลิตที่ค่อนข้างสูง นี่คือการใช้จ่ายที่ แอบแฝงอยู่ในองค์กรเรามากกว่า 20 ปี ผู้บริหารองค์กรจึงดำริที่จะพัฒนา ฝ่ายวิศวกรรมและตั้งแผนกอัตโนมัติขั้นขึ้นในโรงงานผลิตคอมพิวเตอร์ของเรา สิ่งแรกที่ต้องคำนึงคือจะหาผู้ที่ชำนาญด้านนี้มาจากไหน? และ จะรักษาบุคลากรที่สร้างมาให้อยู่กับเราอย่างยั่งยืนได้อย่างไร?

โชคดีที่กลุ่มบริษัทอินโนเวชั่น มีการสร้างและพัฒนาผู้บริหาร รุ่นใหม่อย่างเข้มข้นมาตั้งแต่ปี พ.ศ.2553 เรามีผู้จัดการโรงงานที่มีความสามารถในโรงงานคอมพิวเตอร์ และหัวหน้าศูนย์คอมพิวเตอร์ 3-4 คนนี่เป็นผู้นำสมัยใหม่ที่รักความท้าทาย สิ่งแรกที่ทำคือนำเอาผู้จัดการ โรงงานและผู้จัดการคอมพิวเตอร์มาทำแผนพัฒนาศูนย์วิศวกรรมและอัตโนมัติขั้นร่วมกัน เราย่นักศึกษาที่จบใหม่ที่ชำนาญการทำหุ่นยนต์มา 2 คน ตั้งทีมกับวิศวกรไฟฟ้าและเครื่องกลที่มีอยู่ ร่วมกับ Software programmer รวมทั้งหมด 10 คน ส่งไปฝึกอบรมการออกแบบการทำ อัตโนมัติขั้นที่สถาบันเทคโนโลยีไทย-เยอรมัน ด้วยการบริหารกลุ่ม Talent Engineer ทีมนี้ยิ่งใกล้ชิด ติดตามผลการฝึกอบรม นำความรู้ที่ฝึกอบรม มาทำโครงการในองค์กรโดยผู้จัดการทั้งสองท่านที่ดูแลและควบคุม อย่างใกล้ชิด ปัจจุบันฝ่ายวิศวกรรมและฝ่ายเทคโนโลยีสารสนเทศที่ เรามีจุดอ่อน กลับเป็นสองหน่วยงานที่มีความเข้มแข็งและทำสิ่งที่ เป็นประโยชน์ให้กับองค์กรเป็นอย่างมาก หลังการฝึกอบรมกว่า 1 ปีจาก สถาบันเทคโนโลยีไทย-เยอรมัน วิศวกรที่ชำนาญด้านหุ่นยนต์สามารถ ดูแลระบบ PLC ทั้งหมดขององค์กร และแผนวงจรที่ควบคุมเครื่องจักร เครื่องทดสอบ ของกลุ่มบริษัทกว่า 100 ชิ้น อยู่ในกรดูแล ซ่อมบำรุง เปลี่ยนแปลง และปรับปรุงจนเกิดประสิทธิภาพสูงสุดของทีมวิศวกรที่ทีมนี้ เครื่องจักรที่มีแผนวงจรจากผู้ผลิตเครื่องจักรถูกเปลี่ยนแปลงเป็นระบบ ที่มีการควบคุมโดยใช้ระบบเซนเซอร์ ระบบควบคุมความร้อน ระบบ ควบคุมความดัน และการผลิตที่ใช้คนทำงานมาปรับเป็นระบบกึ่ง อัตโนมัติหรือระบบสั่งงานโดยคอมพิวเตอร์ ทีม PLC นี้เพิ่มจำนวนขึ้น เป็น 5 คน ออกแบบหุ่นยนต์หรือระบบอัตโนมัติในกระบวนการผลิต ของเรา เราสร้างทีม PLC และอัตโนมัติขั้นขึ้นจากที่ไม่มีความรู้เลยจน

ปัจจุบันเราไม่ได้พึ่งพาความช่วยเหลือจากผู้ผลิตเครื่องจักรหรือเครื่องมือ ทดสอบเลย เรากำลังเปลี่ยนแปลงกระบวนการผลิตมาเป็นกึ่งอัตโนมัติ ที่มีการควบคุมกระบวนการผลิตให้มีประสิทธิภาพสูงสุด

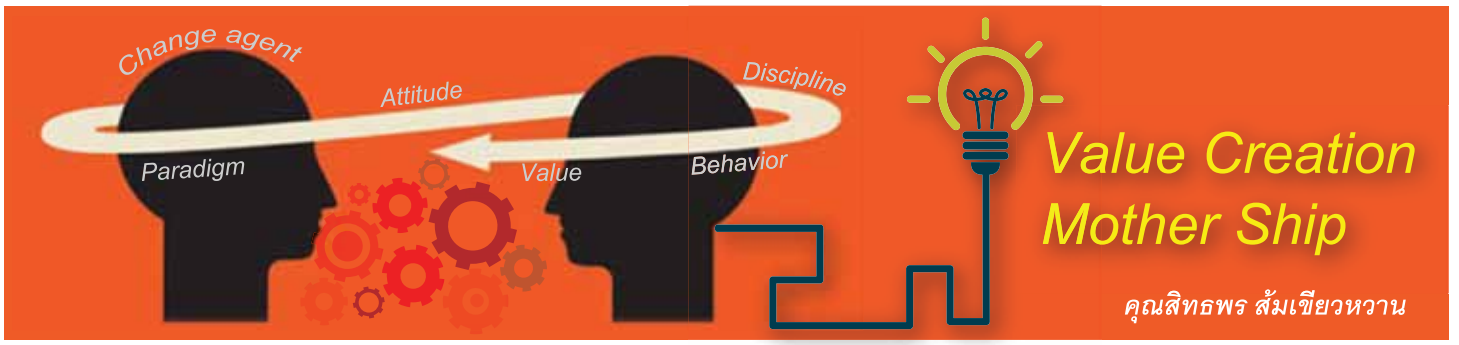
ไม่เพียงเท่านั้นแผนกวิศวกรรมที่เป็นแผนกที่อ่อนแอที่สุด หลัง จากไปฝึกอบรมและดูแลการทำงานที่ทำอย่างใกล้ชิด ทีมวิศวกรรม ของกลุ่มบริษัทเราเป็นทีมที่ทำงานอย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล มากที่สุด เราย่นักวิศวกรจบใหม่มาเสริมทีมงานมากขึ้น เราย่นักตั้งศูนย์ วิศวกรรมที่ทำงานส่วนหลักของเราเอง ซ่อมบำรุงของเราเอง ศูนย์ วิศวกรรมที่ตั้งขึ้นจะเป็นศูนย์ฝึกอบรมในเครื่องจักรแต่ละระบบ ทำให้ เราย่นักมีความเป็นเลิศในวิศวกรรม ทำให้โครงการซ่อมบำรุงที่เกิดจากการ บำรุงกัน (Preventive maintenance) เกิดขึ้นทั่วทั้งองค์กร การหยุดงาน ของเครื่องจักรมีน้อยมาก ค่าซ่อมแซมเครื่องจักร (โดยเฉพาะเครื่องจักร จากเยอรมัน) ลดลงอย่างทันตาเห็น เราสร้างความเป็นเลิศในด้าน วิศวกรรมของเราให้เกิดขึ้นด้วยตัวเราเอง

ไม่เพียงเท่านั้นผู้บริหารของเรามองเห็นถึงความสำคัญของการ ออกแบบผลิตภัณฑ์และวิศวกรรม เพื่อหนีจากการเป็นผู้ผลิตที่รับจ้าง การผลิต มาเป็นผู้พัฒนาผลิตภัณฑ์ร่วมกับลูกค้า ผู้บริหารเราได้ปรึกษากับศูนย์ MTEC (ศูนย์เทคโนโลยีโลหะและวัสดุแห่งชาติ) โดยให้ผู้บริหาร MTEC จัดหลักสูตร Finite Elements ให้กับนักวิจัยของเรา เราย่นักสมการ Finite Elements มาบ่อนข้อมูลด้านยางเข้าไปเพื่อออกแบบผลิตภัณฑ์ยาง อีกรั้งการออกแบบแม่พิมพ์ การขึ้นรูปยาง นำไปสู่การพัฒนาสูตรยาง ที่ดีและประหยัดทั้งเวลาและวัตถุดิบในกระบวนการผลิต ปัจจุบันกลุ่ม บริษัทอินโนเวชั่นกำลังสร้างศูนย์ออกแบบผลิตภัณฑ์การทำแม่พิมพ์ และการทดสอบผลิตภัณฑ์ขึ้นใหม่อีกหนึ่งโครงการ

ด้านศูนย์วิศวกรรม ศูนย์ออกแบบ ศูนย์ทดสอบ ที่เราเพียร สร้างขึ้นมาด้วยการสร้างพนักงานของเราเอง เราสร้างเทคโนโลยีและ นวัตกรรมใหม่ๆ ให้เกิดขึ้น เรากำลังก้าวกระโดดขึ้นมาเป็นผู้ผลิตใน อุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์ยาง ที่มีทุกอย่างครบวงจรที่ไม่มีผู้ใดเสมอเหมือน เราคือผู้ตอบโจทย์ความต้องการของคำถามมากมายที่ลูกค้ามีอยู่ เราคือ ผู้ตอบโจทย์ทั้งในผลิตภัณฑ์ที่เราต้องการ เราคือผู้วิจัยและพัฒนา ร่วมกับ พันธมิตรทางการค้าและอุตสาหกรรมสำหรับผลิตภัณฑ์ที่จะเกิดขึ้น ในอนาคต

**“ เราคือ...อินโนเวชั่น
เราคือ....ผู้สร้างคุณค่าที่ตอบสนองความต้องการ
ของลูกค้าและอุตสาหกรรม
เราคือ...ผู้สร้างเทคโนโลยีและนวัตกรรมที่เกิดขึ้นจาก
ภายในองค์กรของเรา ”**

ผู้เขียนขอขอบคุณสถาบันเทคโนโลยีไทย-เยอรมัน อาจารย์ ฤทธิญา สุชีวะ และ MTEC ที่ช่วยเหลือในการฝึกอบรมให้ความรู้เกี่ยวกับ PLC Automation และ Finite Elements ทำให้เราสามารถสร้างศูนย์ วิศวกรรม ศูนย์ออกแบบและทดสอบมาเสริมทัพให้ธุรกิจของเราได้



คุณสิทธิพร สัมเชื้อหวาน

ในแต่ละธุรกิจไม่ได้มีเพียงองค์กรของเราเพียงองค์กรเดียวเท่านั้นที่มีความสามารถในการจัดการองค์กร **“เรามีคู่แข่ง”** ที่พร้อมจะแย่งส่วนแบ่งทางการตลาด และยังพร้อมที่จะแข่งขันอยู่ตลอดเวลา

การที่เรามองเห็นช่องว่างระหว่างผลงานในปัจจุบันกับตัวชี้วัด (Indicator) ต่างๆ ช่วยให้เห็นแนวทางที่จะบรรลุวิสัยทัศน์หรือเป้าหมายขององค์กรได้ ทำให้สามารถเตรียมตัวได้ล่วงหน้าทั้งระยะสั้นและระยะยาวว่า วันพรุ่งนี้ เดือนหน้า ปีต่อไป ว่าควรทุ่มเทให้แก่เรื่องใดก่อนหรือหลัง และมากน้อยเพียงใด หรือว่าควรจะทำอะไร เมื่อไร อย่างไรจึงจะช่วยให้องค์กรบรรลุถึงเป้าหมายที่กำหนดได้

ปีนี้เป็นปีที่ Innovation Group ของเราได้วางกลยุทธ์ที่ท้าทายต่อภาวะความเปลี่ยนแปลงด้านเศรษฐกิจของทั้งระดับโลกและภายในประเทศที่ยังไม่มีวิวัฒนาการที่ชัดเจนอย่างแข็งแรง และจะส่งผลกระทบต่อองค์กรของเราอย่างแน่นอน ไม่มากก็น้อย

“2016 Year of Value Creation” คือกลยุทธ์หลัก เพื่อให้ทุกคนทุกฝ่ายได้ทำการปรับปรุง สร้างมูลค่าเพิ่มให้กับตัวเอง งาน สินค้า ลูกค้า องค์กร ตลอดจนคนให้แก่ชุมชน ให้แก่โลก เพื่อการเติบโตอย่างแข็งแรงและยั่งยืน

“แต่ก่อนจะเดินทางไกลหมื่นลี้ ก็ย่อมต้องมีก้าวแรกเสมอ”

ก้าวแรกที่ว่านั้นก็คงเป็นการพัฒนาตัวเราเองให้พร้อมที่จะสร้าง Value Creation โดย **“ไม่ใช่แค่มีส่วนร่วม”** แต่ต้อง **“ยินดีให้ความร่วมมือ”** และอุปสรรคก็ไม่ใช่เรื่องอื่นไกลนั้นก็คือ



จุดเริ่มต้นนั้นอยู่ที่ตัวเราที่จะเป็นผู้นำ ผู้จุด **“ไฟแห่งการสร้างสรรพสิ่งที่ดีกว่าเดิม”** วางแผน ลงมือทำ ติดตามผล ปรับปรุงแก้ไขอย่างต่อเนื่องสม่ำเสมอ และทำร่วมกัน ร่วมกัน ทั้งองค์กร และต้องมีหลักปฏิบัติที่เป็นระบบดังนี้

Shared Vision

ผู้นำ ผู้บริหาร ผู้ปฏิบัติ มีจุดมุ่งหมายร่วมกันและเอาใจจริงเอาใจในการไปสู่ความสำเร็จ

Smart Structure

กลไกการปฏิบัติ การประสานงาน การบูรณาการในการทำงานระหว่างฝ่ายต่างๆ เป็นไปอย่างเหมาะสม คล่องตัว

Supportive Organization Culture

บรรยากาศในการทำงานเป็นไปในทางบวก ส่งเสริมสนับสนุนการทำงานให้เกิดความสำเร็จ

Successful in Technology and Knowledge Management

บรรยากาศในการทำงานเป็นไปในทางบวก ส่งเสริมสนับสนุนการทำงานให้เกิดความสำเร็จ

Systematic Performance Measure

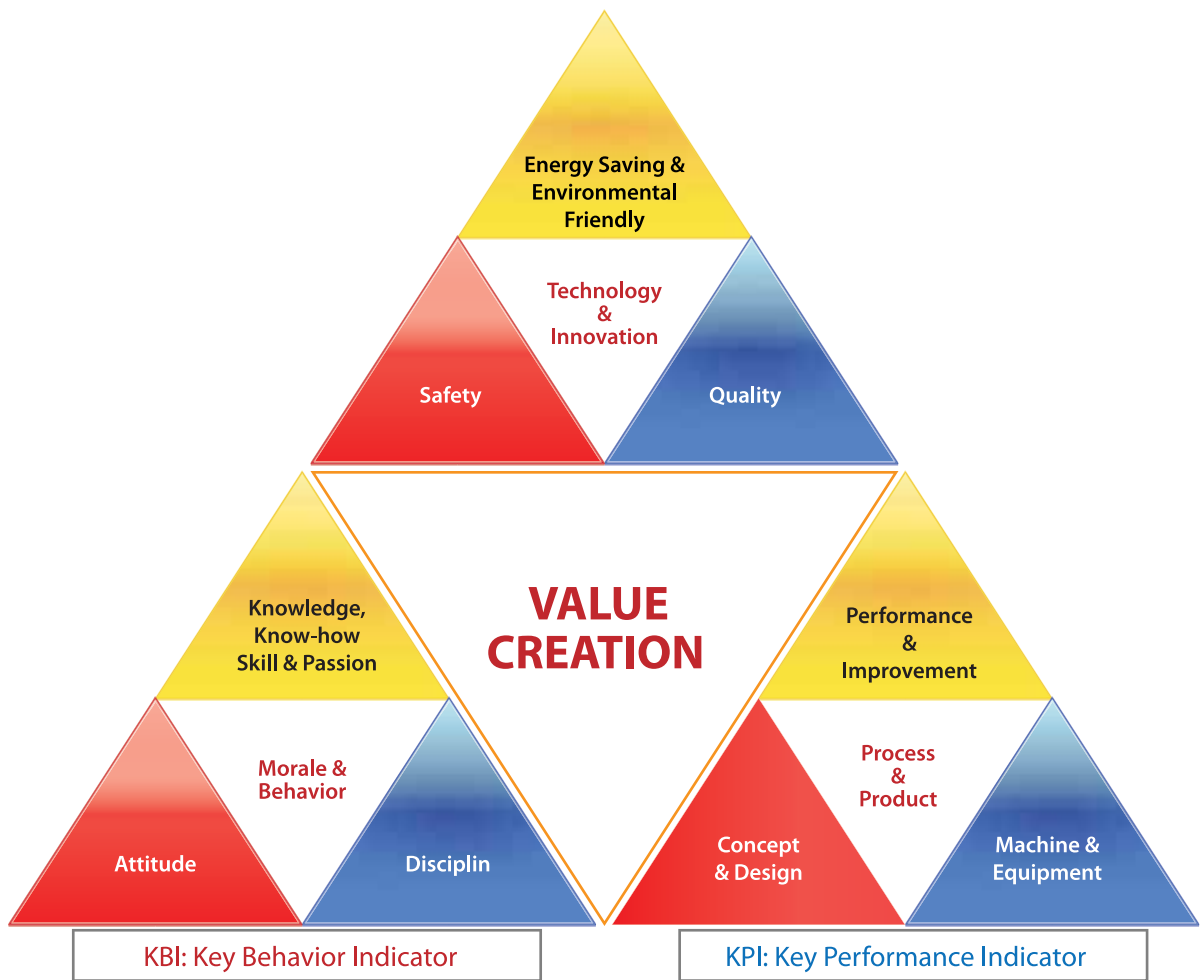
มีความเข้าใจกระบวนการในการวัดและประเมินผลสำเร็จอย่างเป็นระบบ

ในส่วนที่ผมดูแลรับผิดชอบนั้นได้ใช้หลักที่ผมเรียกว่า **“ยานแม่ของการสร้าง Value Creation”** (Value Creation Mother Ship) ที่ต้องประกอบไปด้วย “ยานลูก” 3 ลำมาประกอบกัน 3 ด้าน ได้แก่

1) ด้านแรงจูงใจและพฤติกรรม (Morale & Behavior) ที่ทีมงานต้องมีทัศนคติ (Attitude) ระเบียบวินัย (Discipline) ความรู้ ภูมิรู้ และทักษะที่ดี (Knowledge, Know-how, Skill) ผ่านกิจกรรมที่ทุกคนให้ความร่วมมืออย่างต่อเนื่องที่เรียกว่า 4BB ซึ่งมีตัวชี้วัดเป็นพฤติกรรมและอุปนิสัยของคนในองค์กร (KBI : Key Behavior Indicator)

2) ด้านกระบวนการและผลิตภัณฑ์ (Process & Product) ต้องผ่านการการออกแบบ (Design) คัดเลือกเครื่องจักรเครื่องมืออุปกรณ์ให้เหมาะสม (Machine & Equipment) และวัดผลการดำเนินงานของกระบวนการและการปรับปรุง (Performance & Improvement) ซึ่งมีตัวชี้วัดเป็นผลลัพธ์ของงานต่างๆ ของแต่ละฝ่ายในองค์กรหรือแต่ละโครงการที่แต่ละฝ่ายทำร่วมกัน (KPI : Key Performance Indicator)

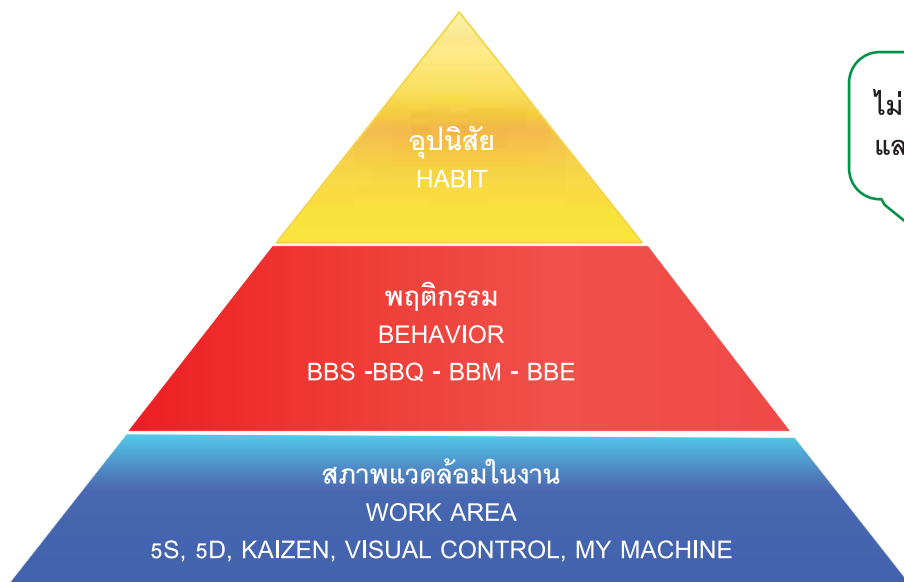
3) ด้านเทคโนโลยีและนวัตกรรม (Technology) ที่นำมาใช้หรือสร้างขึ้นมาเองต้องช่วยเพิ่มความปลอดภัย ลดความเสี่ยง เพิ่มระดับคุณภาพของงาน ซึ่งชี้วัดด้วย “รายได้ผลกำไรที่ดี (Profit)” ในขั้นปลายสุดของการสร้าง Value Creation



พวกเราทุกคนสัญญาว่าจะร่วมกันสร้างพฤติกรรมที่ดี



BBS	Behavior-Based Safety	พฤติกรรมด้านความปลอดภัย
BBQ	Behavior-Based Quality	พฤติกรรมด้านคุณภาพ
BBM	Behavior-Based Maintenance	พฤติกรรมด้านการดูแลรักษาเครื่องจักร
BBE	Behavior-Based Energy & Environment	พฤติกรรมด้านคุณภาพ



ไม่ทำของเสีย ไม่เกิดอุบัติเหตุ และจะทำงานร่วมกันให้ดีที่สุด





Value Creation of

RESEARCH AND DEVELOPMENT

คุณอาทิชา ไยธารักษ์

ถ้าให้พูดถึงเรื่อง Value Creation Project ชาวอินโนเวชั่นมักจะมองมาที่ฝ่ายวิจัยและพัฒนาว่าในแต่ละปีเราจะมีผลิตภัณฑ์อะไรใหม่ๆ ออกมาให้ฝ่ายขายและการตลาดนำออกสู่ท้องตลาดบ้าง แต่ในความเป็นจริงแล้วแทบจะร้อยละ 90 ของงานวิจัยจะมาจากฝ่ายขายและการตลาดที่นำความต้องการของลูกค้าเข้ามาสู่ R&D เพื่อวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้ตรงตามลูกค้าต้องการ



ยกตัวอย่างเช่น ยางใบปัดน้ำฝน (Wiper Blade) ที่ในอดีตเราพยายามพัฒนาสูตรเพื่อขายยางคอมพาวด์ให้ลูกค้ารายใหญ่ในประเทศเกาหลี ในครั้งนั้นเราไม่สามารถที่จะขายได้จึงทำให้ไปไม่ถึงฝั่งฝัน เมื่อมองย้อนกลับไปทำไมเราถึงทำไม่สำเร็จ...**ความรู้เราไม่พร้อม? เครื่องมือเราไม่พร้อม? หรือการตลาดเราไม่พร้อม?** จริงๆ ไม่ใช่เลย เป็นเพราะเราขาดเป้าหมาย...เป้าหมายที่ทุกๆ ฝ่ายต้องมองให้เป็นภาพเดียวกัน **“เราต้องการจะเป็นผู้ผลิตยางคอมพาวด์ใบปัดน้ำฝนที่เก่งที่สุดในเอเชีย”** และเป้าหมายที่ฝ่ายขายและการตลาดให้ไว้ว่าผลิตภัณฑ์ของเราจะทำได้ผ่านสเปคหรือแค่ใช้งานได้เพียงเท่านั้นไม่ได้ แต่เราต้องพัฒนาให้ดีกว่าผลิตภัณฑ์ที่มีอยู่ในท้องตลาดทั่วไป

การกลับมาครั้งนี้ เริ่มต้นที่ฝ่ายขายและการตลาด สามารถหาช่องทางเข้าถึงผู้ผลิตใบปัดน้ำฝนซึ่งมองเห็นทิศทางการพัฒนา พร้อมเปิดใจ และพร้อมที่จะทดสอบแลกเปลี่ยนความรู้เพื่อสร้างความสำเร็จไปด้วยกัน และด้วยวิสัยทัศน์ที่กว้างไกลของผู้บริหารของกลุ่มบริษัทอินโนเวชั่นซึ่งมองว่าตลาดของใบปัดน้ำฝนเป็นผลิตภัณฑ์ที่อนาคตไกล ด้วยคุณสมบัติเฉพาะที่ต้องมาจากยางเท่านั้น การพัฒนาสูตรและการทดสอบจึงสามารถทำได้อย่างรวดเร็วและเต็มประสิทธิภาพ

กลับมามองที่ฝ่ายวิจัยและพัฒนาว่าครั้งนี้เราจะผลิตยางคอมพาวด์สำหรับใบปัดน้ำฝนที่มีคุณภาพที่ลูกค้าต้องการได้อย่างไร เราเริ่มต้นด้วยการมองที่การใช้งานเป็นหลัก แล้วย้อนกลับมาเป็นสมบัติของผลิตภัณฑ์ อีกทั้งลูกค้าได้บอกความต้องการหรือคุณสมบัติของผลิตภัณฑ์ที่ค่อนข้างละเอียด ทาง R&D จึงจะสามารถวิเคราะห์ได้ว่าควรจะออกสูตรอย่างไรเพื่อให้ตรงตามความต้องการของลูกค้าและสามารถใช้งานได้จริง ทาง R&D ได้เข้าไปดูการขึ้นรูปและทดสอบด้วยตนเอง การไปขึ้นรูปครั้งแรกพบกับผลลัพธ์ที่น่าผิดหวังมาก ทุกสูตรที่เราเอาไปทดสอบไม่ผ่านเลยสักสูตร ขึ้นงานเกิดเสียงดังขณะใช้งาน และรอบการปิดไม่ถึงเกณฑ์ที่ลูกค้ากำหนด จากความผิดพลาดครั้งนี้เรานำผลการทดสอบที่ไม่ผ่านกลับมาวิเคราะห์ว่าเกิดจากสาเหตุใด ต้องปรับ

อย่างไรให้มีความทนทาน ใช้งานได้ยาวนาน และหาวิธีการทดสอบ อีกทั้งสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้าทุกระดับชั้นเพื่อให้ได้ข้อมูลที่ครบถ้วน งานวิจัยนี้ใช้เวลา 1 ปี จึงผ่านการทดสอบและสามารถขายผลิตภัณฑ์ได้

เราสามารถสร้างความเชื่อมั่นให้ฝ่ายขายและการตลาดได้ และสามารถขยายตลาดเข้าไปในประเทศอื่นๆ สร้างฐานลูกค้าได้เพิ่มขึ้น Value Creation Project ในงานนี้ก็คือ เราไม่ได้มองแค่ยางคอมพาวด์ของเราผ่านสเปคของลูกค้าเท่านั้น แต่เรามองถึงการนำไปใช้งานของลูกค้าแล้วจึงนำมาปรับสูตร หากเราเจอลูกค้ารายใหม่ที่มีการทดสอบหรือสเปคที่แตกต่างกันเมื่อเรามีความเข้าใจเราก็จะสามารถปรับสูตรให้ตรงตามความต้องการนั้นๆ ได้

การที่เราได้มีโอกาสได้เข้าทดสอบประสิทธิภาพการใช้งานกับลูกค้าทำให้เราทราบว่า Application test มีความสำคัญ และการที่เราทำ Application test ของตัวเองจะทำให้เราสามารถสร้าง Value ในคอมพาวด์ยางได้มากขึ้น ทางแผนกวิจัยและพัฒนา จึงมีแนวคิดที่จะสร้างห้องปฏิบัติการของ Application test ในอนาคต

ที่กล่าวมาคือ Value creation ที่เกิดเป็น Product หรือ Project แต่นอกจากนี้การเรียนรู้ที่ไม่สิ้นสุด พร้อมกับเทคโนโลยีที่ก้าวหน้า อีกทั้งโอกาสที่ได้ทำงานร่วมกับองค์กรใหญ่ ระดับโลกทำให้เรารู้ว่าการใช้เทคนิคการจำลองสถานการณ์ (Simulation) มีความสำคัญที่จะสร้างความมั่นใจว่าการออกแบบหรือการเปลี่ยนแปลงสิ่งใหม่ๆ นั้นจะมีแนวโน้มว่าใช้งานได้จริง จุดเริ่มต้นของการเรียนรู้ Finite element method จึงเกิดขึ้น ปัจจุบัน Finite element method สามารถใช้เป็นตัวชี้วัดและแสดงให้เห็นศักยภาพของอินโนเวชั่นกรุ๊ปได้เป็นอย่างดี



เมื่อกลับมามองภาพรวมขององค์กรซึ่งเป็นอุตสาหกรรมผลิตด้านยางเป็นหลัก จะพบว่ากลุ่มบริษัทอินโนเวชั่นของเรามีองค์ความรู้ที่ค่อนข้างจะครบครัน เรามี วัตถุประสงค์ มีโรงผสม โรงงานขึ้นรูป แต่จิ๊กซอว์ตัวสุดท้ายที่จะช่วยเติมเต็มองค์ความรู้ของกลุ่มบริษัทอินโนเวชั่น และสร้างเป็น Value Chain ได้อย่างสมบูรณ์ คือ ความรู้ทางด้าน Rubber mold design ซึ่งปัจจุบันเราสามารถออกแบบโมลด์ยางขายเป็นผลิตภัณฑ์ได้อีกด้วย

จากที่เล่ามาทั้งหมดจะเห็นว่า Value Creation ของ R&D ที่เป็นหัวใจสำหรับทุกๆ งานก็คือความพร้อมที่จะเรียนรู้และประยุกต์ใช้สิ่งใหม่ๆ เสมอ เมื่อเราหยุด เทคโนโลยีก็จะทำให้โลกรอบตัวแข่งหน้าเราไป เราจึงต้องเรียนรู้ ยืดหยุ่นและก้าวไปข้างหน้าอย่างต่อเนื่อง 🏆

INFORMATION & COMMUNICATION TECHNOLOGY

คุณนิสิต เพ็งยี่สน



Value Creation ถ้าจะมองในทาง Digital ก็คือเลข Binary 0 กับ 1 ที่เรียงต่อกัน เมื่อทำการแปลงออกมาก็จะได้ค่าที่มีความหมาย เปรียบเสมือนพนักงานแต่ละคนที่จะต้องร่วมมือกันเพื่อแปลงคำว่า **“Value Creation”** ออกมาเป็นผลิตภัณฑ์ที่มีคุณค่าต่อองค์กรให้ได้

นโยบาย Value Creation เป็นนโยบายที่ดีมาก เป็นสิ่งที่ช่วยผลักดันให้องค์กรของเรายกระดับตัวเองขึ้นมาอีกขั้น ทั้งการเพิ่มศักยภาพของพนักงาน และผลักดันองค์กรให้อยู่เหนือกว่าคู่แข่ง ด้วยเทคโนโลยีของตัวเอง ไม่พึ่งพาเทคโนโลยีจากภายนอกมากเกินไปจนทำให้เราขาดความรู้ความเข้าใจในงานที่เรารับผิดชอบ เราจำเป็นที่จะต้องเรียนรู้ในสิ่งใหม่ๆ เรียนรู้คู่แข่ง และพัฒนาตัวเราเองอยู่เสมอ

ฝ่าย ICT มี 5 Project ที่อยู่ในภายใต้นโยบายนี้ซึ่งกระจายอยู่ในหน่วยงานต่างๆ ของบริษัทในเครือ ดังนี้

Production Process Change (วางระบบที่ PI3)

เป็น Project ที่จะทำการปรับปรุง Process การซึ่งวัตถุดิบเพื่อลดเวลาในกระบวนการผลิต เพิ่มศักยภาพของพนักงาน ลดค่าไฟฟ้าและอุปกรณ์คอมพิวเตอร์ รวมถึงลดค่าใช้จ่ายในการซ่อมบำรุง (PM)

Intelligent System for Rubber Compound (วางระบบที่ PI2)

เป็น Project ที่สร้างระบบการผลิตเพื่อให้เครื่องจักรสามารถทำงานและตัดสินใจภายใต้เงื่อนไขที่กำหนดโดยอัตโนมัติ

Software System Development (วางระบบที่ TNS)

เป็นการพัฒนาระบบ MRP (Material Requirement Planning – การใช้ระบบคอมพิวเตอร์เพื่อช่วยในการควบคุมวัสดุและการวางแผนการผลิต) มาใช้ในการบริหารจัดการข้อมูลวัตถุดิบ (ในกระบวนการรับเข้า, จัดเก็บ, เบิกจ่าย เป็นต้น)

Counting and Packing Machine (วางระบบที่ TNS)

เป็นการออกแบบและสร้างเครื่องนับจำนวนและบรรจุชิ้นงานทดแทนการชั่งปริมาณชิ้นงาน เพื่อลดความผิดพลาดและการทำงานที่ไม่เป็นไปตามมาตรฐาน

Server Virtualization (วางระบบที่ PI2, กรุงเทพฯ)

เป็นการนำเทคโนโลยี Virtualization (คือ เทคโนโลยีการจำลองระบบหรือระบบเสมือนจริง) มาใช้กับองค์กรเพื่อสร้างความยืดหยุ่นทางธุรกิจ ลดการบริหารจัดการ Hardware รองรับระบบ DR (Disaster Recovery Site คือ Solution ในการกู้คืนระบบที่มีความสำคัญ ซึ่งเกิดจากภัยพิบัติต่างๆ อันเป็นเหตุให้ระบบ Datacenter หลักหยุดให้บริการจึงจำเป็นต้องใช้ Site สำรองในการทำงานแทน) เพื่อป้องกันความเสียหายอันก่อให้เกิดธุรกิจขาดความต่อเนื่องได้

นอกเหนือจาก Project ดังกล่าว เรายังคงยึดหลักการของ Value Creation มาปรับใช้กับทุกๆ งานที่เราทำ เพื่อสร้างงานที่มีคุณค่าให้กับกลุ่มบริษัทอินโนเวชั่นของเรา

อุปสรรคที่เราพบของการทำโครงการคือการบริหารจัดการเรื่องเวลาและการสื่อสาร เนื่องจากแต่ละคนมีภาระงานหลักและมี Project ที่วางแผนกันมาเมื่อปีที่แล้ว เมื่อมีนโยบาย Value creation เกิดขึ้นดังนั้นจึงต้องบริหารจัดการที่ดีเพื่อให้โครงการนี้ประสบความสำเร็จ และส่วนของการสื่อสารเป็นส่วนหนึ่งที่ทำให้เราเสียเวลาในการทำ Project มาก เมื่อมีการติดต่อกับภายนอกเราไม่สามารถควบคุมเวลาในส่วนนี้ได้

ทุก Project ที่ฝ่าย ICT สร้าง เราได้นำองค์ความรู้ที่บริษัทส่งไปฝึกอบรมและนำมาปรับใช้กับทุก Project เพื่อมุ่งมั่นที่จะสร้างเทคโนโลยีของเราเอง สร้างทีมงานที่มีคุณภาพ และเป็นส่วนหนึ่งของการขับเคลื่อนองค์กร 🌐





การลดความสูญเปล่า ในกระบวนการผลิต

คุณศุภชัย จันทร์ฝาก

บจ.พี ไอ อินดัสทรี (3) สาขาโครงการแพนธานี มีแนวทางดำเนินการตามนโยบายด้วยหลักง่ายๆ ที่จะทำให้เราสร้างมูลค่าให้กับงานที่ทำ และหน่วยงานภายในองค์กร เพิ่มผลกำไรให้กับองค์กร ตามโครงสร้าง ดังนี้



โดยรวมแล้วการสร้างคุณค่าให้กับงานที่ทำ ก็คือการค้นหาสิ่งต่างๆ ที่เป็นการสูญเสียโดยเปล่าประโยชน์ (Waste) ให้เจอทั้งการสูญเปล่าในตัวบุคคล การสูญเปล่าในวิธีการทำงานและระบบการบริหารจัดการ ซึ่งถ้าเรามองหาให้ครบในทุกๆ ด้าน เราก็จะสามารถลดการสูญเปล่าเหล่านั้นออกไปได้ บางอย่างสามารถตัดออกและใช้เทคโนโลยีเข้ามาแทนได้

ในปี 2016 PI3 มีแผนงานพัฒนาในหน่วยงานผลิตทั้งหมด 8 แผนงาน ซึ่งจะขอยกตัวอย่างมาหนึ่งแผนงานที่สามารถสร้างมูลค่าให้กับองค์กรและเป็นแนวทางในการนำไปพัฒนาต่อได้ แผนงานที่ว่านี้ก็คือ

แผนการลดความสูญเปล่าในกระบวนการผลิต

วัตถุประสงค์: เพื่อลดความสูญเปล่าในกระบวนการผลิต
เป้าหมายและผลการดำเนินงานระหว่างเดือนมกราคม-มีนาคม 2559

1 ลดการสูญเสีย 5% จากปี 2015

ลดการสูญเสียได้ 3.5%

2 ลดปริมาณเศษยางหล่นพื้น 10% จากปี 2015

ลดเศษยางหล่นพื้นได้ 22%

3 ลดปริมาณยางล้างเครื่อง 5% จากปี 2015
ยังไม่สามารถลดได้ตามเป้าหมาย

ยางล้างเครื่องยังไม่สามารถลดได้ตามเป้าหมาย แต่สามารถควบคุมการใช้งานได้ ในส่วนของคอมปาวด์สียังคงต้องใช้การล้างเครื่องเพื่อลดปัญหาคุณภาพ แต่ต้องมีการควบคุมตามความเหมาะสม

ปัญหาและอุปสรรคที่พบในการทำงาน

ปัญหาส่วนใหญ่อยู่ที่การผลักดันให้เกิดการเริ่มต้น ตอนเริ่มต้นโครงการแรกๆ จะมีปัญหาเรื่องความกลัว ความกังวลในหลายๆ เรื่อง เช่น การเก็บเศษยางหล่นพื้น หลายๆ คนก็จะมีอาการกลัวที่จะเสี่ยงกระทบกับปัญหาคุณภาพ แต่เราสามารถก้าวข้ามความกลัวเหล่านั้นไปได้โดยการกำหนดเป็นมาตรฐาน รูปแบบการดำเนินงานที่ชัดเจน อธิบายให้ลูกทีมทุกคนเข้าใจ รู้เป้าหมาย และผลที่จะได้รับหากประสบความสำเร็จตามเป้าหมายที่วางเอาไว้ การร่วมแรงร่วมใจกันทำ การทำงานเป็นทีม เพียงเท่านี้อุปสรรคก็จะไม่ใช่อุปสรรคอีกต่อไป เพราะอุปสรรคทุกอย่างจะหมดไป หากทุกคนมีเป้าหมายเดียวกัน



ONE MARKETING ONE STOP SERVICE

Marketing mix
PRODUCT
SERVICES

- Core Benefit
- Actual Product
- Augmented Product



คุณอวิศ ศิริสุขไพบูลย์

ปัจจุบันผมดูแลและรับผิดชอบงานในส่วนของ Plastic Trading ของ บจ.เคมี อินโนเวชั่น ทั้งในไทยและเวียดนาม, ตัวแทนจำหน่าย DuPont Kalrez® o-ring, ตัวแทนจำหน่าย Coated fabric ของ Saint-Gobain และสินค้าอีกหนึ่งประเภทคือ Standard o-ring ซึ่งแนวคิดด้านการสร้างมูลค่าเพิ่ม (Value Creation) ของฝ่ายขายและการตลาดในงานที่รับผิดชอบ คือ

การทำการตลาดแบบ One Marketing

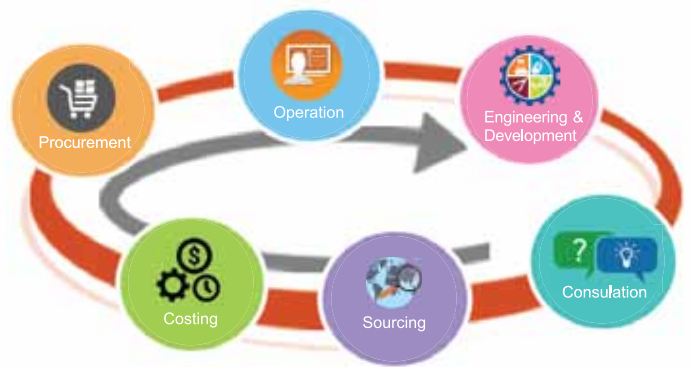
เป็นการทำการตลาดที่ทั้งองค์กรจะต้องทำหน้าที่เป็น “One Team” เพื่อสร้างมูลค่าและบริการที่ตอบสนองของความต้องการของลูกค้าหรืออุตสาหกรรมในอนาคต ซึ่งจะทำให้เราเติบโตในระยะยาว

วัตถุประสงค์ของการตั้ง One Marketing นี้เพื่อบูรณาการทีมการตลาดทั้งองค์กรให้เป็นหนึ่งเดียว ให้เป็นทีมงานที่มีประสิทธิภาพสร้างการเติบโตทางธุรกิจและพลาสติกทั้งตลาดในประเทศและตลาดสากล โดย One Marketing Team จะร่วมกันขยายฐานลูกค้าและขยายฐานธุรกิจด้วยการพัฒนาผลิตภัณฑ์และเทคโนโลยีใหม่เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มให้แก่ธุรกิจ นुकตลาดใหม่ทั้งในประเทศและต่างประเทศ เพื่อเพิ่มส่วนแบ่งการตลาด รวมทั้งสามารถให้บริการผลิตภัณฑ์และบริการตอบสนองความต้องการของลูกค้าในต้นทุนที่ต่ำ

เราจะสร้างทีมงานนี้ได้อย่างไร? ก่อนอื่นเราจะต้องสร้าง Multi Skill ให้กับบุคลากรที่เกี่ยวข้องทั้งในส่วนของฝ่ายขายและฝ่าย Support ในหลาย ๆ ด้าน เช่น ความรู้เกี่ยวกับสินค้าและบริการของกลุ่มบริษัท อินโนเวชั่นที่อาจจะไม่เจาะลึกลงไปในเชิงเทคนิคแต่เพื่อให้ทุกคนทราบว่าเรามีสินค้าและบริการอะไรอยู่ในมือบ้าง สินค้าแต่ละประเภทต่างกันอย่างไร มีจุดขายอย่างไรและสามารถนำเสนอผลิตภัณฑ์ต่างๆ แก่ลูกค้าได้ไม่ใช่เพียงแค่รู้จักและนำเสนอเฉพาะสินค้าที่ตนเองถืออยู่เท่านั้น นอกจากนี้ยังมีการฝึกอบรมและเพิ่มทักษะในงาน รวมถึงการปรับปรุงฐานข้อมูลและการสำรวจตลาดอย่างสม่ำเสมอ สิ่งเหล่านี้จะสร้างจุดแข็งให้แก่ One Marketing Team และทีมก็จะสร้างธุรกิจที่มีคุณค่าให้แก่องค์กรได้

การบริการแบบครบวงจร One stop services

หากลูกค้ามีความต้องการสินค้านอกเหนือจากที่เราจำหน่าย เราจะทำหน้าที่เป็นศูนย์กลางในการจัดหาวัตถุดิบจากแหล่งผลิตที่เชื่อถือได้ทั้งในประเทศและต่างประเทศ ซึ่งเราจะเปรียบเสมือนเลขาและฝ่ายจัดซื้อของลูกค้าที่ให้บริการสรรหาผลิตภัณฑ์และให้คำแนะนำเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ที่ลูกค้าต้องการเพื่อช่วยในการพิจารณาตัดสินใจ รวมถึงช่วยให้ลูกค้าได้ผลิตภัณฑ์ที่ตรงตามความต้องการในการใช้งานและเกิดประโยชน์สูงสุด



การทำ Standard O-ring & Engineering plastic ร่วมกับ บจ.ไทย-นิฮอน ซีลส์



เป็นการทำงานร่วมกันเพื่อสร้างจุดแข็งให้กับผลิตภัณฑ์ขาย และสามารถบริการลูกค้าได้อย่างครบวงจรตั้งแต่ผลิตสูตรยาง วิเคราะห์และขึ้นรูปไปจนถึงการจัดจำหน่าย ทั้งนี้ก็มีการ Sourcing สินค้า และรวบรวมความต้องการของตลาดว่าในแต่ละงานต้องการใช้สินค้าแบบไหน ใช้งานอย่างไร ลูกค้าต้องการสินค้าที่มีคุณสมบัติอย่างไร เช่น งานซ่อมบำรุง ซึ่งเป็นงานที่ต้องใช้สินค้าประเภทนี้ค่อนข้างเยอะและหลากหลาย เราเองก็ต้องสรรหาและบริการให้ทันตามความต้องการของลูกค้าด้วย





ดิฉันดูแลและรับผิดชอบในส่วนงานของ Koffee Kup ซึ่งเป็นร้านกาแฟของกลุ่มบริษัทอินโนเวชั่น ดิฉันมีหน้าที่บริการเครื่องดื่มและอาหารว่างให้กับลูกค้า ทั้งลูกค้าภายในคือพนักงานบริษัท รวมถึงผู้ที่มาติดต่อกับหน่วยงานต่างๆ ของบริษัท และบุคคลทั่วไป

หน่วยงานของเราทุ่มเทและตั้งใจในการคัดสรรวัตถุดิบชั้นดีสำหรับปรุงอาหารและเครื่องดื่มให้ได้มาตรฐานและสร้างความประทับใจให้แก่ลูกค้า นับว่าเป็นหลักการพื้นฐานใน “งานบริการและการประชาสัมพันธ์” โดยมุ่งเน้นความพึงพอใจของลูกค้าเป็นสำคัญ

ถ้าพูดถึงสินค้าและบริการของเราปัจจุบันหน่วยงานของเราก็ได้พัฒนาเครื่องดื่มเพื่อสุขภาพไว้หลายรายการ เช่น น้ำพื้กทอง น้ำผัก และผลไม้ เพื่อเป็นเครื่องดื่มทางเลือกให้แก่ลูกค้า และในปี 2016 นี้ทางหน่วยงานของเรายินดีน้อมรับนโยบายของทางฝ่ายบริหารฯ ที่กำหนดให้ปีนี้เป็น “2016 Year of Value Creation” จึงได้เสนอโครงการผลิต “สครับกาแฟขัดผิว” ขึ้น โดยแนวคิดนี้ได้แรงบันดาลใจจากกระแสสังคมและการดำเนินชีวิตของผู้คนในปัจจุบันที่กำลังให้ความสำคัญในเรื่องของสุขภาพและธรรมชาติ “ผงกาแฟสด” ที่เหลือจากการผลิตเครื่องดื่มถือว่าตอบโจทย์ในการนำมาพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้เกิดประโยชน์และคุ้มค่า โครงการนี้มีเป้าหมายคือ

- 01 เพิ่มมูลค่าวัตถุดิบเหลือใช้
- 02 เพื่อเป็นของขวัญของฝากจำหน่ายให้แก่ลูกค้าและสร้างรายได้เพิ่มให้กิจการ
- 03 เพื่อส่งเสริมให้ดูแลตัวเอง ทั้งสุขภาพร่างกายและผิวพรรณ

“KOFFEE Scrub” “สครับกาแฟขัดผิว” เป็นอีกหนึ่งทางเลือกซึ่งเป็นการพัฒนาต่อยอดโดยนำวัตถุดิบใช้แล้วมาทำให้เกิดมูลค่าเพิ่ม

ประโยชน์ของ “การขัดผิวด้วยกาแฟ” โดยเฉพาะผิวหน้าและผิวกาย ช่วยให้ผิวเนียนนุ่ม ดูกระชับ และกำจัดเซลล์ผิวที่ตายออก การทำความสะอาดร่างกายด้วยการเลือกใช้สครับประกอบจาก “คาเฟอีน” ที่มีอยู่ในตัวกาแฟซึ่งเป็นสารธรรมชาติ มีคุณสมบัติช่วยกระตุ้นให้ร่างกายรู้สึกสดชื่น ด้วยการขัดเบาๆ จะช่วยให้เส้นเลือดขยายสูบฉีดได้ดีขึ้นและเป็นการผ่อนคลายไปในตัวได้อีกด้วย



- 1 ศึกษาคุณสมบัติและประโยชน์ของผงกาแฟ
- 2 ศึกษาส่วนผสมและวิธีการผลิตสครับกาแฟ
- 3 เก็บรวบรวมวัตถุดิบ
- 4 ผลิตสินค้าตัวอย่าง และทดลองใช้
- 5 ประเมินผล / ปรับปรุงผลิตภัณฑ์
- 6 ออกแบบและจัดหีบบรรจุภัณฑ์
- 7 ผลิตสินค้าและจำหน่าย
- 8 ติดตามผลและพัฒนาผลิตภัณฑ์

แม้โครงการนี้ยังไม่เกิดเป็นรูปเป็นร่างและตัวผลิตภัณฑ์เองยังมีข้อบกพร่องอยู่บ้างจากที่เคยทำสินค้าตัวอย่างมาทดลองใช้คือสินค้าหมดอายุเร็วเนื่องจากเป็นวัตถุดิบจากธรรมชาติและเราไม่ใช้วัตถุกันเสีย ทั้งนี้เราต้องศึกษากระบวนการวิธีการผลิตที่ทำให้ยืดอายุของสินค้าได้ รวมถึงการออกแบบและจัดหีบบรรจุภัณฑ์ที่สวยงามและเหมาะสมกับผลิตภัณฑ์เพื่อสร้างจุดขาย แม้จะมีอุปสรรคอยู่บ้างแต่เราก็จะไม่ยอมแพ้และจะพัฒนาผลิตภัณฑ์ต่อไปให้ได้ตามเป้าหมายที่วางไว้



CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY

บรรณาธิการ

ความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร

ในปัจจุบันการเปลี่ยนแปลงของสภาพแวดล้อมทางธุรกิจเป็นไปอย่างรวดเร็วด้วยความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีที่หลากหลายและผลักดันให้โลกก้าวไปข้างหน้า รวมทั้งการพัฒนาอย่างไม่หยุดยั้งของโลกธุรกิจทำให้เกิดตลาดใหม่อย่างต่อเนื่องทั้งในแง่ของภูมิศาสตร์ เช่น BRIC อันหมายถึงประเทศบราซิล รัสเซีย อินเดีย และจีน ซึ่งเป็นตลาดที่น่าจับตามองด้วยการเติบโตที่เร็วร้อน นอกจากนั้นตลาดเกิดใหม่ในแง่ของเทคโนโลยีที่เกิดจากการผสมผสานเทคโนโลยี (Convergence) หรือ การแตกเทคโนโลยีเฉพาะด้าน (Divergence) ล้วนแล้วแต่บูมตลาดได้อย่างรวดเร็ว ตัวอย่างเช่นตลาดของโทรศัพท์มือถือ ตลาดอุปกรณ์เครื่องใช้อิเล็กทรอนิกส์ เป็นต้น การเปลี่ยนแปลงของสภาพแวดล้อมที่เกิดขึ้นบ้างก็ค่อยเป็นค่อยไป บ้างก็เปลี่ยนแปลงไปอย่างไม่ทันตั้งตัว ยิ่งโลกมีการเปลี่ยนแปลงมากเท่าไรในการดำเนินธุรกิจต้องหันกลับมาครุ่นคิดเรื่องจริยธรรมธุรกิจด้วยเช่นกัน เพราะการดำเนินธุรกิจให้เติบโตอย่างยั่งยืนนั้นหากปราศจากจริยธรรมธุรกิจแล้วไม่ว่าองค์กรนั้นจะเล็กหรือใหญ่ หรือเป็นองค์กรที่มีอายุยาวนานก็สามารถล้มลงมาได้เช่นกัน อย่างเช่นกรณีการปนเปื้อนเนลามีที่ ทำให้ประเทศจีนสูญเสียความน่าเชื่อถือด้านอาหารจากประชาคมโลก

ความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร (Corporate Social Responsibility: CSR) หมายถึงการดำเนินธุรกิจควบคู่ไปกับการใส่ใจดูแลและรับผิดชอบต่อเศรษฐกิจ สังคมและสิ่งแวดล้อมภายใต้หลักจริยธรรมการกำกับดูแลกิจการที่ดี เพื่อนำไปสู่การดำเนินธุรกิจที่ประสบความสำเร็จและยั่งยืนโดยไม่ผิดศีลธรรมจรรยา ไม่ใช่เพียงในประเทศไทยที่มีกระแสตื่นตัวและให้ความสำคัญในด้าน CSR กันมากขึ้นแต่นานาประเทศทั่วโลกก็ให้ความสำคัญกับเรื่องนี้เช่นเดียวกัน กลุ่มบริษัทอื่นในเวชนันของเราให้ความสำคัญในการทำกิจกรรม CSR มาโดยตลอด ทั้งการทำ CSR ภายในให้แก่พนักงานและครอบครัว คู่ค้า ลูกค้า และ CSR ภายนอกให้แก่ ชุมชน สังคมและสิ่งแวดล้อม สถาบันการศึกษา และภาคอุตสาหกรรม เรามุ่งดำเนินการ CSR เพื่อสร้างคุณค่าให้แก่องค์กรและสังคมโดยรวมอย่างยั่งยืน โดยแนวทางในการทำ CSR คือ



Education

การสนับสนุนและพัฒนาทางการศึกษา

เราตระหนักและเห็นถึงความสำคัญของการศึกษาของคนในชาติ เราจึงมุ่งเน้นในการสนับสนุนช่วยเหลือและร่วมพัฒนาทางการศึกษาเป็นสำคัญ ไม่ว่าจะเป็นพนักงานภายในองค์กรของเราเอง หรือบุคลากรทางการศึกษา สถาบันการศึกษา รวมถึงเด็กและเยาวชนตั้งแต่ประถมวัยจนถึงระดับอุดมศึกษาหรือสูงกว่า ในหลายรูปแบบ เช่น ให้ทุนศึกษาต่อแก่พนักงาน มอบทุนการศึกษาและทุนวิจัยแก่นิสิต นักศึกษามหาวิทยาลัยต่าง ๆ การสนับสนุนอุปกรณ์ทางการศึกษา สนับสนุนงบประมาณในการจัดกิจกรรมทางการศึกษา และการจัดกิจกรรมส่งเสริมพัฒนาการสำหรับเด็กและเยาวชน เป็นต้น กิจกรรมที่ผ่านมา อาทิเช่น

สนับสนุนงบประมาณจัดกิจกรรมและทุนการศึกษา



สนับสนุนงบประมาณจัดกิจกรรมโครงการค่ายผู้นำเยาวชนนักวิทยาศาสตร์ ครั้งที่ 22 เมื่อวันที่ 14-17 มกราคม 2559 ร่วมกับชมรมการศึกษา คณะวิทยาศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย เป็นกิจกรรมเสริมสร้างทักษะทางวิทยาศาสตร์และพัฒนาทักษะความเป็นผู้นำให้แก่เยาวชนในระดับมัธยมศึกษาตอนปลายจากโรงเรียนทั่วประเทศ



สนับสนุนทุนการศึกษารางวัลชนะเลิศ และ Rubbery Fresh Air เป็นของรางวัลในโครงการแข่งขันตอบปัญหาวิชาเคมี ระดับชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายฯ ครั้งที่ 36 (Chemtest 36th) ร่วมกับชุมนุมนิสิตภาควิชาเคมี คณะวิทยาศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ เมื่อวันที่ 24 มกราคม 2559



สนับสนุนทุนการศึกษาในการแข่งขันตอบปัญหาวิชาเคมี “Chem Challenge” สำหรับนักเรียนระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย เมื่อวันที่ 30 มกราคม 2559 ร่วมกับนิสิตภาควิชาเคมี คณะวิทยาศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย เพื่อเปิดโอกาสให้นักเรียนระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย ได้แสดงความรู้ความสามารถที่มีอยู่อย่างเต็มศักยภาพก่อนศึกษาต่อในระดับอุดมศึกษาและเป็นการส่งเสริมการทำงานร่วมกันของนิสิตในภาควิชาเคมี



“กองทุน ปฏิมา ชุณหสวัสติกุล” มอบทุนการศึกษา 617,000 บาท เพื่อกิจการนิสิตในกองทุนคณะครุศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย จัดสรรให้แก่ นิสิตปริญญาบัณฑิตที่มีความประพฤติดีและขาดแคลนทุนทรัพย์

โครงการ Polymer Technology Summer Camp



จัดเมื่อวันที่ 1 มิ.ย.-31 ก.ค. 2559 ปีนี้เป็นรุ่นที่ 14 แล้ว โครงการนี้จัดตั้งขึ้นเพื่อพัฒนาการเรียนการสอนที่มุ่งเน้นในการค้นคว้าทดลองเชิงปฏิบัติการทางด้านเทคโนโลยียางและพอลิเมอร์ให้นักศึกษาระดับปริญญาตรีชั้นปีที่ 3 หรือ ชั้นปีที่ 4 ในสาขาวิชาที่เกี่ยวข้อง จากสถาบันการศึกษาทั่วประเทศ นักศึกษาจะได้รับทราบข้อมูลและประสบการณ์จากผู้ชำนาญการในด้านยาง, พลาสติก, เทคโนโลยีการผลิต และความรู้เกี่ยวกับการบริหารธุรกิจ ทั้งภาคทฤษฎีและฝึกปฏิบัติจริงด้วยเครื่องมือทางการวิจัย รวมถึงการศึกษาดูงานกระบวนการผลิตยางและพลาสติกในโรงงานของบริษัทในเครือเพื่อให้นักศึกษาได้เห็นภาพและเข้าใจถึงกระบวนการผลิตอย่างถ่องแท้

กิจกรรมนี้เป็นหนึ่งใน Value Creation Project จัดตั้งขึ้นเพื่อส่งเสริมการเรียนรู้วิชาวิทยาศาสตร์ และส่งเสริมพัฒนาการด้านการคิดวิเคราะห์ การพัฒนา IQ ฝึกทักษะ ฝึกคิดและจินตนาการให้แก่แก่นักเรียนระดับประถมศึกษา โรงเรียนบ้านหินโค้งประชาอนุเคราะห์ ต.หนองบัว อ.บ้านค่าย จ.ระยอง (โรงเรียนอยู่ใกล้โรงงาน PI โรงงานของเราเอง) เมื่อวันที่ 14 กรกฎาคม ที่ผ่านมา โดยจัดกิจกรรมในรูปแบบลานกิจกรรม

ด้วยทางโรงเรียนขาดแคลนอุปกรณ์ทดลองวิทยาศาสตร์จึงทำให้นักเรียนไม่ได้เรียนรู้เชิงปฏิบัติ ดังนั้นกิจกรรมในแต่ละฐานจะเน้นให้เด็กได้ลงมือปฏิบัติด้วยตัวเอง ได้รู้จักและได้ใช้อุปกรณ์ในการทดลอง ได้เห็นการเกิดปฏิกิริยาทางเคมีที่เคยเห็นจากโทรทัศน์ผ่านดาวเทียม หลังจากจบภารกิจ เราได้มอบอุปกรณ์การทดลองที่นำไปจัดกิจกรรมให้แก่ทางโรงเรียนเพื่อนำไปใช้ประกอบการเรียนการสอนต่อไป งานนี้ขอยกเครดิตให้นักศึกษา PSC#14 ที่ช่วยกันคิดฐานการทดลองและสนับสนุนการมาให้หน่อยๆ ได้เรียนและเล่นไปพร้อมๆ กันค่ะ



ก่อนเข้าสู่การเรียนรู้
มาทำความรู้จักกันหน่อย

ฐานที่ 1
“เดี๋ยวร้อน เดี่ยวหนาว
อุณหภูมิรอบตัว”

เรียนรู้วิธีการวัดและอ่านค่า
อุณหภูมิด้วยเทอร์โมมิเตอร์

ฐานที่ 2
“กรด-เบส ไกล่ตัวเรา”

เรียนรู้ความเป็นกรด-เบส
ของวัสดุบ้านๆ ทดสอบด้วย
กระดาษลิตมัส

ฐานที่ 3
“RC ผจญภัย”

ค้นหาจิ๊กซอร์จิว และนำมา
ประกอบภาพปริศนา
ด้วยแว่นขยาย

ฐานกิจกรรมสำหรับ ป.1-ป.3

ฐานที่ 1
“ลาวาลาวา”

เรียนรู้และทดลองปฏิกิริยาทางเคมีจากวัสดุภายในบ้านให้เกิดลาวาภูเขาไฟ



ฐานที่ 2
“รถของเล่น”

ประดิษฐ์รถจากวัสดุรอบตัวและขับเคลื่อนด้วยพลังงานลม



ฐานที่ 3
“น้ำไหลไหลเย็น เห็นตัวปลา”

ประดิษฐ์เครื่องกรองน้ำง่าย ๆ จากวัสดุธรรมชาติ



ฐานกิจกรรมสำหรับ ป.4-ป.6

ฐานกิจกรรม “ฉันเชื่อว่าฉันบินได้”



เป็นฐานที่ให้น้องๆ ทุกชั้นเรียนแบ่งกลุ่มกันประกอบเครื่องร่อนจากไม้บัลซ่า เราได้เห็นความคิดสร้างสรรค์ของเด็ก ผักการ ทำงานเป็นทีมและเรียนรู้การแก้ปัญหาพร้อมกับเพื่อน จนได้เครื่องร่อนที่สามารถร่อนขึ้นได้ บินนาน บินสูง บินไกล ตามที่เขาต้องการหรือแม้จะบินไม่ขึ้นก็ตาม แต่ผลที่ได้คือเขาได้รับประสบการณ์และความภูมิใจในผลงานชิ้นโบว์แดงของตัวเอง

ทั้งหมดนี้สร้างสรรค์กิจกรรมโดย: PSC#14

การศึกษาดูงานและฝึกประสบการณ์วิชาชีพ

ส่งเสริมการเรียนรู้เชิงปฏิบัติการด้วยการเปิดให้ภาคการศึกษาเข้ามาศึกษาดูงาน การฝึกงานและสหกิจศึกษา เกี่ยวกับเทคโนโลยีการผลิต การวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์ด้านยางและพลาสติก หรืองานด้านอื่นๆ ในหน่วยงานต่างๆ ของกลุ่มบริษัทอินโนเวชั่น เช่น งานด้าน HR งานจัดซื้อ งานด้านไอที ซึ่งเป็นการเปิดการเรียนรู้จากตำราสู่การทำงานจริง เพื่อให้บัณฑิต นักศึกษามีความรู้ความสามารถนำไปประยุกต์ใช้ในการทำงานและช่วยพัฒนาเทคโนโลยีให้กับอุตสาหกรรมในอนาคต



Environment

รักษัธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม

ปัจจัยการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจบวกกับจำนวนประชากรที่เพิ่มขึ้นส่งผลให้เกิดการใช้ทรัพยากรธรรมชาติจำนวนมากเกินกว่าความจำเป็น ภาคอุตสาหกรรมและครัวเรือนปล่อยน้ำเสีย ปล่อยมลพิษทางอากาศ มลพิษทางเสียง แม้แต่การท่องเที่ยวที่มีส่วนให้เศรษฐกิจมีความเคลื่อนไหวในทางบวกแต่ผลกระทบที่ตามมาคือนักท่องเที่ยวไม่ช่วยกันดูแลรักษาแหล่งท่องเที่ยวและทรัพยากรธรรมชาติ ปริมาณขยะก็เพิ่มมากขึ้น ทรัพยากรธรรมชาติถูกทำลายเสียหาย ทำให้เกิดผลกระทบต่อระบบนิเวศและมนุษย์ตามมาทั้งภาวะเรือนกระจกที่ทำให้โลกร้อนขึ้น ป่าไม้ลดลงทำให้เกิดปัญหาอุทกภัย ปะการังแหล่งอาหารของสัตว์ทะเลถูกทำลายทำให้ปริมาณสัตว์น้ำลดน้อยลง

ดังนั้น เรื่องธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมไม่ใช่เรื่องไกลตัวเรา เราทุกคนจึงมีหน้าที่ร่วมกันในการดูแลรักษาธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมเพื่อคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้นและสิ่งแวดล้อมคงอยู่กับเราต่อไป นับว่าเป็นการสร้างสรรค์คุณค่าเพิ่มร่วมกันในสังคม ซึ่งกลุ่มบริษัทอินโนเวชั่นเราให้ความสำคัญต่อการมีส่วนร่วมในการรักษาสิ่งแวดล้อมภายใต้การบริหารจัดการองค์กรที่มีธรรมาภิบาล ทั้งการดำเนินความรับผิดชอบต่อสังคมที่อยู่ในกระบวนการทำงานหลักของกิจการ โดยการสร้างจิตสำนึก CSR ให้เป็นส่วนหนึ่งของกระบวนการทำงานและการดำเนินธุรกิจ เช่น งานบริหารจัดการวัสดุเหลือใช้ การบำบัดน้ำเสีย มาตรการความปลอดภัยภายในและโดยรอบบริเวณโรงงาน การป้องกันมลพิษทางเสียง การป้องกันมลพิษทางกลิ่น การกำจัดขยะอย่างถูกวิธี ต่างเป็นการสร้างขั้นตอนและวิธีการดำเนินงานที่ช่วยรักษาสิ่งแวดล้อมและลดผลกระทบที่มีต่อชุมชนและสังคมได้ และอีกด้านหนึ่งเป็นการทำกิจกรรมเพื่อสร้างให้เกิดประโยชน์แก่สังคมในด้านอื่นๆ ที่ไม่ได้เป็นกระบวนการหลักของกิจการโดยตรง มาดูกันว่าสองมือน้อยๆ ของเราช่วยโลกใบนี้ได้ยังไงบ้าง



กิจกรรมปลูกป่าชายเลน



ปลูกป่าชายเลน อบต.คลองโคกลน จ.สมุทรสงคราม

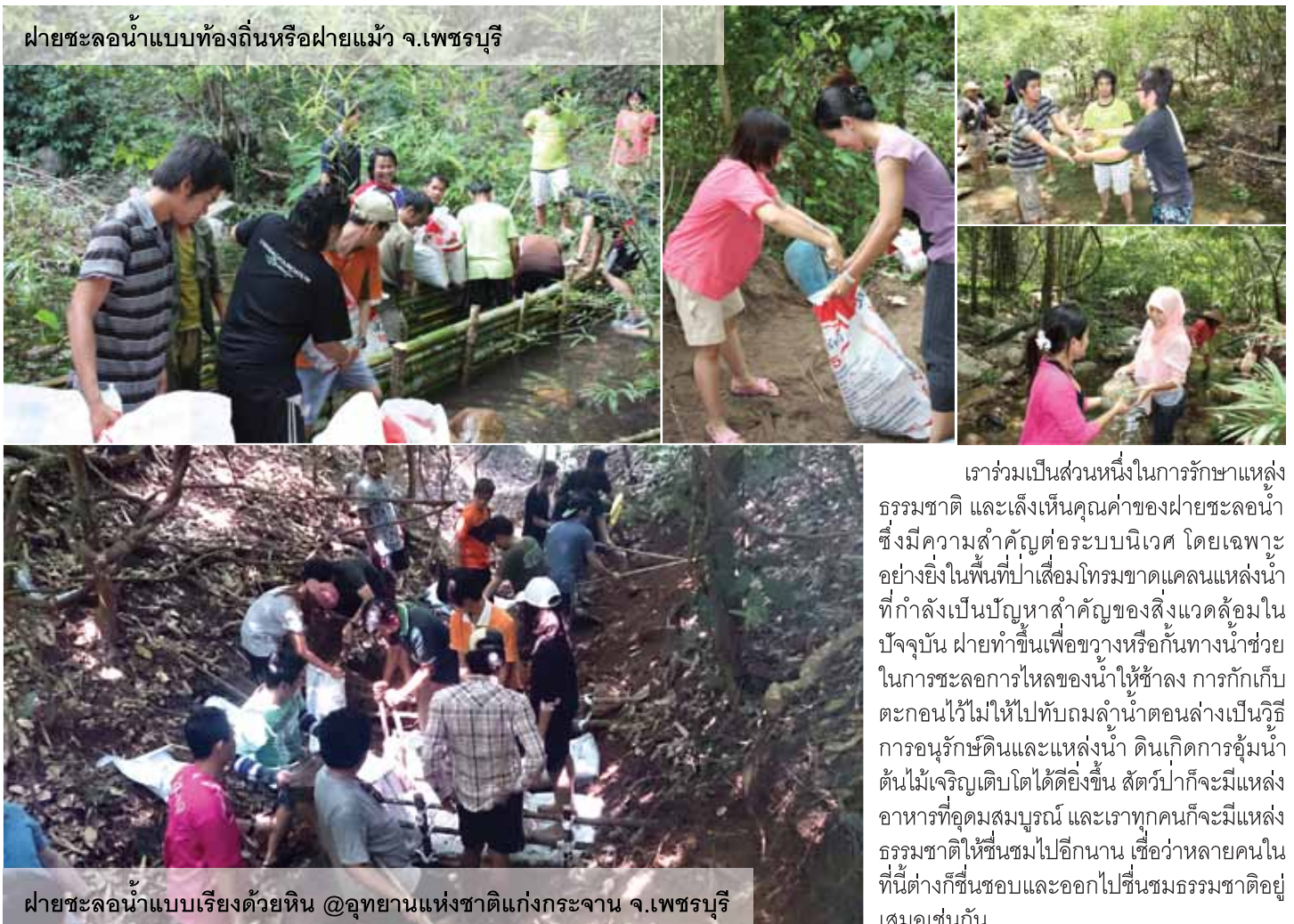
หลายคนอาจคิดว่าปลูกป่าชายเลนทำไม เกี่ยวอะไรกับเรา?? รู้ไหมคะว่าป่าชายเลนนั้นเป็นองค์ประกอบที่สำคัญยิ่งของชายฝั่งทะเลและนับเป็นทรัพยากรที่มีคุณค่ามหาศาล ทั้งทางด้านเศรษฐกิจและสิ่งแวดล้อมถือได้ว่าเป็นระบบนิเวศที่ประกอบไปด้วยพันธุ์พืช พันธุ์สัตว์หลายชนิด ป่าที่เราไปปลูกชื่อว่า "ป่าโกงกาง" เป็นไม้ที่มีบทบาทสำคัญที่สุดในป่าชายเลน เราเป็นส่วนหนึ่งที่ช่วยสร้างและรักษาระบบนิเวศนี้ให้เป็นแหล่งพลังงาน เป็นแหล่งพืชผักและพืชสมุนไพร เป็นแหล่งอาหารที่สำคัญและเป็นที่พักพิงของสัตว์น้ำ และยังช่วยลดปริมาณของก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์ในอากาศ มากคุณประโยชน์ขนาดนี้เราต้องช่วยกันรักษาไว้ให้คงอยู่ต่อไปนานๆ ค่ะ

กิจกรรมอาสาปลูกป่า ปลูกต้นไม้



ปลูกป่าเฉลิมพระเกียรติโครงการส่งเสริมอนุรักษ์ธรรมชาติและพลังงาน เพื่อฟื้นฟูสภาพป่าอนุรักษ์ที่เสื่อมโทรมและการฟื้นฟูสภาพสิ่งแวดล้อมในท้องถิ่น ทำให้ชุมชนมีคุณภาพชีวิตและความเป็นอยู่ที่ดีขึ้น

กิจกรรมอาสาสร้างฝายชะลอน้ำ



เราเป็นส่วนหนึ่งในการรักษาแหล่งธรรมชาติ และเห็นคุณค่าของฝายชะลอน้ำซึ่งมีความสำคัญต่อระบบนิเวศ โดยเฉพาะอย่างยิ่งในพื้นที่ป่าเสื่อมโทรมขาดแคลนแหล่งน้ำที่กำลังเป็นปัญหาสำคัญของสิ่งแวดล้อมในปัจจุบัน ฝายทำขึ้นเพื่อขวางหรือกั้นทางน้ำช่วยในการชะลอการไหลของน้ำให้ช้าลง การกักเก็บตะกอนไว้ไม่ให้ไปทับถมลุ่มน้ำตอนล่างเป็นวิธีการอนุรักษ์ดินและแหล่งน้ำ ดินเกิดการอุ้มน้ำต้นไม้เจริญเติบโตได้ดียิ่งขึ้น สัตว์ป่าก็จะมีแหล่งอาหารที่อุดมสมบูรณ์ และเราทุกคนก็จะมีแหล่งธรรมชาติให้ชื่นชมไปอีกนาน เชื่อว่าหลายคนในที่นี้ต่างก็ชื่นชอบและออกไปชื่นชมธรรมชาติอยู่เสมอเช่นกัน



ปลูกปะการังชายฝั่ง @แสมสาร ฐานทัพเรือ สัตหีบ

จากปรากฏการณ์ธรรมชาติทำให้อุณหภูมิของโลกและน้ำทะเลสูงขึ้นและการกระทำของมนุษย์จนทำให้ปะการัง และสิ่งมีชีวิตบริเวณแนวปะการังค่อย ๆ ตายไป เราจึงจำเป็นต้องอนุรักษ์พันธุ์ปะการัง สร้างแนวปะการังให้เป็นแหล่งอาหารของสัตว์ทะเล แม้จะไม่เห็นผลในทันทีแต่ก็เกิดผลในระยะยาว อย่าคิดเพียงว่าทำแล้วเราได้อะไรกลับมา เพราะสิ่งที่เราได้กลับมาคือการคืนความอุดมสมบูรณ์ให้ทะเลไทย ทำให้เรามีแหล่งอาหารมีแหล่งท่องเที่ยวที่สวยงามให้เราได้ชื่นชมแถมยังดึงดูดนักท่องเที่ยวเข้ามาเที่ยวบ้านเรากระตุ้นเศรษฐกิจได้อีกด้วย....นี่แหละคือคุณค่าที่เราสร้างได้



อาสาบำบัดทุกข์บำรุงสุขบ้านน้องเต่าทะเล

เฮ้!! ร่วมด้วยช่วยกันล้างทำความสะอาดบ่อเต่าทะเลที่ศูนย์อนุรักษ์พันธุ์เต่าทะเล กองทัพเรือ สัตหีบ กันค่ะ ได้รู้จักกับเจ้าเต่าทะเลหลายสายพันธุ์เลยทีเดียว ทั้งยังได้ศึกษาระบบนิเวศชายฝั่งทะเลอีกด้วย บางคนสงสัยว่า ทำไมต้องล้าง ต้องทำด้วยละ ไม่มีเจ้าหน้าที่คอยดูแลหรือ?...คำตอบคือเจ้าหน้าที่มีแค่การไปทำงานด้านอนุรักษ์ถึงแม้เราไม่ได้ทำประจำก็ตาม อีกทั้งการดูแลรักษาสิ่งแวดล้อมรวมถึงการอนุรักษ์พันธุ์สัตว์ไม่ใช่เป็นหน้าที่ของใครคนใดคนหนึ่ง แต่เป็นหน้าที่ของทุกๆ คนที่ควรร่วมด้วยช่วยกันเมื่อมีโอกาส





จัดกิจกรรมในงานธรรมาภิบาลสิ่งแวดล้อม ร่วมกับ อบต.หนองบัว จ.ระยอง เมื่อวันที่ 16 สิงหาคม ที่ผ่านมา เพื่อสร้างช่องทางให้เกิดความเข้าใจระหว่างภาคอุตสาหกรรมและชุมชนในการใช้ทรัพยากรร่วมกัน แสดงความรับผิดชอบต่อและเอาใจใส่ต่อชุมชนตามหลักเกณฑ์ธรรมาภิบาลสิ่งแวดล้อม เพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืน โดยมีผู้ประกอบการโรงงานอุตสาหกรรมในเขต อบต.หนองบัว มาร่วมจัดกิจกรรมและนิทรรศการ



การพัฒนาชุมชนและสังคม

ชุมชนและสังคมมีความสำคัญยิ่งในฐานะที่เป็นปัจจัยเอื้อต่อการดำเนินงานของธุรกิจ เราจึงมีบทบาททางสังคมและหรือมีส่วนร่วมในการสร้างความเข้มแข็งให้แก่ชุมชนและสังคมที่ได้รับผลกระทบทั้งทางตรงและทางอ้อมจากกระบวนการผลิตสินค้าและบริการของเราผ่านกิจกรรมที่หลากหลายไม่ว่าจะเป็นงานอาสาพัฒนา การนำความรู้สู่ชุมชนและสังคม และการทำนุบำรุงศาสนา เพื่อตอบสนองประเด็นปัญหาของชุมชนและสังคมและสร้างความสัมพันธ์ที่แท้จริง อาทิเช่น

กิจกรรมวันเด็กแห่งชาติ



มอบอุปกรณ์การเรียน อุปกรณ์กีฬา และร่วมจัดกิจกรรมวันเด็กกับโรงเรียนในชุมชน โดยสำนักงานสาขาระยะของจัดที่ ร.ร.มาบป้าหวาย ร.ร.บ้านหมอมูย และ ร.ร.หินโค้งประชาชนุเคราะห์ สำนักงานสาขาศรีราชา จัดบริเวณหน้าโรงงาน

- มอบอาคารอเนกประสงค์เพื่อใช้เป็นลานกิจกรรมและโรงอาหาร อีกทั้งอาสาพัฒนาปรับปรุงทัศนียภาพหมู่บ้าน อาคารเรียน สนามกีฬาและจัดบอร์ดการเรียนรู้ ที่โรงเรียนบ้านหมอมุ่ม อ.ปลวกแดง จ.ระยอง



- อาสาทาสีอาคารเรียน รื้อโรงเรียน ปรับภูมิทัศน์สนามหญ้าและบริเวณโดยรอบ โรงเรียนบ้านหินโค้งประชานุเคราะห์ อ.ปลวกแดง จ.ระยอง และเลี้ยงของว่างพร้อมทั้งมอบข้าวสารอาหารแห้งสมทบทุนอาหารกลางวันให้แก่เด็กๆ ค่ะ





สร้างและเผยแพร่นวัตกรรม "คิดเพื่อโลก ทำเพื่อโลก"

องค์กรเราเป็นองค์กรแห่งนวัตกรรมและสนับสนุนการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศ โดยนำความรู้และประสบการณ์ด้านยางและพอลิเมอร์ เทคโนโลยีการผลิต การวิจัยและพัฒนา และคิดค้นนวัตกรรมทางธุรกิจที่ช่วยพัฒนาประเทศและส่งเสริมการดำเนินธุรกิจที่ก่อให้เกิดประโยชน์ต่อสังคมในประชาคมโลก รวมถึงความสามารถในการแข่งขันและสร้างมูลค่าเพิ่มต่อธุรกิจและสังคมไปพร้อมๆ กัน ด้วยกิจกรรมหลายๆ อย่าง อาทิเช่น การจัดสัมมนาวิชาการเผยแพร่ความรู้และนวัตกรรม การวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อสิ่งแวดล้อม การร่วมมือกับองค์กรหรือหน่วยงานต่างๆ ทั้งภาคการศึกษาและภาคอุตสาหกรรม สร้างนวัตกรรมสู่อุตสาหกรรมโลก นอกจากนี้ยังเป็นอีกหนึ่งแรงใจช่วยบำบัดทุกข์บำรุงสุขให้แก่เพื่อนร่วมโลก เช่น บริจาคทุนทรัพย์ช่วยเหลือผู้ประสบภัยทางธรรมชาติในประเทศต่างๆ เป็นต้น



ร่วมลงนามถ่ายทอดเทคโนโลยีซิลเวอร์นาโนสู่ภาคอุตสาหกรรม



International Business Conference ทางเศรษฐกิจและสังคม



สัมมนาวิชาการ "Thailand Rubber Processing Technology Seminar"



ร่วมน้ำใจช่วยเหลือผู้ประสบภัยธรรมชาติ



INNOVATION GROUP'S TECHNOLOGY EDUCATION CENTER

■ Knowledge we gain Technology we can get.

- Innovation Group's Technology Centers aim as the education center for industries and academics.
- Co-research and development with strategic partner is the core in creating unique products that bring competitiveness value to our partners.
- Polymer technology summer camp project is a two months rubber and plastic technical training program for students from various Universities.
- Innovation Group of companies cotinously support doctoral programs and research programs in many Thai well-know University.

*“ความรู้ไม่นำไปสู่เทคโนโลยีด้วยตัวมันเอง เราต้องแปลงความรู้ให้เป็นเทคโนโลยีที่เหมาะสมกับความต้องการของอุตสาหกรรม
นี่คือการนำไปสู่การสร้างนวัตกรรมซึ่งทำให้เทคโนโลยีของเราสามารถแข่งขันได้ในระยะยาว”*

- ดร.ปัญญา ชุณหสวัสดิกุล -

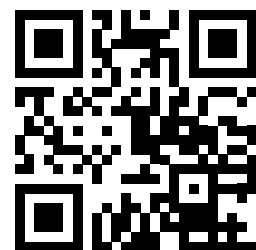


กองบรรณาธิการวารสารอินโนเวชั่นสัมพันธ์

บริษัท อินโนเวชั่น กรุ๊ป (ประเทศไทย) จำกัด

18 ซ.รามคำแหง 30 (บ้านเจา) แขวงหัวหมาก เขตบางกะปิ กรุงเทพฯ 10240

โทร. 02-3755197 ต่อ 279 แฟกซ์ 02-7321778



www.elastomer-polymer.com