



Inspiration of Technology

วารสาร

อินโนเวชันสัมพันธ์

ฉบับที่ 10 ปีที่ 5 เดือน มกราคม - มิถุนายน 2555

สวัสดีปีใหม่กรกฎ 2555

HAPPY NEW YEAR 2012



Roaring Out Of Crisis

Innovation Group's sustainable growth



ดร.บัญชา ชุนทสวัสดิกุล

สวัสดิปีใหม่... ชาวอินโนเวชั่นที่รักทุกคน

วิกฤต วิกฤต วิกฤต

ฟังดูน่ากลัวมากใช่ไหมครับ ทุกครั้งที่เกิดวิกฤตจะนำมาซึ่งข่าวร้าย แต่ถ้าเราเตรียมองค์การให้เข้มแข็งมาตลอด เราจะเผชิญกับวิกฤตอย่างไม่ท้อ ไม่ถอย วิกฤตทุกครั้งทำให้เราตั้งสติสำรวจตัวเราว่าองค์กรเราเป็นโรคอ้วนหรือเปล่า? เป็นโรคเฉื่อยชาหรือเปล่า? และหาทางออกที่ดี มุ่งมั่นพัฒนาองค์กร และพวกเราให้หายจากโรคอ้วน โรคเฉื่อยชา โอกาสดีๆ เกิดขึ้นทุกครั้งที่เราเจอวิกฤต และบริษัทเราก้าวไกลกว่าคนอื่นฯ ทุกครั้ง

28 ปีของอินโนเวชั่น เราฟันฝ่าวิกฤตมานับครั้งไม่ถ้วนจำได้ว่าเราตั้งบริษัทครั้งแรกโดยไปอาศัยอยู่บนท้องใต้หลังคาโรงไม้ไทยยั่วเลี้ยงอยู่ 2 ปี แล้วขยับขยายมาเช่าบ้านซอยสวัสดิด้วยค่าเช่า 1 หมื่นบาทต่อเดือนใช้เป็นสำนักงานและโกดังเก็บเคมี ในปีถัดมาน้ำท่วมสุขุมวิท Neoprene ในโกดังกำลังจะถูกน้ำท่วมจำได้ว่าคุณสมศรีขับรถบรรทุกไปที่ซอยสวัสดิเองในวันอาทิตย์ เราสองคนและสมพงษ์ (ผู้เฝ้าโกดัง) ช่วยกันยก Neoprene หนีน้ำขึ้นมาสูง 3 ชั้นของพาเลท พอน้ำลดเราเอา Neoprene ที่เปียกน้ำออกตากแดดแล้วขายเป็น second grade พอเริ่มหายใจคล่องหน่อยบ้างเปรมก็ประกาศลดค่าเงินบาทให้ 7% สมัยนั้นไม่มีการประกันความเสี่ยงอัตราแลกเปลี่ยน เราขาดทุนทันที 3 แสนบาท แต่วิกฤตนี้กลับทำให้โรงงานรองเท้ากลับมาลงทุนที่ประเทศไทยมากขึ้น เราขาย EVA ของ Du Pont เป็นกอบเป็นกำในปีต่อๆ มา

วิกฤตเศรษฐกิจปี 2540 ช่วงฤดูหนาว เกิดขึ้นปุ๊บหมดตัวปั๊บ เราเสียหายจากอัตราแลกเปลี่ยนเป็นล้าน (จาก 25 บาทต่อดอลลาร์มาเป็น 60 บาทต่อดอลลาร์ ใน 2 เดือน) ธนาคารกสิกรไทย (ธนาคารเดียวของเรา) ปิดก๊อกน้ำทางการเงินของเรา เราเพิ่งลงทุนในพี โอ อินดัสทรี ลูกค้าหายหน้าหมด (เพราะหมดตัวเหมือนกัน) เงินที่ต้องชำระกับบรรษัทสินเชื่อบุคคลสาครทั้งหมดและดอกเบี้ยก็เร่งรัดมา...หมดแรงจริงๆ เราประชุมชาวอินโนเวชั่นที่ห้องประชุมเพื่อเลิกกิจการ เพราะไม่มีเงินจ่ายเงินเดือนพวกเรา จำได้ว่าแต่นั้นแหละเป็นห้วงขณะนั้นจริงๆ ไม่ให้พี่เลิกกิจการบอกให้พี่สู้ต่อไปโดยไม่ขอรับเงินเดือน

สู้ สู้ สู้...คุณสมศรีให้กำลังใจอยู่ข้างๆ

นั่งสงบสติอารมณ์ได้พักหนึ่งนึกถึงเพื่อนที่ชื่อ ธงชัย ลำชาเหมือนเป็นแสงสว่างปลายอุโมงค์ที่มืดทึบ และแสงสว่างนี้ก็ช่วยให้กสิกรไทยเปิดก๊อกน้ำให้เราแก่กระหายได้ ในอีก 2 เดือนต่อมา Paul Meaus จาก Reebok โทรแจ้งข่าวดี โดยสั่งซื้อยางคอมปาวด์จากเรา

50 ตัน (ในอัตราแลกเปลี่ยนที่คิดจาก 25 บาท ต่อดอลลาร์) ดีใจเป็นที่สุดรีบไปเจรจากับบรรษัทสินเชื่อบุคคลสาครขอ Hair Cut ดอกเบี้ยที่ค้างมา 6 เดือนและรับปากว่าจะเริ่มจ่ายทั้งต้นและดอกเบี้ยในเดือนถัดไป วิกฤตนี้เกิดเฉพาะเอเชียแต่ธุรกิจรองเท้าส่งออกยุโรปและอเมริกาเจริญอย่างรวดเร็ว ธุรกิจยานยนต์ก็เริ่มเข้ามาทำชิ้นส่วนในเมืองไทย อินโนเวชั่นเราเติบโตอย่างรวดเร็วท่ามกลางวิกฤตเศรษฐกิจที่รัฐบาลชวนที่รัดเข็มขัดมาตลอด 3-4 ปี และกิจการของหลายบริษัทต้องล้มละลาย

วิกฤตแฮมเบอร์เกอร์เข้ามาในปี 2551 วิกฤตนี้ส่งผลกระทบไปทั่วโลก อินโนเวชั่นเราสะท้อนถึงที่พวกเราเลี้ยงหลังดีใจอยู่ที่ธุรกิจยานยนต์กำลังพัฒนาไปอย่างรวดเร็ว เรามีสินค้าคงคลังที่สูงมากด้านต้นทุน เรากำลังลงทุนในนิคมโรจนะ “เหนื่อยมากแต่คราวนี้” คิดในใจ บริษัทกลุ่ม CIG เราสะดุดไป 1 ปีเต็มๆ แต่เรายั่งยืนหยัดเดินหน้าต่อไปและขอความร่วมมือจากทุกคนว่า “เราต้องสายป่านให้ดึงเราทุกคนช่วยกันวิ่งให้ว้าวอินโนเวชั่นลดยอดติดลมบนตลอดเวลา”



เชื่อไหม...ไทย-นิฮอน ซีลส์ และพี โอ อินดัสทรี สร้างความมหัศจรรย์ในท่ามกลางวิกฤตได้

และแล้วท่ามกลางธุรกิจที่กำลังไปได้ดี เราเริ่มเห็นเค้าของวิกฤตเศรษฐกิจจากยุโรปและส่งสัญญาณให้กับทุกคน เราได้รับผลกระทบด้านเศรษฐกิจจากยุโรปในเดือน สิงหาคม-กันยายน เราได้รับความเสียหายบางส่วนจากสินค้าที่ระบายไม่ทัน ตามมาด้วยน้ำหลากท่วมจากเหนือลงสู่กรุง ทำให้นิคมอุตสาหกรรมใหญ่ๆ ถูกน้ำท่วม ส่งผลให้ธุรกิจของเราในเดือนตุลาคมหายไป 50%

วิกฤต วิกฤต วิกฤต!

ท่ามกลางวิกฤตเรากลับมาสำรวจตรวจสอบตัวเองใหม่ ดึงสายป่านให้ตึง ตรวจสอบสุขภาพประสิทธิภาพของทุกๆ คน และองค์กร...อยู่อย่างหรือเปล่า? เฉื่อยชาหรือเปล่า? ปลุกทุกคนให้ลุกจาก Comfort zone มายืนเผชิญกับความท้าทาย กล้าคิด กล้าทำ และรับผิดชอบ

เชื่อไหมว่าวิกฤตนี้เราจะก้าวข้ามไปสู่อีกมิติของอินโนเวชั่น

อินโนเวชั่น สู่สากล...

Signature of Dr. Bancha Chuntawattikul

ดร.บัญชา ชุนทสวัสดิกุล

ประธานกรรมการบริษัทในเครืออินโนเวชั่น

สร้างองค์กรให้เติบโตอย่างยั่งยืน



ดร.บัญชา ขุนทสวัสดิกุล

ตั้งใจว่าจะเขียนหนังสือขึ้นมาสักเล่มชื่อ “Entrepreneurship” เพราะเห็นบริษัทต่างๆ ที่ก่อตั้งขึ้นเติบโต และอยู่ได้อย่างยั่งยืน แต่มีหลายๆ บริษัทที่ล้มละลายไปในไม่กี่ปี พยายามศึกษาว่าบริษัทที่เติบโตอย่างยั่งยืนหยัดกันได้อย่างไร เขาทำอะไรและไม่ทำอะไร? ทั้งหนังสือและจากประสบการณ์ที่พบเจอจะมีนักธุรกิจทั้งในประเทศและต่างประเทศที่สร้างธุรกิจจากความคิด และความอยากเป็นนักธุรกิจ และด้วยความอดสาหะฟันฝ่าความยากลำบากจนเป็นผู้ประสบความสำเร็จ บางครั้งพวกเขาสร้างองค์กรให้เติบโตใหญ่ แต่แล้วองค์กรนั้นก็ล้มละลายไปในภายภาคหน้าเมื่อเจอวิกฤตที่ไม่คาดคิด แต่หลายๆ องค์กรสามารถฟันฝ่าอุปสรรคในวิกฤตเดียวกันกลับมาเติบโตอย่างยั่งยืนได้

สิ่งที่เหมือนกันในผู้ประกอบการทั้งหลายที่เริ่มต้นธุรกิจจะต้องฟันฝ่าจะมี 3 ขั้นตอน

1. ระยะเริ่มประกอบการ จะเป็นระยะของการดิ้นรนให้รอด (Survival period) ระยะนี้ผู้ประกอบการต้องดิ้นรนฟันฝ่าอุปสรรคสารพัดร้อยแปด ระยะนี้ผู้ประกอบการหน้าใหม่ๆ ที่ไม่มีความอดทนจะหนีหน้าหายไป
2. ระยะการเติบโต นักธุรกิจที่ประสบความสำเร็จจะมองเห็นช่องทางใหม่ๆ และสร้างความแข็งแกร่งให้กับองค์กร ระยะนี้คือระยะ Integration
3. ระยะที่สำคัญคือขั้นตอนของการทำอะไรให้องค์กรอยู่อย่างยั่งยืน (Sustainable growth)

อ่านหนังสือเจอประวัติของ Guy Laliberte ชาวแคนาดา ผู้ก่อตั้ง Cirque du Soleil ในหนังสือ Blue Ocean ในหนังสือนี้กล่าวถึง Cirque du Soleil ว่าเป็นผู้สร้างตำนานใหม่ของละครสัตว์ (Circus) มีผู้แปลเป็นภาษาไทย และหลายมหาวิทยาลัยเอาไปเป็นตำราด้านการตลาดและต่างยกย่อง Cirque du Soleil ที่สามารถทำธุรกิจที่แตกต่างหนีจากธุรกิจโรงละครสัตว์ (Circus) แบบดั้งเดิมที่เร่ร่อนไปตามสถานที่ต่างๆ พร้อมด้วยนักแสดงและสัตว์ Cirque du



Soleil ถูกยกย่องว่าเป็นผู้ปฏิวัติการแสดงละครสัตว์แบบดั้งเดิมมาเป็นการแสดงบนเวทีที่สวยงามและอยู่ในห้องการแสดงที่มีทั้งแสงสีและห้องปรับอากาศ แต่ตัวเองมอง Cirque du Soleil อีกแบบหนึ่งคือมองในมุมมองของ Entrepreneur ที่ว่า Guy Laliberte สามารถสร้างธุรกิจจากความมุ่งมั่น Integrate ธุรกิจออกมาจากสิ่งดั้งเดิมและทำอะไรให้ Cirque du Soleil อยู่อย่างยั่งยืน



Guy Laliberte เกิดในชนชั้นกลางในประเทศแคนาดา พออายุ 18 ปี เขามีโอกาสเดินทางไปท่องเที่ยวยุโรป ได้เห็นการแสดงต่างๆ ตามท้องถนน เขาได้เห็นศิลปะการแสดงของยุโรปที่แตกต่าง ทำให้เขาเกิดความหลงใหลในการแสดงและศิลปะ เขาอยากทำธุรกิจในเรื่องสร้างสรรค์โดยเริ่มต้นเป็นนักแสดงตามถนนใน Cluebec เขาเริ่มรวบรวมนักแสดงต่างๆ ตามท้องถนน (Street Performers) มารวมกลุ่มในปี ค.ศ.1984 เขาขึ้นอาสารัฐบาลแคนาดาในการจัดการแสดงบนเวทีเนื่องในงาน 450 ปีของการค้นพบแคนาดา โดยตั้งการแสดงนี้ว่า Cirque du Soleil (Circus of the Sun)

การแสดงแรกๆ ของ Cirque du Soleil ก็เหมือนละครสัตว์สมัยนั้นที่อาศัยเดินที่นันทนาการ ตัว Guy Laliberte บินนักพ่นไฟเอง Cirque du Soleil เดินทางไปแสดงตามเมืองต่างๆ ในสหรัฐอเมริกา พวกเขาเติบโตจากการรวมตัวแบบเพื่อน ๆ และครอบครัวมาเป็นบริษัท สิ่งที่เขาชื่นชอบมากที่สุดคือการเงินและความเชื่อถือนักแสดงของเขา นักแสดงหลายๆ คนไม่เห็นด้วยในทิศทางทางการแสดงที่เขาวางไว้ และการสร้างสรรค์การแสดงใหม่ๆ นักแสดงของเขาลาออก หลายๆ คนจากไปแต่หลายๆ คนก็เข้ามาร่วมองค์กรของเขา

การที่เขาเริ่มเดินทางไปแสดงในเมืองใหญ่ๆ Guy Laliberte ปรับมาเป็นนักแสดงบนเวที มีแสงสีและอยู่ในห้องปรับอากาศ เขาเน้นการแสดงที่เกิดจากความสามารถของนักแสดง และเน้นการแสดงที่เป็นทีมเพื่อหนีข้อต่อรองของนักแสดงบุคคล

ปัจจุบัน Cirque du Soleil ขยายกิจการการแสดงไปทั่วโลก เขามองว่าธุรกิจอยู่ในโลกใบเล็กๆ นี้ เราจะเห็น Cirque du Soleil ที่ Las Vegas, London, New York, Hong Kong, Japan และอื่นๆ ทั่วโลกแมตต่างอารยธรรม ถ้าปรับการแสดงให้เข้ากับรสนิยมของผู้ชมในประเทศนั้น ด้วยนักแสดงกว่า 5,000 คน เป็นนักแสดง 57 สัญชาติ จากทั่วโลก แต่ละปีการแสดงของเขามีการจำหน่ายบัตรกว่า 10 ล้านที่นั่งด้วยราคาเฉลี่ย 75 เหรียญต่อที่นั่ง

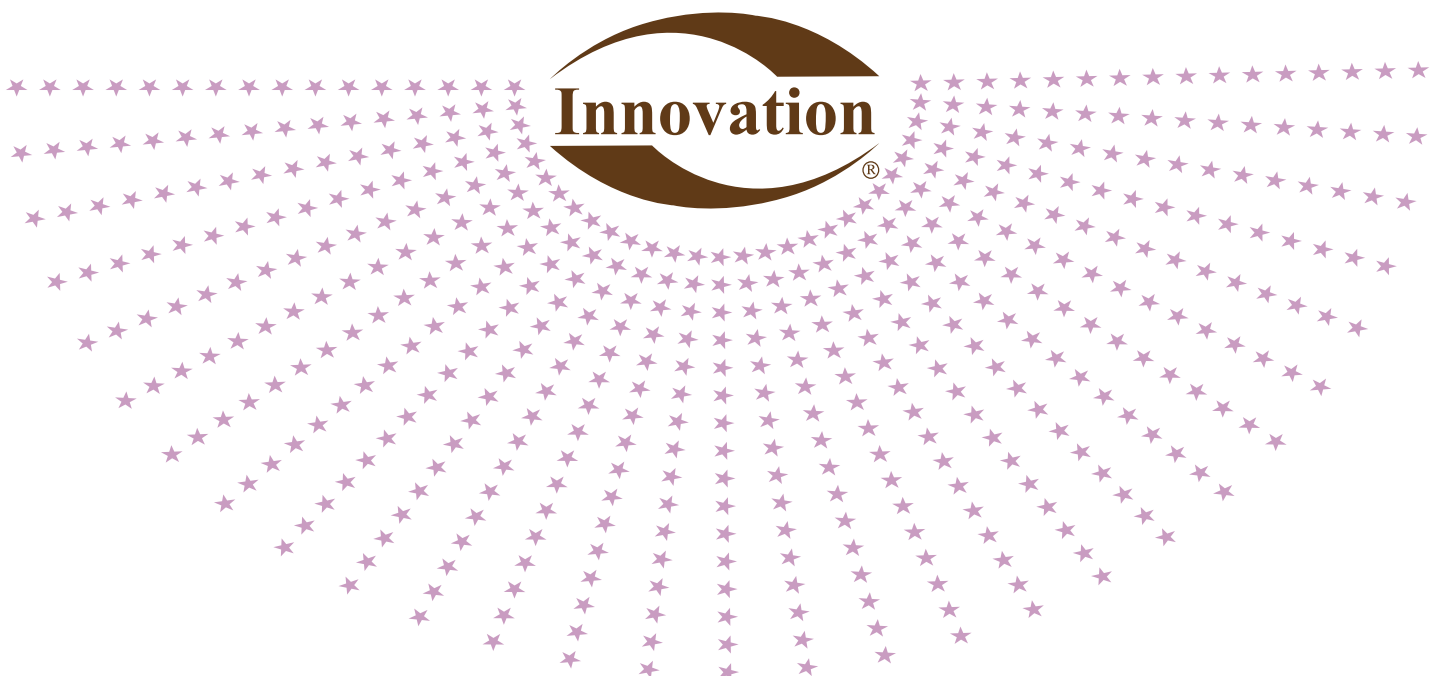
จริงๆ แล้ว Guy Laliberte ก็เหมือนนักธุรกิจที่เริ่มต้นมองเห็นช่องทางของตนเอง (ที่อยากเป็นนักแสดง) ผักผ่อนตนเองจนมีความชำนาญ โดยอาศัยโอกาสที่รัฐบาลแคนาดาจะฉลองวันชาติจึงได้รวบรวมเพื่อน ๆ ขึ้น เขาฟันฝ่าอุปสรรคมากมายในระยะเริ่มต้นจนสามารถขยายกิจกรรมของบริษัทได้ โดยมุ่งเน้นสร้างความแปลกใหม่ หลีกหนีจากการแสดงตัวคนเดียวที่เล่นเป็นตัวเอกเปลี่ยนเป็นการแสดงทีม เขาสร้างความสามารถขององค์กรภายในให้แข็งแกร่ง ผักผ่อนนักแสดงให้แสดงเป็นทีม มองเห็นความต้องการของตลาด

(Market insights) ที่ผู้ชมอยากได้จากการเข้าชมการแสดงแทนที่จะเป็นโรงละครสัตว์ร่อนๆ เป็นการแสดงที่มีบรรยากาศที่ดี เขานำองค์กรไปสู่สากลหลายๆ ประเทศ

วิสัยทัศน์ของ Cirque du Soleil คือการสร้างความบันเทิงด้วยการแสดงที่แตกต่างอำนวยความสะดวกแก่ผู้ชมโดยไม่ซ้ำแบบใคร มองเห็นธุรกิจในโลกใบเล็ก ปลุกฝั่งนักแสดงให้กล้าแสดงความสามารถออกมา

ถ้าเรามององค์กรอินโนเวชั่นของเราจะเห็นว่าเราฟันฝ่ามา 2 ขั้นตอนแล้ว ขั้นตอนแรกที่ดิ้นรนเพื่อให้เราอยู่รอด เราเจอวิกฤตมากมายแต่ด้วยความอดทนและความร่วมมือร่วมใจกัน เราจึงสามารถสร้างองค์กรให้อยู่รอดได้ ช่วง 10 ปีที่ผ่านมาคือระยะที่ 2 ของเรา เรา Integrate ตัวเราเองจากองค์กรที่เป็นตัวแทนจำหน่ายสินค้าของ Du Pont และ Dow มาเป็นองค์กรที่พร้อมด้วยสินค้าจากหลายๆ แหล่ง มีศูนย์วิจัยและพัฒนาที่ทันสมัย มีบุคลากรที่มีความรู้ความสามารถในเทคโนโลยีหลายๆ แขนง มีโรงงานผลิตที่ทันสมัย ในรอบสิบปีที่ผ่านมาเราได้สร้างความแข็งแกร่งภายในองค์กรให้เกิดขึ้น (Internal Competency) แม้มีวิกฤตเศรษฐกิจใหญ่จากภายนอกเข้ามากระทบ เรากลับฟันฝ่าและเติบโตได้ จากนั้นไปคือระยะที่สามของเรานั้นคือขั้นตอนที่สำคัญที่เราทุกคนต้องสร้างองค์กรอินโนเวชั่นให้ได้อย่างยั่งยืน เข้าสู่ตลาดสากล มองโลกใบนี้คือตลาดที่มีศักยภาพที่เราจะไปถึง

เรามาช่วยกันสร้างอินโนเวชั่นเป็น International Technology Company
ที่สามารถนำสินค้าของเราไปสู่ตลาดสากล



ปีมังกรกับเป้าหมายที่ท้าทายด้วย KPIs

▶ คุณกุลวดี อารังค์ธนกิจ

2012



ปี 2012 ฝ่ายบริหารมีนโยบาย มุ่งเน้นพัฒนาระบบบริหารผลงานขึ้นในองค์กร เพื่อสร้างเครื่องมือวัดผลสำเร็จของเป้าหมายที่องค์กรตั้งไว้ในทุกระดับ ไม่ว่าจะเป็นระดับองค์กร ระดับหน่วยงาน และระดับบุคคล อย่างเป็นระบบและมีประสิทธิภาพ เพื่อสร้างความได้เปรียบในการแข่งขัน

เมื่อต้นเดือน ธ.ค. ที่ผ่านมา คุณกนกพร โล่กลีกรรม HRD Manager ได้จัดสัมมนาในหัวข้อ Performance Management System : PMS ให้กับ HR&ADMIN Team จึงขอนำบางส่วนมาเกริ่นนำให้กับพวกเราชาวอินโนเวชั่นได้อ่านกันเป็นการนำร่อง ก่อนที่หัวหน้างานและผู้บริหารจะได้เข้าร่วมการสัมมนาอย่างเต็มรูปแบบในเดือน มกราคม 2555

Performance Management System: PMS หมายถึงระบบการบริหารผลงาน ซึ่งเป็นเครื่องมือการบริหารสมัยใหม่ที่น่าสนใจ เพื่อเสริมสร้างประสิทธิภาพและผลการดำเนินงานของพนักงานอันส่งผลต่อผลงานในระดับหน่วยงานและองค์กรในที่สุด

ทั้งนี้ คำที่คุ้นเคยกัน คือ Performance Appraisal: PA ซึ่งหมายถึง การวัดและประเมินผลงานจากปัจจัยทั้งที่เป็นเป้าหมายหรือผลลัพธ์สุดท้ายของงาน (KPIs) ที่เกิดขึ้นและปัจจัยที่เป็นพฤติกรรม (Competency)

ระบบการบริหารผลงาน เป็นกระบวนการที่เกิดขึ้นได้ตลอดทั้งปี โดยมี Line Manager (LM) และพนักงานร่วมกันรับผิดชอบบริหารผลงานของตัวบุคคล ของหน่วยงานให้ดี และมีประสิทธิภาพมากขึ้นเป็นไปตามเป้าหมายหรือผลลัพธ์ที่องค์กรต้องการ

■ การทำ PMS มีประโยชน์ต่อองค์กร

- 1) PMS ช่วยสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันอย่างยั่งยืน
- 2) PMS ช่วยลด Turn Over Rate ของพนักงาน โดยเฉพาะพนักงานที่เป็น Talent Group และ Successor
- 3) PMS ช่วยให้เกิด Employee Engagement คือ ยิ่งองค์กรเน้นการพัฒนาคนมากเท่าไร พนักงานยิ่งมีความรัก ความผูกพัน/ ความทุ่มเทต่อองค์กรมากยิ่งขึ้น

■ การทำ PMS มีประโยชน์ต่อผู้บังคับบัญชา / หน่วยงาน (Line Manager : LM)



- 1) PMS เป็นระบบที่กระตุ้นให้พนักงานทำงานตามเป้าหมายที่ LM กำหนดไว้

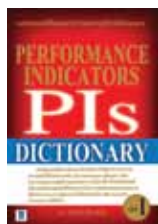
- 2) PMS ช่วยให้ LM มีเวลาในการวางแผนหรือปรับกลยุทธ์ การทำงานของหน่วยงาน (Work Smart>Work Hard)
- 3) PMS ช่วยให้ LM มีเครื่องมือในการติดตาม ประเมินผล และพัฒนาพนักงาน
- 4) PMS ช่วยให้ LM สามารถอธิบายและชี้แจงถึงการเชื่อมโยงระหว่างผลงานกับการให้ผลตอบแทนแก่พนักงานได้ชัดเจนขึ้น



■ การทำ PMS มีประโยชน์ต่อพนักงาน

- 1) PMS เป็นระบบที่เน้นเป้าหมายชัดเจน ทำให้พนักงานเกิดแรงจูงใจในการคิดหาวิธีการทำงานเพื่อให้บรรลุเป้าหมาย
- 2) PMS เป็นระบบที่ทำให้เกิดการสื่อสาร 2 ทาง ระหว่าง LM กับ พนักงาน สร้างความเข้าใจในเป้าหมายที่ตรงกันมากยิ่งขึ้น
- 3) PMS ทำให้เกิดการปรับปรุงและพัฒนาตนเองอย่างต่อเนื่อง
- 4) PMS เป็นระบบที่ทำให้เกิดความยุติธรรมเนื่องจาก มีการกำหนดปัจจัยวัดผลงานที่ชัดเจน สามารถแยกความแตกต่างระหว่างพนักงาน ผู้ปฏิบัติงานดีออกจากผู้ปฏิบัติงานไม่ได้ดี
- 5) PMS ช่วยทำให้พนักงานเกิดความเข้าใจในองค์กร เพราะระบบนี้จะถ่ายทอดจากนโยบายองค์กรไปสู่หน่วยงาน และพนักงาน

หากท่านใดสนใจห้องสมุดอินโนเวชั่นมีหนังสือเกี่ยวกับ PMS ให้ท่านได้เลือกอ่านกัน



การตั้งเป้าหมายและกำหนดดัชนีวัดผลสำเร็จของงาน (KPIs) นั้น ไม่ยากอย่างที่คิด อีกทั้งเป็นประโยชน์ต่อองค์กร และต่อการพัฒนาตนเอง ถ้าสนใจในห้องสมุดอินโนเวชั่นของเรา มีหนังสือเกี่ยวกับ PMS ให้เลือกอ่านมากมาย ขอให้ทุกคนสนุกกับการทำงานและเป้าหมายที่ท้าทายในปีมังกร



Happy New Year
2012

Economic



สวัสดีค่ะ พี่น้องชาวอินโนเวชั่น ในปี2011 ที่ผ่านมาทุกคนก็คงจะเคยได้ยินถึงทีมที่ชื่อว่า **Economic team** ที่คุณบัญญัติมักจะกล่าวถึงในการประชุมต่างๆ หลายท่านก็คงจะรู้จักเราแล้วและหลายๆ ท่านก็คงจะงงๆ ว่า ทีมนี้คือ ???

วันนี้ วิชา ธนเศรษฐพงศ์ (แพท) ขอเป็นตัวแทนของทีมในการแนะนำทีมนี้ให้ทุกคนได้รู้จักกันก่อนนะค่ะ ว่าใครและวัตถุประสงค์ของการจัดตั้งทีมนี้คืออะไร

โดยทีมนี้ได้แล้ว!! แฉงเกิดเมื่อ 6 พ.ค. 54 นำทีมโดยคุณปณิธาน ชูณหสวัตติกุลแล้วตามหลังมาด้วยสมาชิก อีก 4 คือคุณอภิรัฐ ประภาศิริสุลี, คุณกรกช ไชยวนิช (โบว์ลิ่ง), คุณวิชา ธนเศรษฐพงศ์ (แพท), และ นันทจิตตา สุดใจ (ต้อมแต่ม) ค่ะ เราได้รวมตัวกันและได้ตั้งชื่อทีมว่า **“Inflow-points”** ซึ่งชื่อนี้หรือค้ะก็มาจาก Inflow ที่แปลว่า การไหลเข้า ส่วน Points เราได้นำมาตีความหมายในแต่ละตัวอักษร คือ P=positive O=opinion I=Innovation N=news T=time S=support

ซึ่งความหมายโดยรวมคือ จุดศูนย์กลาง และเมื่อนำคำทั้งสองคำมารวมกัน ก็จะมีความหมายว่า การไหลเข้ามารวมกันสู่จุดศูนย์กลาง ซึ่งนั่นคือ สิ่งที่เราทีมเรามองว่าเรามีหน้าที่นำข่าวสารทั้งหมดรวมเข้าสู่จุดศูนย์กลางของเรานั้นก็คือ ทีม หรืออีกชื่อที่คุณบัญญัติเรียกเราคือ **“Economic team”** เป้าหมายของเรานั้นคือเป็นทีมที่จะติดตามข่าวสารต่างๆ ในทุกประเทศทั่วโลก ไม่ว่าจะเป็นข่าวเศรษฐกิจ หรือว่าข่าวนานาประเภทที่น่าสนใจ และเป็นประโยชน์พร้อมกับทำการนั่งจับเข่าคุยกันในห้องเพื่อทำการวิเคราะห์ว่าข่าวสารที่ออกมาแต่ละข่าวนั้นน่าจะมีผลกระทบต่อองค์กรของเราหรือไม่? และ อย่างไร? หรือเรียกหน้าที่ของเราตามสโลแกนง่ายๆ สั้นๆ ว่า **“เกาะกระแส ตีแผ่ข่าวสาร เพื่อย้ำเตือนชาวอินโนเวชั่น”** เพื่อทุกคนจะได้สามารถเตรียมตัวเพื่อพร้อมที่จะเผชิญกับปัญหาที่อาจจะเกิดขึ้นในอนาคตอันใกล้ได้.....

ซึ่งภารกิจสำคัญที่เราได้รับมอบหมายมานั้นคือ ทำอย่างไรให้ทุกคนชาวอินโนเวชั่นอ่าน และนำข่าวสารที่ได้รับไปประยุกต์ใช้กับงานของตนต่อไป ซึ่งเป็นที่แน่นอนว่าชาวเศรษฐกิจนั้นคนทั่วไปที่ไม่ได้มีฐานความรู้ทางการเงินเลย เมื่อได้ฟังข่าวหรืออ่านข่าวที่เกี่ยวกับเศรษฐกิจก็จะงงๆ มินๆ ไม่เข้าใจว่า ข่าวที่ออกมานั้นสื่อถึงอะไร เช่น ในปัจจุบันคำฮิตติดกระแสชาวเศรษฐกิจก็คือ **“เงินเฟ้อ”** ที่เงินเฟ้อสูง อินเดียก็เงินเฟ้อสูงขึ้น และอีกหลากหลายประเทศเงินเฟ้อก็สูงขึ้น..... ทุกคนก็คงคิดในใจว่า **“แล้วไง??”** ได้ยินผ่านมาแล้วก็ปล่อยผ่านไป..... ทางทีมเราจึงพยายามหาวิธีในการนำเสนอในรูปแบบการ์ตูน (พีอินโพรกับน้องนุจจำมัย) หรือบทความที่สั้นๆ ง่ายๆ พร้อมอธิบายถึงผลที่อาจจะเกิดขึ้นให้ทุกท่านได้ทราบกัน และในปีต่อไป เราก็จะหาวิธีนำเสนอข่าวในรูปแบบที่แตกต่างมากยิ่งขึ้น เพื่อให้ชาวอินโนเวชั่นทุกคนหัน(กลับ)มาสนใจข่าวสารรอบตัวมากยิ่งขึ้น (นี่แหละคือโจทย์ยากที่สุดของเรา)

และในครั้งนี่ก็เป็นครั้งแรกที่ทีมเราได้เป็นส่วนหนึ่งในวารสารอินโนเวชั่น เราจึงขอเปิดตัวด้วยรูปลักษณ์การนำเสนอข่าวที่แปลกใหม่ในรูปแบบเกมส์ **“บันไดงู”** ที่เพื่อนๆทุกคนคงคุ้นเคยกันในสมัยเด็กๆ นะค่ะ เราจึงขอพาทุกท่านมาย้อนวันวานมาสนุกกับเกมส์บันไดงูพร้อมกับการย้อนรอยอดีตไปกับข่าวที่น่าสนใจของปี 2011 ที่ผ่านมา เพื่อย้ำเตือนให้ทุกท่านได้ทราบว่าตลอด 1 ปีที่ผ่านมา เราชาวอินโนเวชั่นทุกคนได้ทำงานฟันฝ่าวิกฤติ และโอกาสมานานับประการ และแม้ว่าปีนี้ทั้งข่าวที่เป็นทั้งข่าวดีและข่าวที่(ไม่)ดี แต่ผลลัพธ์ที่ออกมานั้นพิสูจน์ให้เห็นว่า คือชาวอินโนเวชั่นทุกคนมีความแข็งแกร่งสามารถฟันฝ่าอุปสรรคกันมาได้อย่างเข้มแข็ง ทุกๆคนล้วนสั่งสมประสบการณ์ในอดีตและนำมาสร้างภูมิคุ้มกันตนเองได้เป็นอย่างดี โดยจะเห็นได้ว่า

“แม้คำว่าวิกฤติที่โดยทั่วไปมีความหมายในเชิงลบ แต่ในความหมายของชาวอินโนเวชั่นคือ โอกาส”

วิชา ธนเศรษฐพงศ์ (แพท)
Finance analyst



■ Inflow-Points Team

Rubber Parts & Molding Technology

คุณพัฒนพงศ์ สงวนรักษ์

เทคโนโลยีด้านต่างๆ ในปัจจุบันมีการพัฒนาไปอย่างไม่หยุดยั้ง ไม่ว่าจะเป็นกระแสโลกาภิวัตน์ หรือความต้องการมนุษย์ที่มีการเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลาและไม่มีที่สิ้นสุด จากความต้องการดังกล่าวเทคโนโลยีต่างๆ จึงต้องมีการปรับปรุงและพัฒนาอย่างต่อเนื่อง หนึ่งในเทคโนโลยีหนึ่งที่ปฏิเสธไม่ได้ว่าเป็นส่วนหนึ่งในชีวิตประจำวันของมนุษย์เรานั้นก็คือ “ผลิตภัณฑ์ยาง” เกือบจะทุกผลิตภัณฑ์หรือเครื่องมือต่างๆ จะต้องมีส่วนประกอบของ “ยาง” เข้าไปเกี่ยวข้อง ไม่ว่าจะเป็น เครื่องใช้ไฟฟ้า รถยนต์ เครื่องจักรต่างๆ หรือแม้กระทั่งของใช้ภายในบ้าน ถึงแม้ว่าปัจจุบันจะมีการพัฒนาวัสดุที่จะมาทดแทนการใช้ยาง แต่สุดท้ายคุณสมบัติบางอย่างก็ยังไม่วิเศษสุดทดแทนได้ อีกทั้งการพัฒนาของผลิตภัณฑ์ยาง ไม่ว่าจะเป็นยางธรรมชาติหรือยางสังเคราะห์ก็ยังมีออกมาอย่างต่อเนื่อง จะเห็นได้จากงานวิจัยที่ยังคงให้ความสำคัญกับยางอยู่และมีออกมาอย่างต่อเนื่อง โดยที่ผู้ผลิตก็เลือกได้ตามความต้องการของแต่ละการใช้งานที่แตกต่างกันไป

วัสดุยางมีการใช้อย่างแพร่หลายในหลายผลิตภัณฑ์ โดยเฉพาะอย่างยิ่งผลิตภัณฑ์ที่อยู่ในชีวิตประจำวันของมนุษย์ ยกตัวอย่างที่เห็นได้ชัดเจนที่สุดได้แก่ รถยนต์ ซึ่งยางเป็นองค์ประกอบสำคัญในการประกอบรถยนต์ เทคโนโลยีสำหรับชิ้นส่วนยางที่ใช้ในอุตสาหกรรมรถยนต์ที่เป็นองค์ประกอบในส่วนสำคัญ นั้น จากการคาดประมาณโดยมีข้อสมมติ 2 ข้อ คือ

1 น้ำหนักของรถยนต์หนึ่ง และ รถยนต์เพื่อการพาณิชย์ โดยเฉลี่ยอยู่ที่ 1,400 และ 1,500 กิโลกรัม/ คัน ตามลำดับ

2 สัดส่วนโดยน้ำหนักของยางต่อน้ำหนักรถยนต์หนึ่ง และรถยนต์เพื่อการพาณิชย์โดยเฉลี่ยอยู่ที่ร้อยละ 11

ดังนั้น รถยนต์หนึ่งและรถยนต์เพื่อการพาณิชย์จะมีความต้องการใช้ยางโดยเฉลี่ยประมาณ 154 และ 165 กิโลกรัมต่อคัน ตามลำดับ โดยเทคโนโลยีที่ใช้กันมากในการผลิตชิ้นส่วนยางในรถยนต์ ตัวอย่างเช่น

1. Injection Molding

คือกระบวนการผลิตที่ใช้การฉีดยางเข้าสู่แม่พิมพ์ ซึ่งจะเหมาะกับชิ้นงานที่มีความซับซ้อนในรูปร่างของชิ้นงาน ตัวอย่างชิ้นงาน เช่น Grommet ที่ใช้สำหรับร้อยสายไฟที่ประตูรถยนต์, บรัช, ยางต่างๆ ที่ใช้ป้องกันฝุ่นหรือป้องกันการรั่วในระบบหล่อลื่น เป็นต้น

2. Compression Molding

คือกระบวนการผลิตที่ใช้การอัดยางเข้าในแม่พิมพ์โดยตรง ซึ่งส่วนใหญ่จะใช้กับชิ้นงานที่ไม่มีความซับซ้อนในรูปร่างมาก แต่สามารถใช้ในการผลิตชิ้นงานที่ต้องการความละเอียดสูงได้ ตัวอย่างชิ้นงาน เช่น O-ring, Gasket ต่างๆ ในรถยนต์

3. Extrusion

คือกระบวนการผลิตชิ้นงานโดยผ่านการ Extrude ยางผ่านหัว Die ที่ออกแบบตามแต่ละความต้องการของสินค้า โดยจะผลิตลักษณะที่เป็นการผลิตแบบต่อเนื่อง ตัวอย่างชิ้นงานเช่น ท่อยางหม้อน้ำ ท่อยางกรองอากาศ ท่อยางน้ำมันเบรก ท่อยางน้ำมันคลัช และยางขอบประตูรถยนต์

ด้วยคุณสมบัติของยาง ไม่ว่าจะเป็นการยืดหยุ่นที่ดี หรือการทนต่อสภาพแวดล้อมต่างๆ ได้ดีที่เกิดจากการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง จึงทำให้อุตสาหกรรมด้านผลิตภัณฑ์ยางมีการเจริญเติบโตที่ไม่หยุดยั้งควบคู่กับการพัฒนาเทคโนโลยีของการผลิตอีกด้วย

อุตสาหกรรมรถยนต์ในประเทศไทยมีความต้องการเพิ่มมากขึ้นอย่างต่อเนื่อง จากข้อมูลงานวิจัยบอกว่าความต้องการรถยนต์ภายในประเทศไทยในปี พ.ศ. 2554 มีความต้องการถึง 920,000 ถึง 950,000 คัน (ข้อมูลจากศูนย์วิจัยกสิกรไทย) ซึ่งเกิดจากปัจจัยทางด้านเศรษฐกิจหลายๆ อย่างรวมทั้งนโยบายคืบหน้าขึ้นรถยนต์คันแรก จากตัวแรกนั้นถ้าเราคำนวณจากตัวเลขโดยเฉลี่ยของการใช้ผลิตภัณฑ์ยางต่อรถหนึ่งคันจะพบว่ามีความต้องการชิ้นส่วนยางในการประกอบรถยนต์คิดเป็นน้ำหนักถึง 140,000-150,000 ตันเลยทีเดียว ถึงแม้ว่าจะมีสถานการณ์น้ำท่วมที่ยังไม่คลี่คลาย น่าจะยังคงสร้างความวิตกกังวลต่อผู้บริโภคทั้งในแง่ของความเชื่อมั่นและกำลังซื้อ ส่งผลทำให้การตัดสินใจซื้อรถยนต์ใหม่ในช่วงระยะนี้ชะลอลง ประกอบกับกำลังการผลิตรถยนต์ที่ลดลงของค่ายต่างๆ ทำให้แม้ความต้องการซื้อรถยนต์จะยังคงมีอยู่บางส่วน แต่จำนวนรถยนต์ที่พร้อมจะส่งมอบกลับมีไม่เพียงพอต่อความต้องการดังเช่นช่วงหลังจากเกิดภัยสึนามิใหม่ๆ ทำให้ยอดขายรถยนต์ไตรมาส 4 น่าจะหดตัวลงจากช่วงไตรมาส 3 ค่อนข้างมาก ซึ่งความต้องการลดอาจจะมีการปรับตัวลดลงไปบ้างอยู่ที่ 795,000 - 825,000 คัน แต่ก็เป็นเพียงช่วงเวลาที่เกิดจากภัยธรรมชาติที่เกิดขึ้นคาดกันว่า

จากเหตุการณ์ดังกล่าว ภายหลังจากสภาวะดังกล่าวผ่านไปแล้ว ความต้องการรถยนต์จะกลับมาอีกครั้ง ทำให้ความต้องการชิ้นส่วนยางยังคงมีอยู่

ถ้าจะกล่าวถึงอุตสาหกรรมชิ้นส่วนยางในรถยนต์ของไทยสามารถรองรับความต้องการได้เพียงจำนวนหนึ่งเท่านั้น จึงทำให้ต้องนำเข้าจากต่างประเทศเป็นจำนวนมาก และยังมีช่องว่างระหว่างความต้องการชิ้นส่วนยางในรถยนต์กับการผลิตชิ้นส่วนยางที่ใช้ในประเทศ ดังนั้น อุตสาหกรรมชิ้นส่วนยางที่ใช้ในรถยนต์จึงเป็นอุตสาหกรรมหนึ่งที่น่าสนใจลงทุน

อีกกลุ่มอุตสาหกรรมที่ใช้ยางเป็นจำนวนมากได้แก่ อุตสาหกรรมเครื่องใช้ไฟฟ้า ซึ่งเป็นอุปกรณ์ที่มีการใช้กันทุกบ้าน สำนักงาน ยางก็เป็นอีกส่วนประกอบหนึ่งที่มีความจำเป็น เช่น Seal ขอบต่างๆ ที่อยู่ในเตาไมโครเวฟ หรือเครื่องซักผ้า ปุ่มกดต่างๆ ของเครื่องใช้ไฟฟ้า กลุ่มอุตสาหกรรมดังกล่าวก็ยังเป็นอุตสาหกรรมที่มีการขยายตัวอย่างต่อเนื่อง ไม่ว่าจะเป็นภายในประเทศหรือประเทศในภูมิภาคที่ใกล้เคียง

ถ้าจะกล่าวถึงการลงทุนในอุตสาหกรรมชิ้นส่วนยาง เงินลงทุนและอุปกรณ์เริ่มต้นจะอยู่ในช่วงระหว่าง 200 - 300 ล้านบาท โดยมีเงินลงทุนใน ที่ดิน อาคาร เครื่องจักร ยานพาหนะ และเงินทุนหมุนเวียนโดยประมาณเท่ากับร้อยละ 30:20, 15:5 และ 30 ตามลำดับ จำนวนบุคลากรจะขึ้นอยู่กับขนาดเงินลงทุน และเทคโนโลยีการผลิตที่ใช้โดยมีสัดส่วนบุคลากรต่อเงินทุน 1 ล้านบาท จะอยู่ในช่วงระหว่าง 1.0-11.8 หรือโดยเฉลี่ย 3.7 คน ต่อเงินทุน 1 ล้านบาท กลยุทธ์การจำหน่ายของผู้ประกอบการอุตสาหกรรมชิ้นส่วนยางมี 3 วิธี คือ

- (1) ขายตรงให้แก่ลูกค้ามากที่สุด
- (2) ขายโดยผ่านตัวแทนรองลงมา
- (3) ขายกับบริษัทร่วมทุน (Joint Venture Company) เป็นอันดับสุดท้าย

แต่สิ่งที่สำคัญเหนือสิ่งอื่นใด ในการผลิตชิ้นส่วนยาง นั่นก็คือ **“คุณภาพ”** ของผลิตภัณฑ์ ในการผลิตสินค้าจำพวกยางอาจจะกล่าวได้ว่าเป็นศาสตร์เฉพาะทางจริงๆ ในการผลิต เนื่องจากจะต้องละเอียดในทุกขั้นตอนการผลิต ซึ่งระบุแต่ละขั้นตอนอย่างย่อๆ ดังนี้

- การออกแบบสูตรที่จะใช้ในการผลิตสินค้า นอกจากจะให้ตรงความต้องการของลูกค้า โดยต้องเข้าใจว่าลูกค้าจะนำงานของเราไปประกอบกับส่วนใด สัมผัสกับอะไรบ้าง เพื่อที่จะได้เลือกวัตถุดิบให้เหมาะสมตามสภาวะนั้นๆ และต้องคำนึงถึงกระบวนการในการผลิตสินค้าด้วย เพราะถ้าออกแบบเพียงเพื่อให้ตรงกับการใช้งานของลูกค้า แต่ไม่ตรงตามกระบวนการที่ใช้ในการผลิต ไม่ว่าจะเป็น Injection, Compression หรือ Extrusion ก็จะไม่สามารถที่จะผลิตสินค้าได้ด้วยต้นทุนที่เหมาะสมและแข่งขันได้

- การเลือกกระบวนการในการผลิตก็เป็นเรื่องสำคัญ เพราะการเลือกกระบวนการผลิตต้องมาจากความเหมาะสมของตัวชิ้นงานที่เราจะผลิต ต้นทุนที่เหมาะสม และคุณภาพที่ใช้ได้

- การตรวจสอบและยืนยันคุณภาพของสินค้าก็เป็นเรื่องสำคัญอีกเรื่องหนึ่ง เพราะชิ้นส่วนยางส่วนใหญ่จะเป็นชิ้นส่วนที่มีความสำคัญในการใช้งานเป็นอย่างมาก บางชิ้นว่าด้วยเรื่องของการทำงานอย่างเต็มประสิทธิภาพของอุปกรณ์นั้น บางส่วนว่าด้วยเรื่องของความปลอดภัย และชีวิตของผู้ใช้งานเลยทีเดียว เช่น ระบบเบรกของรถยนต์ เป็นต้น

อุตสาหกรรมชิ้นส่วนยาง ยังคงมีการเจริญเติบโตในทิศทางที่ดี เนื่องจากชิ้นส่วนยางยังคงเป็นส่วนประกอบหลักของรถยนต์ เครื่องใช้ไฟฟ้า หรือ เครื่องจักรต่างๆ ไม่เพียงแต่ในประเทศไทยเท่านั้น ในหลายๆ ประเทศก็มีการพัฒนาอุตสาหกรรมการผลิตชิ้นส่วนยางกันอย่างต่อเนื่อง ในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ ได้แก่ อินโดนีเซีย เวียดนาม เป็นต้น หรือจะเป็นประเทศที่เป็นฐานการผลิตอุตสาหกรรมใหม่ๆ เช่น จีน อินเดีย เป็นต้น ทำให้การเจริญเติบโตของอุตสาหกรรมชิ้นส่วนยางยังไปได้ด้วยดีและมีการแข่งขันที่สูงขึ้น โดยเฉพาะอย่างยิ่งเรื่องของต้นทุนการผลิตที่นับวันจะมีบทบาทในการตัดสินใจของลูกค้าที่เพิ่มมากขึ้น รองลงมาจากเรื่องของคุณภาพ ดังนั้นการแสวงหาเทคโนโลยีใหม่ๆ ที่จะช่วยในเรื่องของการลดเวลาการผลิต หรือทำให้สามารถผลิตสินค้าที่มีคุณภาพสูงขึ้น จึงเป็นเรื่องสำคัญเป็นอย่างมากในการที่จะแข่งขันได้ ซึ่งนับวันจะมีปัจจัยต่างๆ มาเป็นองค์ประกอบในการตัดสินใจมากขึ้น



อีกหนึ่งปัจจัยในการผลิตชิ้นส่วนยางนั่นก็คือ แม่พิมพ์ (Mold) อุตสาหกรรมแม่พิมพ์นับว่าเป็นอุตสาหกรรมที่มีอัตราการเติบโตอย่างต่อเนื่องในทุกๆ ปี ซึ่งหากคิดแค่มูลค่าการตลาดของอุตสาหกรรมแม่พิมพ์ในไทยเพียงประเทศเดียวก็มีมูลค่าถึงหลายหมื่นล้านบาท และเมื่อเกิดประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนหรือ AEC ในปี พ.ศ. 2558 แล้ว คาดว่าจะมีมูลค่าการตลาดเพิ่มมากขึ้นอีกมหาศาล ซึ่งนับว่าเป็นโอกาสและความท้าทายใหม่ให้กับอุตสาหกรรมแม่พิมพ์

อุตสาหกรรมแม่พิมพ์ยังจะเป็นกลไกสำคัญในการพัฒนาอุตสาหกรรมยางของประเทศไทยต่อไปในอนาคตดูได้จากยอดส่งออกนํ้ายางดิบก่อนแปรรูป 90% สร้างรายได้ให้แก่ประเทศ แต่เราใช้เพียง 10% เท่านั้นเพื่อแปรรูปผลิตภัณฑ์ยางในประเทศและส่งออกเป็นสินค้าส่งออกสร้างรายได้ให้ประเทศ

อุตสาหกรรมแม่พิมพ์ยังก็เป็นอีกหนึ่งอุตสาหกรรมที่มีโอกาสทางการตลาดเป็นอย่างมาก โดยในประเทศไทยเป็นผู้ผลิตชิ้นส่วนยางหรือสินค้าพวกยางที่เป็นสินค้าสำเร็จรูปกันอยู่แล้วซึ่งนับเป็นอุตสาหกรรม

ปลายน้ำ หากผู้ประกอบการแม่พิมพ์หรือผู้ผลิตชิ้นส่วนยาง สามารถวางรากฐานหรือพัฒนาเทคโนโลยีทางด้านแม่พิมพ์ได้ จะทำให้อุตสาหกรรมแม่พิมพ์ยังเป็นอีกหนึ่งอุตสาหกรรมที่สามารถสร้างรายได้มหาศาลได้

อุตสาหกรรมแม่พิมพ์ยังเป็นอีกหนึ่งศาสตร์ที่อาจจะกล่าวได้ว่าแตกต่างจากแม่พิมพ์พลาสติกหรือแม่พิมพ์เหล็ก จากผู้เชี่ยวชาญหลายท่านได้กล่าวไว้ว่าแม่พิมพ์ยางมีความซับซ้อนในหลายๆ ด้าน เช่น การหดตัวหรือยืดตัวของยางที่ทำให้การออกแบบต้องมีความละเอียดมาก ต้องมีความเข้าใจและมีประสบการณ์ในการออกแบบเป็นอย่างมาก อีกทั้งมาตรฐานด้านความปลอดภัย คุณภาพที่ต้องมีองค์กระดัดโลกให้การยอมรับ เป็นต้น จากกระบวนการออกแบบแม่พิมพ์มีรายละเอียดที่ต้องอาศัยทักษะและประสบการณ์ที่ชำนาญของผู้ออกแบบแม่พิมพ์ในการตัดสินใจ แม่พิมพ์เหมือนเป็นจุดเริ่มต้นของการผลิตชิ้นส่วนยางก็ว่าได้ เพราะถ้ามีแม่พิมพ์ที่ดีก็ช่วยให้การดำเนินงานง่ายขึ้น การที่เราแม่พิมพ์ที่ทำงานได้ง่าย ผลิตชิ้นงานที่สามารถเข้าสู่กระบวนการต่อไปได้สะดวก จะทำให้เรามีข้อได้เปรียบในการดำเนินกระบวนการผลิตสินค้าได้มากขึ้น

อุตสาหกรรมแม่พิมพ์ส่วนใหญ่ในประเทศไทยจะเป็นลักษณะของ SME อีกทั้งแต่ละบริษัทมีความชำนาญและประสบการณ์ที่แตกต่างกันออกไปทำให้การพัฒนาอุตสาหกรรมด้านแม่พิมพ์ยังเป็นไปอย่างไม่เป็นเอกภาพมากนัก จากสาเหตุดังกล่าวทำให้ประเทศไทยมีการรวมกันเป็นคลัสเตอร์ซึ่งเป็นทางเลือกที่ดีสำหรับการยกระดับอุตสาหกรรมแม่พิมพ์ไทยให้เติบโตขึ้นได้อย่างรวดเร็ว ซึ่งคลัสเตอร์นั้นจะช่วยสร้างโอกาสในการทำตลาดเพิ่มอำนาจการต่อรองมากขึ้น ที่สำคัญยังช่วยในการพัฒนาศักยภาพของแต่ละบริษัทที่อยู่ในคลัสเตอร์ได้อย่างดี ไม่ว่าจะแลกเปลี่ยนความรู้ ความชำนาญ รวมทั้งเครื่องจักรอุปกรณ์ต่างๆ ในแต่ละคลัสเตอร์กันได้

ปัจจัยที่จะทำให้อุตสาหกรรมแม่พิมพ์มีการพัฒนา
ควรประกอบด้วย

1 บุคลากร

ต้องมีความสามารถที่สามารถผลิตได้อย่างมีประสิทธิภาพซึ่งการร่วมมือแบบคลัสเตอร์ก็เป็นอีกวิธีหนึ่งในการสร้างประสิทธิภาพให้กับบุคลากรได้ดียิ่งขึ้น รวมทั้งมีจำนวนมากพอรวมถึงการสร้างแรงจูงใจให้ทำงานอยู่กับองค์กรด้วยการจ่ายค่าตอบแทนที่น่าพอใจ

2 เครื่องจักร

เครื่องจักรต้องมีราคาที่เหมาะสมต่อการลงทุน และมีการส่งเสริมให้มีการผลิตเครื่องจักรภายในประเทศให้มากยิ่งขึ้น โดยเริ่มจากเครื่องจักรพื้นฐานในอุตสาหกรรมแม่พิมพ์ก่อน

3 วัตถุดิบ

การแก้ปัญหาเรื่องของการนำเข้าเหล็กจากต่างประเทศก็เป็นส่วนหนึ่งที่ทำให้การสร้างมูลค่าอุตสาหกรรมภายในประเทศมีมากขึ้น รวมทั้งการกีดกันทางการค้าที่ยังมีอยู่ ซึ่งส่งผลให้ต้นทุนการผลิตสูงขึ้น



4 การจัดการ

มีการจัดการที่ดีพอโดยอาศัยการเรียนรู้จากประเทศที่มีการจัดการเกี่ยวกับอุตสาหกรรมแม่พิมพ์ได้อย่างมีประสิทธิภาพอย่าง เช่น ญี่ปุ่น เป็นต้น

5 แหล่งเงินทุน

ต้องมีมาตรการด้านภาษีที่เอื้อประโยชน์ในต้นทุนการผลิตลดลง

6 เทคโนโลยี

มีการพัฒนาเทคโนโลยีให้ทันสมัยอยู่ตลอดเวลา สามารถรองรับการผลิตสินค้าใหม่ๆ ที่มีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว

7 ภาษา

เป็นอีกหนึ่งปัจจัยที่จะทำให้อุตสาหกรรมนี้พัฒนาได้เช่นกันจะเป็นในเรื่องของการพัฒนานุคลากร รวมทั้งการแสวงหาประสบการณ์หรือเทคโนโลยีใหม่ๆ ในการติดต่อสื่อสารด้วย

จะเห็นได้ว่าปัจจัยต่างๆ ที่กล่าวมาข้างต้นยังต้องมีการลงเอยรายละเอียดเพื่อให้ได้มาซึ่งปัจจัยที่จะสร้างความได้เปรียบภายในตลาดที่นับวันโลกจะแคบลงได้

ทั้งอุตสาหกรรมชิ้นส่วนยางที่เป็นอุตสาหกรรมปลายน้ำหรืออุตสาหกรรมแม่พิมพ์ที่เป็นอุตสาหกรรมต้นน้ำ จำเป็นต้องมีการพัฒนาและเจริญเติบโตไปพร้อมกัน ซึ่งหลายๆ บริษัทได้มีการควมรวมเข้าไว้ด้วยกันเพื่อสร้างความแข็งแกร่งให้กับอุตสาหกรรมของตน ตราบใดที่ความต้องการการใช้ชิ้นส่วนยางยังคงอยู่ด้วยคุณสมบัติของยางที่ยังหาสิ่งใดมาทดแทนไม่ได้ ทำให้อุตสาหกรรมนี้ยังมีอนาคตที่สดใสอยู่แต่สิ่งสำคัญที่ปฏิเสธไม่ได้คือการแข่งขันในเรื่องของต้นทุนที่มีส่วนเข้ามาในการตัดสินใจของผู้ใช้มากขึ้นดังนั้นจึงจำเป็นต้องสร้าง **“ประสิทธิภาพ”** และ **“คุณภาพ”** ในอุตสาหกรรมนี้ให้มากขึ้นเพื่อความยั่งยืนของอุตสาหกรรมต่อไป