ISSN 0125-8516
http://e-journal.dogo.th

อุตสาหกรรมสาร

วารสารของกรมส่งเสริมอุตสาหกรรม พิมพ์เป็นปีที่ 53 ฉบับเดือนมกราคม-กุมภาพันธ์ 2553

เศรษฐกิจพอเพียง สร้าง SMEs ยั่งยืน สร้าง ไทยเข้มแข็ง

> มองทิศทาง และนโยบาย SMEs ไทยปี 2553 กับ รมว.กระทรวงอุตสาหกรรม ฯพณฯชาญชัย ชัยรุ่งเรือง

> อธิบดี กสอ. เผย 3 แนวทางหลักเพื่อหนุนธุรกิจ SMEs ปี 2553

> เศรษฐกิจพอเพียงสร้าง SMEs ยั่งยืน สร้างไทยเข้มแข็ง

> โครงการบูรณาการอุตสาหกรรมสู่การพัฒนายุคใหม่ นำ SMEs สู่เศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์และนวัตกรรม

> กรณีศึกษาเรื่องมูร์ร่าห์ฟาร์มกับผลิตภัณฑ์นมควาย

ISSN 0125851-6
9 770125 851009

New Entrepreneurs Creation (NEC)
โครงการเสริมสร้างผู้ประกอบการใหม่

กรมส่งเสริมอุตสาหกรรมได้ดำเนินการโครงการเสริมสร้าง "ผู้ประกอบการใหม่"
(New Entrepreneurs Creation) หรือ โครงการ NEC เพื่อสนองนโยบายของรัฐบาลสนับสนุนอื่น ๆ
เพื่อเพิ่มประสิทธิผลในการสนับสนุน "ผู้ประกอบการใหม่" ให้สามารถตั้งกิจการได้สำเร็จ และดำเนินการได้อย่างต่อเนื่อง
เป็นแหล่งจ้างงานและสร้างรายได้แก่ประเทศต่อไป

โครงการ NEC มีวัตถุประสงค์ดังนี้

1) เพื่อสนับสนุนบัณฑิตใหม่พนักงานลูกจ้างผู้ถูกออกจากงาน และว่างงานที่มีพื้นฐานการศึกษาดีและมีศักยภาพในการเป็นผู้ประกอบการให้มีโอกาสสร้างธุรกิจของตนเอง
2) เพื่อพลักดันให้เกิดวิสาหกิจใหม่ ๆ เป็นแหล่งจ้างงานในระบบเศรษฐกิจของไทย
3) เพื่อเพิ่มความเข้มแข็งแก่รัฐวิสาหกิจขนาดเล็กในช่วงก่อตั้งกิจการ (2 ปีแรก) ให้สามารถอยู่รอดและรักษาสถานภาพการจ้างงานไว้ได้
4) เพื่อเตรียมความพร้อมให้แก่ "ทายาทธุรกิจ" ในการสืบทอดกิจการให้สามารถดำเนินการต่อเนื่องไปได้ด้วยดีรักษาสถานภาพการจ้างงานและสร้างโอกาสในการขยายงานธุรกิจต่อไปได้

โครงสร้างหลักสูตร

การฝึกอบรมในโครงการ แบ่งเป็น 9 โมดูล (Module) โดยกำหนดจำนวนชั่วโมงอบรมขั้นต่ำรวม 162 ชั่วโมง
แบ่งเป็นการอบรมเชิงบรรยาย ฝึกปฏิบัติ และกรณี 7 หมวดวิชารวม 96 ชั่วโมง
การให้คำปรึกษาแนะนำเพื่อให้เกิดการจัดตั้งธุรกิจ 60 ชั่วโมง และการศึกษาดูงาน 6 ชั่วโมง

โมดูลที่ 1 นโยบายและมาตรการส่งเสริม SMEs ของภาครัฐ	(3 ชั่วโมง)
โมดูลที่ 2 ปฐมนิเทศการเตรียมความพร้อม สำหรับเป็นผู้ประกอบการใหม่	(12 ชั่วโมง)
และการวิเคราะห์โอกาสการลงทุนทางธุรกิจ	(12 ชั่วโมง)
โมดูลที่ 3 การบริหารจัดการด้านการตลาด	(12 ชั่วโมง)
โมดูลที่ 4 การบริหารจัดการด้านเทคนิคปฏิบัติการ	(15 ชั่วโมง)
โมดูลที่ 5 การบริหารองค์กรและบุคลากรและกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจ	(12 ชั่วโมง)
โมดูลที่ 6 การบริหารการเงิน และการจัดการการบัญชี	(24 ชั่วโมง)
โมดูลที่ 7 การวางแผนกลยุทธ์ธุรกิจ	(18 ชั่วโมง)
โมดูลที่ 8 การปรึกษาและแนะนำเพื่อให้เกิดการจัดตั้งธุรกิจ	(80 ชั่วโมง)
โมดูลที่ 9 การศึกษาดูงาน	(6 ชั่วโมง)

โครงการเสริมสร้างผู้ประกอบการใหม่

สำนักพัฒนาผู้ประกอบการ กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม
ถนนพระรามที่ 6 เขตราชเทวี กรุงเทพฯ 10400
โทรศัพท์ : 0 2202 4570-4, 0 2202 4553 แฟกซ์ : 0 2354 3423, 0 2354 3425
Email : nec@dp.go.th

Industrial journal
อุตสาหกรรมสาร
วารสารของกรมส่งเสริมอุตสาหกรรม ที่พิมพ์เป็นปีที่ 53 ฉบับเดือนมกราคม-กุมภาพันธ์ 2553

CONTENTS

05 Special Talk
มองทิศทาง และนโยบาย SMEs ไทยปี 2553 กับ รมว.กระทรวงอุตสาหกรรม ฯพณฯ ชาญชัย ชัยรุ่งเรือง

08 Special Talk
อธิบดี กสอ. เผย 3 แนวทางหลักเพื่อหนุนธุรกิจ SMEs ปี 2553

12 Cover Story
เศรษฐกิจพอเพียง สร้าง SMEs ยั่งยืน สร้างไทยเข้มแข็ง

19 SMEs Focus
"แม่ประนอม" ส่งต่อความยั่งยืนจากรุ่นแม่สู่รุ่นลูก

21 SMEs Focus
บริหารแบบปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง กับ บาธรูมดีไซน์ องค์กรแห่งนวัตกรรม

24 Marketing & Knowledge
กรณีศึกษาเรื่องมูร์ร่าห์ฟาร์มกับผลิตภัณฑ์นมควาย

27 Marketing & Knowledge
กรณีศึกษา PASAYA แบรนด์ไทยสู่แบรนด์โลก

29 Creative & Design
"โครงการบูรณาการอุตสาหกรรมสู่การพัฒนายุคใหม่" นำ SMEs สู่เศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์และนวัตกรรม

35 Good Governance
เกิดเป็นคนต้องมีความอดทน 4 ประการ

37 Relax Corner
พาเที่ยว พาช้อป เมืองลำปาง แอ่ววัด แอ่วเวียง ชมวิถีชีวิตและศิลปกรรมล้านนา

39 SMEs Society & Event

Industrial Journal
อุตสาหกรรมสาร
วารสารของกรมส่งเสริมอุตสาหกรรม พิมพ์เป็นปีที่ 53 ฉบับเดือนมกราคม-กุมภาพันธ์ 2556

Editor's Talk

ส่งเสริมและสนับสนุน SMEs ไทยให้เข้มแข็ง

กรมส่งเสริมอุตสาหกรรมเป็นหน่วยงานหนึ่งที่มีบทบาทสำคัญในการพัฒนาศักยภาพและเพิ่มขีดความสามารถให้แก่ผู้ประกอบการ SMEs ในรูปของนโยบายด้านยุทธศาสตร์และโครงการต่างๆมากมาย ทั้งนี้เพื่อสร้างความเข้มแข็ง ให้แก่ผู้ประกอบการ SMEs

ปัจจุบันผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม หรือ SMEs ของไทยมีบทบาทสำคัญต่อการขับเคลื่อนเศรษฐกิจของประเทศอย่างมาก เนื่องจากจำนวนผู้ประกอบการที่เป็น SMEs ในประเทศมีการขยายตัวในปริมาณสูง โดยมีจำนวนมากถึง 2.8 ล้านกิจการ ในจำนวนนี้จะสามารถแบ่งได้เป็น 3 ประเภท ได้แก่ กิจการภาคการผลิต กิจการภาคการค้า และกิจการด้านบริการ

กิจกรรมหลายโครงการของกรมส่งเสริมอุตสาหกรรมที่ให้การส่งเสริมและสนับสนุนผู้ประกอบการ SMEs นั้นได้ถูกเรียบเรียงเป็นเนื้อหาสาระอยู่ในวารสารอุตสาหกรรมสารฉบับนี้ ข้อมูลเหล่านี้จะเป็นประโยชน์ต่อผู้ประกอบการและทำให้ผู้อ่านได้เห็นบทบาทของกรมส่งเสริมอุตสาหกรรม ได้ชัดเจนขึ้น

บรรณาธิการบริหาร

"บทความ บทสัมภาษณ์ หรืองานเขียนที่ตีพิมพ์ในวารสารเล่มนี้เป็นความคิดเห็นส่วนตัวของผู้เขียนแต่ละท่านทางวารสารไม่จำเป็นต้องเห็นด้วยเสมอไป หากท่านประสงค์จะนำบทความใดๆในวารสารไปตีพิมพ์เผยแพร่ ควรแจ้งเป็นลายลักษณ์อักษรต่อกองบรรณาธิการ"

ISSN 0125851-6

รายชื่อกองบรรณาธิการวารสาร

เจ้าของ
กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม ถนนพระรามที่ 6 เขตราชเทวี กรุงเทพ ฯ 10400

คณะที่ปรึกษา
นายอาทิตย์ วุฒิคะโร
อธิบดีกรมส่งเสริมอุตสาหกรรม
นายสุรศิษฏ์ บุญญาภิสันท์
รองอธิบดีกรมส่งเสริมอุตสาหกรรม
นายพสุ โลหารชุน
รองอธิบดีกรมส่งเสริมอุตสาหกรรม
นายวีรพล ศรีเลิศ
รองอธิบดีกรมส่งเสริมอุตสาหกรรม
นางศรีสุดา สำราญรมย์
ผู้อำนวยการสำนักบริหารกลาง

บรรณาธิการอำนวยการ
นางอร ทีมะพันธุ์
ผู้อำนวยการกลุ่มประชาสัมพันธ์

บรรณาธิการบริหาร
นางสาวปาณทิพย์ เปลี่ยนโมฬี

กองบรรณาธิการ
นายชูศักดิ์ เอกชน นางสมจิตต์ เตียวสุนทรวงศ์
นายวีระพล ผ่องสุภา นายไพฑูรย์ มะเมียเมือง
นางสุรางค์ งามวงศ์ นายอวัชชัย มะกล่ำทอง
นางสาวกนกรักษ์ นุกูลโรจน์

ฝ่ายสมาชิก
นางสาวกัลศิญา ชุมศรี นางสุดาพรรณ รัตนกุญชลี
นายสุรินทร์ ม่วงน้อย นางสาวศิริธร ชัยรัตน์

ฝ่ายภาพ
นายทวีวัฒน์ หล่องกุล นางวิพาณี อวยพรวุ่งรัตน์
นางสมใจ รัตนโชติ นายธานินทร์ กลำพัก
นายสุทิน คณาเดิม

จัดพิมพ์

สมัครสมาชิกวารสาร
บรรณาธิการวารสารอุตสาหกรรมสาร
กลุ่มประชาสัมพันธ์ กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม
ถนนพระรามที่ 6 เขตราชเทวี กทม. 10400
สมัครผ่านโทรสาร 0 2354 3299
สมัครผ่านเว็บไซต์ http://e-journal.dip.go.th

มองทิศทาง และนโยบาย SMEs ไทยปี 2553 กับ รมว.กระทรวงอุตสาหกรรม

ฯพณฯ ชาญชัย ชัยรุ่งเรือง

"วิกฤตเศรษฐกิจที่ลุกลามไปทั่วโลกในปีที่ผ่านมาได้ส่งผลกระทบต่อความเป็นอยู่ของผู้ประกอบการระดับ SMEs ในประเทศไทยอย่างมากโดยเฉพาะในรายที่มีกิจกรรมทางการตลาดที่เกี่ยวโยงกับตลาดส่งออกและอุตสาหกรรมที่อยู่ในห่วงโซ่ของวิกฤตเศรษฐกิจจากกำลังซื้อในต่างประเทศที่ลดต่ำลง บวกกับบรรยากาศการซื้อขายการลงทุนภายในประเทศยังลดต่ำลงตามไปด้วย เพราะไม่มั่นใจในสถานการณ์รอบๆด้าน จึงทำให้ผู้ประกอบการในไทยจำนวนไม่น้อยที่ทนต่อมรสุมครั้งนี้ไม่ได้จนต้องปิด หรือยุติการดำเนินงานไป แต่เชื่อว่าในปี 2553 นี้ ปัญหาเศรษฐกิจได้เริ่มคลี่คลายไปในทางที่ดีขึ้นแล้ว

อันเป็นผลมาจากภาพรวมทางเศรษฐกิจ ในระดับโลกที่เริ่มดีขึ้นและเศรษฐกิจภายในของไทยเริ่มฟื้นตัวไปในทางที่ดี และอีกส่วนมาจากนโยบายการกระตุ้น ของภาครัฐตั้งแต่ปีที่แล้วเริ่มมีผล รวมถึงนโยบายต่างๆที่กระทรวงอุตสาหกรรมฯจะมุ่งพัฒนา SMEs ในปี 2553 นี้ ปัจจัยเหล่านี้จะทำให้ธุรกิจ SMEs ของไทยลุกและกลับมาเติบโตและขยายตลาดขึ้นมาได้"

รัฐมนตรีว่าการกระทรวงอุตสาหกรรม นายชาญชัย ชัยรุ่งเรือง กล่าวพร้อมให้มุมมองเกี่ยวกับสถานการณ์ของผู้ประกอบการ SMEs ในปี 2553 นี้ว่า

อุตสาหกรรมที่ตนเองมองว่าจะมีความโดดเด่นเป็นพิเศษในปีนี้จะเป็นอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องกับเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (Creative Economy) ตามนโยบายการส่งเสริมของรัฐบาล ซึ่งในส่วนที่เป็น SMEs ได้แก่

อุตสาหกรรมที่เกี่ยวกับงานฝีมือความคิดสร้างสรรค์และความเป็นไทยเช่น อุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องกับการแพทย์แผนไทย อุตสาหกรรมอาหารไทย อุตสาหกรรมการพิมพ์ อุตสาหกรรมการออกแบบแฟชั่น หัตถกรรม การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ธรรมชาติและวิถีไทย การออกแบบและควบคุมในส่วนการก่อสร้าง รวมทั้ง Media Content และ Digital Content ที่นำไปใช้ในหลายๆอุตสาหกรรม เช่น ภาพยนตร์ วีดีทัศน์ เพลงการโฆษณา และซอฟแวร์

ส่วนในเรื่องประเภทของอุตสาหกรรมที่รมว.กระทรวงอุตสาหกรรมมองว่ายังคงน่าเป็นห่วงและรัฐอาจจะต้องเข้ามาประคับประคองให้มากขึ้นอีกระยะหนึ่ง ได้แก่ อุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องกับเรื่องของการท่องเที่ยว เนื่องจากในระยะที่ผ่านมาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวได้รับผลกระทบอย่างมากจากหลายปัจจัยทั้งทางตรงและทางอ้อม อาทิ

วิกฤตการเงินโลก ความผันผวนของราคาพลังงานต่างๆ ภัยธรรมชาติ การแพร่ระบาดของไข้หวัดใหญ่สายพันธุ์ใหม่ 2009 วิกฤตการทางการเมืองของไทยสถานการณ์ความไม่สงบตามแนวชายแดนกับประเทศเพื่อนบ้านรวมไปถึงผลกระทบจากข้อตกลงเขตการค้าเสรีกับประเทศต่างๆ ที่ส่งผลให้มีคู่แข่งที่มีศักยภาพและ มีความพร้อมเพิ่มมากขึ้นในตลาด

นอกจากนี้ยังมีกลุ่มอุตสาหกรรมประเภทใช้แรงงานมากที่ไม่มีการออกแบบเช่น การผลิตชิ้นส่วนอิเล็กทรอนิกส์

แนวทางการส่งเสริม SMEs ปี 2553

รมว.กระทรวงอุตสาหกรรมยังได้กล่าวถึงแนวทางการส่งเสริมอุตสาหกรรมSMEsของไทยว่าจะเน้นการดำเนินงานโดยคำนึงถึงมิติความสำคัญของ SMEs ไทยในสามบทบาทหลัก ได้แก่ บทบาททางด้านเศรษฐกิจ บทบาททางด้านสังคมและบทบาททางด้านวัฒนธรรมทั้งนี้เนื่องมาจาก SMEs ในแต่ละสาขาแต่ละพื้นที่จะมีรูปแบบและลักษณะการดำเนินธุรกิจที่มีความหลากหลายและแตกต่างกันอย่างมากดังนั้นความต้องการการสนับสนุนจากภาครัฐและ หน่วยงานต่างๆที่เกี่ยวข้องเพื่อให้ช่วยแก้ปัญหาหรือการเพิ่มและยกระดับขีดความสามารถจึงมีความแตกต่างกันด้วย

"การทำความเข้าใจในลักษณะความเป็นมาในการดำเนินธุรกิจของ SMEs ที่มีความแตกต่างจากกันดังกล่าวจึงเป็นแนวทางและ กุญแจสำคัญ ในอันที่จะช่วยให้แนวทางหรือ รูปแบบการให้บริการและส่งเสริม SMEs เปลี่ยนไปจากเดิมและก้าวไปสู่การเติบโตด้วยความยั่งยืน"

ในกรณีดังกล่าวข้างต้น กระทรวงอุตสาหกรรมได้มอบหมายให้ สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (สสว.) ไปดำเนินการศึกษาวิเคราะห์สถานภาพ SMEs ประเทศไทยเกี่ยวกับ บทบาททางเศรษฐกิจ สังคม และวัฒนธรรม เพื่อจัดทำเป็นฐานข้อมูลในเชิงคุณภาพที่สามารถบ่งบอกถึง ลักษณะ (Characteristics)หรือ อัตลักษณ์ (Identity) SMEs ในแต่ละกลุ่มแต่ละพื้นที่ ซึ่งจะเป็นข้อมูลสำคัญนำไปสู่ การปรับเปลี่ยนบทบาทแนวทางการให้ความช่วยเหลือ การให้บริการและการส่งเสริม SMEs ของหน่วยงานภาครัฐและหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง

เพื่อจะได้นำไปกำหนดเป็นแผนงานและโครงการส่งเสริม SMEs ที่เป็นการเฉพาะ ที่สอดคล้องกับสภาพทางเศรษฐกิจ สังคมและวัฒนธรรมในแต่ละพื้นที่ ซึ่งจะช่วยส่งผลให้การดำเนินงานมีประสิทธิภาพและประสิทธิผลที่ชัดเจนตรงต่อความต้องการของผู้ประกอบการ SMEs มากขึ้น

นอกจากนี้ในปี 2553 กระทรวงอุตสาหกรรม ยังได้มีการกำหนดนโยบายและ ใช้มาตรการส่งเสริมการลงทุนและช่วยเหลือ SMEs ในด้านต่างๆผ่านหน่วยงานที่เกี่ยวข้องให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น อาทิ การช่วยเหลือด้านการเงิน การฝึกอบรมและการพัฒนาขีดความสามารถในการแข่งขัน เป็นต้น

ทั้งนี้ในปีที่ผ่านมากระทรวงอุตสาหกรรมได้มีการปรับปรุงเพิ่มเติมมาตรการดังกล่าวให้รองรับกับความต้องการของกลุ่มผู้ประกอบการอย่างต่อเนื่องซึ่งจะส่งผลดีต่อการดำเนินธุรกิจของกลุ่ม SMEs อย่างมากโดยเฉพาะการกำหนดวงเงินที่เปิดโอกาสให้ SMEs ที่มีวงเงินตั้งแต่ 5แสนบาทต่อโครงการสามารถที่จะยื่นขอรับส่งเสริมการลงทุนจากสำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุนหรือ BOI ได้

รวมถึงยังได้มีการปรับเพิ่มประเภทกิจการส่งเสริม SMEs จากเดิมที่มีเพียง 10 ประเภทครอบคลุมกิจการในกลุ่มเกษตรและความคิดสร้างสรรค์ให้ขยายเพิ่มขึ้น โดยเพิ่มประเภทกิจการ SMEs เป็น 57 ประเภทครอบคลุมทุกกลุ่มอุตสาหกรรมและภาคบริการเพื่อให้การส่งเสริมการลงทุนสามารถเข้าถึงและช่วยเหลือกลุ่มผู้ผลิต SMEs ของไทยได้มากยิ่งขึ้น

"ผมมีความมั่นใจว่ากิจกรรมต่างๆรวมถึงนโยบายส่งเสริมการลงทุนของ SMEs ดังกล่าวจะเป็นช่องทางหนึ่งที่สำคัญในการช่วยเหลือช่วยขยายตลาดช่วยพัฒนายกระดับและสร้างความเข้มแข็งให้กับ SMEs ก้าวไปสู่ความยั่งยืนได้อย่างแน่นอน"

ในขณะเดียวกันยังได้กำหนดที่จะจัดกิจกรรมต่างๆกระตุ้นให้เกิดการพัฒนาทักษะความสามารถทางการแข่งขันให้แก่ SMEs ให้มีขีดความสามารถในการแข่งขันในตลาดโลกเพิ่มขึ้น ผ่านการจัดกิจกรรมของหน่วยพัฒนาการเชื่อมโยงอุตสาหกรรม เช่น กิจกรรมผู้ซื้อพบผู้ขาย กิจกรรมจับคู่ธุรกิจ กิจกรรมสร้างเครือข่ายลงทุนในภูมิภาค กิจกรรมแสดงสินค้าภายในประเทศ เป็นต้น

และเมื่อเร็วๆนี้ทางกระทรวงอุตสาหกรรม ได้มีความร่วมมือกับสถาบันการศึกษา เพื่อจัดตั้งศูนย์บ่มเพาะการพัฒนาผลิตภัณฑ์กระบวนการผลิต การวิจัยและพัฒนา ซึ่งจะช่วยวางมาตรฐานของการพัฒนา SMEs นับเป็นการวางรากฐานที่เข้มแข็งให้กับภาคอุตสาหกรรม SMEs ของประเทศไทยในระยะยาว

"ผมมีความมั่นใจว่ากิจกรรมและนโยบาย การส่งเสริมการลงทุนที่ทุกหน่วยงานในกระทรวงอุตสาหกรรมได้เตรียมไว้สำหรับ SMEs ของไทยดังกล่าว จะเป็นช่องทางที่สำคัญในการช่วยเหลือ ช่วยขยายตลาด ช่วยพัฒนายกระดับและสร้างความเข้มแข็งให้กับธุรกิจ SMEs และสามารถก้าวไปสู่การเติบโตอย่างมั่นคงและยั่งยืนได้อย่างแน่นอน"
รัฐมนตรีว่าการกระทรวงอุตสาหกรรม ฯพณฯท่านชาญชัย ชัยรุ่งเรือง กล่าวปิดท้าย...

เผย 3 แนวทางหลักเพื่อหนุนธุรกิจ SMEs ปี 2553 พัฒนาผู้ประกอบการ เสริมความแข็งแกร่ง และสร้างปัจจัยสนับสนุน...

อธิบดีกรมส่งเสริมอุตสาหกรรม
นายอาทิตย์ วุฒิมะโร

นายอาทิตย์ วุฒิคะโร อธิบดีกรมส่งเสริมอุตสาหกรรม กระทรวงอุตสาหกรรมได้เปิดเผยให้เห็นถึงแนวทางนโยบายของกรมส่งเสริมอุตสาหกรรม (กสอ.) ต่อการพัฒนาและดำเนินการช่วยเหลือวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม(SMEs) ในปี 2553 ว่าได้ยึดตามแนวทางตามนโยบายของรัฐมนตรีว่าการกระทรวงอุตสาหกรรม นายชาญชัย ชัยรุ่งเรือง ที่ต้องการเน้นในเรื่องของการเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันและสร้างความเจริญก้าวหน้าอย่างยั่งยืนให้กับธุรกิจ SMEs ตลอดจนกลุ่มวิสาหกิจชุมชนและผู้ประกอบการ OTOP ของไทย

ในปีงบประมาณ 2553 ได้กำหนดแผนและโครงการในการส่งเสริม SMEs ไว้ รวม 17 โครงการ วงเงินงบประมาณ 616 ล้านบาท ซึ่งจากการติดตามผลการดำเนินงานรอบสี่เดือน (ตั้งแต่เดือนตุลาคม 2552-มกราคม 2553) นับว่าการดำเนินโครงการเป็นไปตามเป้าหมายและได้รับความร่วมมือเป็นอย่างดีจากผู้เกี่ยวข้องทุกฝ่ายส่งผลให้ผู้ประกอบการ SMEs และวิสาหกิจชุมชนได้รับการพัฒนาในด้านต่างๆจำนวน10,487 ราย กระจายไปทั่วประเทศ

อธิบดี กสอ.ได้กล่าวถึงยุทธศาสตร์และเป้าหมายในการดำเนินงานว่าจะมุ่งพัฒนาและช่วยเหลือ SMEs ใน 3 ด้านด้วยกัน ด้านแรกคือ การเสริมสร้างและพัฒนาผู้ประกอบการ ด้านที่สองคือการเพิ่มประสิทธิภาพองค์กรธุรกิจ และด้านที่สามคือการให้บริการปัจจัยสนับสนุน

โดยในปีงบประมาณ 2553 นี้ กสอ. ได้รับงบประมาณเพื่อทำงานทั้ง 3 ด้านดังกล่าว เป็นจำนวนเงิน 616 ล้านบาท แยกเป็นงบเสริมสร้างและพัฒนาผู้ประกอบการ 229 ล้านบาท งบด้านการเพิ่มประสิทธิภาพองค์กรธุรกิจ 300 ล้านบาทและงบด้านการให้บริการปัจจัยสนับสนุน 87 ล้านบาท

"ตัวผู้ประกอบการหรือเจ้าของกิจการ คือ กลจักรสำคัญในการขับเคลื่อนธุรกิจ SMEs ในบ้านเราจะเห็นว่ากิจการจะขยายตัวหรือตัดสินใจใดๆเกี่ยวกับกิจการมักจะขึ้นอยู่กับเถ้าแก่เป็นสำคัญ กสอ. จึงมุ่งเป้าไปที่การพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการทั้งรายเก่าที่ดำเนินธุรกิจอยู่แล้วพร้อมกับสร้างผู้ประกอบการรายใหม่ๆ หรือคลื่นลูกใหม่เข้าสู่ระบบเศรษฐกิจ" อธิบดีกรมส่งเสริมอุตสาหกรรมกล่าวถึงเป้าหมายการดำเนินงานในส่วนแรกของกรมส่งเสริมอุตสาหกรรม พร้อมกล่าวถึงแนวทางการทำงานของกรมส่งเสริมอุตสาหกรรมในส่วนนี้ว่าจะมีการดำเนินงานในสองกรณีโดย

กรณีแรกคือ เข้าไปช่วยสร้างและพัฒนาคนที่เป็นเจ้าของธุรกิจหรือผู้ประกอบการให้มีความคิดและจิตวิญญาณของการเป็นผู้ประกอบการที่ดี และการเป็นผู้ประกอบการที่เก่ง

ทั้งนี้จากการสำรวจพบว่าจุดแข็งของผู้ประกอบการ SMEs ทั้งผู้ประกอบการในระดับ OTOP วิสาหกิจชุมชน และ SMEs ที่มีอยู่จำนวนมากในประเทศไทยพบว่า จะมีความสามารถเฉพาะตัวสูงในด้านของพรสวรรค์ ความคิดสร้างสรรค์ การผลิตหรือประดิษฐ์สินค้าและบริการและมีความคล่องตัวสูง ส่วนจุดอ่อนที่พบอยู่บ่อยๆและ เป็นสาเหตุที่ทำให้ผู้ประกอบการ SMEs ไทยไม่ค่อยเติบโตเป็นอุตสาหกรรมที่เติบใหญ่อย่างที่ควรจะเป็น เช่น ในหลายๆประเทศคือ จุดอ่อนเกี่ยวกับ มุมมองชั้นเชิง ทางธุรกิจ วิสัยทัศน์ รวมถึงทักษะการบริหารจัดการ

> *" พบว่าผู้ประกอบการใหม่ส่วนใหญ่จะเป็นคนหนุ่มสาวรุ่นใหม่ มีพื้นฐาน มีองค์ความรู้ที่ดีหากคนกลุ่มนี้ผ่านการฝึกฝนและพัฒนาทักษะ ของการเป็นผู้ประกอบการใหม่และสามารถก่อตั้งธุรกิจหรือ กิจการของตนเองขึ้นมาได้ ก็จะก้าวเข้ามาเป็นผู้ประกอบการคลื่นลูกใหม่ที่จะเป็นฐานรากทางเศรษฐกิจที่แข็งแกร่งให้กับประเทศ "*

ดังนั้นบทบาทและรูปแบบการช่วยเหลือของ กสอ. ในกรณีนี้คือ จะเข้าไปสร้างคุณค่าให้ตัวผู้ประกอบการที่มีพรสวรรค์อยู่แล้ว โดยการเข้าไปช่วยในการเสริมสร้างทางด้านความรู้ต่างๆที่ตัวผู้ประกอบการขาดหายไป อาทิ การบริหารจัดการองค์ความรู้ใหม่ๆที่มาพร้อมกับโลกที่เปลี่ยนแปลงในยุคการค้าไร้พรมแดน ซึ่งผู้ประกอบการจำเป็นต้องทำความเข้าใจ เรื่องของการพัฒนานวัตกรรม ระบบบัญชีตลอดจน ระบบเทคโนโลยี สารสนเทศ หรือ ไอที เป็นต้น

เพื่อเป็นการยกระดับและจุดประกายไฟให้ผู้ประกอบการได้เกิดความเข้าใจมีความกระตือรือร้นและตระหนักที่จะกลับมาสำรวจและพัฒนาตัวเอง ให้สามารถก้าวไปยืนอยู่บนเวทีของการแข่งขันและเติบโตได้อย่างมั่นคงและยั่งยืน ผ่านโปรแกรมการอบรม สัมมนา เวิร์กช็อปต่างๆที่ทาง กสอ. ได้จัดทำขึ้นมา อาทิ โครงการพัฒนาผู้ประกอบการธุรกิจอุตสาหกรรม(คพอ.) และโครงการพัฒนาศักยภาพการบริหารจัดการวิสาหกิจชุมชน (CIMED) เป็นต้น

กรณีที่สองคือ สร้างและพัฒนาผู้ประกอบการรุ่นใหม่ ไม่ว่าจะเป็น OTOP หรือ SMEs รุ่นใหม่ที่มีความรู้ มีความคิดสร้างสรรค์ ตลอดจนมีทักษะด้านการประกอบธุรกิจ ให้เข้าสู่ระบบเศรษฐกิจของประเทศเพิ่มขึ้น ผ่านโครงการเสริมสร้างผู้ประกอบการใหม่ (NEC , New Entrepreneur Creation) โดยมุ่งพัฒนาให้ประชาชน ชุมชน ตลอดจนคนที่คิดอยากเป็นผู้ประกอบอาชีพอิสระ อยากจะเป็นนายตัวเอง ซึ่งอาจจะเป็นกลุ่มนักศึกษาจบใหม่ หรือทำงานเป็นลูกจ้างผ่านการสั่งสมความรู้ประสบการณ์มาในระดับหนึ่งแล้ว และคิดว่าอยากทำอุตสาหกรรม อยากทำธุรกิจของตัวเอง ให้มาเข้าสู่กระบวนการอบรมบ่มเพาะ เพื่อสร้างฐานความรู้เกี่ยวกับการประกอบธุรกิจอย่างเป็นระบบ

โครงการนี้จะช่วยย่นระยะเวลาในการทำความเข้าใจกับโลกของธุรกิจ แทนที่ผู้ประกอบการรุ่นใหม่นี้จะต้องไปขวนขวายลองผิดลองถูกหรือล้มลุกคลุกคลานและประสบกับปัญหาเอง การมีพี่เลี้ยงมาช่วยก็เท่ากับ การช่วยลดขั้นตอน ช่วยลดการสูญเสียทั้งเวลาและเงินทอง เช่น วิธีการที่จะนำความฝัน หรือเรื่องแรงบันดาลใจที่อยู่ในหัวสมองในความคิดแปรมาเป็นแผนธุรกิจ แปรเป็นขั้นตอนการเริ่มต้นธุรกิจ ตลอดจนแนวทางและวิธีการบริหารการจัดการธุรกิจต้องทำอย่างไร มีปัจจัยที่จะเข้ามามีผลต่อธุรกิจ ได้เรียนรู้วิธีการบริหารการเงิน การทำระบบบัญชีหรือวิธีการเขียนโครงการ หรือแผนธุรกิจ เพื่อนำไปคุยกับสถาบันการเงิน หรือแหล่งเงินทุน โดยทั้งหมดนี้จะมีวิทยากร ครูอาจารย์และที่ปรึกษาที่มาจากหลากหลายสาขา ความชำนาญการ คอยให้คำแนะนำและเป็นพี่เลี้ยง

ในปี 2553 กสอ. มีเป้าหมายที่พัฒนาผู้ประกอบการทั้งรายเดิมและผู้ประกอบการใหม่ จำนวน 9,880 ราย

อธิบดี กสอ. กล่าวย้ำในจุดนี้ว่าตนเอง มีความมั่นใจว่าหากกลุ่มคนที่ผ่านการฝึกฝนและพัฒนาทักษะของการก้าวเป็นผู้ประกอบการใหม่เหล่านี้ สามารถก่อตั้งธุรกิจหรือ กิจการของตนเองขึ้นมาได้ก็จะก้าวเข้ามาเป็นผู้ประกอบการคลื่นลูกใหม่ที่จะเป็นแรงผลักดันสำคัญในการสร้างให้ฐานรากทางเศรษฐกิจของประเทศเจริญเติบโตไปอย่างต่อเนื่องและแข็งแกร่ง เพราะผู้ประกอบการใหม่ในกลุ่มนี้ส่วนใหญ่จะเป็นคนหนุ่มสาวรุ่นใหม่มักจะมีพื้นฐานมีองค์ความรู้ที่ดี

เพิ่มประสิทธิภาพองค์กรธุรกิจ งานด้านที่สองของ กสอ.

สำหรับการทำงานในด้านของการเสริมสร้างเรื่องความแข็งแกร่งให้กับกิจการ SMEs ซึ่งเป็นเป้าหมายการทำงานด้านที่สองของกรมส่งเสริมอุตสาหกรรมจะเป็นลักษณะการเข้าไปพัฒนาในส่วนขององค์กรหรือกระบวนการธุรกิจ ในกิจการของผู้ประกอบการ เพราะปัจจัยความสำเร็จของธุรกิจที่สำคัญนั้นนอกจากจะเกิดขึ้นจากความตั้งใจจริงและการพัฒนาตัวของผู้ประกอบการแล้วจะต้องเกิดขึ้นจากการพัฒนาองค์ประกอบในตัวของธุรกิจให้มีประสิทธิภาพและความเข้มแข็งควบคู่กันไป

บทบาทของกรมส่งเสริมอุตสาหกรรมในส่วนนี้จะเข้าไปช่วยทางด้านการประเมินและพัฒนาระบบภายในองค์กรให้มีประสิทธิภาพ ทั้งในเรื่องของระบบและบุคลากร เรื่องของคุณภาพ มาตรฐานในการผลิตสินค้าและการบริการ ตลอดจนระบบการบริหารจัดการองค์กร ผ่านการให้การสนับสนุนและช่วยเหลือด้านองค์ความรู้ในประเด็นที่แต่ละกิจการของ SMEs รายนั้นๆ ขาดและมีความต้องการ อาทิ วิธีการพัฒนาศักยภาพองค์กรวิธีการจัดการระบบบัญชีที่ดีการให้ความรู้ในเรื่องการพัฒนามาตรฐานของผลิตภัณฑ์เพื่อการส่งออกไปยังต่างประเทศ การบริหารต้นทุน การพัฒนาและเพิ่มผลผลิต และวิธีนำระบบ 5ส. มาใช้ ความรู้เกี่ยวกับระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ ความรู้เรื่องการพัฒนานวัตกรรม และ ความรู้ด้านการตลาด เป็นต้น

วิธีการที่กรมส่งเสริมอุตสาหกรรมจะเข้าไปให้ความช่วยเหลือแก่ SMEs ในส่วนนี้จะดำเนินการพัฒนาผ่านกิจกรรมและโครงการต่างๆที่ทางกรมฯได้จัดทำขึ้น อาทิ โครงการพัฒนาอุตสาหกรรมการผลิต เพื่อยกระดับของขีดความสามารถในการแข่งขัน (MDICP) โครงการพัฒนาขีดความสามารถในการแข่งขัน

อุตสาหกรรมไทยด้วย IT (ECIT) โครงการส่งเสริมนวัตกรรม-อุตสาหกรรม โครงการเพิ่มประสิทธิภาพอุตสาหกรรมรายสาขาด้วยระบบ Lean Manufacturing โครงการพัฒนาการรวมกลุ่มและเชื่อมโยงอุตสาหกรรม (Cluster) โครงการให้คำปรึกษาแนะนำด้านการออกแบบบรรจุภัณฑ์ โครงการสนับสนุนการพัฒนาอุตสาหกรรมชนบท (สอช.)

สำหรับในกิจการที่ยังไม่รู้ว่าปัญหาขององค์กรคืออะไรและมีความต้องการให้เข้าไปชี้แนะเป็นพิเศษ กสอ. ก็มีนโยบายให้ความช่วยเหลือโดยการส่งที่ปรึกษาเข้าไปแนะนำวิเคราะห์ปัญหาธุรกิจให้กับผู้ประกอบการ แล้วแนะนำแนวทางการแก้ไขปัญหาที่เหมาะสมกับองค์กรต่อไป ซึ่งอธิบดี กสอ. เชื่อมั่นว่าระบบและเครื่องมือดังกล่าวจะเข้ามาช่วยพัฒนาและสร้างความเข้มแข็งให้กับกิจการ

ในปี 2553 กสอ. มีเป้าหมายปรับปรุงประสิทธิภาพโรงงาน จำนวน 2,253 กิจการ และพัฒนาบุคลากรในสาขาอุตสาหกรรมต่าง ๆ จำนวน 5,530 ราย ในรอบ 4 เดือนที่ผ่านมาได้ให้บริการปรึกษาแนะนำเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพโรงงานไปแล้วจำนวน 1,321 กิจการ และพัฒนาบุคลากรภาคอุตสาหกรรมในกิจการ SMEs จำนวน 2,266 ราย

การให้บริการปัจจัยสนับสนุนงานด้านที่ 3 กสอ.

อธิบดี กสอ. อธิบายความถึงนโยบายสร้างปัจจัยสนับสนุนเพื่อสร้างการเติบโตและการขยายตัวทางธุรกิจให้กับ SMEs ซึ่งเป็นเป้าหมายการทำงานด้านที่สามของกรมส่งเสริมอุตสาหกรรม ว่าจะเป็นรูปแบบการทำงานที่ประกอบด้วย การสนับสนุนและผลักดัน ขยาย และสร้างการเติบโตให้ SMEs ผ่านการพัฒนาโครงการต่างๆที่จะเปิดโอกาสหรือช่วยต่อยอดที่ SMEs แต่ละรายมีความต้องการ อาทิ ให้การสนับสนุนในด้านข้อมูลสารสนเทศ บริการปรึกษาแนะนำ เบื้องต้นในการดำเนินธุรกิจ การให้บริการวิเคราะห์สินค้าและผลิตภัณฑ์ เช่น การวิเคราะห์ทดสอบคุณภาพเซรามิก และอุตสาหกรรมเครื่องเรือน รวมทั้งการให้บริการศูนย์เครือข่ายบริการทดสอบ วิเคราะห์ วิจัยด้านอุตสาหกรรมเอื้ออำนวย เช่น เรื่องของการให้บริการข้อมูลข่าวสาร เรื่องของการให้บริการวิเคราะห์ทดสอบ คุณภาพสินค้าและผลิตภัณฑ์ เช่น ศูนย์พัฒนาอุสาหกรรมเซรามิกลำปาง ทดสอบเฟอร์นิเจอร์และเหล็ก ณ สำนักพัฒนาอุตสาหกรรมสนับสนุน (กล้วยน้ำไท) ตลอดจนเรื่องเสนอแนะเชิงนโยบาย ในการส่งเสริมและแก้ปัญหา การช่วยเป็นผู้ประสานงานให้ไปสู่สถาบันการเงิน เป็นต้น

นอกจากนี้ ยังมีช่องทางการตลาดและเวทีให้กับกลุ่มผู้ประกอบการใหม่หรือวิสาหกิจชุมชน ตลอดจน OTOP ให้ได้มีโอกาสนำสินค้าและบริการออกไปสู่สายตาผู้บริโภคหรือ กลุ่มลูกค้า ผ่านการจัดงานแสดงสินค้าต่างๆ หรือ กระทั่งการเปิดตลาดนัด หรือศูนย์แสดงสินค้าบริเวณชั้น 1 ของกรมส่งเสริมอุตสาหกรรมให้ผู้ประกอบการนำสินค้ามาแสดงสู่สายตาลูกค้าและเชื่อมโยงไปสู่พันธมิตรหรือคู่ค้าเป็นต้น

โดยตลอดระยะเวลา 4 เดือน ได้ให้บริการงานในด้านนี้ไปแล้ว จำนวน 2,240 ราย คาดว่าเมื่อสิ้นสุดปีงบประมาณจะสามารถให้บริการ SMEs ในส่วนนี้ได้ตามเป้าหมายที่วางไว้ คือ 4,200 ราย

นายอาทิตย์ วุฒิคะโร อธิบดีกรมส่งเสริมอุตสาหกรรม ให้ความเห็นปิดท้ายว่า ภาวะเศรษฐกิจที่เริ่มฟื้นตัว ถือเป็นสัญญาณที่ดี ดังนั้นการพัฒนาผู้ประกอบการในระดับ SMEs ให้มีความพร้อมมีทักษะและประสบการณ์ สำหรับแก้ไขปัญหาทุกๆด้านได้อย่างตรงประเด็น เสมือนเป็นการสร้างฐานสนับสนุนภาคอุตสาหกรรมให้เข้มแข็งในระยะยาว ทั้งนี้ ต้องให้ความสำคัญกับการพัฒนาและยกระดับภาคอุตสาหกรรมไปสู่การสรรค์สร้างผลิตภัณฑ์และพัฒนานวัตกรรมไม่ว่าด้วยการพัฒนากระบวนการผลิต การพัฒนาผลิตภัณฑ์ และบรรจุภัณฑ์ให้มีความแตกต่างและมีลักษณะเฉพาะสอดคล้องกับทิศทางและรสนิยมของตลาด เป้าหมายซึ่งจะทำให้ผู้ประกอบการไทยสามารถเป็นผู้นำในภูมิภาคอาเซียนพร้อมทั้งรักษาและเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันได้อย่างยั่งยืน...

"ภาวะเศรษฐกิจที่เริ่มฟื้นตัว ถือเป็นสัญญาณที่ดี ดังนั้นการพัฒนาผู้ประกอบการในระดับ SMEs ให้มีความพร้อมมีทักษะและประสบการณ์ สำหรับแก้ไขปัญหาทุกๆด้านได้อย่างตรงประเด็น เสมือนเป็นการสร้างฐานสนับสนุน ภาคอุตสาหกรรมให้เข้มแข็งในระยะยาว"

>โดย กองบรรณาธิการ

เศรษฐกิจพอเพียง

สร้าง SMEs ยั่งยืน สร้างไทยเข้มแข็ง

ภาพธุรกิจและประชาชนทั่วโลกที่ต่างได้รับพิษจากวิกฤติเศรษฐกิจในอเมริกาโดยถ้วนหน้า เมื่อราว 2-3 ปี ที่ผ่านมาได้ส่งให้ทัศนคติและแนวคิดในการประกอบธุรกิจเล็กใหญ่หันมาให้ความสนใจกับเรื่อง Sufficiency Economy หรือ ธุรกิจยั่งยืน หรือ องค์กรยั่งยืน อย่างจริงจังมากขึ้น

เมื่อได้ยินคำว่า "องค์กรยั่งยืน" หลายคนจะรู้สึกอย่างเดียวกันว่าน่าจะหมายความถึง องค์กรที่มีอยู่มานานนับห้าสิบปี หรือ ร้อยปีขึ้นไป

แต่ข้อสังเกตที่ ผศ.ดร.สุชสรรค์ กันตะบุตร ผู้อำนวยการโครงการวิจัยเพื่อพัฒนาแนวทางในการดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืนตามปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.) ได้ค้นพบจากการศึกษาวิจัยมาตลอดระยะเวลากว่า 5 ปี ที่ผ่านมาพบว่า

มีองค์กรไม่น้อยทีเดียวที่มีอายุการดำเนินธุรกิจแค่ 20 ปี หรือ 30 ปี แต่ได้พบเจอมรสุมเจอวิกฤติการณ์ทางเศรษฐกิจทุกปี และสามารถพาองค์กรให้อยู่รอดมาได้ ดังนั้น ดร.สุชสรรค์จึงมองว่าองค์กรลักษณะนี้ น่าจะเข้าข่ายองค์กรยั่งยืนเช่นกัน เพราะฉะนั้นคำจำกัดความขององค์กรธุรกิจที่ยั่งยืนในการศึกษาของ ดร.สุชสรรค์ จึงจะไม่ใช่ดูเพียงแค่อายุขององค์กรเพียงอย่างเดียวแต่ยังมีเงื่อนไขอื่นๆที่บ่งชี้ถึงความเป็นองค์กรยั่งยืนได้อีกดังนี้

เงื่อนไขแรก องค์กรจะต้องมีผลการดำเนินงานที่ดี

เงื่อนไขที่สอง องค์กรจะต้องมีความสามารถที่จะทนทานต่อความยากลำบากทางเศรษฐกิจและสังคมอย่างเช่น วิกฤติการณ์ทางเศรษฐกิจปี 2540 หรือวิกฤติการณ์น้ำมันหรือวิกฤติแฮมเบอร์เกอร์ที่ผู้ประกอบการได้เคยเผชิญหรือกำลังเผชิญอยู่ในวันนี้เป็นต้น

เงื่อนไขที่สาม องค์กรมีความสามารถที่จะรักษาความเป็นผู้นำคนหนึ่งในธุรกิจที่ตนดำเนินกิจกรรมทางธุรกิจ ซึ่งข้อนี้เป็นสิ่งที่ทำได้ยากที่สุด

ดร. สุขสรรค์ ได้เข้าไปศึกษาแนวทางในการดำเนินธุรกิจขององค์กรที่มีความยั่งยืนจากอุตสาหกรรมที่แตกต่างกันหลายขนาดจากทั้งภายในประเทศไทยและต่างประเทศ โดยยึดเงื่อนไขทั้งสามข้างต้นมากกว่า 350 องค์กร พบว่าองค์กรเหล่านี้มีแนวทางในการดำเนินธุรกิจที่คล้ายๆกันอยู่หลายประการด้วยกันและได้พบแง่มุมที่น่าสนใจ คือ

ข้อปฏิบัติขององค์กรที่เข้าข่ายความเป็นองค์กรยั่งยืนตามสามเงื่อนไขนั้น ต่างมีวิธีคิดและ วิธีการดำเนินธุรกิจที่สอดคล้องกับปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงนั่นคือ ความพอประมาณ ความมีเหตุผล การมีภูมิคุ้มกันที่ดีในตัว ภายใต้เงื่อนไข ความรู้และ ความมีคุณธรรม

ดังนั้นจึงกล่าวได้ว่า การปฏิบัติตามแนวทางของปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงนั้นสามารถทำให้บริษัทที่ปฏิบัติตามนั้นมีคุณสมบัติตามเงื่อนไขของความยั่งยืนทั้งสามเงื่อนไขได้

>ผศ.ดร.สุขสรรค์ กันตะบุตร

10 แนวทางสู่องค์กรยั่งยืน

แนวทางในการดำเนินธุรกิจเพื่อก่อให้เกิดความสมดุลและยั่งยืนขององค์กรธุรกิจทั้งสามร้อยกว่าองค์กรยั่งยืนที่ได้มีการศึกษามานั้น ต่างก็มีแนวทางการปฏิบัติที่คล้ายคลึงกันอยู่รวม 10 แนวทาง ดังต่อไปนี้

แนวทางแรก

มองการณ์ไกลในการบริหารจัดการและตัดสินใจในเชิงนโยบายไม่มุ่งหวังกำไรในระยะสั้นแต่เพียงอย่างเดียว แต่คิดถึงผลกระทบในระยะยาว โดยรวมถึงการคาดการณ์ถึงสถานการณ์การเปลี่ยนแปลงในอนาคตและลงทุนในการเตรียมองค์กรให้พร้อมต่อการเปลี่ยนแปลงนั้น

กรณีศึกษาบริษัทรถยนต์สัญชาติยุโรป BMW สามารถเป็นตัวอย่างที่ดีในข้อนี้ กล่าวคือ BMW มีการคำนึงถึง ทรัพยากรน้ำที่มีความจำเป็นต่อประชากรของโลกในอนาคต

หรือในกรณี บริษัทปูนซิเมนต์ไทย จำกัด (มหาชน) ที่ได้กลับมาเน้นในการทำธุรกิจหลักของตนหลังจากวิกฤตการณ์ทางเศรษฐกิจ ปีพ.ศ. 2540 ถึงแม้ว่าในเวลาต่อมาบริษัทปูนซิเมนต์ไทยมีขนาดเล็กลงแต่ก็ไม่ได้ทำให้ธุรกิจมีผลการดำเนินงานที่แย่ลงเลย ตรงกันข้ามกลับดีขึ้นเสียอีก

BMW และบริษัทปูนซิเมนต์ไทยฯเป็นกรณีศึกษาองค์กรธุรกิจที่ยั่งยืนสองกรณีในหลาย ๆ กรณีที่มองการณ์ไกลในการบริหารจัดการ ไม่ได้มุ่งหวังในการสร้างกำไรในระยะสั้นเท่านั้น ซึ่งการมองการณ์ไกลในกรณีดังกล่าวนี้ก็สอดคล้องกับหลักแห่งความพอประมาณ หลักมีเหตุมีผล และหลักการสร้างภูมิคุ้มกันโดยอยู่บนพื้นฐานของ ความรอบรู้ รอบคอบ และการระมัดระวังนั่นเอง

แนวทางที่สอง ให้ความสำคัญแก่พนักงานอย่างที่เป็นรูปธรรม โดยมีการรักษาและพัฒนาพนักงานอย่างต่อเนื่องแม้ในยามวิกฤตนอกเหนือจากนี้แล้วยังให้ความสำคัญกับการพัฒนาผู้บริหารระดับสูงจากภายในองค์กรอีกด้วย

สิ่งที่สำคัญมากต่อองค์กรธุรกิจที่ยั่งยืน แต่ความยั่งยืนนี้จะหายไปหากมีการปลดพนักงานออก คือองค์ความรู้เฉพาะของบริษัทนั่นเอง องค์ความรู้เฉพาะนี้คืออะไร คือความรู้และทักษะเฉพาะ เกี่ยวกับคู่ค้าทั้งหมด โดยเฉพาะอย่างยิ่งลูกค้าขององค์กร พนักงานที่ทำงานมานานๆ ย่อมจะทราบดีว่าลูกค้าแต่ละท่านมีความชอบหรือไม่ชอบอะไรและอย่างไรในรายละเอียดเพราะฉะนั้นพนักงานเหล่านี้จึง " รู้ใจ " ลูกค้า

นอกเหนือจากองค์ความรู้เฉพาะเกี่ยวกับลูกค้าแล้วยังมีองค์ความรู้เกี่ยวกับตลาดที่ธุรกิจดำเนินกิจกรรมทางธุรกิจอยู่ด้วย เช่น เงื่อนไขเกี่ยวกับราคา เงื่อนไขเกี่ยวกับผู้ขายวัตถุดิบ หรือพฤติกรรมของตลาด ต่าง ๆ เหล่านี้เป็นต้น

องค์ความรู้เฉพาะของพนักงานเกี่ยวกับตลาดนี้เองที่จะช่วยให้องค์กรธุรกิจสามารถตอบรับได้อย่างทันท่วงทีเมื่อมีการเปลี่ยนแปลงในสภาพแวดล้อมทางธุรกิจที่บ่อยครั้งไม่สามารถคาดเดาได้ความสำคัญขององค์ความรู้ เหล่านี้จะเด่นชัดหลังจากที่ภาวการณ์ถดถอยทางเศรษฐกิจหายไป และเศรษฐกิจกลับมาสู่ขาขึ้นเช่นเดิมจะทำอย่างไรเมื่อเศรษฐกิจกลับมาเจริญรุ่งเรืองตามเดิมตัวอย่างจากกรณีศึกษาที่เห็นได้ชัดคือ **โรงพยาบาลเทพธารินทร์** ซึ่งมีการพัฒนาวิชาชีพใหม่ๆในการให้บริการมากมาย เช่น นักกำหนดอาหาร ผู้ให้ความรู้เกี่ยวกับโรคเบาหวาน ผู้เชี่ยวชาญในการรักษาเท้า เหล่านี้เป็นต้น ซึ่งเป็นองค์ความรู้เฉพาะจริง ๆ

สำหรับโรงพยาบาลเทพธารินทร์ หากในยามวิกฤตทางเศรษฐกิจหรือเศรษฐกิจขาลงโรงพยาบาลเทพธารินทร์ให้พนักงานของตนเองออกไปหมดเพื่อลดต้นทุน

ยามที่เศรษฐกิจหวนกลับมาเป็นขาขึ้นโรงพยาบาลจะทำอย่างไรเพราะจะไปหาบุคลากรที่มีองค์ความรู้เฉพาะเกี่ยวกับการให้บริการจากตลาดก็ไม่มี ดังนั้นจะเห็นได้ว่าการรักษาพนักงานไว้และพัฒนาพนักงานอย่างต่อเนื่องแม้ว่าจะอยู่ในยามทุกข์ยากทางเศรษฐกิจ มีส่วนทำให้องค์กรธุรกิจประสบความสำเร็จอย่างยั่งยืนได้อย่างไร การมองเห็นว่าพนักงานเป็นสินทรัพย์หลักที่พัฒนาได้เช่นนี้สอดคล้องกับหลักการมีเหตุมีผล หลักการสร้างภูมิคุ้มกันซึ่งอยู่บนเงื่อนไขของความรู้และเงื่อนไขของคุณธรรมนั่นเอง

แนวทางที่สาม ให้ความสำคัญในเรื่องของการรักษาผลประโยชน์ของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียของธุรกิจทั้งหมดรวมถึงประชากรและสังคมในอนาคตอย่างเป็นรูปธรรม ถึงแม้ว่าในบางกรณีการรักษาผลประโยชน์ดังกล่าวอาจจะหมายถึงค่าใช้จ่ายที่เพิ่มขึ้นก็ตาม

ธนาคาร HSBC เป็นตัวอย่างองค์กรธุรกิจที่จริงใจและหวังดีต่อผู้มีส่วนได้ส่วนเสียของธุรกิจอย่างแท้จริง โดยผ่านทางการกระทำ เช่น จำกัดการให้เงินกู้แก่ธุรกิจผลิตอาวุธหรือไม่ให้เงิน กู้กับธุรกิจที่ผลิตหรือส่งออกระเบิด หรือกรณี BMW ที่ลงทุนในการทำให้โรงงานไม่ส่งเสียงรบกวนต่อชุมชนที่อยู่ใกล้เคียงหรือแม้กระทั่ง Alliance ที่สมาชิกหลายท่านของคณะกรรมการบริษัท (Supervisory Board) เป็นพนักงานบริษัท รวมถึงนักการภารโรงด้วย เพื่อแสดงความจริงใจในการบริหารงานที่มีให้กับพนักงานนั่นเอง การมีความรับผิดชอบต่อผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทั้งหมดนี้สอดคล้องกับเงื่อนไขคุณธรรมแห่งปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงในขณะเดียวกันก็เป็นการสร้างภูมิคุ้มกันให้กับธุรกิจไปด้วย

แนวทางที่สี่ ให้ความสำคัญต่อการพัฒนานวัตกรรมทุกมิติขององค์กรอย่างต่อเนื่องไม่จำกัดอยู่เพียงนวัตกรรมในผลิตภัณฑ์หรือการให้บริการที่เกิดจากหน่วยงาน ซึ่งนั่นก็หมายถึงเรื่องของ Research & Development แต่เพียงอย่างเดียว

มีกรณีศึกษาของห้างสรรพสินค้าใหญ่ในอเมริกาที่ชื่อว่า Nordstrom Inc. ห้างสรรพสินค้านี้ไม่ได้มีการฝึกอบรมพนักงานให้มีรูปแบบการให้บริการแบบเป็นมาตรฐานเดียวกันเหมือนอย่างที่ธุรกิจหลายๆ แห่งในประเทศไทยทำ ตัวอย่างที่เห็นได้ชัดคือวิธีการกล่าวต้อนรับลูกค้าของบริษัทต่าง ๆ ในประเทศไทยซึ่งพนักงานจะถูกสอนมาให้กล่าวต้อนรับแบบเดียวกันหมดเหมือนหุ่นยนต์ ลูกค้าดูก็ทราบว่าไม่ได้ตั้งใจจะต้อนรับจริงแต่ทำเพราะถูกสอนมาให้ทำซึ่งไม่น่าประทับใจเลย ***(พนักงานยกมือไหว้ทุกครั้งที่ลูกค้ามาจ่ายเงิน ณ ช่องชำระเงินของห้างสรรพสินค้าโดยไม่มองหน้าว่าคือเด็กหรือผู้ใหญ่)***

แต่ที่ Nordstrom จะไม่มีมาตรฐานในการต้อนรับลูกค้า เพียงแต่พนักงานจะถูกสอนว่าให้บริการที่ดีที่สุดแก่ลูกค้าเท่านั้น ดังนั้นจึงเกิดนวัตกรรมสะสมในการให้บริการมากมาย ลูกค้าที่เข้ามาแต่ละท่านก็จะได้รับการบริการที่ไม่เหมือนกันแล้วแต่เงื่อนไขของลูกค้าที่พนักงาน(ซึ่งรู้จักลูกค้ามานาน)ทราบ อาจจะมีการทักทายถึงสามีหรือภรรยาที่ไม่ได้มาด้วยในครั้งนี้ หรือหากมาเป็นครอบครัว ก็จะนำเอาของเด็กเล่นมาให้เด็กๆ เล่นด้วย หรือมีการเอาหนังสือแมกกาซีนที่ลูกค้าชอบอ่านมาให้อ่านระหว่างนั่งรอสมาชิกคนอื่นของครอบครัวอย่างนี้เป็นต้น ยิ่งไปกว่านั้น เนื่องจาก Nordstrom สนับสนุนให้พนักงานทำงานพัฒนาชุมชนที่อยู่ใกล้เคียง ดังนั้นโอกาสที่พนักงานเหล่านี้จะสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า ครอบครัวของลูกค้า หรือแม้แต่ญาติสนิทมิตรสหายของลูกค้าก็จะมีมากและพนักงานก็จะมีข้อมูลมากมายในการให้บริการที่ “รู้ใจ” ลูกค้าแต่ละรายนั่นเอง

ตัวอย่างนี้เป็นตัวอย่างที่เห็นได้ชัดถึงนวัตกรรมแบบสะสมที่คู่แข่งลอกเลียนแบบได้ยากมากถึงแม้ว่าจะมีเงินทุนมากมายนั่นเอง

แนวทางที่ห้า ใช้ทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล องค์กรธุรกิจที่ยั่งยืนนั้นมีความระมัดระวังมากในการใช้ทรัพยากร เช่น กรณีศึกษาจากบ้านอนุรักษ์กระดาษสาในจังหวัดเชียงใหม่ บ้านอนุรักษ์กระดาษสาทราบว่าเยื่อกระดาษสาเป็นสิ่งสำคัญ และหลายครั้งต้องนำเข้ามาจากประเทศเพื่อนบ้านจึงมีความพยายามที่จะใช้ทรัพยากรนี้ให้เกิดประโยชน์สูงสุดเช่นมีการนำเอาเศษชิ้นส่วนของกระดาษสามาผ่านขบวนการง่ายๆ เพื่อนำไปใช้ใหม่ได้อีกครั้งหนึ่งการใช้ทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพและมีประสิทธิผลนี้สอดคล้องกับหลักการมีเหตุผลซึ่งอยู่บนพื้นฐานของการใช้ความรู้อย่างรอบคอบและระมัดระวังนั่นเอง

แนวทางที่หก พัฒนาเทคโนโลยีในการผลิตหรือให้บริการที่มีประสิทธิภาพแต่ราคาไม่สูง โดยเฉพาะเทคโนโลยีที่เกิดจากภูมิปัญญาไทย

ถ้าหากธุรกิจไทยยังคงตามใช้เทคโนโลยีจากต่างประเทศอยู่ตลอดเวลา การที่จะสร้างนวัตกรรมใหม่ๆให้กับสินค้าหรือบริการของไทยในตลาดโลกคงเป็นไปได้ยาก ดังนั้นภูมิปัญญาไทยหรือความรู้พื้นบ้านนี่เองที่จะทำให้ธุรกิจไทยสามารถที่จะสร้างความแตกต่างให้กับสินค้าหรือบริการได้เป็นอย่างดี ตัวอย่างที่เห็นได้ชัดคือบ้านอนุรักษ์กระดาษสาที่ใช้ภูมิปัญญาชาวบ้านในการสร้างสรรค์สีจากธรรมชาติที่ใช้ในขบวนการผลิต

แนวทางที่เจ็ด ขยายธุรกิจอย่างค่อยเป็นค่อยไปนั้น เมื่อพิจารณาอย่างรอบคอบแล้วเท่านั้น ถึงแม้ว่าการกระทำดังกล่าวจะจำกัดโอกาสในการสร้างกำไรระยะสั้นขององค์กร ก็ตาม

การใช้ปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงในองค์กรธุรกิจอีกประการหนึ่งคือการมีความพอประมาณ และอยู่บนพื้นฐานของความรอบรู้รอบคอบ และระมัดระวังนั่นเอง ถึงแม้ว่าจะฟังดูแล้วเป็นเรื่องธรรมดา และควรจะปฏิบัติกันอยู่โดยทั่วไปกันอยู่แล้ว แต่ในความเป็นจริงกลับไม่เป็นเช่นนั้นธุรกิจหลายต่อหลายแห่งขยายธุรกิจอย่างรวดเร็วบนพื้นฐานของเงินกู้เพียงเพราะว่ามีคำสั่งซื้อสินค้ามามากมายการกระทำเช่นนี้มีความเสี่ยงสูงมาก เช่น อาจจะผลิตสินค้าหรือบริการได้ไม่ทันตามที่สัญญาไว้ หรืออาจจะผลิตสินค้าทันเวลา แต่อาจจะไม่ได้คุณภาพตามที่กำหนดหลายๆครั้ง ผู้สั่งสินค้าจากทวีปยุโรปได้ส่งสินค้าคืนหรือไม่ส่งคืนแต่ต้องการจะจ่ายค่าสินค้าในราคาที่ต่ำกว่ากำหนดไว้ เหล่านี้เป็นต้น ซึ่งก่อให้เกิดความเสียหายต่อธุรกิจโดยตรง

บ้านอนุรักษ์กระดาษสาเป็นตัวอย่างที่ดีมากสำหรับกรณีนี้ กล่าวคือถึงแม้ว่าจะมีคำสั่งซื้อมามากมาย แต่กลับรับทำสินค้าเท่าที่ตนเองทำได้เท่านั้น โดยให้เหตุผลว่าสินค้าที่ทำต้องขึ้นอยู่กับ แดด ลม และความชื้นในอากาศตามธรรมชาติ ปัจจัยเหล่านี้ทางบ้านอนุรักษ์กระดาษสาเองควบคุมไม่ได้ จึงเกรงว่า ถ้าจะส่งสินค้าให้ทันเวลา สินค้าก็อาจจะไม่มีคุณภาพ จึงปฏิเสธการรับคำสั่งซื้อที่เกินความสามารถในการผลิต หากจะใช้ปรัชญาของหลักเศรษฐกิจพอเพียงเป็นแนวทางในการบริหารจัดการ

แนวทางที่แปดบริหารความเสี่ยงโดยการมีผลิตภัณฑ์ที่หลากหลาย ตลาดที่หลากหลาย และการลงทุนที่หลากหลาย โดยอยู่บนพื้นฐานของความรู้จริง

แนวความคิดในการบริหารความเสี่ยง (Riskmanagement) นั้นก็สอดคล้องกับการสร้างภูมิคุ้มกันแห่งปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงนั่นเอง การกระจายความเสี่ยงโดยมีผลิตภัณฑ์ที่หลากหลายมีตลาดที่หลากหลายนั้น ทำให้ธุรกิจมั่นใจได้ว่าถ้าหากผลิตภัณฑ์ใดผลิตภัณฑ์หนึ่งขายไม่ได้ หรือตลาดใดตลาดหนึ่งเกิดปัญหาขึ้นธุรกิจจะสามารถดำเนินต่อไปได้เพราะยังมีผลิตภัณฑ์และตลาดอื่นรองรับการกระจายความเสี่ยงในการลงทุนก็เช่นกัน หากลงทุนในแหล่งเดียว แล้วเกิดปัญหาขึ้นธุรกิจก็จะแย่ แต่หากลงทุนให้หลากหลายแล้วความเสี่ยงในการลงทุนนั้นก็จะลดลงตัวอย่างที่เห็นได้ชัดเจน สำหรับแนวทางในการปฏิบัตินี้คือ

บริษัท แพรนด้าจิวเวลรี่ฯซึ่งมีการกระจายความเสี่ยงทางการตลาดอย่างชัดเจน โดยการมีตลาดที่หลากหลายอยู่ในหลายส่วนของโลก และมีผลิตภัณฑ์ที่หลากหลายเมื่อเศรษฐกิจในประเทศทางยุโรปไม่ดี ขายสินค้าไม่ได้บริษัท แพรนด้าจิวเวลรี่ฯก็ยังสามารถดำเนินธุรกิจต่อไปได้ เพราะยังมีตลาดอเมริกาหรือตลาดในเอเชียรองรับ อย่างนี้เป็นต้น ในขณะเดียวกันบริษัท แพรนด้าจิวเวลรี่ฯก็ยังมีการกระจายความเสี่ยงทางผลิตภัณฑ์โดยการที่มีผลิตภัณฑ์ที่หลากหลายอีกด้วย

แนวทางที่เก้าแบ่งปันรวมถึงการแบ่งปันองค์ความรู้ที่มีกับคู่แข่งหรือองค์กรต่าง ๆที่เกี่ยวข้องเพื่อพัฒนาตลาดและผลประโยชน์ที่ตกแก่ผู้บริโภคและสังคม

แนวทางปฏิบัติอีกประการหนึ่งที่เห็นได้ชัดขององค์กรธุรกิจที่ยั่งยืนคือการแบ่งปันความรู้ที่มีไม่ว่าจะเป็นระหว่างพนักงานด้วยกันเอง หรือโดยเฉพาะอย่างยิ่งระหว่างธุรกิจ ความรู้นี้อาจจะเป็นความรู้ที่เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ หรือความรู้เกี่ยวกับการให้บริการก็ได้ หากคิดตามเหตุตามผลแล้วการแบ่งปันความรู้ระหว่างธุรกิจจะก่อให้เกิดประโยชน์สูงสุดต่อผู้บริโภคหรือสังคมโดยส่วนรวม เนื่องจากจะเกิดการพัฒนาผลิตภัณฑ์ หรือการให้บริการที่ดีขึ้นเรื่อยๆและยังเป็นการสร้างระบบในตนเองที่บังคับให้องค์กรธุรกิจต้องพัฒนาตนเองอย่างต่อเนื่องอีกด้วย เพราะเมื่อได้แบ่งปันความรู้ไปแล้วก็ต้องคิดหาผลิตภัณฑ์หรือการให้บริการใหม่ๆ เพื่อที่จะอยู่นำหน้าคู่แข่งอยู่ตลอดเวลาอีกด้วยจึงไม่น่าแปลกใจว่าองค์กรธุรกิจที่ ปฏิบัติตนสอดคล้องกับปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงจึงสามารถที่จะรักษาความเป็นผู้นำคนหนึ่งของตลาดได้อยู่ ตลอดเวลา

แนวทางที่สิบ มีวัฒนธรรมองค์กรที่แข็งแกร่งโดยมีจริยธรรม ความอดทน ความขยันหมั่นเพียร และนวัตกรรมเป็นค่านิยมร่วมพื้นฐานองค์กรธุรกิจ ที่ยั่งยืนมักจะมีผู้นำและสมาชิกที่มีจริยธรรม ความอดทน และ ขยันหมั่นเพียร นั่นเอง ตัวอย่างให้เห็นในหลาย ๆ องค์กร นับตั้งแต่ ชุมพร คาบาน่า รีสอร์ท ที่ต้องขยันอดทน เพื่อที่จะฝ่าวิกฤตการณ์ทางการเงินให้ได้ บ้านอนุรักษ์กระดาษสา ซึ่งเจ้าของธุรกิจเคยเป็นคนยากจนที่สุดในหมู่บ้าน แต่มีความมานะอดทน ขยันหมั่นเพียรจนประสบความสำเร็จมาจนถึงทุกวันนี้

ความอดทนและขยันหมั่นเพียรนี้ถือว่า เป็นคุณธรรมแบบไทยๆอย่างแท้จริงเพราะไม่มีโรงเรียนบริหารธุรกิจของโลกตะวันตกที่ไหนที่จะสอนให้นักธุรกิจมีความอดทนและขยันหมั่นเพียร

ยึดปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง ตำราสู่ธุรกิจยั่งยืน

ดร.สุขสรรค์ กล่าวถึงทั้ง 10 แนวทางปฏิบัติดังกล่าวว่าเป็นแนวทางในการดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืนตามปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง ซึ่งผมเชื่อว่า หากองค์กรธุรกิจใดนำแนวทางทั้ง 10 แนวทางนี้ไปเป็นแนวทางในการดำเนินธุรกิจของตนก็น่าจะนำมาซึ่งความสำเร็จอย่างยั่งยืนขององค์กรธุรกิจนั้น กล่าวคือ

มีผลการดำเนินงานดี มีความสามารถที่จะทนทานต่อความยากลำบากทางเศรษฐกิจและสังคม และมีความสามารถที่จะรักษาความเป็นผู้นำคนหนึ่งในอุตสาหกรรมที่ตนดำเนินธุรกิจอยู่ได้

ในหลายๆครั้งคนไทยเต็มใจที่จะนำเอาองค์ความรู้ จากประเทศตะวันตกมาใช้ โดยไม่ได้ทดสอบก่อนเลยแม้แต่น้อยว่าองค์ความรู้นั้น ๆ เหมาะสมกับสังคมและวัฒนธรรมไทยหรือไม่ เพียงใด เพียงแต่เห็นว่าเป็นของ “ฝรั่ง” ก็เชื่อว่าดีเลิศแล้ว เห็นได้จากการที่ครูบาอาจารย์ทางด้านการบริหารธุรกิจในระดับอุดมศึกษาของประเทศไทย เปิดหนังสือของผู้เชียนชาวต่างประเทศและพร่ำสอนนักศึกษาตามหนังสือนั้นๆ โดยไม่ได้ตรวจสอบอย่างเป็นระบบก่อนว่ามีความเหมาะสมกับสังคมและวัฒนธรรมไทยหรือไม่

โดยเฉพาะอย่างยิ่งการบริหารจัดการองค์กรเป็นศาสตร์ที่เกี่ยวพันอย่างลึกซึ้งกับวัฒนธรรมของบุคลากรในองค์กร จึงหลีกเลี่ยงไม่ได้ที่จะต้องตรวจสอบอย่างเป็นระบบก่อนว่าเหมาะสมกับวัฒนธรรมของบุคลากรส่วนใหญ่ในองค์กรหรือไม่ก่อนที่จะนำไปสอน

ตัวอย่างที่เห็นได้ชัดตัวอย่างหนึ่ง คือการสร้างแรงจูงใจให้กับบุคลากร หนังสือการบริหารจัดการที่มาจากประเทศสหรัฐอเมริกาจะใช้การลงโทษเป็นส่วนหนึ่งในการสร้างแรงจูงใจ ซึ่งอาจจะไม่เหมาะสมกับสังคมออสเตรเลียเพราะวิธีการดังกล่าวอาจจะใช้ไม่ได้ผลเนื่องจากการสร้างแรงจูงใจของชาวออสเตรเลียนั้นขึ้นอยู่กับมิตรภาพ หรือ “mateship” เช่นกันสำหรับสังคมไทย

ซึ่งในกรณีนี้ ดร.สุขสรรค์ มองว่าการสร้างแรงจูงใจโดยการลงโทษนั้นไม่น่าจะมีประสิทธิภาพนักสำหรับสังคมไทย เพราะได้มีการทำงานวิจัยที่บ่งชี้ออกมาว่าวิธีการสร้างแรงจูงใจของคนไทยที่มีประสิทธิภาพวิธีหนึ่งคือ การได้มีปฏิสัมพันธ์กับผู้ที่มีอำนาจในองค์กร

ข้อสังเกตดังกล่าวของ ดร.สุขสรรค์ ต้องการที่จะแสดงให้เห็นว่าแท้จริงแล้วแนวทางในการดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืนตามปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงทั้ง 10 แนวทางนี้ดีกว่าแนวคิด จากต่างประเทศและยังมีความเหมาะสมกับ “ภูมิสังคม” ในประเทศไทย เนื่องจากมีงานวิจัยในองค์กรธุรกิจของประเทศไทยรองรับแล้วนั่นเอง...

ในหลาย ๆครั้งคนไทยเต็มใจที่จะนำเอาองค์ความรู้จากประเทศตะวันตกมาใช้โดยไม่ได้ทดสอบก่อนเลยแม้แต่น้อยว่าองค์ความรู้นั้น ๆ เหมาะสมกับสังคมและวัฒนธรรมไทยหรือไม่เพียงใดเพียงแต่เห็นว่าเป็นของ “ฝรั่ง” ก็เชื่อว่าดีเลิศแล้ว

Nordstrom, Inc. ตัวอย่างองค์กรยั่งยืนในต่างประเทศ

Nordstrom, Inc. เป็นธุรกิจ ห้างสรรพสินค้าซึ่งคล้ายกับเซ็นทรัล ดีมาร์ทเมนท์ของไทย ความน่าสนใจของ Nordstrom อยู่ที่ เป็นองค์กรที่ไม่ได้ให้ความสำคัญกับการสร้างกำไรสูงสุด เพื่อเพิ่มมูลค่าให้กับผู้ถือหุ้นอย่างเดียวนั่นคือไม่ให้ความสำคัญกับการสร้างกำไรสูงสุด มีสินค้าที่หลากหลายในราคาที่ยุติธรรม และก็จ่ายเงินลงไปค่อนข้างมากในการพัฒนาสังคมลูกค้า พนักงาน สิ่งแวดล้อม และ สังคม เช่น ชนกลุ่มน้อย

ในด้านการบริหารทรัพยากรมนุษย์ Nordstrom มีรูปแบบการเลื่อนตำแหน่งงานให้สูงขึ้นจากภายในและไม่มีนโยบายที่จะนำเอาบุคคลภายนอกเข้ามา ซึ่งตรงนี้นั้นสอดคล้องกับเรื่องของ การมีคุณธรรม จริยธรรม สมมุติว่าพนักงานคนหนึ่งเป็นเบอร์ 2 ของหน่วยงานหรือแผนกทำงาน และอุทิศตัวให้ที่ทำงานมา10 หรือ 20ปีแล้ว เมื่อมีตำแหน่งที่สูงขึ้นว่างแต่องค์กรกลับนำคนอื่นข้างนอกเข้าทั้งที่ความสามารถและคุณสมบัติไม่ได้ต่างกันมากมายย่อมสร้างความไม่เป็นธรรมแก่พนักงานอย่างแน่นอน และที่สำคัญคือในช่วงภาวะวิกฤตบริษัทก็ไม่มีนโยบายให้พนักงานออกจากงาน เพื่อรักษาองค์ความรู้และวัฒนธรรมแห่งองค์กร

องค์กรนี้บริหารงานเพื่อผลตอบแทนในระยะยาว และยังมีการจ่ายเงินเดือนและค่าตอบแทนพนักงานมากกว่ามาตรฐานอุตสาหกรรม

แล้วบริษัทนี้อยู่รอดมาได้อย่างไร?

ซึ่งบางท่านอาจจะสงสัยอุตสาหกรรมนี้มันแข่งขันกันน้อยหรือเปล่า ทั้งที่ในความเป็นจริงแล้วในอุตสาหกรรมค้าปลีกในประเทศอเมริกา แข่งขันกันแบบฆ่ากันตายเลยทีเดียว

แนวทางการปฏิบัติของ ห้างสรรพสินค้า Nordstrom นั้นจะให้ความสำคัญกับการใช้ความคิดสร้างสรรค์ของตัวพนักงานเราอาจจะคุ้นเคย หรือมีประสบการณ์การรับบริการจากพนักงานในห้างสรรพสินค้าหรือร้านสะดวกซื้อตลอดจนร้านอาหารหลายแห่งที่ให้การต้อนรับลูกค้าเหมือนกับเป็นหุ่นยนต์ คือพนักงานเหล่านั้นจะพูดเหมือนกับเป็นแพทเทิร์นเดียวกัน ซึ่งสำหรับผู้บริโภคแล้วใช้บริการครั้งแรกก็รู้สึกดี แต่ครั้งที่สอง ครั้งที่สาม ก็เริ่มจะไม่ฟังแล้วว่าพูดอะไร เพราะไม่มีความรู้สึกที่แสดงออกอย่างจริงใจ พูดไปตามบทที่ผู้บริหารเขียนเอาไว้เป็นกรณีๆไป

แต่สำหรับที่ Nordstrom ไม่ได้เป็นแบบนั้น สิ่งที่ห้างสรรพสินค้านี้ทำก็คือ ผู้บริหารจะบอกกับพนักงานว่า “บริการให้ดีที่สุด” ดังนั้นการปฏิบัติที่ลูกค้าสัมผัสได้คือถ้าคุณเป็นคนแก่เข้ามาใช้บริการ พนักงานก็จะเชิญคุณไปนั่งที่โซฟา เอาแม็กกาซีนมาให้อ่าน แต่ว่าถ้าเป็นเด็กเข้ามาก็เอาตุ๊กตาไปให้เล่นหรือว่าพาไปเล่นที่ไหนก็แล้วแต่ที่เด็กสมควรจะเล่น

ยิ่งไปกว่านั้น Nordstrom จะส่งเสริมพนักงานให้ออกไปทำงานในชุมชน ซึ่งในชุมชนนั้นก็คือชุมชนของลูกค้าของ Nordstrom นั่นเอง ห้างสรรพสินค้าแห่งนี้จึงมีความรู้ของคนในชุมชนที่อยู่ตรงนั้น

ส่วนคำทักทายของพนักงานต่อผู้ใช้บริการของห้างสรรพสินค้าแห่งนี้ก็ไม่ธรรมดา พนักงานนั้นจะพูดคุยด้วยว่าลูกคุณ ซึ่งทราบชื่อด้วยว่าชื่ออะไร เป็นยังไงบ้าง เช่นถามว่าสวัสดีค่ะคุณลัดดากลับมาเยี่ยมบ้านจะอยู่นานรึเปล่าคะไปทำงานที่ต่างประเทศเป็นอย่างไรบ้าง หรือคำทักทายว่าหลานเข้าโรงเรียนวันแรกเป็นอย่างไรบ้าง ที่มีคำทักทายเช่นนี้ได้เพราะว่า พนักงานมีความรู้ในเรื่องราวที่ชุมชนจากการออกไปพัฒนาชุมชน

ในมุมของผู้บริโภคแล้วหากได้รับการทักทายด้วยคำพูดที่เป็นเฉพาะส่วนบุคคลย่อมรู้สึกประทับใจมากกว่าการทักทายแบบหุ่นยนต์ซึ่งการปฏิบัติต่อลูกค้าแบบนี้คือหนึ่งในกุญแจสำคัญที่ทำให้ธุรกิจของ Nordstrom อยู่รอดมาได้100 กว่าปีและเอาชนะคู่แข่งมาได้ทุกยุคทุกสมัย

ซึ่งหากคู่แข่งทุ่มเงินนับพันล้านไปตั้งห้างสรรพสินค้าอยู่ข้างๆ Nordstrom ก็ไม่สามารถต่อสู้ได้ เงินอาจจะสามารถซื้อตึกซื้อเทคโนโลยีและวัตถุดิบได้เหมือนกับที่ห้าง Nordstrom มี แต่ไม่สามารถสร้างความประทับใจซึ่งใช้เวลาในการพัฒนาแบบที่ Nordstrom เพราะต้องใช้ระยะเวลาในการพัฒนาและสั่งสม...

“แม่ประนอม” ส่งต่อความยั่งยืนจากรุ่นแม่สู่รุ่นลูก

น้ำพริกเผาไทย “แม่ประนอม” เป็นธุรกิจของคนไทยที่เติบโต จากรุ่นสู่รุ่น จากอุตสาหกรรมครัวเรือนในรุ่นของคุณพ่อ“ศิริชัย แดงสุภา” และคุณแม่ “ประนอม แดงสุภา” ที่บรรจุน้ำพริกเผาใส่ขวดแล้วไปวางขายตามร้านของชำต่าง ๆ ในยุคที่พฤติกรรมผู้บริโภค ยังเคยชินกับการตักน้ำพริกเผาขาย ในกะละมังใบใหญ่

จนมาถึงรุ่นของ **“ศิริพร แดงสุภา”** บุตรสาวคนโตที่เคยเป็นหัวเรี่ยวหัวแรงในการผลิตและบรรจุน้ำพริกแม่ประนอม มาตั้งแต่ยังเล็ก ถึงวันนี้กิจการเติบโตจนถึงขีดสุด ด้วยมาตรฐานการผลิตคุณภาพสูง ภายใต้เทคโนโลยีล้ำหน้า ผลิตและส่งออกไปขายในหลายประเทศชั้นนำทั่วโลก ในนาม **บริษัท พิบูลย์ชัยน้ำพริกเผาไทยแม่ประนอม จำกัด**

ในขณะที่ตัวของศิริพรอยู่ระหว่างเตรียมการให้รุ่นลูกเข้ามารับช่วงต่อกิจการ โดยเจริญรอยตามผู้เป็นแม่ คือให้ลูกๆ เข้ามาคลุกคลีกับธุรกิจตั้งแต่ยังเล็กได้วิ่งเล่นในโรงงาน และเห็นคุณพ่อคุณแม่ทำงานจนกลายเป็นความเคยชิน

“พฤติกรรมที่เราอยู่กับคุณแม่เปรียบเสมือนการเรียนรู้ได้ซึมซับว่าความซื่อสัตย์กับลูกค้าต้องมาอันดับหนึ่งและการมีคุณธรรมเราจะช่วยให้เราดูแลพนักงานเหมือนเป็นครอบครัวเดียวกัน”

ด้วยแนวคิดเดียวกันนี้ “กัญติชา ภาษาประเทศ” หรือน้องเจแปน บุตรสาวคนโต และหัวแก้วหัวแหวนของคุณแม่ศิริพร แดงโสภา กับ คุณพ่อ สุชาติ ภาษาประเทศ จึงเติบโตและอยู่ในวิถีทางที่ส่งผ่านจากคนสองรุ่น คือต้องยึดถือคุณธรรมและยึดมั่นในความซื่อสัตย์ต่อลูกค้า เป็นแนวทางทำธุรกิจ

กัญติชาจบไฮสคูลที่ Geoge Washington High School ประเทศอังกฤษก่อนบินกลับมาศึกษาต่อที่ มหาวิทยาลัยกรุงเทพ สาขาวิชา อังกฤษธุรกิจ

โดยพื้นนิสัยใจคอเธอเป็นคนชอบทำกับข้าวทำเบเกอรี่ด้วยความชอบเมนูหลากหลายทำให้มีความรู้เอามาใช้ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์

"เป็นคนชอบชิมชอบทำอาหารเป็นทุนเดิมอยู่แล้ว และมองว่ากิจการของครอบครัวเป็นธุรกิจที่ คุณตา คุณยาย สร้างมา ตัวเองก็อยากจะสานต่อ แต่ส่วนตัวมองว่าการที่เราทำธุรกิจอาหารอย่างเดียวอาจไม่เพียงพอในอนาคตควรจะต่อยอดไปหาโอกาสอื่น ๆ ควบคู่กันไปด้วย"

กัญติชารู้สึกดีใจทุกครั้งที่คนรู้จักพูดถึงน้ำพริกเผาแม่ประนอมอย่างชื่นชมยิ่งพอรู้ว่าเธอเป็นทายาทจะเข้ามาสานต่อธุรกิจ ก็ยิ่งแสดงความดีใจ

"โดนแซวบ่อยครั้งแต่ก็ทำให้เราภูมิใจธุรกิจและดีใจที่คุณพ่อคุณแม่สานต่อได้ถึงทุกวันนี้"

เธอบอกว่าคุณแม่ศิริพรมักจะสอนเสมอว่าเวลาทำอะไรต้องค่อยๆทำคิดก่อนทำอย่าใจร้อน อย่าไปคิดว่าเรามีเงินแล้วเราจะทำทุกอย่างได้ ต้องคิดว่าค่อยๆทำแล้วดูว่าผลลัพธ์เป็นอย่างไรถ้าเติบโตก็ค่อยๆก้าวแล้วทำไปเรื่อยๆ กัญติชาเล่าถึงวันว่างของเธอว่ามักเดินเข้าไปสำรวจในโรงงานเพื่อดูว่าอันไหนควรปรับปรุงสามารถทำให้ดีได้ ยิ่งๆ ขึ้น

"ส่วนตัวชอบที่จะเข้ามาช่วยคุณแม่ บางครั้งผู้ใหญ่มองอาจจะไม่เห็นว่าอะไรดีอะไรไม่ดี และคุณแม่ก็สอนด้วยว่าเรามีกันสามคนพี่น้องนะ ต้องช่วยกันพัฒนาเหมือนปลูกฝังมาตั้งแต่เด็กๆ ไม่รู้สึกกดดันคิดว่าอีกหน่อยเราต้องเป็นหัวหน้าครอบครัวต้องดูแลน้องๆได้เราต้องพัฒนาโรงงาน ให้คนต่างชาติรู้จัก จะได้ประสบความสำเร็จ"

กัญติชามองว่าไม่เคยคาดหวังว่าน้ำพริกเผาแม่ประนอม จะต้องขายดีเป็นอันดับหนึ่ง แต่ทำให้เป็นที่รู้จักเป็นที่ยอมรับในสังคมก็ถือว่ามาได้ไกลและเป็นไปตามเจตนารมณ์ของธุรกิจแล้ว

"คุณแม่สอนว่า เรานั้นจะต้องซื่อสัตย์ในทุกด้าน เราเชื่อมั่นว่า ความซื่อสัตย์จะเป็นบันไดไปสู่ความสำเร็จ คุณพ่อคุณแม่สอนตลอดว่าคนเราทำการค้าขายต้องซื่อสัตย์ไม่คดโกงใคร สักวันหนึ่งเราก็จะประสบความสำเร็จเจอแต่ความเจริญ เวลาไปอังกฤษก็ชอบเดินไปซูเปอร์มาร์เก็ต เจอคนเวียดนาม คนจีนมาทำน้ำพริกเผา เราคิดว่าตราบใดเรายังคงคุณภาพสินค้าให้ได้มาตรฐาน พยายามทำทุกอย่างให้อยู่ภายใต้ความสะอาด เราคิดว่าสิ่งเหล่านี้เป็นจุดแข็ง เราได้วัตถุดิบที่นำมาใช้มีคุณภาพ เพียงพอมีคุณภาพที่ดี เราต้องพัฒนาให้ทันสมัยตามให้ทันเหมือนเป็นแฟชั่น ถ้าเราหยุดถ้าเราคิดว่าเท่านี้เพียงพอแล้ว เราก็จะตามไม่ทันคนอื่น"

คุณกัญติชาเล่าถึงคำสอนของคุณแม่ศิริพรและแนวทางการปฏิบัติที่เธอทำอยู่เป็นประจำเพื่อพัฒนาและปรับปรุงกิจการของครอบครัวให้ก้าวไปข้างหน้าอยู่ตลอดเวลา

ในขณะที่ตัวของคุณแม่ศิริพรก็ได้ฝากแนวคิดทิ้งท้ายว่าความสำเร็จทางธุรกิจในแง่ของคุณพ่อคุณแม่ถือว่าพอแล้ว การทำธุรกิจจากนี้ทุกอย่างยังคงค่อยเป็นค่อยไปจวบจนถึงวันที่ลูกมาสานต่อเต็มตัว

"วันนี้มาถึงจุดที่ลูกเดินได้เองแล้วก็สบายใจ" คุณศิริพร พูดพร้อมกับระบายยิ้มอย่างเป็นสุข

>คุณวัชรมงคล เบญจธนะฉัตร์

บาธรูมดีไซน์ องค์กรแห่งนวัตกรรม
กับการบริหารแบบปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง

ชื่อของบริษัท บาธรูมดีไซน์ เจ้าของผลิตภัณฑ์และอุปกรณ์สำหรับใช้ในห้องน้ำสัญชาติไทยได้โด่งดังและเป็นที่รู้จักไปทั่วโลก ท่ามกลางสภาพการทางเศรษฐกิจขาลงไปทั่วโลก ในรอบ 2-3 ปี ที่ผ่านมานี้จากการไปกวาดรางวัลด้านนวัตกรรมมากมายจากต่างประเทศจนกลายเป็นแบรนด์ไทยที่โด่งดังระดับโลกไปในที่สุดรวมถึงรางวัลสำคัญคือ ผลงานตามปรัชญาเศรษฐกิจ พอเพียง เชื่อได้ว่า ณ วันนี้ชื่อของบาธรูมดีไซน์ได้กลายเป็นอีกหนึ่งกรณีศึกษาการเติบโตในวงการธุรกิจของไทยไปแล้ว

จุดเริ่มต้นของบาธรูมดีไซน์ เกิดขึ้นในปี 2538 เริ่มจาก **คุณวัชรมงคล เบญจธนะฉัตร์ ประธานกรรมการบริษัท บาธรูมดีไซน์ จำกัด** ได้ตัดสินใจเปิดบริษัทเป็นห้องแถวเล็กๆ ในหมู่บ้านศรีไทยวิลล่า ด้วยทุนจดทะเบียน 1 ล้านบาท และชำระในขณะนั้นเพียง 250,000 บาท เริ่มต้นกิจการด้วยการนำเข้าอุปกรณ์ห้องน้ำ เช่น เครื่องทำน้ำอุ่น จากประเทศสิงคโปร์ ตู้อาบน้ำจากออสเตรเลีย ซึ่งธุรกิจก็ดำเนินไปด้วยดีจนกระทั่งถึงปี 2540 เกิดวิกฤติเศรษฐกิจต้มยำกุ้งขึ้นในประเทศไทย หนี้ของบริษัทบาธรูมดีไซน์ได้เพิ่มขึ้นเป็น 2 เท่าในช่วงข้ามคืน

วิกฤตครั้งนี้ก็ได้กลายเป็นจุดเริ่มต้นของความยิ่งใหญ่ของเขาในวันนี้เพราะเป็นจุดเปลี่ยนที่ทำให้ วัชรมงคล เริ่มคิดถึงการทำให้ธุรกิจยั่งยืนและการพัฒนานวัตกรรม

"ถ้าไม่ปรับตัวก็ตายอย่างเดียว"

เป็นคำที่จุดประกาย ให้เขาคิดพลิกวิกฤต ให้กลายเป็นโอกาสจนสามารถหลุดพ้นจากช่วงวิกฤตเศรษฐกิจต้มยำกุ้งในครั้งนั้นมาได้

คุณวัชรมงคล เล่าถึงสิ่งแรกที่เขาคิดและทำในขณะนั้นคือ ลดการนำเข้าแล้วปรับเป็นผู้ส่งออก ซึ่งการที่จะลดการนำเข้าได้ เขาก็ต้องหาแหล่งผลิตในประเทศ และการเป็นผู้ผลิตในประเทศก็จะต้องมีทีมออกแบบของตัวเองบาธรูมดีไซน์จึงเริ่มมีหน่วยงานออกแบบขึ้นในปี 2541 โดยเริ่มจากออกแบบสินค้าง่ายๆ เป็นสินค้าที่เป็นตัวชั้นวางของในห้องน้ำเรียกว่า "วินเซิร์ฟ" โดยไปจ้างชัพพลายเออร์ผลิต ปรากฏว่าตลาดให้การยอมรับและทำยอดขายได้ดีจนถึงทุกวันนี้

บาธรูมดีไซน์ได้พัฒนานวัตกรรมเพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับผลิตภัณฑ์อย่างต่อเนื่องโดยเมื่อราวๆปี พ.ศ. 2545-2546 ได้เริ่มทำอ่างน้ำวนใบแรกขึ้นภายใต้วิธีคิดว่า

" ถ้าคุณไม่แตกต่างก็ต้องตาย : Differentiate or die "

เพราะทุกคนทำสินค้าเหมือนกันหมดและจากจุดนี้ก็ได้มีการพัฒนา ดีไซน์ เทคโนโลยี นวัตกรรมและวัสดุใหม่ๆ เพื่อสร้างสิ่งใหม่และความแตกต่างจากสินค้าในท้องตลาดตลอดมา และได้เริ่มส่งผลิตภัณฑ์เข้าประกวดในต่างประเทศมากมาย และได้รับรางวัลระดับโลกหลายรางวัล และนำมาซึ่งเรื่องของความรู้จัก และการยอมรับจากตลาดในต่างประเทศ และเป็นจุดเริ่มต้นของการส่งออกอันเนื่องจากสินค้าไม่เหมือนใครในโลกทำให้มีตัวแทนจำหน่ายจำนวนมากที่อยากจำหน่ายสินค้าของบาธรูมดีไซน์

ปัจจุบันบริษัทเป็นบริษัทส่งออกประมาณ 20-25 เปอร์เซ็นต์ของยอดขายในประเทศ โดยมีตัวแทนจำหน่ายใน 30 ประเทศจากทั่วโลกและยังคงใช้แบรนด์เนมภายใต้ชื่อบาธรูมดีไซน์ เป็นตัวทำตลาดทั้งหมด ไม่รับทำ OEM เพราะเกรงว่าจะเดินซ้ำรอยตลาดผู้ผลิตจากจีน หลายๆรายซึ่งสุดท้ายโตไม่ได้

เรียนรู้การสร้างความยั่งยืนจากบาธรูมดีไซน์

คุณวัชรมงคล เล่าถึงหลักในการคิดและบริหารงาน ว่าตนเองมีวิสัยทัศน์ อยู่ 3 ด้าน ดังนี้ **ด้านแรกคือ มิติของงาน** โดยได้ตั้งเป้าให้กับบาธรูมดีไซน์ว่าจะต้องติดอันดับ 1 ใน 5 ของผู้นำสินค้านวัตกรรมห้องน้ำโลก โดยวัดจากการที่บริษัทได้รางวัล ระดับโลกต่อเนื่อง 3 รางวัลภายใน 2 ปี

"ในระยะเวลาราวๆ 2 ปี ที่ผ่านมาเราได้ 10 รางวัล ระดับประเทศและระดับโลกตั้งแต่รางวัลออกแบบระดับโลก รางวัลนวัตกรรมยอดเยี่ยมแห่งปีของสมาคมสถาปนิกสยาม ปีที่แล้วเราได้รางวัลจากสำนักนายกรัฐมนตรีและกรมส่งเสริมการส่งออกเป็นผู้ส่งออกยอดเยี่ยม แบรนด์ยอดเยี่ยม และออกแบบยอดเยี่ยม ในปีเดียวกัน รวมถึงได้ รางวัลธรรมาภิบาลดีเด่นแห่งปี รางวัลผลงานตามปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงอันดับ 2 ของประเทศ"

ด้านที่สอง จะใช้หลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง ขององค์พระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวฯ เป็นหลักในการดำเนินธุรกิจ

ด้านที่สาม จะนำหลักธรรมาภิบาลในการทำงานของทุกภาคส่วนในองค์กร

"ธุรกิจของเราจะไม่ได้มองมิติในเรื่องการทำกำไรสูงสุด บริษัทเราตั้งขึ้นมาไม่ใช่เพื่อการสร้างผลกำไรสูงๆ แต่ต้องการทำให้ทุกคนมีความสุขทำประโยชน์ให้กับสังคมมากที่สุด" คุณวัชรมงคล กล่าวย้ำพร้อมอธิบายถึงหลักการนำเอาปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงมาประยุกต์ใช้ในธุรกิจว่านำมาใช้ 3 หลักด้วยกัน คือ พอประมาณ ความมีเหตุมีผล และมีภูมิคุ้มกัน โดยเฉพาะในเรื่องของความพอประมาณ" คุณวัชรมงคล กล่าวพร้อมเล่าว่า

ที่บาธรูมดีไซน์มีหน่วยงานที่อาจถือได้ว่าเป็นบริษัทเดียวในประเทศไทยที่มีคือ**"สำนักเศรษฐกิจพอเพียง"** อยู่ภายใต้การดูแลของกรรมการผู้จัดการโดยตรงซึ่งก็คือภายใต้การดูแลของ คุณวัชรมงคล นั่นเอง หน้าที่ของสำนักนี้จะมีส่วนหน่วยงานที่ตั้งขึ้นมาเพื่อดูในเรื่องต่างๆ 4 ส่วนงานด้วยกันคือ

ส่วนแรกดูแลเรื่อง Risk Management หรือการพิจารณาปัจจัยความเสี่ยงทางธุรกิจทั้งภายในและภายนอกแล้วหาทางป้องกัน หน่วยงานนี้ต้องการบุคลากรที่มีความละเอียดรอบคอบ

ส่วนที่สอง Cash Flow Management คุณวัชรมงคล มองว่า SMEs ส่วนใหญ่นั้นมักจะเกิดปัญหาสภาพคล่องเยอะ โดยเฉพาะในช่วงเศรษฐกิจไม่ดี สำหรับบาธรูมดีไซน์หน่วยงานนี้จะไม่ได้ดูแค่สภาพคล่องขององค์กรเพียงแค่ว่า จะซื้อเร็วจ่ายช้า หรือซื้อช้าจ่ายเร็ว แต่จะบริหารจัดการตารางการชำระเงินของบริษัทให้มีความเหมาะสมรวมถึงการหาแหล่งเงินกู้เข้ามาชดเชยในระยะสั้นและระยะยาวจึงต้องมีการวิเคราะห์เรื่อง Financial Ratio ตลอดเวลา หน่วยงานนี้ต้องการบุคลากรที่มีความรู้เรื่องการเงินกับบัญชี

ส่วนที่สาม Cost Management เป็นอีกส่วนที่สำคัญซึ่งจากประสบการณ์ค้าของคุณวัชรมงคล พบว่า SMEs ส่วนใหญ่มักไม่รู้ต้นทุนที่แท้จริงของตนเอง ยิ่ง SMEs ที่มีหลายบัญชียิ่งมีปัญหา โดยเฉพาะในเรื่องสต็อคหากไม่ตรงมีปัญหาแน่ที่บาธรูมดีไซน์ มีบัญชีเดียว เพราะในกรณีเข้าไปขายงานโครงการลูกค้าจะซื้อสินค้าเยอะแต่กำไรต่อหน่วยที่บริษัทได้รับจะต่ำมาก ในกรณีนี้หากบริษัทคำนวณต้นทุนได้ไม่ดีและไม่รอบคอบพออาจจะขาดทุน ไม่ใช่ว่าตั้งหน้าตั้งตาขาย ขาย ขาย ขาย และคิดว่ากำไร แต่เมื่อมาพิจารณาดูจริงๆแล้วพบว่าขาดทุน ซึ่งจุดนี้ คุณวัชรมงคล มองว่าสำคัญมาก

เรื่องที่สี่ CSR หรือ Corporate Social Responsibility จะเป็นการเข้ามาดูว่าองค์กรจะเข้าไปช่วยตอบแทนสังคมได้อย่างไร หรือมีวิธีลดต้นทุนลดค่าใช้จ่ายโดยรวมให้กับพนักงานขององค์กรได้อย่างไร

เคล็ดวิชาบริหารธุรกิจของ วัชรมงคล เบญจธนะฉัตร์ แห่งบาธรูมดีไซน์

คุณวัชมงคล เบญจธนะฉัตร์ แห่งบาธรูมดีไซน์ กล่าวถึงหลักที่ใช้ในการบริหารกิจการของตนเอง ว่าได้ให้ความสำคัญที่สุดในสองเรื่อง

เรื่องแรกคือการบริหารสภาพคล่องหรือเงินหมุนเวียน(Cash Flow) สำหรับเขาแล้วการบริหารเรื่องกำไรขาดทุนมีความสำคัญรองลงมาจากเรื่องสภาพคล่อง เพราะถ้าบริหาร Cash Flow ไม่ดีโอกาสที่เงินจะขาด แล้วไม่มีจ่ายค่าสินค้า ทำให้เสียเครดิตหรือโอกาสที่พนักงานไม่ได้รับเงินเดือนมีสูง ซึ่งหัวใจของการบริหารจะต้องมองไปข้างหน้าไกลๆ แล้วจะต้องวิเคราะห์ อัตราส่วนทางการเงินให้เป็น

หลักคิดของ คุณวัชรมงคล ในเรื่องนี้คือ ส่วนอัตราส่วนกู้หรือหนี้สินต่อทุนไม่ควรเกิน 1 หมายถึงถ้าเรามีทุน 1 ล้านบาท การกู้เงินก็ไม่ควรเกิน 1 ล้านบาท ดังนั้นหากกู้เกินคือเกินตัวไป โอกาสผิดพลาดจะสูง เพราะถ้าเราควบคุมตรงนี้ให้ดีก็จะกู้ไม่สูง จึงจะไม่เหนื่อยมากรวมถึงการใช้จ่ายนั้นจะต้องดูเรื่อง Cash In ไม่ควรจะน้อยกว่า Cash Out หรือถ้า Cash Out ควรจะน้อยกว่า Cash In เช่นเดือนนี้มีรายได้ 1 ล้านบาท จะใช้สัก 1.5 ล้าน หรือ 2 ล้านบาท ก็ต้องคิดดูก่อนเลื่อนไปเดือนหน้าได้ไหม จะซื้อของสต็อคปลายเดือนแล้วขอจ่ายเงินเป็นเดือนหน้าได้ไหม

เรื่องที่สองก็คือเรื่องของบุคลากร คุณวัชรมงคลมีข้อคิดในเรื่องนี้ว่า "คน" อย่าให้มีมาก เพราะเรื่องคนนี้เพิ่มง่ายแต่ลดยากแล้วยิ่งมีน้อยแต่เราให้สวัสดิการดีพนักงานจะทำงานมากกว่าเงินเดือน มีรูปแบบการทำงาน เหมือนกับเป็นคนในครอบครัวเดียวกัน แล้วพนักงานก็จะทุ่มเทตอบแทน

ที่บาธรูมดีไซน์มีสวัสดิการให้พนักงานในเรื่องของการศึกษามีทุนการศึกษาให้เรียนตั้งแต่ปวช.จนถึงปริญญาโท โดยไม่มีข้อผูกมัดปัจจุบันพนักงานของบริษัทจบ MBA หลายคน รวมถึงปริญญาโทสาขาด้านโรบอตหรือหุ่นยนต์ คุณวัชรมงคลมองว่าลูกพนักงานก็เหมือนหลานมีการให้ทุนการศึกษาลูกพนักงานตั้งแต่อนุบาลพนักงานบางคนปริญญาตรียังให้ทุน รวมถึงมีเงินกู้ยืมไม่มีดอกเบี้ย ในกรณีฉุกเฉินมากู้ยืมได้

ที่บาธรูมดีไซน์นอกจากมีสวัสดิการเลี้ยงข้าวกลางวันพนักงานจะได้หยุดวันเกิด มีเค้กวันเกิด มีการร้องเพลงแฮ็ปปี้เบิร์ดเดย์ให้พนักงาน เพื่อแสดงออกถึงการให้ความสำคัญกับเขา มีจับฉลากของขวัญวันเกิดให้รางวัลเป็นเงินสดมูลค่า1,000บาท เงินสด 500 บาท รางวัลต่ำที่สุดคือ ตั๋วหนัง 2 ใบ

โดยวันนั้นจะเน้นให้พนักงานให้พาพ่อแม่ไปทำบุญ ตอนเช้า ส่วนตอนเย็นเอาเงินที่เหลือไปกินข้าวกับ ครอบครัวแล้วจะต้องถ่ายรูปกลับมาให้ที่บริษัทดูด้วย เพื่อให้มีความสุขร่วมกัน

"ถ้าพนักงานเห็นว่าเราให้ความสำคัญตั้งแต่ระดับพนักงานในโรงงานจนถึงกรรมการผู้จัดการเท่ากันหมดเขาจะรู้สึกว่าทำไมต้องไปขวนขวายหาที่อื่นแล้วให้มีมุมมองว่าความสุขไม่ได้เกิดจากวัตถุแต่เกิดจากภายในที่มีความสุขเขาอยู่ตรงนี้ก็มีความสุขแล้วและที่สำคัญต้องทำตัวให้เป็นตัวอย่างด้วย เช่น หากไปบอก ให้เขาประหยัดแต่ตัวเองไม่ประหยัดเขาก็ไม่เชื่อ"

ปัจจุบันคุณวัชรมงคล ใช้รถกระบะอยู่ทาวเฮ้าส์ราคาไม่ถึงล้านบาท วันหนึ่งๆมีบัญชีรายรับรายจ่ายส่วนตัวไม่เกิน 100 บาท เพราะต้องบังคับตัวเองทำให้เป็นตัวอย่างให้กับพนักงาน

>โดย บุริม โอทกานนท์

กรณีศึกษา
เรื่องมูร์ร่าห์ฟาร์มกับผลิตภัณฑ์นมควาย

"นมควาย"คำนี้คงทำให้หลายๆคนรู้สึกชะงักพอสมควร พร้อมกับคำถามที่ติดตามมาคือดื่มได้ด้วยหรือ เหม็นสาบรึเปล่า และคงตัดสินใจส่ายหน้าว่า ไม่ขอรับค่ะ ไม่ขอรับครับ .....

แต่ครอบครัวของ คุณชาริณี ชัยยศลาภ ผู้ประกอบการธุรกิจจากฉะเชิงเทรารายนี้กลับลงทุนและดำเนินกิจการธุรกิจ 'ฟาร์มควาย' และร้านขายนมควาย ภายใต้ชื่อมูร์ร่าห์ฟาร์ม อย่างเป็นระบบและครบวงจรเป็นแห่งแรกของประเทศไทย เพื่อเป็นการหลีกหนีน่านน้ำสีเลือดของธุรกิจนมวัว และธุรกิจโคนมเพื่อไปขาย

ทั้งนี้การนำ "ผลิตภัณฑ์นมควาย"เข้าสู่ตลาดนั้นก็ไม่ใช่เรื่องที่ง่ายสิ่งที่เป็นปัญหาอย่างมากในการทำธุรกิจขายนมและผลิตภัณฑ์อื่นๆที่มาจากนมควายนั้นไม่ใช่เรื่องที่จะทำกันได้อย่างง่ายๆเหมือนพลิกฝ่ามือ โดยเฉพาะอย่างยิ่งในเรื่องของการรับรู้ของผู้บริโภคที่มีต่อนมและผลิตภัณฑ์จากน้ำนมควาย

คุณชาริณีเล่าถึงที่มาของชื่อ มูร์ร่าห์ฟาร์ม ว่ามาจากชื่อของสายพันธุ์ควายนมคือ สายพันธุ์มูร์ร่าห์ ซึ่งหลายท่านคงอาจจะแปลกใจว่าตั้งฟาร์มควายแล้วทำไมไม่ใช้ควายสายพันธุ์ของไทย เราทำไมต้องใช้สายพันธุ์จากต่างประเทศด้วยซึ่งเธอได้อธิบายแนวคิดคร่าวๆให้ฟังว่า ควาย ที่อยู่ในบ้านเรานั้นสามารถแบ่งออกได้หลักๆ เป็น 2 ประเภท คือ ควายปลักหรือ Swamp Buffalo (ควายสายพันธุ์ไทย) และ ควายแม่น้ำหรือ River Buffalo (ควายสายพันธุ์ต่างประเทศ) ความแตกต่างของควายทั้งสองสายพันธุ์หลักๆ ที่เห็นได้ชัดคือควายปลักนั้นชอบที่จะแช่ในปลักโคลน ให้น้ำนมต่ำคือประมาณ 1-2 ลิตรต่อวัน และควายปลักนั้นมักจะถูกนำมาใช้ในด้านแรงงาน ทำนา ทำไร่สายพันธุ์มูร์ร่าห์ที่เธอนำมาเลี้ยงในฟาร์มนั้นเป็นควายที่อยู่ในแถบประเทศอินเดีย ปากีสถาน และยุโรปตะวันตกอย่างเช่นประเทศบัลกาเรียส่วนควายแม่น้ำนั้นไม่ชอบแช่ปลักโคลนแต่ชอบที่จะแช่ตัวอยู่ในแม่น้ำมากกว่าแต่ควายในสายพันธุ์นี้เป็นควายสามารถให้น้ำนมได้สูงคือประมาณ 5-7 ลิตรต่อวัน คุณชาริณีได้กล่าวถึงคุณค่าทางโภชนาการของน้ำนมควายนั้นไม่ได้น้อยหรือมีความด้อยค่าไปกว่าน้ำนมจากวัวหรือแพะเลยซึ่งจะเห็นได้จากตารางเปรียบเทียบที่นำมาแสดงให้ดู

ส่วนประกอบ	หน่วย	นมวัว	นมควาย	นมแพะ
โปรตีน	(กรัม)	3.2	4.5	3.1
แคลเซี่ยม	(หน่วย)	120	195	100
ไขมัน	(กรัม)	3.9	8.0	3.5
คาร์โบไฮเดรท	(กรัม)	4.8	4.9	4.4
พลังงาน	KG.L	6.6	110	60
	KG.J	275	463	253
น้ำตาล(แลคโตส)	(กรัม)	4.8	4.9	4.4
กรดไขมันอิ่มตัว	(กรัม)	2.4	4.2	2.3
คอเลสเตอรอล	(มิลิกรัม)	14.0	8.0	10.0

http://www.buffalomilk.co.uk/id20.htm

"องค์ประกอบแร่ธาตุต่างๆ ของน้ำนมควายนั้นมีสูงกว่าน้ำนมวัวเสียด้วยซ้ำแต่กลับมีปริมาณของคอเลสเตอรอลต่ำกว่าทั้งน้ำนมที่มาจากวัวและแพะ"คุณชาริณีกล่าว

พร้อมให้ข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์จากนมควายว่าถึงแม้ว่าจะยังไม่เป็นที่รู้จักมากนักในบ้านเราแต่ผลิตภัณฑ์เหล่านี้กลับเป็นที่นิยมอย่างมากในการใช้เป็นเครื่องประกอบการปรุงอาหารที่เรารู้จักกันมากก็คือเนยแข็งมอสเซเรล่า ราคาชีสที่ปกติต้องนำเข้ามาทำอาหารนั้นสูงถึงประมาณกิโลละพันบาทซึ่งก็ถูกใช้มากในการปรุงอาหารอิตาเลียนที่ขึ้นชื่อหลายๆเมนู นอกจากนี้น้ำนมควายยังสามารถแปรรูปน้ำนมเป็นผลิตภัณฑ์อื่นๆได้อีกมากมายไม่ว่าจะเป็น โยเกิต นมสด ขนมเค็ก น้ำมันเนย(กีร์)คาปรีเช่สลัดซึ่งผลิตภัณฑ์จากนมนั้นเป็นที่ชื่นชอบในกลุ่มชาวต่างชาติที่อาศัยอยู่ในเมืองไทย

คุณชาริณีเล่าถึงผลิตภัณฑ์จากนมควายที่ออกมาจากมูร์ร่าห์ฟาร์ม ว่า จะถูกนำมาจำหน่ายที่ร้าน 'มูร์ร่าห์ คาเฟ่ แอนด์ บิสโทร' ซึ่งตั้งอยู่ในหมู่บ้านสัมมากร ถนนรามคำแหง 112 ซึ่งร้านนี้ก็เป็นที่นิยมของชาวต่างชาติ และชาวไทยในแถบหมู่บ้านสัมมากรที่เริ่มสนใจกับผลิตภัณฑ์จากนมควายกันมากขึ้นเรื่อยๆจนกำลังจะขยับขยายร้านให้กว้างขวางมากขึ้นในเร็ววันนี้

เริ่มศึกษาตลาดเพื่อขยายฐานลูกค้า

คุณชาริณียอมรับว่ายังมีชาวไทยเป็นจำนวนมากที่ยังไม่รู้และไม่เคยลิ้มลองนมและผลิตภัณฑ์นมจากควาย และหลายคนก็ไม่กล้า ซึ่งก็เป็นคำถามที่ตามมาว่า

'คนไทยนั้นมีภาพของความรู้สึกนึกคิดต่อนมควายเป็นอย่างไร'

ทำให้เกิดการทำ Workshop ด้วย Mental Map ขึ้นให้ผู้เข้าร่วมทดสอบต่างได้ทำการสร้างภาพคิดเชื่อมโยงในใจ (Metal Associations)ว่าเมื่อนึกถึงนมควาย แล้วสิ่งที่เกี่ยวพันกับนมควายนั้นมีอะไรกันบ้าง ซึ่งจำนวนผู้ที่ร่วมทำ Mental Map ครั้งนี้ มีจำนวน 38 คนและแบ่งออกเป็น 4 กลุ่ม โดยในกลุ่มผู้ทำ Workshop นี้ไม่มีใครเคยได้ทานนมควายมาก่อนหลังจากการทำ Workshop เสร็จสิ้นสามารถประมวลสรุปสิ่งที่เชื่อมโยงเกี่ยวข้องกับนมควายได้ดังรูปแสดงด้านบน

จากแผนภาพด้านบนจะเห็นได้ว่าทัศนคติที่เชื่อมโยงกับนมควายนั้นสามารถแบ่งออกได้เป็น 3 ด้านหลักๆ คือ ด้านภาพลักษณ์ ด้านสารอาหาร และด้านรสชาติ ซึ่งทั้งสามด้านนั้นผู้ที่ร่วมทำ Workshop แสดงสิ่งในใจที่เชื่อมโยงกับน้ำนมควายออกมาในเชิงลบซึ่งมองว่าน้ำนมควายนั้นเป็นเรื่องที่ไกลตัวมีภาพลักษณ์ที่แสดงออกถึงความด้อย ในขณะที่รสชาตินั้นจะแตกต่างกับนมวัวที่หลายคนได้บริโภคเป็นประจำความคาวและความเหม็นสาป และดูไม่น่าทานนั้นจะถูกพบในแทบทุกกลุ่ม ในขณะที่ด้านสารอาหารนั้นผูกโยงกับความข้นมีไขมันเยอะและไม่ค่อยปลอดภัย

ซึ่งหลังจากการทำ Workshop นี้เสร็จสิ้น ผู้ที่ร่วมทำ Workshop ก็มีโอกาสได้ทดลองดื่มนมควายจากร้าน 'ร้านมูร์ร่าห์ คาเฟ่ แอนด์ บิสโทร' ซึ่งหลังจากดื่มนมและทดลองชิมโยเกิตและชีสที่ทำจากนมควายแล้ว

พบว่าทัศนคติของผู้ร่วมทำ Workshop ที่มีต่อนมควายเปลี่ยนไปโดยเฉพาะเรื่องของรสที่ไม่ได้มีความคาวหรือเหม็นสาปอย่างที่หลายคนคิดก่อนได้ทดลอง แต่อย่างไรก็ตามจาก Workshop ที่ได้ทำไปพบว่าทัศนคติของคนที่มีต่อนมควายนั้นยังอยู่ในภาพเชิงลบเสียเป็นส่วนใหญ่ซึ่งหากคุณชาริณีต้องการที่จะสร้างแบรนด์มูร์ร่าห์ให้ติดตลาดเปลี่ยนพฤติกรรมการดื่มนมของคนทั่วไปให้หันมาดื่มนมควายให้มากยิ่งขึ้นนั้นก็คงจะไม่ใช่เรื่องทำกันง่ายๆ

คุณชาริณี เล่าถึงผลจาก Workshop ว่าทำให้ตนเองได้ทราบว่าการเริ่มต้นสร้างแบรนด์นมควายนั้นไม่ใช่จากการเริ่มพัฒนาคุณภาพและรสชาติของผลิตภัณฑ์แต่อย่างเดียวในตอนเริ่มต้นแต่ต้องสร้างการตระหนักรู้ปรับเปลี่ยนการรับรู้ของผู้บริโภคที่มีต่อนมควายในช่วงเริ่มต้นของการสร้างแบรนด์ไปพร้อมๆกันซึ่งเธอมีแผนที่จะสร้างการรับรู้ของผู้บริโภคโดยเลือกใช้สื่อการสื่อสารที่มีลักษณะของความเป็นแมส (Mass Media) เพื่อให้เกิดการตระหนักรู้ความเข้าใจสินค้าและรับรู้ภาพลักษณ์ของนมควายและผลิตภัณฑ์จากนมควายในมุมมองที่เปลี่ยนไปจากเดิมสื่อเช่น นิตยสาร ป้ายโฆษณากลางแจ้ง หรือการทำข่าวประชาสัมพันธ์ไปยังสื่อมวลชนการจัดให้นักข่าวได้มีโอกาสเข้าเยี่ยมชมกิจการฟาร์ม หรือการเป็น ผู้ให้ความรู้แขกรับเชิญ

นอกจากจะกระตุ้นให้เกิดการตระหนักรู้แล้ว เธอยังได้วางแผน ดำเนินการที่ทำให้ผู้บริโภคได้มีโอกาส สัมผัส ชิม ดื่ม หรือได้ทดลองทาน ซึ่งนับว่าเป็นกลเม็ดอีกประการที่จะทำให้ผู้ไม่เคยรู้จักได้รู้จัก ผู้ที่รู้จักแต่ไม่เคยลองได้ลิ้มลอง ทั้งนมและอาหารที่มาจากผลิตภัณฑ์นมควายเช่น การออกงานแสดงสินค้า การตั้งบูธ (kiosk) ภายในร้านค้า ย่านชุมชนบ้างเป็นครั้งคราวและจัดให้มีสินค้าตัวอย่าง ในการทดลองดื่ม ทดลองชิม ในช่วงเวลาสั้นๆก็อาจจะช่วยกระตุ้นการบริโภคนมควายได้อีกวิธีหนึ่ง หรือแม้กระทั่งการวางแผนที่จะหาลูกค้าประจำ เช่น การส่งนมให้ตามบ้านหรือหมู่บ้านในแถบที่ **'ร้านมูร์ร่าห์คาเฟ่ แอนด์ บิสโทร'** ครอบคลุมได้ถึง ก็จะกระตุ้นการรับรู้การบริโภคสินค้าได้มากยิ่งขึ้น

จากกรณีศึกษานี้อาจจะเห็นได้ว่าแม้มูร์ร่าห์ฟาร์มจะดูเหมือนเป็นทะเลสีครามที่แทบจะไม่ค่อยมีคู่แข่งแหวกว่ายอยู่ แต่แบรนด์ใหม่แบรนด์นี้ก็ต้องเผชิญกับปัญหาในด้านความรู้สึกนึกคิดของผู้บริโภคที่มีต่อนมควายซึ่งผู้บริหารคงต้องทำความเข้าใจให้ดีกับความรู้สึกนึกคิดของผู้บริโภคเพื่อปรับเปลี่ยนทัศนคติเกี่ยวกับควายที่มีอยู่แต่เดิมให้เปลี่ยนไปและหากมูร์ร่าห์ฟาร์ม สามารถทำได้ทะเลสีครามที่เคยเชี่ยวกรากก็อาจจะกลายเป็นทะเลสงบที่เต็มไปด้วยรอยยิ้มได้ในอนาคตอันใกล้

มูร์ร่าห์คาเฟ่แอนบิสโทร
ตั้งอยู่ที่ 36/4 หมู่บ้านสัมมากร ถ.รามคำแหง 112
กรุงเทพฯ 10240
โทร.086-777-4515, 02-373-2992

PASAYA
แบรนด์ไทยสู่แบรนด์โลก

เรียบเรียงโดย พศ.ดร.ธนพล วิราสา
ประธานสาขาการผู้ประกอบการและนวัตกรรม วิทยาลัยการจัดการมหาวิทยาลัยมหิดล

เมื่อเร็วๆนี้ผมได้พานักศึกษาของผมไปเยี่ยมบริษัท ชาตินสิ่งทอ หรือที่เรารู้จักกันในชื่อของสินค้า *PASAYA*

เมื่อถึงโรงงานที่จังหวัดราชบุรีและได้เข้าไปในอาคารที่ชื่อ *Casamatta* หรือมาจากภาษาอิตาลีที่แปลว่า"บังเกอร์" เข้าสู่ห้องนิทรรศการและเป็นห้องที่จัดไว้ต้อนรับแขกที่จะเข้ามาเยี่ยมชมบริษัท ที่มีการออกแบบเป็น *hall* รูปวงกลม และจัดแสดงผลิตภัณฑ์ต่างๆ ของบริษัทไว้โดยรอบ ผมรู้สึกได้ถึงสิ่งที่แตกต่างของบริษัทชาตินฯ จากบริษัททั่วไป

คุณประโมทย์ เมธางกูร ผู้จัดการทั่วไป ของบริษัทที่มาเป็นผู้ให้การต้อนรับคณะของเรา ได้เล่าถึงที่มาของชื่อนี้ว่า คุณชะเล และผู้บริหารของบริษัทได้ให้คำอธิบายไว้ว่า **"PASAYA" มาจากคำว่า "แพศยา"** ในภาษาไทยถ้าคนที่เคยเรียนวรรณคดีไทยมาก็ให้นึกถึงนางวันทองในเรื่องขุนช้างขุนแผน แต่ถ้าอธิบายให้คนต่างประเทศฟังก็ให้เค้านึกถึง พระนางคลีโอพัตรา ที่ทำให้ทั้งซีซาร์กษัตริย์ของอาณาจักรโรมันและแม่ทัพเอกอย่างมาร์คแอนโทนีตกหลุมรักเพื่อประโยชน์ทางการเมืองของตัวเอง

นักศึกษาของผมคนหนึ่งถามว่า แล้วทำไมต้องเป็น "แพศยา" คุณประโมทย์ได้ตอบว่า **"แพศยา"** หมายถึง **"ผู้หญิงที่คิดนอกกรอบจารีต เป็นผู้หญิงที่มีความโดดเด่น มีความงามและมีความเป็นตัวของตัวเอง"** ผมเลยถามต่อว่าผู้บริหารคงไม่ได้เพียงแค่ต้องการสื่อถึงตัวสินค้าอย่างเดียวใช่หรือไม่ แต่ต้องการสื่อถึง **"corporate brand image"**

คุณประโมทย์บอกว่า ไม่สามารถยืนยันสิ่งที่ผู้บริหารคิดได้ แต่จากสิ่งที่เห็นจากการทำงานมาที่บริษัทน่าจะเป็นสิ่งที่ผู้บริหารต้องการสร้างขึ้นมาให้มีความโดดเด่นเช่นเดียวกับแบรนด์ระดับโลกอย่าง "GUCCI" หรือ "PRADA" สิ่งนี้เป็นสิ่งที่น่าสนใจมาก เพราะแสดงให้เห็นว่าผู้บริหารของบริษัทซึ่งเป็นผู้ประกอบการไทยรู้ว่าตัวเองอยู่ในธุรกิจอะไร และต้องทำอะไรเพื่อเดินไปสู่จุดไหนในธุรกิจนี้

คุณประโมทย์ได้เล่าว่า บริษัทชาติน สิ่งทอ ในปัจจุบันนั้นอยู่ในธุรกิจ home textile เป็นผู้ผลิตสิ่งทอสำหรับใช้ในบ้านและอาคาร เช่น ผ้าม่าน ผ้าหุ้มเบาะเฟอร์นิเจอร์ ชุดเครื่องนอน ผ้าเช็ดมือ เดิมก่อนปี 2529 บริษัทเป็นผู้ประกอบการทอผ้าขนหนู มีโรงงานตั้งอยู่ที่พระประแดง สมุทรปราการ ในปี 2530 บริษัทได้มองเห็นโอกาสในประเทศไทยที่ยังไม่มีการทอสินค้า home textile และต้องสั่งจากต่างประเทศเป็นหลัก จึงได้เริ่มการทอผ้าสำหรับสินค้า home textile จนกระทั่งปี 2538 ได้มองเห็นว่าบริษัทยังขาดเรื่องการย้อมซึ่งเป็นกิจกรรมที่ใช้พื้นที่มาก ผู้บริหารจึงได้มาสร้างโรงงานใหม่ที่จังหวัดราชบุรี ปัจจุบันโรงงานมีพื้นที่ 150 ไร่ สำหรับทำการผลิต และได้สำรองพื้นที่ไว้อีก 400 ไร่สำหรับกิจกรรมในอนาคต

สิ่งที่ PASAYA ได้สร้างธุรกิจของตนเองขึ้นมาได้ยืนยันความเชื่อของผม เกี่ยวกับการสร้างความสามารถในการแข่งขันของผู้ประกอบการในภาคการผลิตของไทยที่ว่า จุดแข็งของประเทศไทยที่จะแข่งขันกับประเทศอื่นในโลกได้ อยู่ที่การผสมผสานความสามารถใน 3 ด้าน คือ design technology และ craftsmanship และนำมาใช้กับธุรกิจและการพัฒนาตัวสินค้าของตนเองให้ได้อย่างโดดเด่น

"การป้องกันการลอกเลียนแบบที่ดีที่สุด คือการคิดให้ได้ว่าทำอย่างไรจึงทำให้ไม่สามารถลอกเลียนแบบได้"

บริษัท ชาตินฯ ไม่ได้แค่ทำ design เฉพาะลวดลายบนผ้า แต่ทำ design ไปถึงเส้นด้ายที่นำมาใช้ว่าจะมีองค์ประกอบของวัตถุดิบอย่างไรเช่นมีฝ้ายกี่เปอร์เซ็นต์ มี polyester กี่เปอร์เซ็นต์ และคิดว่าเมื่อนำมาใช้ร่วมกันแล้วจะทำให้เกิดคุณสมบัติกับชิ้นงานอย่างไร ซึ่งสิ่งเหล่านี้สะท้อนออกมาในความโดดเด่นของเนื้อผ้าและการนำคุณสมบัติเหล่านี้มาใช้ในการออกแบบลายผ้า

นอกจากนี้บริษัทฯยังได้นำองค์ความรู้ดังกล่าวมาประยุกต์ใช้กับเทคโนโลยีกระบวนการผลิตที่พัฒนาขึ้นมาเอง เช่น เทคนิคการผสมผสานการใช้เส้นด้ายที่มีวัสดุแตกต่างกันในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ ตัวอย่างเช่น การทอให้เป็น 3 มิติ การย้อมผ้าและเคลือบสารที่ทำให้ผ้ามีคุณสมบัติตามที่ต้องการ เป็นต้น

บริษัทแห่งนี้มีพนักงานในโรงงานราชบุรีกว่า 800 คน มีทีมออกแบบเป็นคนไทยทั้งหมด มีทีมวิจัยและพัฒนากว่า 20 คน บริษัทได้คำนึงถึงคุณภาพชีวิตของพนักงาน บริษัทรู้ว่าสิ่งที่จะทำให้บริษัทคงความสามารถในการแข่งขันในธุรกิจนี้ได้ คือฝีมือของพนักงานและต้องการรักษาพนักงานที่มีฝีมือเอาไว้ และบริษัทคิดว่าทำอย่างไรจะทำให้พนักงานรู้สึกเป็นส่วนหนึ่งในครอบครัวเดียวกันไม่ใช่บริษัทส่วนบริษัท หรือพนักงานส่วนพนักงาน

นโยบายที่ชัดเจนของบริษัทฯ คือการดูแลพนักงานให้มีคุณภาพชีวิตที่ดี ด้วยการจัดหาที่รับประทานอาหารที่สะอาด ออกแบบอย่างสวยงาม มีอาคาร Octospider (มีรูปร่างคล้ายปลาหมึกผสมกับแมงมุม) ที่เป็นโรงอาหารและเป็น landmark ของบริษัท มีบ้านพักพนักงานรูปแบบ resort มีความสะดวกสบายไม่ใช่ห้องเล็กๆ เป็นแฟลตแบบทั่วไป แต่เป็นที่พักอาศัยที่เหมาะสมเหมือนอยู่กับบ้าน และกินอยู่อย่างเท่าเทียมกัน

การออกแบบอาคารก็คำนึงถึงสภาพแวดล้อมในการทำงานของพนักงานเช่น อาคารโรงย้อมที่ต้องทำงานกับเครื่องจักร ที่มีอุณหภูมิสูงถึง 100 องศา อากาศโดยรอบมีอุณหภูมิกว่า 40-50 องศา ก็ออกแบบเป็นอาคารเปิด 4 ด้าน ช่วยลดอุณหภูมิภายในโรงงานลงได้เมื่อพนักงานมีความรู้สึกผ่อนคลายไม่ตึงเครียด การใช้ฝีมือจะทำได้ดีขึ้น นั่นหมายถึงคุณภาพและประสิทธิภาพของการทำงาน

นอกจากการผสมผสานความสามารถทั้ง 3 ด้านแล้ว ผู้บริหารของบริษัทยังมีแนวคิดว่า "สังคมอยู่ไม่ได้ธุรกิจของเราก็อยู่ไม่ได้" พื้นที่ 150 ไร่ของบริษัทนอกจากพื้นที่ตัวโรงงานยังประกอบด้วยพื้นที่สำหรับบำบัดน้ำเสียด้วยระบบธรรมชาติ ใช้ต้นกกต้นธูปฤาษีและนำเอาธรรมชาติเข้าไปไว้ในพื้นที่อาคารของโรงงานสำหรับพื้นที่400ไร่นี้เป็นพื้นที่สำหรับการทำกิจกรรมรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อมบริษัทได้ร่วมสนับสนุนกิจกรรมค่ายลูกเสือโลก โดยการออกแบบ Royal napkins และ Royal table set เพื่อนำรายได้จากการขายไปสนับสนุนกิจกรรมของลูกเสือ นั่นคือการตอบแทนต่อลูกค้าของบริษัท คือชาวยุโรป

คุณประโมทย์ได้ทิ้งท้ายเกี่ยวกับแนวคิดของผู้บริหารของบริษัทฯว่าผู้บริหารของบริษัทฯ นั้นมีกรอบคิดที่กว้างโดยพยายามสร้างเครือข่ายให้มีสังคมที่ใหญ่ก่อนจะคิดถึงเรื่องเงิน หลักปรัชญาที่ผู้บริหารได้ให้ไว้และตั้งเอาไว้ที่หน้าโรงงานคือ

" ปัจจุบันเป็นเหมือนตัวแบ่งของกาลเวลาระหว่างอดีตและอนาคตถ้าเรามองย้อนกลับไปก็จะมองเห็นอดีต และถ้ามองไปข้างหน้าก็จะเห็นอนาคต ("Present" is the separator of time at which 'past' and 'future' are divided. If the present is transparent and not distorted. ...)

"โครงการบูรณาการอุตสาหกรรม สู่การพัฒนายุคใหม่" นำ SMEs สู่เศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์ และนวัตกรรม

ณ ปัจจุบันประเทศไทยได้เดินเข้าสู่ภาวะแรงกดดัน หรือสถานการณ์ Nutcracker เช่น เดียวกันกับหลายประเทศ เนื่องจากมีคู่ค้าคู่แข่ง รวมทั้งสภาพเศรษฐกิจที่บีบรัดประเทศไทยเข้ามาทุกด้าน ถูกคุกคามเสรีภาพด้านความคิด ถูกคุกคามทางด้านปรัชญาภูมิปัญญาไทย จึงถูกท้าทายการดำรงชีวิตและวิถีไทยจึงถูกดัดแปลง ดังนั้นการที่ประเทศไทยจะต่อกรกับผู้คุกคามในยุคโลกาภิวัฒน์และกลับมายืนอยู่แนวหน้าในสนามรบของเศรษฐกิจโลกได้ประเทศไทยจำเป็นต้องปรับกระบวนทัศน์ของอุตสาหกรรมใหม่ให้ทันสมัยและสามารถแข่งขันในเวทีโลกได

หลักการดังกล่าวนี้ถือเป็นทางออกที่มั่นคงและยั่งยืน โดยมีปัจจัยสำคัญดังนี้

- *อุตสาหกรรมไทยต้องสร้างความแตกต่าง (Differentiate)*
- *อุตสาหกรรมไทยต้องขึ้นระดับผู้นำเทรนด์ (Move Demand Chain)*
- *อุตสาหกรรมไทยต้องเปิดหน้าอุตสาหกรรมใหม่ (Open New Frontier)*
- *อุตสาหกรรมไทยต้องสร้างบุคลากรใหม่ (Build People)*
- *อุตสาหกรรมไทยต้องปรับโครงข่ายซัพพลายใหม่ (Adjust Supply Chain)*
- *อุตสาหกรรมไทยต้องกล้าประกาศ (Express It)*

ด้วยหลักการข้างต้น กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม กระทรวงอุตสาหกรรมโดยผ่านการดำเนินงานของสำนักพัฒนาอุตสาหกรรมรายสาขา(สพข.กสอ.)และความร่วมมือจากบริษัทเอ็มแชดดี จำกัด ซึ่งเป็นบริษัทที่ปรึกษาด้านการออกแบบและการตลาดแบบครบกระบวนการ (Design Solution Provider) จากประเทศอิตาลี จึงได้เกิด"โครงการบูรณาการอุตสาหกรรมสู่การพัฒนายุคใหม่" (Industry Integration by Innovation "iii") หรือ "ทริปเปิลไอ" หรืออีกชื่อเรียกว่าโครงการ "การบูรณาการอุตสาหกรรมด้วยนวัตกรรม"

โครงการดังกล่าวนี้ได้สร้างปรากฏการณ์ใหม่ให้กับอุตสาหกรรมไทยด้วยการประกาศเทรนด์สินค้าที่มีอัตลักษณ์แบบไทยโดยอาศัยแนวคิด Matrix Model จากนักออกแบบชาวอิตาลี Mr. Massimo Zucchi และ กระบวนการ Design to Commercialization (D-2-C) ที่สามารถประยุกต์ให้เหมาะสมกับสถานการณ์และวิธีการของสังคมไทย

เป็นโครงการนำร่องที่ริเริ่มนำกระบวนการใหม่ซึ่งไม่เคยทำมาก่อนในอดีตโดยเนื้อหาของโครงการไม่ได้มีเพียงเรื่องการออกแบบผลิตภัณฑ์เท่านั้น แต่ยังครอบคลุมไปถึงการนำเอาแบบนั้นไปพัฒนาเป็นผลิตภัณฑ์ ต้นแบบที่สามารถเสนอให้ลูกค้ากลุ่มเป้าหมายได้ด้วย ซึ่งจะต้องสร้างเครือข่ายทั้งผู้ประกอบการและเครือข่ายนักออกแบบให้เกิดขึ้นเป็นกลุ่มก้อนและจะสามารถพัฒนากลุ่มขึ้นไปสู่ระบบคลัสเตอร์อุตสาหกรรมที่มีการบูรณาการในอนาคตได และมีการเข้ามามีส่วนร่วมของหลายๆ ต่างสาขาอุตสาหกรรมกัน เช่น อุตสาหกรรมเครื่องเรือน อัญมณี เครื่องหนัง สิ่งทอ และไฟเบอร์กลาส

ซึ่งในอดีตอุตสาหกรรมเหล่านี้ ต่างก็พัฒนาผลิตภัณฑ์ในสายของตนไป แต่ในแนวคิดใหม่นี้จะผสมผสานกันระหว่างผลิตภัณฑ์ต้นน้ำเหล่านั้น มาเป็นผลิตภัณฑ์ที่อยู่ภายใต้แนวคิด (Concept) เดียวกัน รูปแบบ (Model)

ความน่าสนใจของโครงการดังกล่าวคือ มีการกำหนดโจทย์ให้นักออกแบบรุ่นใหม่ได้ร่วมด้วยช่วยกันคิด ซึ่งภายใต้โจทย์แนวคิดนั้นๆ นักออกแบบก็จะทำการบ้านในส่วนความรับผิดชอบของตนแล้วนำผลงานมาประกบเป็น Model เดียวกันให้ได้ และที่สำคัญยังต้องทนฟังเพื่อนร่วมทีมวิพากษ์วิจารณ์ในแบบที่ไม่ตรงกับแนวคิดแล้วนำไปปรับแก้ต่อไป นั่นหมายถึงการสร้างเครือข่ายสังคมนักออกแบบ (Designer society) ขึ้นมาเพื่อมุ่งแก้ไขปัญหาการขาดแคลนนักออกแบบอิสระนักออกแบบเฉพาะทางสำหรับสนับสนุน SMEs ในด้านการออกแบบซึ่งกำลังเป็นที่ต้องการของ SMEs ซึ่งยังขาดการชี้นำมุมมอง และวิธีคิดใหม่ๆ เพื่อนำไปใช้เพิ่มมูลค่าให้กับผลิตภัณฑ์และสร้างตลาดใหม่

นั่นคือกระบวนการนำสู่เชิงพาณิชย์ คือมีเวทีให้ผลงานที่ออกแบบตามแนวคิดไปสู่การพัฒนาเป็นผลิตภัณฑ์ต้นแบบ (Prototype)แล้ว ได้นำเสนอต่อลูกค้าตัวจริง ในงานแสดงสินค้าต้นแบบ หรืองาน Fair ต่างๆ

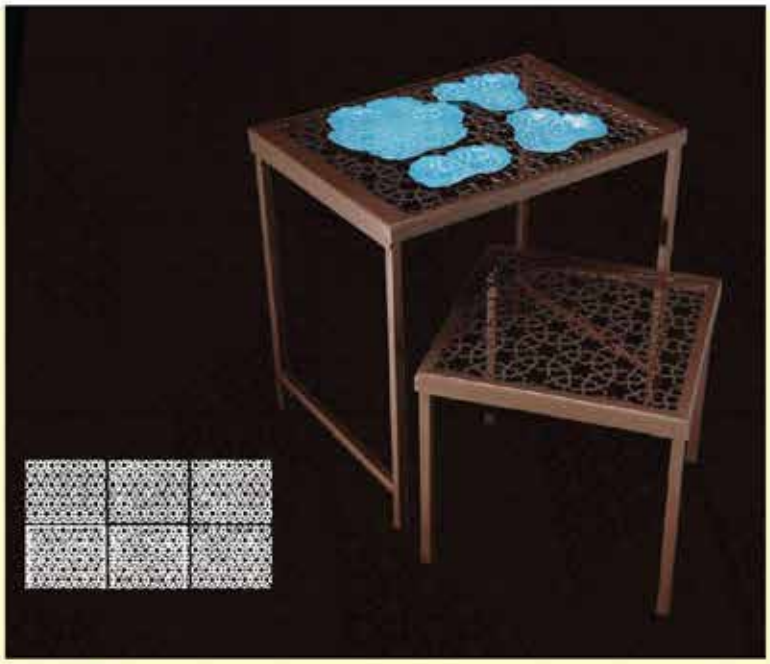
โครงการนี้ประสบผลสำเร็จเกินความคาดหมายส่งผลให้ได้ชิ้นงานเกินกว่า 26 รายการมีการผสมผสานวัสดุข้าม 3 อุตสาหกรรม คือ อุตสาหกรรมเครื่องประดับ (Jewelry) อุตสาหกรรมเครื่องใช้ (Accessory) และอุตสาหกรรมตกแต่งบ้าน (Ornament) หรือเรียกว่า JAO และยังก่อให้เกิดแนวคิดสินค้าและผลิตภัณฑ์ต้นแบบ เป็นเทรนด์ใหม่ให้กับประเทศไทยต่อไปในปี 2553 นี้

และนอกจากนี้โครงการฯยังสามารถส่งเสริมการพัฒนานักออกแบบและผู้ประกอบการวางรากฐานการสร้างนักออกแบบอาชีพ ผู้ประกอบการที่ต้องการสร้างแบรนด์ในลักษณะ OBM (Original Brand Manufacturer) และผู้ประกอบการที่นำตลาดด้วยการสร้างเอกลักษณ์ ในสินค้าของ ตัวเอง ODM (Original Design Manufacturer) อีกทั้งยังคำนึงถึงทรัพย์สินทางปัญญาและกฎหมายลิขสิทธิ์และการปกป้องนักออกแบบด้วยการจดสิทธิบัตร

เพื่อให้ผลิตผลจากโครงการนี้ได้ช่วยเป็นหนึ่งในแรงบันดาลใจ และชี้นำให้เห็นถึงวิธีคิด และมุมมองที่จะก่อให้เกิดความคิดสร้างสรรค์ ตลอดจน เป็นแนวทางให้กับผู้ประกอบการ SMEs ในแต่ละแขนง นำไปพัฒนาต่อยอด ให้เกิดต้นแบบของผลิตภัณฑ์ใหม่ๆในเชิงของการบูรณาการข้ามศาสตร์องค์ความรู้ต่อไป วารสารอุสาหกรรมสาร จึงได้นำส่วนหนึ่งของผลงานมานำเสนอและเผยแพร่ให้กับผู้ประกอบการดังต่อไปนี้

ชื่อผลงาน : **TRAYBLE**
ชื่อศิลปิน : ถวัลย์ วงษ์สวรรค์
วัสดุที่ใช้ : ทองเหลืองตัดเลเซอร์ และเซรามิก
Brass (laser cut) & Ceramic
ขนาด : 0.2 x 0.90 x 0.70 ม. / 0.2 x 0.90 x 0.70 ม.
Inspiration :
จากวัฒนธรรมการกินอาหารในภูมิภาคตะวันออกกลางที่มีความคล้ายคลึงกับบ้านเราในด้านความหลากหลายและภาชนะบรรจุอาหารมาสู่การพัฒนา "สำรับ" ที่ผสานวัฒนธรรมร่วมสมัยของทั้งสองภูมิภาค "Trayble" นำความน่าสนใจของ Islamic pattern รวมกับเทคนิคการทำ เบญจรงค์เข้าไว้ด้วยกันสู่การพัฒนางานออกแบบรวมสมัยใหม่ที่ผสาน สำรับและภาชนะเป็นอันหนึ่งอันเดียวกันความเป็น JAO:Inter-Disciplinary Design เป็นการบูรณาการแนวคิดทางศาสตร์ ต่างๆ เข้าด้วยกัน โดยไม่ได้แยกว่าเกิดจากองค์ความรู้ในศาสตร์ใด

** หมายเหตุ JAO=ความมีลักษณะของความเป็นการผสมผสานวัสดุข้าม 3 อุตสาหกรรม คืออุตสาหกรรมเครื่องประดับ (Jewelry) อุตสาหกรรมเครื่องใช้ (Accessory)และอุตสาหกรรมตกแต่งบ้าน (Ornament) ของผลงาน



<<<<<<<<<<<<<<<<<<<<<<<<<<<<<<<<

ชื่อผลงาน : **HERBAL TEA AFTER TIME**
รายละเอียด : งานออกแบบบรรจุภัณฑ์ชาสมุนไพรไทยจำนวน 5 ชนิด เป็นการเพิ่มมูลค่าให้กับชาสมุนไพรไทยตัวบรรจุภัณฑ์ได้รับการออกแบบให้แต่ละด้านมีขนาดไม่เท่ากันมีด้านหน้า2 ด้านและตัดเฉียงบริเวณ ฝากล่องมองจากด้านหน้าจะเห็นรายละเอียดทั้ง 2 ด้าน
ชื่อศิลปิน : กนกนุช ศิลปะวิศวกุล
วัสดุที่ใช้ : Collection 1 กระดาษ SKIN_BLACK และ foil สีสำหรับถุงชา Collection 2 กระดาษ SKIN_BLACK และ กระดาษ Curious Metallics METAL White gold
ขนาด : 7.7 x 9 x 15 ซม. (ต่อ 1 กล่อง)
Inspiration :
แรงบันดาลใจมาจากความชอบและความพิถีพิถันในวัฒนธรรมการดื่มชา ชาสมุนไพรไทยจะเป็นชาที่มีรสชาติดีมีกลิ่นที่เป็นเอกลักษณ์ยังมีประโยชน์มากรูปแบบของงานออกแบบได้แรงบันดาลใจมาจากช่องวงกลมเล็กๆของที่กรองใบชาโดยนำเสนอผ่านรูปทรงของสมุนไพรทั้ง 5 ชนิด

ชื่อผลงาน : **RACHARIN** >>>>>>>>>>>>>>>>>>>>>>>>
รายละเอียด :
เป็นงานออกแบบเฟอร์นิเจอร์โดยเสนอรูปแบบการนั่งเอกเขนกของไทยประกอบกับพื้นผิวของรูปทรงเพื่อให้เกิด function การใช้งานที่ต่างออกไป ในรูปแบบของแต่ละคน สามารถนำมาต่อกันเพื่อให้เกิด space เอกเขนกที่เพิ่มขึ้นและ เกิดการปฏิสัมพันธ์กันระหว่างผู้ใช้ที่หลากหลาย
ชื่อศิลปิน : สมชัย ธรรมธรานุกูล
วัสดุที่ใช้ : วัสดุโครงไม้ หุ้มบุด้วยผ้า
ขนาด : 120 x 120 ซม. (ต่อ 1 ตัว มี 4 ตัว)
Inspiration :
มาจากการนำเสนอความอ่อนช้อยของขนมไทยผสมผสานกับเส้นของพื้นผิวแผ่นดินโดยปรับพื้นผิวของตัว seating นี้ให้มีขนาดความสูงที่ต่างกันเพื่อเกิดฟังก์ชั่นที่ต่างกันไป เสมือนที่เมื่อครั้งหนึ่งเราก็พยายามปรับตัวเราเพื่อเข้ากับสิ่งรอบข้าง จึงมาเป็นงานชิ้นนี้

<<<<<<<<<<<<<<<<<<<<<<<<<<<<<<<<

ชื่อผลงาน : **PLI – BAI**

รายละเอียด : แบบชุดภาชนะของวางบนโต๊ะอาหารเพื่อเพิ่มอรรถรสในการรับประทานและเป็นการแสดงถึงรสนิยมของผู้ใช้

ชื่อศิลปิน : วนิดา ยังมี

วัสดุที่ใช้ : ตีบุกผสมตะกั่ว แก้วเซรามิก

ขนาด : ชั้นวางจาน: 2 x 24 x 30 h แก้วน้ำ: 7 x 7 x 21 h
ช้อน: 3 x 2.5 x 18 h จาน: 17.4 x 17 x 4 h

Inspiration : การเจริญเติบโตของต้นไม้การงอกและการผลิใบอ่อนของต้นไม้

ความเป็น JAO : ออกแบบชุดภาชนะของวางบนโต๊ะอาหารที่มีความเป็นเอกลักษณ์โดยผสมผสานระหว่างความประณีตและความวิจิตรบรรจงของช่างทองไทยกับที่อยู่อาศัยที่อลังการของชาวตะวันออกกลางเข้าไว้ด้วยกันเป็นการเริ่มต้นของการนำวัสดุประเภทตีบุกมาใช้เพื่อเป็นเครื่องตกแต่งบนโต๊ะอาหารแสดงความมีรสนิยมของผู้ใช้

ชื่อผลงาน : **KANOM – ขนม** >>>>>>>>>>>>>>>>>>>>>>>

รายละเอียด : งานออกแบบเฟอร์นิเจอร์ที่ให้ความรู้สึกถึงความเป็นส่วนตัวเมื่อเวลาเขาใช้งาน มีส่วนของเก้าอี้ นั่งสบายในบ้านหรือจัดวางเป็นวงกลมใน public space ที่ต้องการความเป็นส่วนตัว

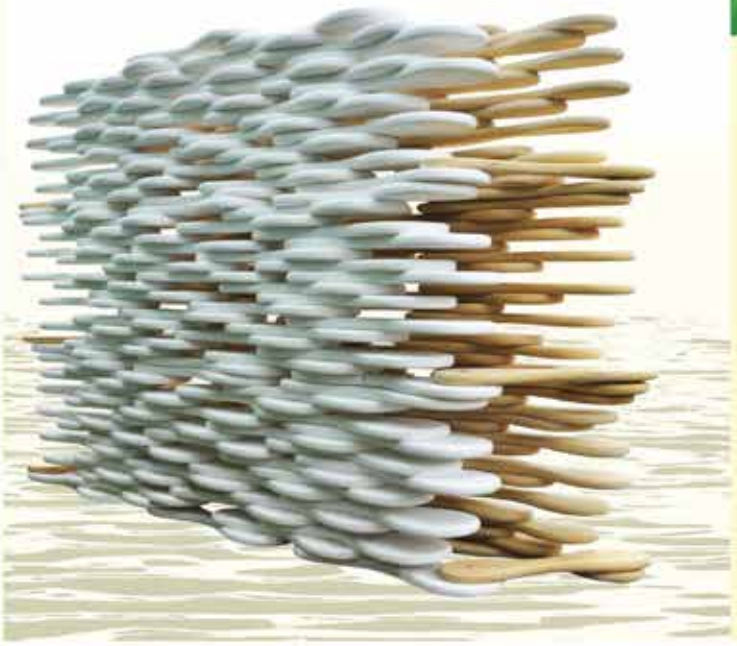
ชื่อศิลปิน : พลอยพรรณ ธีรชัย

วัสดุที่ใช้ : โครงเหล็ก บุฟองน้ำ หุ้มผ้า

ขนาด : เก้าอี้นั่งกว้าง 85 x ยาว 115 x สูง 135 ซม.
สตูล กว้าง 60 x ยาว 70 x สูง 30 ซม.

Inspiration : มาจากความประทับใจในขนมห่อใบตองของไทยที่นำวัสดุจากธรรมชาติใกล้ตัวอย่างใบตองมาเป็น package ห่อขนมในรูปแบบต่างๆแสดงให้เห็นถึงความคิด สร้างสรรค์ของ คนไทยที่มีมาแต่อดีตจึงนำแนวคิดนี้มาปรับใช้ โดยพัฒนาเส้นโครงสร้างของใบตองมาห่อหุ้มให้เกิดความรู้สึกเป็นส่วนตัว นอกจากรูปทรงที่ดูเป็นมิตรน่าใช้งานแล้วยังได้สัมผัสถึงความพิถีพิถันของชิ้นงาน เฉกเช่นเดียวกันกับความประณีตและช่างคิดของขนมไทยในอดีตถึงปัจจุบัน

ความเป็น JAO :มีการประดับตกแต่งที่มากกว่าแค่การใช้สอย เพื่อคุณค่าที่ส่งผลต่อความรู้สึกและจิตใจเช่นเดียวกับงานเครื่องประดับ โดยจำลองเทคนิคการถักทอที่ขยายสัดส่วนเพื่อให้เข้าไปใช้พื้นที่ว่างภายในได้



<<<<<<<<<<<<<<<

ชื่อผลงาน : **FLOW**

รายละเอียด : Interactive surface ที่ได้แรงบันดาลใจมาจากการสะท้อนของผิวน้ำโดยออกแบบให้สามารถถอดประกอบได้ เพื่อการสร้างสรรค์พื้นที่ในหลายรูปแบบการใช้งาน

ชื่อศิลปิน : อนุพล อยู่ยืน

วัสดุที่ใช้ : ไม้

ขนาด : 150 x 150 ซม.

Inspiration : การสะท้อนของผิวน้ำ

ความเป็น JAO: ชิ้นงานมากกว่าการให้หน้าที่การใช้งาน

ชื่อผลงาน : **RIPPLE** >>>>>>>>>>>>>>>>>>>>>>>>

รายละเอียด : ต้องการถ่ายทอดประสบการณ์ต่อผู้ใช้ผ่านการมีปฏิสัมพันธ์กับผลงานออกแบบเพิ่มการกระตุ้นประสาทสัมผัสทางกาย (เท้า) เพื่อการผ่อนคลาย

ชื่อศิลปิน : ปรารถนา มหาวงศ์

วัสดุที่ใช้ : ไม้สัก, เซรามิก, เนื้อโลหะแวววาว

ขนาด : S : 18 x 2.3 cm. M : 24 x 2.3 cm. L : 30 x 2.3 cm.

Inspiration:

แรงบันดาลใจในการออกแบบมาจากจังหวะการกระจายตัวของหยดน้ำ สอดแทรกเทคนิคการผสมผสานผ่านวัสดุ

ความเป็น JAO: นอกเหนือจากการใช้งานของตัวผลิตภัณฑ์การจัดวางยิ่งช่วยสร้างบรรยากาศตามพื้นที่

<<<<<<<<<<<<<<<<<<<<<<<<<<

ชื่อผลงาน : **INFUSION**

รายละเอียด : "Infusion"เป็นการผสมผสานของชาวัฒนธรรมและประสาทสัมผัสต่างๆรูปร่างเหมือนดอกบัวที่ปักอยู่ในแจกันที่สงบลวดลายที่เจาะบนตัวกรองชานั้นเป็นลายอิสลาม ซึ่งเป็นการผสานฟอร์ม และ ฟังก์ชั่น ตัวแก้วเองนั้นได้แรงบนดาลใจมาจากฟอร์มของหยดน้ำที่ลื่นไหลและกลมกลืนไปกับอุ้งมือของผู้ใช้ ตัวแก้วมี 2 ชั้นน้ำชาที่ใส่อยู่จึงดูราวกับลอยอยู่พร้อมเป็นฉนวนปกป้องผู้ใช้จากความร้อนของชา

ชื่อศิลปิน : มิแชล แมน

วัสดุที่ใช้ : แก้ว Borosilicate, เงิน, เซรามิก

ขนาด : 11.7 ซม. x 5.1 ซม. / 11.7 ซม. x 5.1 ซม.

Inspiration : รูปทรงของดอกบัวซึ่งเป็นสัญลักษณ์แห่งความสงบ ความประหลาดใจจากการเปิดเผยชั้นของกลีบบัวและการอยู่รวมกันอย่างกลมกลืนของดอกบัวกับน้ำ

ความเป็นJAO : เป็นการผสมผสานแง่มุมจากประเภทของ JAO ต่างๆ ถึงแม้ว่าชุดน้ำชาจะเป็น Household accessory แต่ก็สามารถเป็น Ornament ได้ เพราะมีรูปลักษณ์ที่ไม่เหมือนชุดน้ำชาทั่วไป นอกจากนี้ยังมีองค์ประกอบจาก Jewelry design เช่น วิธีการผลิตการขึ้นรูปและการใช้ Laser-cut ของที่กรองชาเงิน ให้เกิดลวดลายขึ้นมา

ชื่อผลงาน : **CHOP CHOP** >>>>>>>>>>>>>>>>>>>>

รายละเอียด : โครงสร้างทั้งหมดของ CHOP CHOP แบ่งออกเป็น 3 ส่วน ส่วนบนสุดสามารถเปิดออก เป็น Side table และจะติดอยู่กับส่วนที่สองที่จะกลายเป็นสตูลสูงถ้าเปิดส่วนบนสุดกับส่วนที่สอง (ส่วนที่อยู่ตรงกลาง) ออกก็จะกลายเป็นพนักพิงของส่วนที่สามคือส่วนที่อยู่ล่างสุด ซึ่งเป็นที่นั่งที่มีพนักพิงหรือถ้าเป็นโครงสร้างทั้งหมดก็สามารถเป็นที่พิงหลังที่สามารถนั่งพิงได้หลายคน

ชื่อศิลปิน : นครินทร์ คำสลา

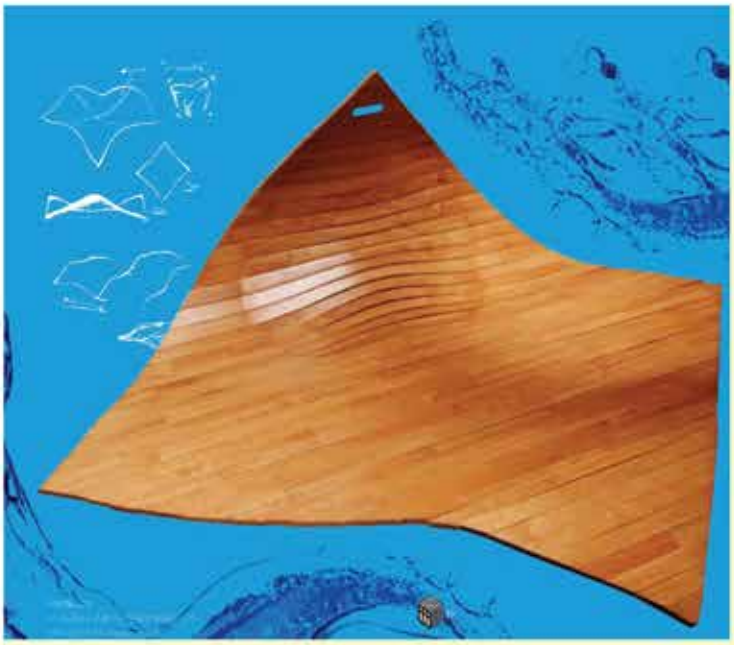
วัสดุที่ใช้ : ไฟเบอร์กลาสและผ้า

ขนาด : H 75 cm. x R 37.5 cm.

Inspiration:

แรงบันดาลใจมาจากประเพณีการก่อกองทรายของไทยซึ่งเป็นกิจกรรมที่มีความสนุกสนานจึงนำรูปทรง ของกองทรายมาคลี่คลายโดยยังคงรูปทรงของกองทรายไว้แต่เพิ่มการใช้งาน ที่มีความหลากหลายปรับได้ตามความต้องการของผู้ใช้ทำให้เกิดความสนุกสนานในการใช้งาน

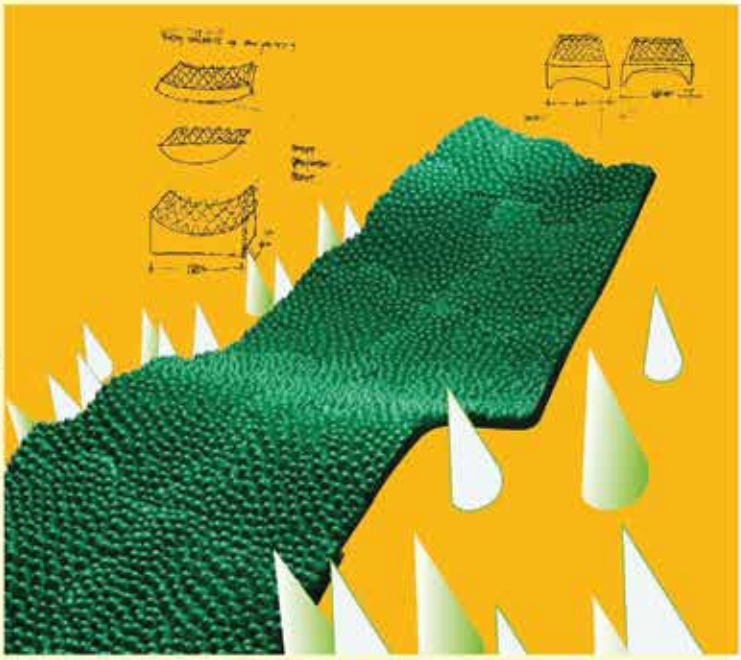
ความเป็น JAO: CHOP CHOP ออกแบบให้มีมากกว่าประโยชน์ใช้สอยก็คือการออกแบบรูปทรง ให้สามารถเป็นเครื่องตกแต่งห้องหรือ space ต่างๆ เวลาไม่มีการใช้งาน ได้อย่างลง ตัวอีกทั้งยังสามารถเป็นของเล่นสำหรับเด็กได้ตามแต่เด็กจะจินตนาการตั้งอยู่ในพื้นที่ของคุณ



<<<<<<<<<<<<<<<<<<<<<<<<<<<<

ชื่อผลงาน : "คลื่น" "KLURN"
รายละเอียด : คลื่น คือ เฟอร์นิเจอร์และอุปกรณ์ตกแต่งพื้นที่ที่ประกอบจากไม้ด้วยเทคนิคและโครงสร้างอย่างง่ายๆที่สามารถรับน้ำหนักและปรับเปลี่ยนรูปทรงได้ดีสามารถใช้ได้ทั้งภายนอกและภายในอาคารโดยปรับเปลี่ยนวัสดุให้เหมาะสมกับการใช้งานในที่ต่างๆเส้นสายที่เรียบง่ายของคลื่นสามารถสร้าง ให้เกิดฟังก์ชั่น ในการรับแรงและ ตกแต่งโดยการจัดวางในพื้นที่ ทำให้เกิด Landscape ที่แตกต่างได้
ชื่อศิลปิน : ไชโย โอภาสสุมทรชย
วัสดุที่ใช้ : Solid Wood/ เส้นใยสังเคราะห์เคลือบ PU/ สีงทอ
ขนาด : 120 x 120 ซม./ 120 x 120 ซม.
Inspiration : คลื่นทะเล
ความเป็นJAO : เป็นการออกแบบผลิตภัณฑ์ที่สามารถใช้ตกแต่งสถานที่และเป็นเฟอร์นิเจอร์ได้เมื่อต้องการในชิ้นเดียวกันรวมถึงสามารถประยุกต์นำวัสดุประเภท เสื่อ พรม และวัสดุประเภทผ้ามาใช้งานรวมด้วยแล้วแต่ความเหมาะสมในการใช้งาน ทำให้เกิดความหลากหลายยิ่งขึ้น

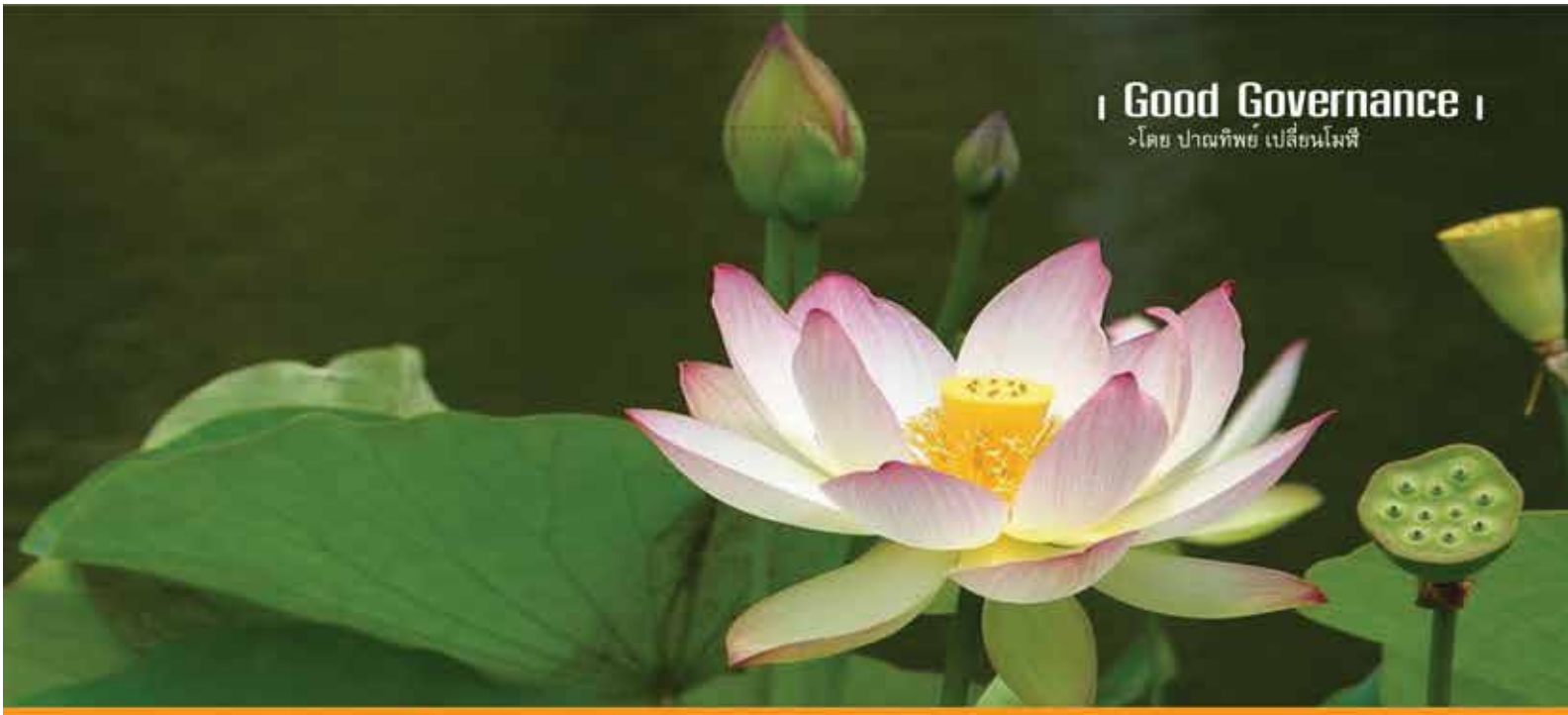
ชื่อผลงาน : CAN U SIT? >>>>>>>>>>>>>>>>>>>>>>>>>>>>>>>>
รายละเอียด : ผลิตภัณฑ์ที่นอน(หนามทุเรียน) จาก Texture ของผิวผลไม้
ชื่อศิลปิน : เพียงจิตต์ มาประจง
วัสดุที่ใช้ : ที่นอนหนามทุเรียนใช้วัสดุยางพาราผสมเม็ดพลาสติกโฟม โซฟารองรับใช้ไฟเบอร์กลาส ม้านั่งยาวทำจากไม้
ขนาด : 60 x 180 ซม.
Inspiration:
ได้รับแรงบันดาลใจจากเปลือกทุเรียนที่แหลมคมมาเป็นที่นอนหรือโซฟาที่ท้าทายความอยากรู้ อยากลองนั่ง ว่าความแหลมคมรูรูระจาก Texture ของผิวผลไม้ ที่สะดุดทั้งตาและความรู้สึกนั้นจะทำให้ผู้นั่งถูกทิ่มแทงเจ็บปวดหรือไม่ ซึ่งในความเป็นจริงจะมีความนิ่มนวลนอน เพราะใช้วัสดุ ประเภทยางพาราผสมเม็ดพลาสติกโฟมที่มีความนิ่มไม่ได้แหลมคมอย่างที่เห็น
ความเป็นJAO: รูปฟอร์มของหนามทุเรียนและ Texture ที่มีความแหลมและมีขนาด แตกต่างกันที่ สวยงามถูกจัดเรียงสลับและต่อเนื่องอย่างลงตัว สามารถนำไปใช้ในวงการแพทย์สปาการกดจุดเพื่อผ่อนคลายและเพิ่มคุณค่าให้กับการนำไปมอบให้แก่กันเป็นของขวัญหรือของฝาก สามารถใช้ปูพื้นตกแต่งบ้านปูบนโซฟา ม้านั่งยาว ในรถยนต์ เพราะ ได้กำหนดสีที่สดใสเป็น Collection และให้เหมือน หนามทุเรียนมากที่สุด



<<<<<<<<<<<<<<<<<<<<<<<<

ชื่อผลงาน : HIDE
รายละเอียด : เกิดลวดลายเมื่อเปิดไฟ
ชื่อศิลปิน : พีรภัทร สินธพำชัย
วัสดุที่ใช้ : วีเนีย (Vinia Sheet)
ขนาด : 90 ซม. X 10 ซม. X 2.00 ม.
Inspiration : แสงเงาที่เกิดจากต้นไม้
ความเป็น JAO : ด้วยวิธีการสามารถนำไปแตกเป็น Product ได้หลายประเภท เช่น โคมไฟ หรือเครื่องประดับที่เกี่ยวข้องกับแสง

>โดย ปาณทิพย์ เปลี่ยนโมฬี



เกิดเป็นคนต้องมี

ความอดทน 4 ประการ

หากพิจารณาให้ลึกซึ้งจะพบว่า มีเพียงไม่กี่คนที่รู้จักกับความอดทนจนถึงแก่น ต่อไปนี้เราจะได้รู้จักกับความอดทน สูงสุดที่มนุษย์ต้องมีนั่นคือความอดทนอย่างยิ่งยวด ชนิดที่เรียกว่า ตีตกขา

ความอดทนของมนุษย์มีอยู่ 4 ประเภท ได้แก่

1. อดทนต่อความลำบากตรากตรำ
2. อดทนต่อทุกขเวทนา
3. อดทนต่อการกระทบกระทั่ง
4. อดทนต่อความเย้ายวนยั่วยุ

อดทนต่อความลำบากตรากตรำ หมายถึงความอดทนต่อสภาพธรรมชาติ สภาพดินฟ้าอากาศ ไม่ว่าหนาว ร้อน อ่อน แข็ง หรือลุ่มดอน อย่างไรก็ต้องทน เช่นว่าฤดูหนาวนี้อยากได้เสื้อกันหนาวสวยๆ สักตัว หรืออยากได้เครื่องทำน้ำอุ่นสักเครื่อง แต่เพราะไม่ค่อยมีสตางค์จึงจำต้องทนต่อความลำบากตรากตรำกันไป โดยเฉพาะชีวิตพยาบาล อย่างพวกเราซึ่งต้องอดหลับ อดนอนกันเก่งเป็นพิเศษเพราะต้องอยู่เวร หรือเฝ้าไข้ ซึ่งต่างก็ได้รับการฝึกฝนมาแล้วอย่างดีจนชำนาญ ความอดทนประเภทนี้เป็นความอดทนขั้นต้น ใครร่างกายแข็งแรงก็ได้เปรียบ มีโอกาสจะทนในข้อนี้ได้มาก

อดทนต่อทุกขเวทนา หมายถึงความอดทนต่อความเจ็บไข้ได้ป่วย ความอดทนประเภทนี้ผู้ที่เรียนทางด้านการแพทย์ การพยาบาล ย่อมจะรู้ซึ้งดีเพราะต้องอยู่กับคนไข้ทุกวัน คนไข้บางคนทั้งๆที่ยังหนุ่มแน่นร่างกายก็ใหญ่โตแต่กลับไม่ค่อยอดทนต่อความเจ็บไข้ได้ป่วยแต่เด็กผู้หญิงตัวเล็กๆ บางคนซึ่งร่างกายไม่ทนต่อความลำบากตรากตรำกลับสามารถทนต่อทุกขเวทนาได้ดีก็มี

อดทนต่อการกระทบกระทั่ง หมายถึง ความอดทนต่อการถูกขัดใจ การอยู่รวมกันเป็นกลุ่มคนจำนวนมากๆ ความอดทนชนิดนี้จะเป็นเครื่องบอกถึงความเจริญก้าวหน้าในชีวิตของคนนั้นเพราะในกลุ่มคนมากๆ ต่างคนต่าง ก็มาจากต่างภูมิภาค มาจากสิ่งแวดล้อมที่ต่างกันอัธยาศัยใจคอ

ตลอดจนความคิดเห็นก็ต่างกัน บางคนก็พูดเพราะบางคนก็พูดไม่เพราะ โอกาสที่จะกระทบกระทั่งกันเพราะถูกขัดใจย่อมมีมาก บางคนทำงานร่วมกับเพื่อนไม่ค่อยได้เพราะเพียงกระทบกระทั่งกันเล็กน้อยก็ถึงกับบ่นว่ากันหรือเห็นเพื่อนฝูงทำงานไม่ค่อยเรียบร้อยในบางเรื่องก็ชักจะทนไม่ค่อยได้ บางคนก็ทนต่อระเบียบวินัยของผู้บังคับบัญชาไม่ได้ เป็นต้น

ใครก็ตามที่ไม่อดทนต่อการกระทบกระทั่งกล่าวได้ว่าคนคนนั้นเท่ากับฆ่าตัวตายเสียตั้งแต่วันแรกที่เริ่มทำงานแล้ว ถ้าไม่แก้ไข ชาตินี้จะเอาดีไม่ได้เลย ท่านที่เป็นครูบาอาจารย์หรือท่านที่จบการศึกษามาแล้วหลายๆปีถ้าลองนึกทบทวนกลับไปถึงสมัยที่ยังเรียนอยู่ จะพบว่าเพื่อนรุ่นเดียวกันบางคนที่เรียนเก่งกว่าเราได้เหรียญทองหรือได้เกียรตินิยมด้วยแต่หลังจากทำงานได้แล้วหลายปีกลับปรากฏว่าตัวเรามีฐานะตำแหน่งหน้าที่การงานก้าวหน้าขึ้นเป็นลำดับขณะที่เพื่อนคนที่ได้เกียรตินิยมคนนั้นกลับไม่ก้าวหน้าเท่าที่ควรทั้งๆที่เขาเรียนเก่งทำงานเก่งเป็นเพราะอะไร เพราะไม่อดทนต่อการ กระทบ กระทั่ง นั่นเอง

ความอดทนประเภทนี้ใครทนได้จัดว่าเป็นขันติบารมีประเภทหนึ่ง แม้แต่ในหมู่พวกเรานักศึกษาพยาบาลบางคนที่หน้าตา รูปร่างดี สุขภาพแข็งแรง ทั้งยังมีฐานะดี และเรียนเก่ง แต่กลับไม่ค่อยมีเพื่อน

“เว้นจากปัญญาแล้ว เราสรรเสริญ ความอดทนเป็นคุณธรรมที่เลิศที่สุด”

ขณะที่อีกหลายคนทั้งหน้าตาก็ไม่สวยสุขภาพก็ไม่ค่อยดี แต่เขาเป็นคนที่มีเสน่ห์เป็นที่รักของเพื่อนฝูงเป็นเพราะเขาอดทน ต่อการกระทบกระทั่งได้ดี นี่คือที่มาแห่งเสน่ห์ของคนเรา

อดทนต่อความเย้ายวนยั่วยุ หมายถึงการอดทนต่อสิ่งที่น่าปรารถนาน่าใคร่ทั้งจากเพศตรงข้ามจากความอยากได้ลาภยศ สรรเสริญ และสุขยิ่งๆ ขึ้นไป ความอดทนชนิดนี้ถือว่าเป็นระดับ สุดยอด ของความอดทน

ความอดทน 2 ประเภทหลัง ได้แก่ ความอดทนต่อการกระทบกระทั่งและความอดทนต่อความยั่วเย้าต่างๆรวมกันแล้วเรียกว่าเป็นขันติประเภท ตีติกขา ซึ่งเป็นความอดทนสูงสุดที่มนุษย์ต้องมีมิฉะนั้นแล้วชาตินี้จะเอาดีไม่ได้ ความอดทนกลายเป็นเสน่ห์ได้อย่างไรความจริงแล้วเสน่ห์ของคนเรามีอยู่ 4 ระดับ ได้แก่

1. เสน่ห์ชั้นนอก หรือ เสน่ห์ที่เกิดจากอาภรณ์

เสน่ห์ชั้นนี้เป็นเสน่ห์ที่เกิดจาก การตกแต่งร่างกายด้วยเสื้อผ้าเครื่องสำอางเครื่องประดับที่อยู่ภายนอก อาภรณ์เหล่านี้ได้รับการยอมรับว่าช่วยให้ผู้แต่งมีเสน่ห์ แต่สิ่งที่ทำให้เกิดเสน่ห์ประเภทนี้อยู่ได้ไม่นานก็ต้องถอดทิ้งเปลี่ยนใหม่ ถ้าเป็นเสน่ห์จากเครื่องสำอางก็สวย มีเสน่ห์อยู่ได้เพียงไม่กี่ชั่วโมงก็จะจืดจาง ต้องเขียนต้องทาซ้ำ

2. เสน่ห์ชั้นกลาง หรือ เสน่ห์ที่เกิดจากรูปร่าง

ผู้ที่มีรูปร่างทรวดทรงดีก็มีเสน่ห์เพิ่มขึ้นมาอีกชั้นหนึ่ง แต่ถึงอย่างไรก็ตามสำหรับเสน่ห์ชั้นนี้มักเสื่อมถอยลงตามวัย เมื่ออายุมากขึ้นทรวดทรงก็เริ่มเสียไปไม่น่าดู เสน่ห์ประเภทนี้ก็จะลดลงถึงกับมีคำล้อเล่นในหมู่ชาวบ้านว่าสวยแค่ไหน แต่พอแต่งงาน มีลูกคนเดียวก็กลายเป็นยายพะโล้แสดงว่าเสน่ห์ชั้นนี้หมดแล้วยิ่งพอมีลูก 2 คน ก็กลายเป็นยายแร้งทึ้ง ยิ่งมีลูก 3 คน ก็ยิ่งหนักเข้าไปอีก แม้แต่แร้งก็ไม่อยากทึ้งเพราะมันไม่ไหวจริงๆ สำหรับคุณผู้ชาย อายุ40-50ปี ก็คงเริ่มลงพุงแล้วผมบนศีรษะก็ชักน้อยเสน่ห์ชั้นนี้จึงอยู่กับเราได้ไม่นาน วันหนึ่งก็ต้องเสื่อมไป

3. เสน่ห์ชั้นใน หรือ เสน่ห์จากมารยาท

บางคนมีเสน่ห์จากอาภรณ์และรูปร่าง แต่ไม่มีมารยาท ดังนั้น ทั้งๆที่ยังไม่ทันจะเป็นยายแร้งทึ้ง เพื่อนฝูง ก็ไม่อยากจะเข้าใกล้แล้วคนที่มีมารยาทจึงเป็นที่ชื่นชมแก่ผู้ที่ได้พบเห็น จัดเป็น ความงาม หรือเสน่ห์ที่ค่อนข้างจะทนทาน กว่าเสน่ห์จากอาภรณ์และรูปร่าง อย่างไรก็ตาม มารยาทอาจไม่ใช่สิ่งที่ออกมาจากใจจริง อาจเป็นเพียงกิริยาท่าทางที่อยู่ภายนอกเท่านั้น ต้องดูต้องคบกันไปนาน ๆ จึงจะเห็นของจริง

4. เสน่ห์ชั้นในสุด หรือ เสน่ห์ที่เกิดจากความอดทน

เสน่ห์ชั้นนี้เป็นเสน่ห์ที่ถาวรโดยเฉพาะความอดทนต่อการกระทบกระทั่งใครทนได้มากก็เป็นที่รักใคร่ของชนทุกระดับเพื่อนฝูงก็รักอาจารย์ก็มีเมตตาเอ็นดูจะว่ากล่าวตักเตือนในสิ่งใดก็ไม่หนักใจ คนประเภทนี้แม้จบการศึกษาแล้วจะออกไปทำงานที่ใดผู้บังคับบัญชาและเพื่อนก็รักถึงแม้จะ มีรูปร่างหน้าตา ผิวพรรณที่ไม่น่าดู อย่างไรก็ตามเพราะเขาอดทนต่อการกระทบกระทั่งได้ดีใครจะพูดค่อนขอดหยอกล้อรุนแรงอย่างไรก็ไม่โกรธไม่เอาเรื่องกับใครได้แต่ตั้งใจทำงานอย่างเต็มที่ บุคคลประเภทนี้ย่อมประสบความเจริญก้าวหน้าในชีวิต

เสน่ห์ที่เกิดจากความอดทนนี้จึงเป็นเสน่ห์ถาวรที่เป็นต้นทางแห่งความสำเร็จทั้งหลายครั้งหนึ่งพระสัมมาสัมพุทธเจ้าตรัสเรื่องความอดทนไว้ว่า **“เว้นจากปัญญาแล้ว เราสรรเสริญ ความอดทนเป็นคุณธรรมที่เลิศที่สุด”**

*เรียบเรียงจากพระธรรมเทศนาของพระภาวนาวิริยคุณ เรื่อง “กลยุทธ์สู่ความสำเร็จ”

พาเที่ยว พาช้อป “เมืองลำปาง”

แอ่ววัด แอ่วเวียง ชมวิถีชีวิต ศิลปกรรมล้านนา

วัดพระธาตุลำปางหลวง

วัดพระธาตุลำปางหลวง อยู่ในพื้นที่อำเภอเกาะคา บนถนนสายลำปาง-เถิน ห่างจากตัวเมืองลำปางประมาณ 18 กิโลเมตร เป็นวัดเก่าแก่ คู่บ้านคู่เมืองของลำปางมาตั้งแต่สมัยโบราณ สันนิษฐานว่าพระธาตุฯ มีอายุมากกว่าพันปี และเป็นวัดพระธาตุประจำปีเกิดของคนที่เกิดปีฉลู เป็นที่ประดิษฐานพระแก้วดอนเต้า (พระแก้วมรกต) พระพุทธรูปคู่บ้านคู่เมืองของจังหวัดลำปาง ภายในวิหารหลวงที่ถือว่างดงามที่สุดแห่งหนึ่งของอาณาจักรล้านนา มีซุ้มปราสาททองซึ่งเป็นที่ประดิษฐานของพระเจ้าล้านทองและพระเจ้าทันใจ

สิ่งที่โดดเด่นที่สุดเห็นจะเป็นพระเจดีย์ที่บรรจุพระบรมสารีริกธาตุ ที่อยู่ทางด้านหลังวิหารและซุ้มพระบาทซึ่งเป็นที่ประดิษฐาน รอยพระบาทของพระพุทธเจ้า นอกจากนี้ในซุ้มพระบาทยังมีปรากฏการณ์ “เงาพระธาตุกลับหัว” สิ่งอัศจรรย์ที่ถูกกล่าวขวัญถึงอีกอย่างของวัดพระธาตุลำปางหลวง

วัดไหล่หิน อยู่ในพื้นที่อำเภอเกาะคาไม่ไกลจากวัดพระธาตุลำปางหลวงเท่าไรนัก เป็นวัดสำคัญเก่าแก่ของจังหวัดลำปางที่แม้มีอายุหลายร้อยปีแต่ปัจจุบันก็ยังใช้ประกอบพิธีทางศาสนาอยู่

สิ่งที่น่าสนใจคือโรงธรรม ซึ่งใช้เป็นสถานที่เก็บรักษาคัมภีร์โบราณ และเอกสารโบราณเก่าแก่อายุกว่า 700 ปี นอกจากนี้ยังมีโบราณสถานสำคัญมากมายเช่นซุ้มประตูโขง โบสถ์ วิหารเจดีย์ ซึ่งล้วนแต่สวยงามวิจิตรแสดงออกถึงความสามารถและความคิดสร้างสรรค์ของช่างโบราณล้านนา ล้านนาในแต่ละวันจึงมีนักท่องเที่ยวเดินทางมาชมสถาปัตยกรรมของศิลปกรรมล้านนาโบราณอย่างไม่ขาดสาย

วัดปงสนุกใต้ ตั้งอยู่ในเขตตัวเมืองลำปาง เดิมชื่อจังหวัดเชียงภูมิ หรือวัดพะยาว วัดแห่งนี้ถูกแบ่งอาณาเขตออกเป็นสองส่วน คือ วัดปงสนุกเหนือ และวัดปงสนุกใต้ ทั้งสองวัดถือเป็นวัดโบราณที่มีความสำคัญและมีประวัติศาสตร์ความเป็นมาอย่างยาวนาน

สิ่งที่โดดเด่นแตกต่างจากวัดอื่นๆ คือ ม่อนดอยหรือเนินเขาพระสุเมรุจำลอง อันเป็น ที่ตั้งของวิหารพระเจ้าพันองค์ สร้างแบบศิลปกรรมผสมผสาน ระหว่างศิลปล้านนา พม่า และจีนซึ่งอาคารลักษณะนี้เหลือเพียงแห่งเดียวในประเทศไทย ด้วยความงามที่โดดเด่นเช่นนี้ วัดปงสนุกจึงได้รางวัล Award of Merit ประจำปี พ.ศ.2551 จาก UNESCO ในฐานะที่เป็นมรดกทางวัฒนธรรมในภูมิภาคเอเชียแปซิฟิกซึ่งถือเป็นวัดแห่งแรกของไทยที่ได้รับรางวัลนี้

1 วัดปงสนุกใต้

2 ภาพเขียนสีโบราณประตูผา

3 กาดกองตา

4 อุทยานแห่งชาติแจ้ซ้อน

อุทยานแห่งชาติแจ้ซ้อน มาลำปางทั้งทีต้องคลายร้อนที่แหล่งต้นน้ำลำธารสำคัญแห่งหนึ่งของภาคเหนือที่นี่มีทั้งพืชพรรณไม้ธรรมชาติน้ำตกแจ้ซ้อนที่มีความสูงถึง 6 ชั้นและน้ำพุร้อนแจ้ซ้อน ก็อยู่ในพื้นที่อุทยานแห่งชาติเดียวกันอย่างครบครัน น้ำพุร้อนที่มีอุณหภูมิเฉลี่ยโดยประมาณ 73 องศาเซลเซียส นักท่องเที่ยวนิยมเอาไข่ไก่หรือไข่นกกระทามาแช่ทำไข่ต้ม หรือหากอยากจะอาบน้ำแร่จากน้ำพุร้อนที่ปรับความร้อนให้เหลือที่ประมาณ 39-42 องศาเซลเซียส ก็มีบริการแอ่งน้ำแร่ให้แช่ตัว ได้อย่างเพลิดเพลินอารมณ์ด้วย

ภาพเขียนสีโบราณประตูผา อยู่ในพื้นที่ อ.งาว “ประตูผา” เป็นชื่อช่องเขาที่ตั้งอยู่ระหว่างเทือกเขาและหน้าผาสูงชันบริเวณหน้าผาภูเขาหินปูนด้านทิศตะวันออกของศาลเจ้าพ่อประตูผา อันเป็นเส้นทางสัญจรแต่โบราณสู่ล้านนาตะวันออก บนหน้าผาบริเวณใกล้เคียงมีการค้นพบภาพเขียนสีและหลุมฝังศพของคนในยุคก่อนประวัติศาสตร์ คาดว่ามีอายุกว่า 3,000 ปีมาแล้วถือเป็นแหล่งรวบรวมศึกษาด้านประวัติศาสตร์โบราณคดีและเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่น่าสนใจ

กาดกองต้า “กองต้า” คำเมืองแปลว่าตรอกท่าน้ำซึ่งหมายถึงที่ตั้งของย่านตลาดเก่าบนถนนที่ขนานกับแม่น้ำวัง เริ่มต้นตั้งแต่เชิงสะพานรัษฎายาวไปจนสุดปลายถนนในช่วงเวลา 17.00-23.00น. วันเสาร์อาทิตย์ ถนนสายนี้จะคึกคักไปด้วยผู้คนที่มาเที่ยวชมถนนคนเดิน เป็นบรรยากาศที่ไม่เหมือนที่ไหน เพราะสองฝั่งถนนยังคงมีอาคารบ้านเรือนเก่าแก่ตามแบบสถาปัตยกรรมดั้งเดิมเป็นที่เที่ยวอีกแห่งที่นักท่องเที่ยวต้องไม่ควรพลาด

โรงแรมเวียงลคอร ด้วยห้องพักจำนวน 100 ห้อง ในอาคาร 6 ชั้น ตกแต่งอย่างสวยงาม สไตล์ล้านนาประยุกต์และด้วยทำเลใจกลางเมืองบนถนนพหลโยธินตำบลสวนดอกอำเภอเมืองลำปางจึงเอื้อต่อการเดินทางไปยังที่ต่างๆในลำปางได้อย่างสะดวกสบายและแม้จะอยู่ในเมืองแต่ก็แวดล้อมด้วยบรรยากาศแบบธรรมชาติและศิลปวัฒนธรรมแบบท้องถิ่นเมืองเหนือ

SMEs SOCIETY & EVENT

อบรมเชิงปฏิบัติการการพัฒนาแนวคิดในการออกแบบรองเท้า

สำนักพัฒนาอุตสาหกรรมรายสาขากรมส่งเสริมอุตสาหกรรม(สพข.กสอ)ร่วมกับสมาคม รองเท้าไทย เชิญชวนผู้ประกอบการเข้าฝึกอบรมหลักสูตรเชิงปฏิบัติการการพัฒนาแนวคิดในการออกแบบรองเท้า ระหว่างวันที่ 26 - 27 มีนาคม 2553 ณ รีสอร์ทหมอมไฉไล อ.บางเลน จ.นครปฐม
สนใจติดต่อสอบถามที่ สพข.กสอ.
โทรศัพท์ 0 2367 8201

งาน "ทอเส้นฝ้ายสานเส้นใยใส่สีธรรมชาติครั้งที่ 12"

กลับมาอีกครั้งสำหรับงาน "ทอเส้นฝ้าย สานเส้นใยใส่สีธรรมชาติ ครั้งที่ 12 ณ ศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมภาคที่ 1 ระหว่างวันที่ 26 มีนาคม ถึง 4 เมษายน 2553 สำหรับผู้ที่เคยมาร่วมงานในปีที่แล้วคงจำได้ถึงความยิ่งใหญ่อลังการทั้งพิธีเปิดกิจกรรมตลอดทั้งสิบวันความหลากหลายของสินค้า รวมถึง Surprise จากผู้จัดงานที่สร้างความประทับใจให้ผู้เข้าร่วมแสดงสินค้าและ นัก Shopping ได้ประทับใจไปตาม ๆ กัน

สำหรับงาน ทอเส้นฝ้าย สานเส้นใย ใส่สีธรรมชาติ ครั้งที่ 12 (Cotton Fair 2010) ในปีนี้คณะกรรมการได้วางแผนในการทำงานไว้ตั้งแต่เดือนตุลาคมปีที่แล้วรับรองได้ว่าจะยิ่งใหญ่และอลังการกว่าปีก่อนอย่างแน่นอน

เชิญเที่ยวงานได้ ณ ศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมภาคที่ 1 ถนนทุ่งโฮเต็ล อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ระหว่างวันที่ 26 มีนาคม 2553 ถึง 4 เมษายน 2553 เวลา 09.00 น. ถึง 21.00 น.

ผู้ประกอบการท่านใดสนใจจองบูธสามารถเข้ามาติดต่อได้ที่สมาคมส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางขนาดย่อมไทย สาขาเชียงใหม่-ลำพูน 158 อาคารหัตถกรรม ศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมภาคที่ 1 ถ.ทุ่งโฮเต็ล อ.เมือง จ.เชียงใหม่ 50000 เบอร์โทรศัพท์ 0 5324 8461

อบรม เรื่อง การจัดการทรัพยากรมนุษย์

ศูนย์พัฒนาอุตสาหกรรมเซรามิก มีกำหนด จัดการอบรม เชิงปฏิบัติการรูปแบบ CEFE เรื่องการจัดการ ทรัพยากรมนุษย์ ระหว่างวันที่ 30 มีนาคม - 2 เมษายน 2553 โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อให้ผู้เข้ารับการฝึกอบรมได้มีความรู้ในการจัดการบุคลากรในองค์กรของตนเองได้อย่างมีประสิทธิภาพและมีทักษะด้าน มนุษยสัมพันธ์ ที่ดีขึ้น

วิทยากรในการฝึกอบรม 1. รศ. ดร.อรพิณ สันติธีรากุล 2. ดร.ชูชัย สมิทรไกร

สถานที่ฝึกอบรม ห้องกาสะลอง โรงแรมเวียงลคอร อ.เมือง จ.ลำปาง รับสมัครจำนวน 30 ท่านเท่านั้น ค่าใช้จ่ายในการฝึกอบรม 500

ผู้สนใจติดต่อสอบถามรายละเอียดเพิ่มเติมได้ที่ ส่วนบริหารยุทธศาสตร์ ศูนย์พัฒนาอุตสาหกรรมเซรามิก 424 หมู่ 2 ถนนพหลโยธิน ตำบลศาลา อำเภอเกาะคา จังหวัดลำปาง โทรศัพท์ 0 5428 1884-5, 282 376 แฟกซ์ 0 5428 1885 email: pornsawan@dip.go.th
ตั้งแต่บัดนี้จนถึงวันที่ 26 มีนาคม 2553

จัดอบรมใน โครงการเสริมสร้างผู้ประกอบการใหม่

สถาบันคีนันแห่งเอเชียกำหนดจัดฝึกอบรมหลักสูตรเสริมสร้างผู้ประกอบการใหม่ภายใต้โครงการเสริมสร้างผู้ประกอบการใหม่ (New Entrepreneurs Creation - NEC) ประจำปี 2553 ของกรมส่งเสริมอุตสาหกรรม กระทรวงอุตสาหกรรม โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อเป็นการพัฒนาผู้ประกอบการ SMEs รายใหม่ให้สามารถก่อตั้งกิจการได้สำเร็จและดำเนินธุรกิจได้อย่างต่อเนื่องรวมถึงเสริมศักยภาพผู้ประกอบการ SMEs รายเดิม ให้สามารถดำรงอยู่และเจริญก้าวหน้า

โดยผู้เข้ารับการอบรมไม่ต้องเสียค่าใช้จ่ายในการเข้าร่วมอบรมแต่อย่างใด กำหนดการฝึกอบรมจำนวน 2 รุ่น ครั้งที่ 1 ระหว่างวันที่ 27 มีนาคม - 2 พฤษภาคม 2553 และครั้งที่ 2 ระหว่างวันที่ 8 พฤษภาคม - 6 มิถุนายน 2553 ทำการอบรมทุกวันเสาร์ - อาทิตย์ เวลา 09.00 -16.00 น. สถานที่อบรม ณ เคยู โฮม ม.เกษตรศาสตร์

ผู้สนใจสมัครเข้ารับการสัมภาษณ์เพื่อคัดเลือกเข้าร่วมอบรมได้ที่สถาบันคีนันแห่งเอเชีย ศูนย์ประชุมแห่งชาติสิริกิติ์ วันจันทร์-ศุกร์

สอบถามรายละเอียดเพิ่มเติมได้ที่ คุณสรินพร แสงประดิษฐ์ สถาบันคีนันแห่งเอเชีย

โทรศัพท์ 0 2229 3131 ต่อ 306
โทรสาร 0 2229 3130

สัมมนาประชาสัมพันธ์แนะนำโครงการ คพอ. รุ่นที่ 217 จ.พิษณุโลก

ศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมภาคที่ 2 กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม ร่วมกับ สำนักงานอุตสาหกรรมจังหวัดพิษณุโลก สภาอุตสาหกรรมจังหวัดพิษณุโลก และ สมาคม ATSME สาขา จังหวัดพิษณุโลกจัดสัมมนาแนะนำโครงการพัฒนาผู้ประกอบการธุรกิจอุตสาหกรรม (คพอ.) รุ่นที่ 217 จังหวัดพิษณุโลก จึงมีการประชาสัมพันธ์โครงการ คพอ. ATSME วันที่ 29 มีนาคม 2553 เวลา 09.00-12.00 น. ณ โรงแรมท็อปแลนด์ อ.เมือง จ.พิษณุโลก

โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อ จะสร้างความรู้ ความเข้าใจและประโยชน์ที่จะได้รับในการเข้าร่วมโครงการฯ จึงมีการจัดทำสื่อเพื่อประชาสัมพันธ์ข่าวสารของโครงการแก่ผู้ประกอบการและผู้ที่สนใจทั่วไปเพื่อให้ผู้สนใจสามารถสมัครเข้าร่วมกับโครงการ ทั้งนี้ยังมีผู้ประกอบการที่ผ่านการอบรม คพอ. เข้าร่วมอภิปรายชี้แจงให้ทราบถึงประโยชน์ที่จะได้รับจากการฝึกอบรมและเพื่อสร้างความเข้าใจให้กับผู้ที่จะเข้าอบรมในรุ่นต่อไป

ข้อมูลเพิ่มเติมของ ศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมภาคที่2 กรมส่งเสริมอุตสาหกรรมติดต่อที่ โทรศัพท์ 0 5528 2957-9 โทรสาร 0 5528 3021

ประชุมวิชาการ "วิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีเพื่อสังคมและโลก"

สำนักงานพัฒนาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งชาติ (สวทช.) กำหนดจัดการประชุมวิชาการประจำปี 2553 สวทช. ภายใต้หัวข้อ "วิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีเพื่อสังคมและโลก" วันที่ 29 - 31 มีนาคม 2553 ณ อุทยานวิทยาศาสตร์ประเทศไทย จ.ปทุมธานี โดยมีวัตถุประสงค์ เพื่อเผยแพร่ความรู้ด้านวิทยาศาสตร์เทคโนโลยี และผลงานวิจัยพัฒนาที่ สวทช. สนับสนุนและดำเนินการ

โดยมีทั้งการสัมมนาวิชาการเพื่อเป็นเวทีสำหรับการนำเสนอความก้าวหน้าทางวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีสาขา ต่างๆ โดยในปีนี้จะเน้นในเรื่องบทบาทของวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี ในการช่วยลดภาวะโลกร้อน ซึ่งเป็นปัญหาใหญ่ของประเทศและของโลก รวมทั้งการจัดนิทรรศการแสดงผลงานและการเจรจาธุรกิจ

ผู้สนใจลงทะเบียนเข้าฟังการสัมมนาทางวิชาการติดต่อที่ ฝ่ายลงทะเบียนงานประชุม NAC 2010 เลขที่ 113 อุทยานวิทยาศาสตร์ประเทศไทย ถนนพหลโยธิน ตำบลคลองหนึ่ง อำเภอคลองหลวง จังหวัดปทุมธานี 12120

โทรศัพท์ 0 2564 6700 ต่อ 3379-3382 โทรสาร 0 2564 6574

http://www.nstda.or.th/nac2010/

ปฏิทินการจัดงานนิทรรศการแสดงสินค้าประจำเดือนมีนาคม ถึง พฤษภาคม 2553

27-28 มี.ค. 2553	งาน เอเจล เวิร์ล ทัวร์ เอเชีย 2553 (Agel World Tour-Asia 2010) อิมแพคเมืองทองธานี	Tel. 0 2930-9009 www.agel.com
26 มี.ค.- 6 เม.ย. 2553	งานบางกอกมอเตอร์โชว์ครั้งที่ 31 (The 31st Bangkok International Motor Show Theme) ไบเทค บางนา	Tel. 0 22971 6450 - 60 www.grandprixgroup.com
26 มี.ค.- 6 เม.ย. 2553	งานสัปดาห์หนังสือแห่งชาติครั้งที่ 38 และงาน งานมหกรรมหนังสือนานาชาติ กรุงเทพ 2010 ครั้งที่ 8 ศูนย์การประชุมแห่งชาติ สิริกิติ์	Tel : +66 (0) 2954 9560-4 http://www.bangkokibf.com
27 มี.ค.- 4 เม.ย. 2553	งาน ไทยแลนด์ เฟอร์นิเจอร์ แอนด์ เฮาส์แวร์ แฟร์ (Thailand Furniture Fair 2010)สินค้าตกแต่งบ้านและสวน เฟอร์นิเจอร์ เสื้อผ้า เครื่องประดับ สตูดิโอถ่ายภาพแต่งงาน สปา อาหาร อิมแพคเมืองทองธานี	Tel. 0 2731 1313 Fax. 0 2375 9206 www.worldfair.co.th
1 - 4 เม.ย. 2553	BIFF & BIL 2010 Bangkok International Fashion Fair & Bangkok International Leather Fair 2010 and ASEAN FASHION PLUS งานแสดงสินค้าด้านแฟชั่นระดับนานาชาติ อิมแพคเมืองทองธานี	Tel: 0 2512 0093-104 ext. 217, 292 http://www.thaitradefair.com/ http://www.biffandbil.com/
21 - 23 เม.ย. 2553	Asian Paper 2010 Asian Paper is Asia's leading business event in the pulp, paper and board industry ศูนย์การประชุมแห่งชาติ สิริกิติ์	Tel : Tel : +65 6887 9108 http://www.asianpapershow.com
24 เม.ย.-2 พ.ค. 2553	Furniture Grand Sale The furniture and decorative items exhibition for furniture industry ศูนย์การประชุมแห่งชาติ สิริกิติ์	Tel : +66 (0) 2719 0408
28 เม.ย.-1 พ.ค. 2553	Thailand Auto Parts & Accessories 2010 : (TAPA 2010) Vehicle Parts, Components, Accessories, Machinery, Equipment Tools, Service and Repair ไบเทค บางนา	Tel : +66 (0) 2512 0093 ext 293, 272, 250 www.thailandautopartsfair.com
30 เม.ย.-5 พ.ค. 2553	สถาปนิก '53 โลกแห่งสถาปัตยกรรมไม่เคยหยุดนิ่งและกำลังคึกคักขึ้นอีกครั้งกับงานสถาปนิก '53 งานแสดงผลิตภัณฑ์ด้านสถาปัตยกรรมและประชุมทางวิชาการ ใหญ่ที่สุดในอาเซียน ครั้งที่ 24 อิมแพคเมืองทองธานีชาเลนเจอร์ 1-3	Tel : +66 (0) 2717 2477 Fax: +66 (0) 2717 2466 www.architectexpo.com

ใบสมัครสมาชิก วารสารอุตสาหกรรม 2553

ประเภทสมาชิก

- ◯ ประเภทสมาชิก
- ◯ ผู้ประกอบการ บริษัท ห้างร้าน ธนาคาร ฯลฯ
- ◯ หน่วยงานราชการสังกัดกระทรวงอุตสาหกรรม
- ◯ หน่วยงานราชการ
- ◯ สถาบันการศึกษา
- ◯ ประชาชนทั่วไป
- ◯ อื่น ๆ.....

ข้อมูลส่วนตัว

วันที่สมัคร.....

เลขที่บัตรประจำตัวประชาชน

☐/☐☐☐☐/☐☐☐☐☐/☐☐/☐

ชื่อผู้สมัคร.....

นามสกุล.....

บริษัท/หน่วยงาน.....

ที่อยู่.....

รหัสไปรษณีย์.....โทรศัพท์.....

โทรสาร.....ตำแหน่ง.....

อีเมล.....

เว็บไซต์บริษัท.....

แบบสอบถาม

1. ผลิตภัณฑ์หลักที่ท่านผลิตคือ.....
2. ท่านรู้จักวารสารนี้จาก.....
3. ข้อมูลที่ท่านต้องการคือ.....
4. ประโยชน์ที่ได้จากวารสารคือ.....
5. เนื้อหาสาระของวารสารอุตสาหกรรมอยู่ในชั้น

   ◯ดีที่สุด ◯ดีมาก ◯ดี ◯ พอใช้ ◯ ต้องปรับปรุง
6. การออกแบบปกและรูปเล่ม

   ◯ดีที่สุด ◯ดีมาก ◯ดี ◯ พอใช้ ◯ ต้องปรับปรุง
7. ข้อมูลที่ท่านต้องการมากที่สุด

   ◯การตลาด ◯การให้บริการ ◯สัมภาษณ์ผู้ประกอบการ ◯ข้อมูลทั่วไป ◯อื่น ๆ ระบุ.....
8. ท่านชอบคอลัมน์ไหนมากที่สุด

   ◯Interview (สัมภาษณ์) ◯Cover Story ◯ SMEs Focus (เจาะลึกเฉพาะเรื่อง)

   ◯Creative&Design (ออกแบบผลิตภัณฑ์) ◯Marketing & Knowledge Relax Corner

   ◯Good Governance (ธรรมาภิบาล) ◯Innovation (นวัตกรรม)

   ◯อื่น ๆ ระบุ .....
9. ท่านได้นำข้อมูลจากวารสารอุตสาหกรรมไปใช้ประโยชน์แก่ท่าน

   ◯มากที่สุด ◯มาก ◯พอสมควร ◯ น้อย ◯ ไม่ได้ใช้ประโยชน์
10. ความพึงพอใจของท่านที่ได้รับจากวารสารอุตสาหกรรมสารเทียบเป็นคะแนนได้เท่ากับ

    ◯91-100 คะแนน ◯81-90 คะแนน ◯71-80 คะแนน ◯61-70 คะแนน ◯ 51-60 คะแนน ◯ต่ำกว่า 50 คะแนน

หน่วยงานเครือข่าย กรมส่งเสริมอุตสาหกรรมในส่วนภูมิภาค

ศูนย์พัฒนาอุตสาหกรรมเซรามิก
424 ม. 2 ถ.พหลโยธิน ต.ท่าศาลา อ.เกาะคา
จ.ลำปาง 52130
โทรศัพท์ (054) 281 884, 282 375-6
โทรสาร (054) 281 885
E-mail: ceramic@dip.go.th

ศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมภาคที่ 1
(เชียงใหม่ เชียงราย แม่ฮ่องสอน ลำพูน ลำปาง
พะเยา แพร่ น่าน)
158 ถ.ทุ่งโฮเต็ล ต.วัดเกต อ.เมือง จ.เชียงใหม่ 50000
โทรศัพท์ (053) 245 361-2, 243 494, 242 226
โทรสาร (053) 248 315
E-mail: ipc1@dip.go.th

ศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมภาคที่ 2
(พิษณุโลก สุโขทัย อุตรดิตถ์ เพชรบูรณ์ ตาก)
292 ถ.เลี่ยงเมือง-นครสวรรค์ ต.บ้านคร่าง
อ.เมือง จ.พิษณุโลก 65000
โทรศัพท์ (055) 282 957-9 โทรสาร (055) 243 021
E-mail: ipc2@dip.go.th

ศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมภาคที่ 3
(พิจิตร กำแพงเพชร นครสวรรค์ อุทัยธานี)
200 ม.8 ถ.เลี่ยงเมือง ต.ท่าหลวง
อ.เมือง จ.พิจิตร 66000
โทรศัพท์ (056) 613 161-5 โทรสาร (056) 613 559
E-mail: ipc3@dip.go.th

ศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมภาคที่ 8
(สุพรรณบุรี กาญจนบุรี ชัยนาท สิงห์บุรี ลพบุรี อ่างทอง
สระบุรี พระนครศรีอยุธยา ปทุมธานี นครปฐม นนทบุรี
ราชบุรี สมุทรสาคร สมุทรสงคราม เพชรบุรี ประจวบคีรีขันธ์)
117 หมู่ 1 ถ.มาลัยแมน ต.ดอนกำยาน อ.เมือง จ.สุพรรณบุรี 72000
โทรศัพท์ (035) 441 027, 441 029, 441 031
โทรสาร (035) 441 30
E-mail: ipc8@dip.go.th

ศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมภาคที่ 11
(สงขลา นครศรีธรรมราช ตรัง พัทลุง สตูล ยะลา
ปัตตานี นราธิวาส)
165 ถ.กาญจนวนิช ต.น้ำน้อย อ.หาดใหญ่ จ.สงขลา 90110
โทรศัพท์ (074) 211 905-8 โทรสาร (074) 211 904
E-mail: ipc11@dip.go.th

ศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมภาคที่ 4
(อุตรธานี หนองบัวลำภู เลย หนองคาย)
399 ม.11 ถ.มิตรภาพ ต.โนนสูง อ.เมือง จ.อุดรธานี 41330
โทรศัพท์ (042) 207 232-6, 207 238
โทรสาร (042) 207 241
E-mail: ipc4@dip.go.th

ศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมภาคที่ 5
(ขอนแก่น กาฬสินธุ์ มหาสารคาม ร้อยเอ็ด มุกดาหาร
สกลนคร นครพนม)
86 ถนนมิตรภาพ ต.สำราญ อ.เมือง จ.ขอนแก่น 40000
โทรศัพท์ (043) 379 296-9 โทรสาร (043) 379 302
E-mail: ipc5@dip.go.th

ศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมภาคที่ 7
(ยโสธร อำนาจเจริญ ศรีสะเกษ อุบลราชธานี)
222 หมู่ที่ 24 ถนนคลังอาวุธ ต.ขามใหญ่ อ.เมือง
จ.อุบลราชธานี 34000
โทรศัพท์ (045) 313-772, 313 945, 314 216, 314 217
โทรสาร (045) 312 378, 312 493
E-mail: ipc7@dip.go.th

ศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมภาคที่ 6
(นครราชสีมา ชัยภูมิ บุรีรัมย์ สุรินทร์)
333 ถนนมิตรภาพ ต.สูงเนิน อ.สูงเนิน
จ.นครราชสีมา 30190
โทรศัพท์ (044) 419 622 โทรสาร (044) 419 089
E-mail: ipc6@dip.go.th

ศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมภาคที่ 9
(ชลบุรี สมุทรปราการ ฉะเชิงเทรา ระยอง จันทบุรี
ตราด นครนายก ปราจีนบุรี สระแก้ว)
67 ม.1 ถ.สุขุมวิท ต.เสม็ด อ.เมือง จ.ชลบุรี 20000
โทรศัพท์ (038) 261 203, 273 702, 784 654-5
โทรสาร (038) 273 701
E-mail: ipc9@dip.go.th

ศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมภาคที่ 10
(สุราษฎร์ธานี กระบี่ ภูเก็ต พังงา ระนอง ชุมพร)
131 ม. 2 ถ.เทพรัตนกวี ต.วัดประดู่ อ.เมือง
จ.สุราษฎร์ธานี 84000
โทรศัพท์ (077) 200 395-8 โทรสาร (077) 200 449
E-mail: cre-ipc10@dip.go.th

http://e-journal.dip.go.th
เว็บไซต์วารสารอุตสาหกรรมสาร

วารสารอุตสาหกรรมสารเป็นวารสารของกรมส่งเสริมอุตสาหกรรม
เป็นสื่อสิ่งพิมพ์ของราชการที่มีอายุยาวนานกว่า 50 ปี เป็นฐานข้อมูลสำคัญในการส่งเสริมความรู้
ด้านอุตสาหกรรม เนื้อหาภายในเล่มประกอบด้วย แนวโน้มของอุตสาหกรรม กระบวนการผลิต
การตลาด การบริหารการจัดการ การพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์ การให้บริการต่าง ๆ
ตลอดจนตัวอย่างผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จในธุรกิจอุตสาหกรรม

เอสเอ็มอีเกษตรแปรรูป
ยกระดับความได้เปรียบด้วยมูลค่าเพิ่ม
ปีที่ 51 ฉบับเดือน
พฤศจิกายน-ธันวาคม 2551

อาหารพร้อมทาน อาหารพร้อมปรุง
ปีที่ 52 ฉบับเดือน
มกราคม-กุมภาพันธ์ 2552

พลิกบทบาทการให้บริการ SMEs
ปีที่ 52 ฉบับเดือน
มีนาคม-เมษายน 2552

กระแสศีลธรรมตื่นตัว ในองค์กรธุรกิจ
ปีที่ 52 ฉบับเดือน
พฤศจิกายน-ธันวาคม 2552

ยุทธศาสตร์การอยู่รอด
อย่างยิ่งใหญ่ Brand & Design
ปีที่ 51 ฉบับเดือน
กันยายน-ตุลาคม 2551

โอกาสทางธุรกิจ ชา-กาแฟ
ปีที่ 51 ฉบับเดือน
กรกฎาคม-สิงหาคม 2551

อุตสาหกรรมสนับสนุนฐานราก
การผลิตภาคอุตสาหกรรมทุกมิติ
ปีที่ 51 ฉบับเดือน
พฤษภาคม-มิถุนายน 2551

เพิ่มขีดความสามารถผู้ประกอบการ
ปีที่ 51 ฉบับเดือน
มีนาคม-เมษายน 2551

Frozen food
อาหารแช่แข็งเติบโตทั่วโลก
ปีที่ 51 ฉบับเดือน
มกราคม-กุมภาพันธ์ 2551

เพิ่มมูลค่า ข้าวไทย
ปีที่ 51 ฉบับเดือน
พฤศจิกายน-ธันวาคม 2550

โอกาสและธุรกิจ ขนมไทย
ปีที่ 50 ฉบับเดือน
กันยายน-ตุลาคม 2550

โลจิสติกส์ เพิ่มผลผลิตอุตสาหกรรม
ปีที่ 50 ฉบับเดือน
กรกฎาคม-สิงหาคม 2550

สมัครเป็นสมาชิกได้ที่ :
วารสารอุตสาหกรรม กลุ่มประชาสัมพันธ์ กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม ถนนพระรามที่ 6 เขตราชเทวี กทม. 10400
สมัครผ่านเครื่องแฟกซ์ที่หมายเลข 0 2354 3299
สมัครผ่านเว็บไซต์วารสาร http://e-journal.dip.go.th