

Opportunities for SMEs as AEC



ASEAN SMEs ในยุค AEC 2015



Big Data: ยุทธวิธีพัฒนาธุรกิจ SMEs
เพื่อการแข่งขันอย่างมีชั้นเชิง (ตอนที่ 2)



โลจิสติกส์ไทย
ก้าวไกลในเศรษฐกิจดิจิทัล

Contents

Volume 9 Issue 2 May - August 2015

3 Editor

4 SmartBiz

ASEAN SMEs ในยุค AEC 2015

7 Strategy Logistics

โลจิสติกส์ไทย

ก้าวไกลในเศรษฐกิจดิจิทัล

10 SMEs Showcase

เทรนด์บรรจุภัณฑ์แห่งอนาคต

12 Asia Update

ญี่ปุ่นกับวิวัฒนาการด้านสิ่งแวดล้อม

18 Green Entrepreneur

ดาว ประเทศไทย หนุนสร้างพันธมิตร
สู่อุตสาหกรรมยั่งยืน

21 Business Training Guide

Big Data: ยุทธวิธีพัฒนาธุรกิจ SMEs
เพื่อการแข่งขันอย่างมีชั้นเชิง (ตอนที่ 2)

27 Economic Outlook

โอกาส SMEs ไทยในตลาดมาเลเซีย

28 Energy Focus

ทิศทางพลังงานอาเซียน

30 IT for Business

การนำระบบ IT มาใช้ในองค์กร

4



21



27



28



10



SMEs เป็นกลุ่มธุรกิจที่สำคัญในการขับเคลื่อนระบบเศรษฐกิจของประเทศไทยและภูมิภาคอาเซียน ซึ่งจากตัวเลขของสถาบันระหว่างประเทศเพื่อการค้าและการพัฒนาพบว่า ปัจจุบันมี SMEs กว่าร้อยละ 96 ของจำนวนวิสาหกิจทั้งหมดในระบบเศรษฐกิจภูมิภาคอาเซียน สามารถสร้างมูลค่าทางเศรษฐกิจร้อยละ 42 ของมูลค่ารวมทางเศรษฐกิจของภูมิภาค และส่งผลให้เกิดการจ้างงานถึงร้อยละ 73 ของการจ้างงานทั้งหมดในระบบเศรษฐกิจ

ดังนั้นในปี 2015 จึงมีความมุ่งมั่นผลักดันให้ ASEAN SMEs เป็นวิสาหกิจระดับโลก (World-class Enterprises) ให้ได้ โดยมีการสนับสนุนด้านนโยบายจากภาครัฐเข้ามากระตุ้นเพื่อให้ SMEs ในประเทศเกิดการพัฒนาทั้งในด้านเทคโนโลยี ทักษะด้านแรงงาน กลยุทธ์ทางการค้าระหว่างประเทศ เพื่อเตรียมความพร้อมสู่การรวมตัวประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนปลายปีนี้ จึงควรหันมาพัฒนาศักยภาพในการดำเนินธุรกิจที่มีการผนวกประเด็นด้านการจัดการสิ่งแวดล้อมและการจัดการพลังงานไว้ในทุกๆ ขั้นตอนการทำงานไปพร้อมๆ กับการเพิ่มศักยภาพของคนภายในองค์กรให้เท่าทันสถานการณ์ที่เปลี่ยนไป ร่วมกับการใช้หลักการบริหารจัดการ เทคโนโลยี และนวัตกรรมต่างๆ ให้เหมาะสมกับองค์กรประยุกต์ใช้เพื่อนำไปสู่การลดต้นทุนการผลิต เพิ่มผลผลิต และภาพลักษณ์ที่ดีของภาคธุรกิจและอุตสาหกรรม

สำหรับประเทศไทยเองควรมีการเตรียมความพร้อมที่เหมาะสมโดยเฉพาะสินค้าและบริการที่อาจเกิดผลกระทบจากการเปิดการค้าเสรี เช่น สินค้าเกษตร ได้แก่ น้ำมันปาล์ม มะพร้าว ข้าว ฯลฯ ด้านอุตสาหกรรม ได้แก่ ปิโตรเลียม ยาง เหล็ก พลาสติก ยา ฯลฯ เพื่อให้ธุรกิจสามารถแข่งขันด้านคุณภาพของสินค้าและราคาในตลาดได้ ด้วยการสร้างโอกาสให้เกิดธุรกิจของตนเอง ไม่ว่าจะเป็นขนาดเล็ก ขนาดกลาง ขนาดใหญ่ ควรหันมาพัฒนาประสิทธิภาพในการดำเนินธุรกิจ ทั้งการลดต้นทุนการผลิต เพิ่มผลผลิต และการใช้ทรัพยากรธรรมชาติให้เกิดประโยชน์สูงสุด รวมถึงการสร้างพันธมิตรและพัฒนาเครือข่ายวิสาหกิจโดยนำจุดเด่นของแต่ละธุรกิจมาเชื่อมโยงเกื้อหนุนกัน นอกจากทำให้เกิดการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ข้อมูลที่เป็นประโยชน์ระหว่างกันแล้ว ยังก่อให้เกิดความแข็งแกร่งของวิสาหกิจภายในประเทศอีกด้วย

ศิริชัย ไพโรจน์บริบูรณ์

บรรณาธิการบริหาร : ศิริชัย ไพโรจน์บริบูรณ์

บรรณาธิการ : วริยา สรรคชา

กองบรรณาธิการ : ภัทรา จิตรานนท์ ดร. จุฑามาส แก้วสุข

ธนพร คำขจร จุฑามาส ขาวสังข์ ศิริรัตน์ จุลพฤษ

ออกแบบรูปเล่ม : วริยา สรรคชา

พิมพ์ที่ : มาตาการพิมพ์

เจ้าของ : มูลนิธิสถาบันสิ่งแวดล้อมไทย

16/151 เมืองทองธานี ถนนบอนด์สตรีท ตำบลบางพูด

อำเภอปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี 11120

โทรศัพท์ : 0 2503 3333 โทรสาร : 0 2504 4826-8

เว็บไซต์ : www.tei.or.th



ASEAN SMIEs ในยุค AEC 2015



ประเทศส่วนใหญ่ในอาเซียนเป็นประเทศเพื่อนบ้าน ที่มีพรมแดนติดกับประเทศไทย มีวัฒนธรรม อาหารการกินอยู่คล้ายคลึงกัน เมื่อมีการเปิดเสรีทางภาษีและการค้า จึงเป็นโอกาสดีในการเข้าไปขยายตลาดประเทศเพื่อนบ้าน โดยเฉพาะกลุ่มประเทศ CLMV (กัมพูชา สปป.ลาว เมียนมา และเวียดนาม) ที่มีทรัพยากรธรรมชาติอันเป็นแหล่งวัตถุดิบการผลิตอยู่จำนวนมาก เช่น น้ำมัน ป่าไม้ เหมืองแร่ ฯลฯ ซึ่งเหมาะสำหรับการลงทุนภาคอุตสาหกรรม การผลิตเป็นอย่างยิ่ง

คุณวิมล ปั่นคง ผู้อำนวยการสำนักพัฒนาองค์ความรู้ สถาบันระหว่างประเทศเพื่อการค้าและการพัฒนา (องค์การมหาชน) กล่าวในงานสัมมนาหลักสูตร การบริหารจัดการธุรกิจแบบองค์รวม: สร้างมาตรฐานสถานประกอบการยุค Digital SMEs รุ่นที่ 2 ของมูลนิธิสถาบันสิ่งแวดล้อมไทย ให้ฟังว่า ความเป็นหนึ่งของอาเซียนจะเปลี่ยนแปลงการทำธุรกิจในภูมิภาคนี้อย่างมากในอนาคต เพราะทำให้ประเทศเพื่อนบ้านตื่นตัวขึ้นและปรับตัวเร็วมาก โดยเฉพาะ CLMV กลุ่มประเทศที่เศรษฐกิจกำลังเติบโต รัฐบาลออกกฎหมายสนับสนุนให้นักลงทุนต่างชาติเข้าไปลงทุนเพื่อให้เกิดการจ้างงาน ก่อให้เกิดรายได้และการใช้จ่ายใช้สอยภายในประเทศมากขึ้น นับเป็นโอกาสดีของประเทศไทย

ที่ต่างมีความคุ้นเคยเพราะมีการค้าขายระหว่างกันมานาน การขนส่งและคมนาคมก็สะดวก อีกทั้งเขายังได้รับชมรายการโทรทัศน์พร้อมกับโฆษณาสินค้า ทำให้เกิดความนิยมและยอมรับในคุณภาพและมาตรฐานของสินค้าไทยมาโดยตลอด

สำหรับทิศทางและโอกาสทางธุรกิจของ SMEs ที่น่าสนใจได้แก่ (1.) ธุรกิจอาหารแปรรูปและเครื่องดื่ม เนื่องจากกลุ่มประเทศ CLMV มีแต่อาหารพื้นฐาน ยังไม่มีอาหารแปรรูปมากนัก เช่น สินค้าอุปโภคบริโภค จำพวกน้ำปลา ผงชูรส เครื่องปรุงสำเร็จรูป เครื่องดื่ม ขนมขบเคี้ยว ฯลฯ (2.) สินค้าและผลิตภัณฑ์ความงาม เช่น เครื่องสำอาง สบู่ แชมพู ฯลฯ และ (3.) เสื้อผ้า เครื่องแต่งกายแฟชั่น

“สินค้าที่กล่าวข้างต้นได้รับความนิยมมากทั้งใน สปป.ลาว เวียดนาม และกัมพูชา เนื่องจากเมื่อประเทศเหล่านี้มีรายได้มากขึ้นจะมีความต้องการอาหารที่ดีมีคุณภาพ ประกอบกับได้ดูรายการโทรทัศน์ไทยด้วย เห็นคนไทยสวยก็อยากสวยเหมือนคนไทยบ้างทำให้เสื้อผ้า เครื่องแต่งกายแฟชั่นขายดี สำหรับเมียนมาเองทางรัฐบาลยังมีความพยายามสนับสนุนให้คนไปลงทุนโดยใช้วิธีให้สัมปทานกับบริษัทต่างชาติที่มีความพร้อมด้านเงินทุน และเทคโนโลยี เข้ามาใช้วัตถุดิบในประเทศเพื่อผลิตเพราะมีความพร้อมในเรื่องของทรัพยากรธรรมชาติ มีอาหารทะเล มีพื้นที่ทางการเกษตรที่มีความอุดมสมบูรณ์ จึงอยากให้นักลงทุนและผู้ประกอบการจากประเทศไทยไปตั้งโรงงานเพื่อแปรรูปสินค้าส่งขายภายในประเทศเพื่อลดการนำเข้าสินค้า เช่น ปลากระป๋อง กะปิ น้ำปลา น้ำมันพืช เป็นต้น ซึ่งที่ผ่านมาก็มีนักลงทุนไทยส่วนหนึ่งเข้าไปลงทุนแล้ว แม้ประเทศกลุ่ม CLMV ยังไม่พร้อมในเรื่องโครงสร้างพื้นฐาน ถนน ประปา ไฟฟ้า แต่ก็อยากให้ผู้ประกอบการไทยไปจับจองโอกาสนี้ไว้นานเพราะคนของเขาปรับตัวเร็ว”

แม้ว่าปัจจุบันจะมีบริษัทใหญ่ๆ เข้าไปลงทุน เนื่องจากมีความพร้อมทั้งด้านความรู้ เงินทุน บุคลากร มากกว่า แต่โอกาสสำหรับ SMEs ก็มีด้วยเช่นกัน ซึ่งต้องเตรียมตัวให้พร้อมจริงๆ โดยเริ่มแรกควรทำ SWOT เพื่อประเมินความพร้อมของตนเองก่อน เช่น ข้อจำกัดการทำธุรกิจในประเทศของบริษัทคืออะไร สิ่งที่เกิดขึ้นในประเทศเพื่อนบ้านตอบสนองข้อจำกัดของบริษัทหรือไม่ ประเมินต้นทุนว่าสูงหรือไม่ มีวัตถุดิบเพียงพอไหม เมื่อเริ่มผลิตสินค้าแล้วราคาแพงกว่าสินค้าที่เขานำเข้ามาจากต่างประเทศแล้วจะแก้ปัญหายังไง สำรวจตลาดว่าจะส่งไปขายที่ไหน อย่างไร สินค้าที่ผลิตมีความพร้อมมากน้อยแค่ไหน และจะกำหนดแผนงานระยะ 3 ปี 5 ปีอย่างไร

“ผมคิดว่าต้องมีการวางแผนล่วงหน้า เช่น ปีแรกเข้าไปศึกษาหาข้อมูล ดูโอกาสสินค้าที่ตัวเองผลิตว่ามีใครขายในตลาดบ้าง คู่แข่งเราคือใคร ระบบในการทำตลาดต้องเป็นอย่างไร ควรทดลองส่งไปขายหรือหาพาร์ทเนอร์ให้เขาช่วยขายก่อนเพื่อนำไปสู่การขายตลาดในอนาคต อย่าทำแล้วทำเร็ว ขาดความรอบคอบ SMEs พลาดไม่ได้เพราะจะแก้ตัวไม่ได้ด้วยข้อจำกัดด้านเงินลงทุน ที่สำคัญเวลากำหนดกลยุทธ์ไปต่างประเทศอย่าทิ้งฐานลูกค้าในเมืองไทย เนื่องจากต้องมีกระแสเงินสดหล่อเลี้ยงบริษัทไว้ เพราะส่วนใหญ่คนที่ประสบความสำเร็จ

จะเป็นคนที่ขยายฐานจากประเทศไทยมากกว่า ซึ่งโมเดล SMEs ที่ประสบความสำเร็จมากที่สุดคือ “การมีพาร์ทเนอร์ที่มีผลประโยชน์ร่วมกัน” ในประเทศนั้นๆ หรือนานๆ ไปก็จะมีภรรยาหรือสามีเป็นคนต่างชาติ เพราะเรื่องการทำธุรกิจอยู่ที่การไว้วางใจกันเป็นสิ่งสำคัญ ยกตัวอย่างเช่น นักธุรกิจที่ จ.ระนองไปตั้งโรงงานหล่อเสาเข็มที่เมียนมา เขาเริ่มต้นจากการไปดูงานก่อน แล้วค้นหากันเจอว่าใครเป็นตัวจริงในธุรกิจนี้จึงเชิญมาดูงานที่ประเทศไทย นำเสนอให้เขาเห็นว่าเรามีเทคโนโลยีที่ดีกว่า สินค้ามีความแข็งแรง ได้มาตรฐาน ต้นทุนต่ำ ส่วนทางเขามีที่ดิน มีช่องทางการจัดจำหน่าย ความรู้จักคุ้นเคยกับลูกค้า จึงชวนกันร่วมทุนตั้งโรงงานผลิตเสาเข็มขายที่เมียนมา เป็นต้น”





สำหรับ SMEs ที่อยากลงทุนในต่างประเทศควรเริ่มศึกษาจากคู่มือ ซึ่งก็มีหลายหน่วยงานที่ทำวิจัยเรื่องการค้าขายแดน วิธีการเข้าไปลงทุน ทั้งของสถาบันระหว่างประเทศเพื่อการค้าและการพัฒนา (องค์การมหาชน) หน่วยงานของกระทรวงพาณิชย์ เช่น กรมเจรจาการค้าระหว่างประเทศ กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ และสำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน

“ผู้ลงทุนควรลงไปศึกษาพื้นที่จริง โดยอาจเข้าไปขอข้อมูลจากทูตพาณิชย์ประเทศนั้นๆ หรือขอให้แนะนำคนไทยที่เขาทำธุรกิจที่นั่นแล้วประสบความสำเร็จเพื่อเข้าไปคุย ผูกมิตร ขอคำชี้แนะจากเขา หลังจากนั้นทดลองส่งสินค้าเข้าไปขาย โดยหาพาร์ตเนอร์ที่ทำความรู้จักจนเริ่มสนิทสนม ไว้เนื้อเชื่อใจกัน เริ่มจากธุรกิจเล็กๆ แล้วค่อยๆ พัฒนาไป ไม่ควรเข้าไปทีเดียวๆ เพราะเราไม่รู้จักเจ้าหน้าที่ของรัฐ ไม่รู้จักพื้นที่ดี ไม่สามารถเข้าใจพฤติกรรมผู้บริโภคดีเท่าเขา สิ่งเหล่านี้ต้องใช้ความรู้จริงทั้งนั้น ความไว้เนื้อเชื่อใจ ความซื่อสัตย์ การมีผลประโยชน์ร่วมกันจะทำให้ธุรกิจคุณไปได้โดยมีอีกหนึ่งตัวอย่างที่มีคนไทยไปเปิดฟาร์มเลี้ยงไก่ในสปป.ลาว

เขาจ้างคนลาวเข้ามาทำงานและดูแลอย่างดี เวลามีเทศกาลต่างๆ ที่วัดหรือหน่วยงานราชการจัดขึ้น เจ้าของจะไปงานเองตลอดเพื่อแสดงให้ชาวบ้านเห็นว่ามีความจริงใจในการทำธุรกิจ มีความรักในประเทศที่เขาไปลงทุนและต้องการนำสิ่งดีๆ ไปให้ เพียงเท่านั้นธุรกิจก็ได้รับการตอบรับจากคนในชุมชนเป็นอย่างดี”

นอกจากนี้ควรศึกษาเรื่องกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการค้าและการลงทุนในต่างประเทศของประเทศที่เขาไปลงทุน อาทิ

- กฎหมายเกี่ยวกับการนำเข้า-ส่งออก
- กฎหมายที่เกี่ยวข้องกับพิธีการศุลกากร
- กฎหมายเกี่ยวกับมาตรฐานและความปลอดภัยของสินค้า
- กฎหมายส่งเสริมการลงทุน (บางประเทศมีกฎหมายส่งเสริมการลงทุนของนักลงทุนต่างประเทศโดยเฉพาะ)
- กฎหมายการลงทุนของต่างชาติ
- กฎหมายการถือครองที่ดิน
- กฎหมายการจัดตั้งบริษัทหรือกิจการ (นิยามของบริษัทต่างดาว การกำหนดสัดส่วนการถือหุ้น)
- กฎหมายภาษี (ภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา คนท้องถิ่น คนต่างชาติ ภาษีเงินได้นิติบุคคล และกฎหมายธุรกิจเฉพาะ)
- กฎหมายแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ
- กฎหมายแรงงาน (การจ้างงานแรงงานท้องถิ่น และการจ้างแรงงานต่างชาติ)
- กฎหมายคุ้มครองทรัพย์สินทางปัญญา (การคุ้มครองเครื่องหมายการค้า ชื่อทางการค้า สิทธิบัตร)

“ในแต่ละประเทศจะมีกฎหมายเฉพาะด้านการส่งเสริมการลงทุน เรียกว่า **“Investment Promotion”** ซึ่งผู้ลงทุนควรทำการศึกษาให้ละเอียด และที่สำคัญต้องใส่ใจทำงานร่วมกับสังคม ไปพร้อมกับการพัฒนาความรู้และความเข้าใจถึงมาตรการและมาตรฐานด้านสิ่งแวดล้อมที่ต้องปฏิบัติในแต่ละประเทศด้วย เพราะการส่งสินค้าต่อไปยังประเทศสมาชิกความตกลงหุ้นส่วนยุทธศาสตร์เศรษฐกิจเอเชีย-แปซิฟิก (TPP) และประเทศสหภาพยุโรปอาจมีประเด็นเรื่องการตรวจสอบย้อนกลับในสินค้าทำให้มีความเสี่ยงที่อาจเกิดข้อพิพาทกรณีการผลิตภายใต้ AEC ได้”

อย่างไรก็ตาม หลังจากได้รับข้อมูลของกูรูด้านการค้าต่างประเทศอย่างนี้แล้ว เชื่อว่าผู้ประกอบการ SMEs ไทยจะสามารถนำพาสินค้าไทยไปโตไกลในต่างประเทศได้อย่างแน่นอน 🍀



โลจิสติกส์ไทย ก้าวไกลในเศรษฐกิจดิจิทัล



การจัดการโลจิสติกส์และห่วงโซ่อุปทานของภาคอุตสาหกรรมให้มีประสิทธิภาพสอดคล้องกับกระแสโลกาภิวัตน์ และเป็นพลวัตทั้งทางด้านเศรษฐกิจ การเมือง สังคม เทคโนโลยี และสิ่งแวดล้อม โดยการผลักดันของกระทรวงอุตสาหกรรมเพื่อเสริมสร้างความเข้มแข็งให้ผู้ประกอบการไทยมีขีดความสามารถในการแข่งขันและมีความพร้อมสำหรับการเปิดประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (Asean Economic Community) ปลายปี 2558 นี้

คุณสุรพงษ์ เชียงทอง อธิบดีกรมอุตสาหกรรมพื้นฐานและการเหมืองแร่ กระทรวงอุตสาหกรรม กล่าวว่า การนำเทคโนโลยีดิจิทัลมาประยุกต์ใช้ด้านการจัดการโลจิสติกส์และซัพพลายเชนเพื่อส่งเสริมให้เกิดความเชื่อมโยงของฐานข้อมูลและการสื่อสารระหว่างองค์กรตลอดห่วงโซ่อุปทาน ทั้งด้านการแลกเปลี่ยนข้อมูลทางอิเล็กทรอนิกส์ (Electronic Data Interchange, EDI) ด้วยการใช้ภาษามาตรฐาน Electronic Business Extensible Markup Language (ebXML) การมีระบบสนับสนุนการตัดสินใจ (Decision Support System) ระบบติดตามและตรวจสอบสินค้า (Tracking and Tracing System) ระหว่างองค์กร รวมทั้งการพัฒนาผู้ประกอบการสามารถเลือก

เทคโนโลยีสารสนเทศด้านการจัดการโลจิสติกส์และซัพพลายเชนมาใช้อย่างเหมาะสม เช่น การวางแผนทรัพยากรทางธุรกิจ และองค์กร (Enterprise Resource Planning, ERP) การใช้ระบบสนับสนุนการจัดการกิจกรรมโลจิสติกส์ เช่น ระบบการจัดการคลังสินค้า (Warehouse Management System, WMS) การวางแผนความต้องการการกระจายสินค้า (Distribution Requirement Planning, DRP) การประยุกต์ใช้นวัตกรรมและเทคโนโลยีที่ทันสมัย เช่น Barcode QR Code ระบบ Cloud Computing เทคโนโลยี RFID (Radio Frequency Identification) มาช่วยให้เกิดความแม่นยำในการพยากรณ์ความต้องการของลูกค้าและการวางแผนการผลิต ให้สามารถจัดส่งถึงมือลูกค้าได้รวดเร็วและมีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น นอกจากนี้ ทางสำนักโลจิสติกส์ได้ส่งเสริมการใช้และเชื่อมโยงระบบ Backhauling เพื่อลดสัดส่วนการวิ่งรถเที่ยวเปล่า ภายใต้เว็บไซต์ www.thaibackhaul.org ให้กับเครือข่ายผู้ให้บริการขนส่งและโลจิสติกส์ (Logistics Service Provider Cluster) เพื่อเพิ่มความสามารถในการปรับตัวตามบริบทของธุรกิจ และเพิ่มความน่าเชื่อถือในการดำเนินธุรกิจและสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันขององค์กรในอนาคต

ทั้งนี้ ปี 2557 ที่ผ่านมา กระทรวงอุตสาหกรรม ได้ดำเนินโครงการด้านโลจิสติกส์และโซ่อุปทาน ทั้งสิ้น จำนวน 34 โครงการ สามารถพัฒนาสถานประกอบการ 609 ราย พัฒนาบุคลากรได้มากกว่า 9,000 คน เชื่อมโยงความร่วมมือในโซ่อุปทาน 28 โซ่ และพัฒนาระบบสารสนเทศโลจิสติกส์ 11 ระบบ สามารถลดต้นทุนภาคธุรกิจคิดเป็นมูลค่า 5,269 ล้านบาท และเมื่อนำผลการลดต้นทุนนี้มาวิเคราะห์ด้วยแบบจำลอง CGE (Computable General Equilibrium) พบว่าผลงานโครงการทั้งหมดสามารถส่งผลกระทบในทางบวกต่อระบบเศรษฐกิจภาพรวมของประเทศเมื่อเทียบกับปีฐานหรือปี 2556 โดยทำให้ผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศ หรือ GDP เพิ่มขึ้นประมาณ 25,000 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 0.200 ดัชนีราคาหรืออัตราเงินเฟ้อ ลดลงร้อยละ 0.268 ผลผลิตหรือ Output เพิ่มขึ้นคิดเป็นมูลค่ากว่า 16,000 ล้านบาท หรือร้อยละ 0.085 และการจ้างงานเพิ่มขึ้นประมาณ 230,000 คน คิดเป็นร้อยละ 0.590

สำหรับความพร้อมด้านโลจิสติกส์ของประเทศอาเซียน ต้องยอมรับว่าระบบโลจิสติกส์ของประเทศอาเซียนในปัจจุบัน มีเพียง 3 ประเทศเท่านั้นที่ติดอยู่ในกลุ่ม TOP 40 จากรายงานผลการจัดอันดับความสามารถในด้านโลจิสติกส์ (Logistics Performance Index, LPI) ของประเทศต่างๆ 160 ประเทศ โดย World Bank ซึ่งมีรายละเอียดดังนี้



*หมายเหตุ: จัดทำทุก 2 ปี ล่าสุดปี 2557



อธิบดีสุรพงษ์ กล่าวเพิ่มเติมว่า “ระบบโลจิสติกส์ของประเทศไทยยังเป็นรองประเทศสิงคโปร์และประเทศมาเลเซียอยู่ เนื่องจากทั้งสองประเทศนี้มีจุดเด่นเรื่องระบบสาธารณูปโภคพื้นฐานที่ดี และยังมีการส่งมอบสินค้าที่รวดเร็วตรงต่อเวลา มีการวางแผนและการบริหารจัดการด้วยการนำเทคโนโลยีที่ทันสมัยมาใช้

อย่างไรก็ตามต้องไม่ลืมว่าสินค้าที่ผ่านประเทศสิงคโปร์จะเป็นการส่งผ่าน (Transshipment) มากกว่าเป็นแหล่งผลิตหรือแหล่งบริโภค ด้วยพื้นที่ที่จำกัดทำให้ไม่สามารถเก็บสินค้าได้เวลานาน จึงจำเป็นต้องออกแบบให้สินค้าหมุนเวียนได้รวดเร็ว แม่นยำ และตรงต่อเวลา ดังนั้น ประเทศไทยซึ่งมีอัตราการผลิตภาพที่สูงกว่า หากเร่งพัฒนาประสิทธิภาพระบบการขนส่งในห่วงโซ่อุปทาน รวมถึงผลักดันโครงการจัดตั้งระบบ NSW (National Single Window) ของประเทศ ส่งเสริมการประยุกต์ใช้ระบบสารสนเทศเพื่อพัฒนา

คุณภาพและศักยภาพบุคลากรด้านโลจิสติกส์ เชื่อว่าในอนาคตจะสามารถยกระดับความสามารถในด้านโลจิสติกส์ขึ้นได้ แต่จะเทียบเท่าทั้ง 2 ประเทศหรือไม่ ขึ้นอยู่กับทุกภาคส่วนที่เกี่ยวข้องที่จะต้องช่วยกันอย่างเข้มข้นและจริงจัง”

ทางด้านการสนับสนุนนโยบายโลจิสติกส์จากภาครัฐ ม.ร.ว.ปรีดิยาธร เทวกุล รองนายกรัฐมนตรี ได้กล่าวในงานสัมมนา Industrial Supply Chain Logistics Conference 2015 เรื่องแผนการพัฒนาโลจิสติกส์ภายในประเทศให้ฟังว่า รัฐบาลจะเริ่มก่อสร้างรถไฟทางคู่ในเดือนสิงหาคม 2558 – มีนาคม 2559 คาดว่าจะแล้วเสร็จในปี 2563 โดยจะก่อสร้างระยะทางทั้งหมดประมาณ 2,470 กิโลเมตร รวมเส้นทางในปัจจุบันประเทศไทยจะมีระยะทางรถไฟทางคู่ทั้งสิ้นประมาณ 2,700 กิโลเมตร นอกจากนี้ยังมีโครงการสร้างท่าเรือน้ำลึกเพิ่มเติมสำหรับการขนส่งสินค้า โดยทางกระทรวงคมนาคมจะเร่งสร้างท่าเรือปากบารา จังหวัดสตูลขึ้นเพื่อเป็นจุดยุทธศาสตร์สำคัญในการขนส่ง สามารถเชื่อมโยงกับประเทศต่างๆ ได้ รวมทั้งผลักดันให้ประเทศไทยยกระดับสู่การเป็นชาติการค้า (Trading Nation) ได้ในอนาคต 🇹🇭





เทรนด์บรรจุภัณฑ์ แห่งอนาคต

วิวัฒนาการบรรจุภัณฑ์สำหรับสินค้าอุปโภคบริโภค นอกจากช่วยห่อหุ้มเพื่อป้องกันสินค้าแล้ว ยังมีความสำคัญด้านการตลาดช่วยให้ผู้บริโภคจดจำแบรนด์สินค้าได้ง่ายขึ้น การออกแบบบรรจุภัณฑ์จึงมุ่งตอบสนองต่อพฤติกรรมผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงไปตามยุคสมัย พร้อมกับเสริมสร้างคุณสมบัติพิเศษขึ้นมาเพื่อให้ช่วยยืดอายุอาหารบนชั้นวางสินค้าได้นานขึ้น มีน้ำหนักเบา สะดวกต่อการลำเลียง ขนส่ง และการเก็บรักษา รวมถึงช่วยรักษาสิ่งแวดล้อมด้วย ซึ่งบรรจุภัณฑ์ที่นิยมใช้มีดังนี้

บรรจุภัณฑ์ไบโอ (Bio-packaging)

นวัตกรรมสีเขียวนี้ถูกคิดค้นขึ้นมาเพื่อลดการใช้บรรจุภัณฑ์พลาสติก นอกจากช่วยลดขยะสร้างมลพิษที่ต้องใช้



Source: <https://begreenpackaging.files.wordpress.com/2011/08/combo-059167.jpg>

ผลผลิตจากพืช เช่น ข้าวโพด เปลือกข้าว ก้านของผักโขมและผักชีฝรั่ง เป็นต้น ซึ่งหลังจากใช้งานแล้วบรรจุภัณฑ์ไบโอเหล่านี้จะเป็นขยะที่สามารถย่อยสลายทางชีวภาพได้

เวลาทำจัดเป็นร้อยปีแล้ว สามารถยืดอายุการเก็บรักษาอาหารเป็นมิตรต่อสุขภาพและสิ่งแวดล้อม ด้วยเทคโนโลยีที่ถูกพัฒนาขึ้น ปัจจุบันสามารถผลิตไบโอพลาสติกจากวัสดุธรรมชาติ เช่น แป้งมันสำปะหลัง



Source: <http://images.biodegradable.biz/images/18196-biod-dishwasher-powder-refill-1kg.jpg>

Source: <http://www.groceryheadquarters.com/wp-content/uploads/2012/06/Bio-Pak-View-V2Clipped.jpg>

ฟิล์มปิดกั้น/ ฟิล์มกบอมอาหาร (Barrier Films)

ใช้สำหรับซีลถาดอาหาร มีความทนทานต่อการกระแทกและรอยขีดข่วน สามารถแช่แข็งได้ถึงอุณหภูมิ - 40 องศาเซลเซียส อุ่นร้อนในเตาอบและเตาไมโครเวฟได้ + 220 องศาเซลเซียส ฟิล์มถูกพัฒนาให้มีประสิทธิภาพมากขึ้นในการป้องกันการซึมผ่านของออกซิเจน ความชื้น แสง กลิ่น และช่วยยืดอายุการเก็บอาหารได้นานขึ้นด้วย



Source: <http://www.schurflexibles.com/userfiles/Bild2.jpg>



Source: <http://stltaattoosupply.com/wp-content/uploads/2014/02/barrierfilm.jpg>

บรรจุภัณฑ์นอมอาหาร (Pouches)



Source: <http://www.packman.in/wp-content/uploads/2013/08/spouted-pouch.gif>

ใช้บรรจุอาหารที่ต้องผ่านความร้อนในการฆ่าเชื้อ โดยที่โพลิโพรพิลีน (Polypropylene-PP หรือที่เรียกว่า ถุงร้อน) จะเป็นองค์ประกอบหนึ่งของวัสดุที่ใช้ผลิตของประเภทนี้ นิยมเรียกว่า Retort Pouch สามารถใช้แทนกระป๋องโลหะได้ จึงเรียกว่า Flexible Can ส่วนใหญ่นิยมบรรจุผัก ผลไม้ และอาหารแห้ง สินค้ามีน้ำหนักเบาประหยัดพื้นที่ ขนส่งได้ง่าย สามารถพิมพ์ฉลากลงบนซองได้เลย ส่วนใหญ่มีสีสันสดใส ช่วยดึงดูดสายตาผู้ซื้อ สามารถป้องกันความชื้น แสง และก๊าซได้ดี มีความอ่อนตัว ไม่แตกหักง่าย

บรรจุภัณฑ์ฉลาด (Smart Packaging)

บรรจุภัณฑ์ฉลาด คือบรรจุภัณฑ์ที่สามารถให้ข้อมูลเพื่อสื่อสารโต้ตอบกับลูกค้าได้มากกว่าที่ปรากฏบนฉลาก โดยแสดงให้เห็นได้ถึงคุณภาพและความปลอดภัยของอาหาร ด้วยอินดิเคเตอร์วัดความสด ความสุข เวลา และอุณหภูมิ เช่น การใช้หมึกพิมพ์ที่เปลี่ยนสีตามสีของอุณหภูมิ ฉลากเซ็นเซอร์วัดระดับความสดที่จะเปลี่ยนสีไปตามคุณภาพอาหาร ลูกค้าสามารถนำสมาร์ตโฟนมาแสกนคิวอาร์โค้ดบนฉลากเพื่อรับทราบข้อมูลของสินค้าได้ ภาชนะที่สามารถดูดซับกลิ่นทุเรียนออกเปลือกเพื่อส่งออกได้ เป็นต้น



Source: http://www.foodproductiondaily.com/var/plain_site/storage/images/publications/food-beverage-nutrition/foodproductiondaily.com/packaging/mondi-debuts-smart-id-bag/7321670-1-eng-GB/Mondi-debuts-Smart-ID-bag.jpg

จะเห็นได้ว่าความสำคัญบรรจุภัณฑ์นี้ นอกจากช่วยส่งเสริมการขายแล้ว ยังมีการพัฒนาด้วยนวัตกรรมและเทคโนโลยีที่ผนวกกับดีไซน์ที่เหมาะสมกับสภาพเศรษฐกิจปัจจุบัน เพื่อตอบสนองต่อความต้องการของผู้ผลิตและไลฟ์สไตล์ผู้บริโภคได้ในทุกมิติของการใช้งาน

ที่มา:

<https://www.mtec.or.th/index.php/2013-05-29-09-06-21/2013-05-29-09-39-49/1314-> (เข้าถึงเมื่อ 1 ก.ค. 2558)

<http://www.oknation.net/blog/greenocean/2011/05/05/entry-1> (เข้าถึงเมื่อ 1 ก.ค. 2558)

http://www.pr.kmutt.ac.th/index.php?option=com_content&view=article&id=1616:2013-11-19-04-06-48&catid=9:researchnews&Itemid=17 (เข้าถึงเมื่อ 1 ก.ค. 2558)

http://plastic.oie.go.th/Bioplastic/bioplasticnewsvol05_01mar2014/files/bioplasticnewsvol05_01mar2014.pdf (เข้าถึงเมื่อ 1 ก.ค. 2558)

http://www.rdi.ku.ac.th/kasetresearch53/group04/rangroung_y/Bio-based.html (เข้าถึงเมื่อ 1 ก.ค. 2558)

<http://www.thaihof.org/main/article/detail/3031> (เข้าถึงเมื่อ 1 ก.ค. 2558)

www.thapra.lib.su.ac.th/objects/thesis/fulltext/snamcn/Sivaphan_Rattanapatiphan/Fulltext.pdf (เข้าถึงเมื่อ 1 ก.ค. 2558)

<http://plastic.oie.go.th/ReadArticle.aspx?id=10845> (เข้าถึงเมื่อ 1 ก.ค. 2558)

<http://www.oknation.net/blog/ThailandEngineeringExpo/2014/09/02/entry-2>

<http://www.extra-plastic.com/food-packaging.html> (เข้าถึงเมื่อ 1 ก.ค. 2558)

<http://hereilike.com/siam/hereilike/detail.aspx?cmsId=1059&&cate=2&&posi=1> (เข้าถึงเมื่อ 1 ก.ค. 2558)

<http://www.creativebloq.com/packaging/4-packaging-design-trends-2015-21514128> (เข้าถึงเมื่อ 1 ก.ค. 2558)

http://www.highcon.net/data.asp?id=66&menu=65&menu_rel=68 (เข้าถึงเมื่อ 1 ก.ค. 2558)

<http://www.dailynews.co.th/article/275350> (เข้าถึงเมื่อ 1 ก.ค. 2558)

<http://eureka.bangkokbiznews.com/detail/589849> (เข้าถึงเมื่อ 1 ก.ค. 2558)

<http://www.foodnetworksolution.com/wiki/word/0473/retort-pouch-รีทอร์ทพ็อกซ์> (เข้าถึงเมื่อ 1 ก.ค. 2558)

<http://www.foodnetworksolution.com/wiki/word/3368/intelligent-packaging-บรรจุภัณฑ์ฉลาด> (เข้าถึงเมื่อ 1 ก.ค. 2558)

http://library.dip.go.th/Industrial%20Innovation/www/pro_det1-023.html (เข้าถึงเมื่อ 1 ก.ค. 2558)

<http://eureka.bangkokbiznews.com/detail/589849> (เข้าถึงเมื่อ 1 ก.ค. 2558)



โดย :
ดร.ชวัญฤดี โขตินนาทวิวงศ์



ญี่ปุ่นกับวิวัฒนาการด้านสิ่งแวดล้อม

โครงการลดโลกร้อนด้วยมือเรา ปีที่ 10 เกิดขึ้นจากความร่วมมือระหว่างบริษัท โตโยต้า มอเตอร์ ประเทศไทย จำกัด และสถาบันสิ่งแวดล้อมไทย ภายใต้แนวคิดการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกอย่างเป็นรูปธรรม เพื่อนำไปสู่การจัดการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกในชุมชน และโรงเรียน โดยในปีนี้ได้มีผู้ได้รับรางวัลประเภทโรงเรียน ได้แก่ โรงเรียนควนโดนวิทยา จ.สตูล โรงเรียนหนองจอกพิทยานุสรณ์มัธยม จ.กรุงเทพฯ และ โรงเรียนจุนวิทยาคม จ.พะเยา และรางวัลประเภทชุมชน ได้แก่ ชุมชนแพะป่าห่า จ.เชียงใหม่ ชุมชนบ้านหนองแล้ง จ.ศรีสะเกษ และ ชุมชนบ้านลองลือบุญ จ.แพร่ ซึ่งผู้ได้รับรางวัลได้เข้าร่วมกิจกรรม *Itinerary for 2015 Environment Award Trip* ประเทศญี่ปุ่น ระหว่างวันที่ 29 มีนาคม - 5 เมษายน 2558 เพื่อเรียนรู้เทคโนโลยีเพื่อสิ่งแวดล้อม แนวทางการจัดการทรัพยากร สิ่งแวดล้อม และพลังงาน อันจะก่อให้เกิดประโยชน์ต่อการดำเนินงานของโรงเรียนและชุมชนในอนาคต รวมทั้งมีโอกาสนำเสนอผลการดำเนินงานของเทศบาล ชุมชน และโรงเรียนให้กับ บ.โตโยต้าญี่ปุ่น สื่อมวลชนไทยและญี่ปุ่น และองค์กรด้านสิ่งแวดล้อมของประเทศญี่ปุ่นด้วย



เมื่อคณะเดินทางไปถึงเมืองโตเกียว ประเทศญี่ปุ่น ที่แรกมีโอกาสเข้าไปเยี่ยมชมคือ *Tokyo Metropolitan Government Landfill Site* ศูนย์กำจัดขยะแบบฝังกลบของเมืองโตเกียว จาก 23 เขต ได้แก่ ขยะที่เผาไหม้ไม่ได้ที่ผ่านการบดย่อยให้มีขนาดเล็ก ชี้นำจากการเผา และกากตะกอนจากระบบบำบัดน้ำเสีย จะถูกนำมาถมทะเลที่อ่าวโตเกียว โดยใช้วิธีแซนด์วิชคือ การสลับชั้นระหว่างขยะ 3 เมตร กับดิน 50 เซนติเมตร เพื่อป้องกันกลิ่น แผลง ฝุ่นละออง และไฟไหม้ มีการฉีดพ่นน้ำเพื่อลดอุณหภูมิ และฝังท่อเพื่อนำก๊าซมีเทนมาผลิตไฟฟ้าได้ 180 กิโลวัตต์/วัน

พื้นที่ในการฝังกลบขยะมี 3 พื้นที่ คือ *Inner Central Breakwater Landfill Disposal Site* เป็นพื้นที่ที่ฝังกลบขยะแล้ว *Outer Central Breakwater Landfill Disposal Site* เป็นพื้นที่อยู่ในระหว่างฝังกลบขยะ ซึ่งคาดว่าจะปิดหลุมฝังกลบใน 2-3 ปี และ *New Sea Surface Disposal Site* เป็นพื้นที่ฝังกลบขยะในอนาคต โดยสร้างกำแพงในทะเลให้เป็นบล็อกลึก 50 เมตร สร้างบ่อเก็บน้ำชะขยะโดยรอบเพื่อป้องกันการไหลลงทะเล และนำน้ำชะไปบำบัด พื้นดินที่ได้จากการถมขยะไม่สามารถนำไปสร้างบ้านเรือนได้ เนื่องจากใต้ดินยังมีก๊าซมีเทนสะสมอยู่ รัฐบาลญี่ปุ่นจึงได้ปรับปรุงให้เป็นสวนสาธารณะ



สนามกอล์ฟ และได้มีการติดตั้งกังหันลมไว้ใช้ผลิตไฟฟ้าด้วย
วันต่อมาเมื่อเดินทางไปถึงเมือง Kawasaki ได้เข้า
เยี่ยมชมที่ Kawasaki Ecotown ตั้งอยู่บริเวณชายฝั่ง ซึ่ง
ได้พัฒนาเป็นนิคมอุตสาหกรรมเชิงนิเวศในปี 1997 โดย
กระทรวงเศรษฐกิจ การค้า และอุตสาหกรรม และกระทรวง
สิ่งแวดล้อม ของรัฐบาลญี่ปุ่น ภายใต้แนวคิด Zero-emission
ซึ่งได้รับความร่วมมือจากภาคส่วนต่างๆ ได้แก่

1. บริษัทเอกชน ในการดำเนินธุรกิจทางด้าน
อุตสาหกรรมที่ไม่เกิดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมและไม่
ปล่อยของเสีย

2. เทศบาลเมือง Kawasaki ในการส่งเสริม
อุตสาหกรรมที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม เช่น ลดหย่อนภาษีและอัตราดอกเบี้ย
เงินกู้ให้กับบริษัท

3. ชุมชนและประชาชนในเมือง Kawasaki ในการให้ความร่วมมือและ
ปฏิบัติตาม เช่น การคัดแยกขยะ การนำทรัพยากรกลับมาใช้ประโยชน์ การใช้
พลังงานทดแทน

ในนิคมฯ นี้มีโรงงานรีไซเคิลขยะกระดาษ สร้างขึ้นในปี 2003 และมี
โรงงานอีกแห่งที่ได้รับรางวัลการรีไซเคิลยอดเยี่ยมอยู่ที่เมือง Shizuoka โดย
ขยะกระดาษจากหน่วยงานต่างๆ และบ้านเรือนประชาชนจะถูกนำมาเข้า
เครื่องแยกได้ออกมา 4 อย่างคือ 1. เหล็กจากที่เย็บกระดาษ ส่งให้โรงงานเหล็ก

ใช้งานต่อ 2. พลาสติก นำไปเป็นเชื้อเพลิงเพื่อผลิตไฟฟ้าใช้ในโรงงาน 3. หมึกพิมพ์จากกระดาษ 4. กระดาษ นำไปทำเป็นกระดาษชำระ
โดยขยะกระดาษ 7,000 ตัน ผลิตเป็นกระดาษชำระได้ 1.1 ล้านม้วน กระดาษชำระที่รีไซเคิลได้นี้จะขายในราคาถูกลง 100 เยน

สำหรับการเดินทางไป Toyota Commemorative Museum of Industry and
Technology คณะฯ ได้นั่งรถไฟความเร็วสูง Shinkansen ไปเมือง Nagoya เพื่อเข้าเยี่ยมชม
1 ใน 3 พิพิธภัณฑ์ของโตโยต้าที่อยู่ในเมือง Nagoya จังหวัด Aichi (พิพิธภัณฑ์อีก 2 แห่ง
ได้แก่ Toyota Kaikan Museum และ Toyota Automobile Museum) สร้างขึ้นเมื่อปี
1991 เพื่อเก็บรักษาและใช้ประโยชน์จากโรงงานซึ่งยังคงหลงเหลืออยู่ในพื้นที่อันเป็น
ต้นกำเนิดของ Toyota Group มีพื้นที่ทั้งหมด 4.1 เฮกตาร์ พิพิธภัณฑ์ได้รับการออกแบบ
เพื่อจัดแสดงวิวัฒนาการอุตสาหกรรมและเทคโนโลยีที่เกิดจากการพัฒนาของโตโยต้า
เริ่มต้นด้วยธุรกิจทอผ้า โดย Sakichi Toyoda มาเป็นธุรกิจผลิตรถยนต์ โดย Kiichiro Toyoda
ในปี 1931 ซึ่งมีผลงานแสดงกว่า 4,000 ชิ้น ภายในพิพิธภัณฑ์แบ่งเป็น 2 โซนหลักๆ คือ

1. Textile Machinery Pavilion จัดแสดงเครื่องจักรที่ใช้ในอุตสาหกรรมสิ่งทอ
จากอดีตจนถึงปัจจุบัน ตั้งแต่เครื่องทอผ้าแบบกึ่งกระดูกที่ใช้พลังงานถีบของเท้าในการทำงาน
ไปจนถึงเครื่องทอผ้าแบบอัตโนมัติที่ใช้พลังงานแรงดันสูงในการยิงเส้นด้าย

2. Automotive Pavilion จัดแสดงเครื่องจักรและเทคโนโลยีในอุตสาหกรรมยานยนต์
จากอดีตจนถึงปัจจุบัน ทั้งวิธีการผลิตชิ้นส่วน ประกอบตัวถัง เทคโนโลยีเครื่องยนต์ มีการ
สาธิตการทำงานของระบบในรถ เช่น เบรก เสียง และการหมุนของล้อ รวมถึงจัดแสดง





รถโตโยต้า ตั้งแต่รุ่นแรกในปี 1936 คือรุ่น A1 จนถึงรุ่นปัจจุบัน

หลังจากได้เห็นวิวัฒนาการและความสวยงามของรถยนต์แล้ว วันต่อมาได้เดินทางไป Toyota Shirakawa-go Eco-Institute มีพื้นที่ทั้งหมด 172 เฮกตาร์ ตั้งอยู่กลางหุบเขาบนที่ราบ Hakusan Super Rindo ในเมือง Shirakawa-go จังหวัด Gifu ทราบจากประวัติว่าอดีตชาวบ้านที่อาศัยอยู่ในพื้นที่แห่งนี้ได้ย้ายออกไป เพราะผจญกับความหนาวเย็นไม่ไหว ในปี 1973 บริษัท Toyota Motor Corporation ได้เข้าไปบุกเบิกให้เป็นบ้านพักตากอากาศของพนักงาน และในปี 1981 หิมะได้ตกหนักสูง 8 เมตร ทำให้บ้านพักแบบ Gassho พังทลายลงจาก 10 หลัง เหลือเพียง 2 หลัง และถูกทิ้งร้างไปนานถึง 20 ปี จนกระทั่งในปี 2004 ได้สร้างเป็นสถาบันสิ่งแวดล้อมโตโยต้าชิราคาวา-โก โดยความร่วมมือของโตโยต้า ชุมชนท้องถิ่น และ NGO เพื่อเป็นสถานที่เรียนรู้ธรรมชาติและปลูกฝังจิตสำนึกในการรักษาสิ่งแวดล้อมให้กับเด็ก เยาวชน ประชาชน และผู้สนใจ

ภายในสถาบันสิ่งแวดล้อมโตโยต้าชิราคาวา-โก ประกอบด้วย ห้องพักที่รองรับคนได้ 100 คน อาคารสัมมนา ร้านอาหาร และออนเซน มีการคำนึงถึงสิ่งแวดล้อมโดยทำท่อดูดอากาศใต้ดินจากในป่าเพื่อทำลมเย็นในฤดูร้อนและทำลมร้อนในฤดูหนาว ทำห้องเก็บหิมะเพื่อใช้แทนเครื่องปรับอากาศในฤดูร้อน นำกิ่งไม้มาบดอัดใช้กับเครื่องทำความร้อน ใช้ไฟฟ้าจากโซลาร์เซลล์และพลังงานลม มีการคัดแยกขยะและนำขยะอินทรีย์ไปทำปุ๋ย สถาบันฯ

มีโปรแกรมศึกษาระบบนิเวศที่หลากหลาย อาทิ โปรแกรมเดินสำรวจป่ากลางวันและป่ากลางคืน โปรแกรมการเรียนรู้การเกษตรเกี่ยวกับประเพณีวัฒนธรรม โปรแกรมเรียนรู้เกี่ยวกับความสัมพันธ์ระหว่างป่าและน้ำ (รถ Fuel cell กังหันน้ำผลิตไฟฟ้า ฯลฯ) โปรแกรมศึกษาระบบนิเวศ เป็นต้น

และสถานที่ทางคณะฯ ได้แลกเปลี่ยนเรียนรู้ด้านสิ่งแวดล้อมที่สุดท้ายคือ Toyota Ecoful Town ซึ่งเปิดดำเนินการเมื่อวันที่ 18 พ.ค. 2012 ภายใต้ความร่วมมือระหว่างรัฐบาลญี่ปุ่น เทศบาลเมืองโตโยต้า บริษัทเอกชน 50 แห่ง มหาวิทยาลัย และประชาชน ตั้งอยู่ที่เมือง Toyota จังหวัด Aichi มีพื้นที่ 1.6 เฮกตาร์ เป็นต้นแบบเมืองเทคโนโลยีเพื่อสิ่งแวดล้อมที่ผสมผสานการใช้พลังงานระหว่างรถยนต์คน และที่อยู่อาศัย ภายใต้แนวคิดสังคมคาร์บอนต่ำ โดยแบ่งออกเป็น 5 ส่วน คือ

1. Pavilion อาคารนิทรรศการที่จัดแสดงแนวคิดสังคมคาร์บอนต่ำในเมือง Toyota
2. Smart House บ้านอัจฉริยะที่มีระบบ HEMS (Home Energy Management System) ควบคุมการใช้ไฟฟ้าในบ้าน หลังคาบ้านติดตั้งโซลาร์เซลล์ผลิตไฟฟ้า และติดตั้งจอยต์โนมัติ EMPS แสดงรายละเอียดการใช้ไฟฟ้าในแต่ละจุดภายในบ้าน และคำนวณการใช้ไฟฟ้าในแต่ละวัน
3. Intelligent Transportation System (ITS) ระบบขนส่งอัจฉริยะที่ช่วยจัดการจราจรและความปลอดภัยบนท้องถนน ได้แก่ เสากันอัจฉริยะควบคุมรถที่เข้าออก ไฟเตือนผู้ใช้รถใช้ถนนตรงทางม้าลาย และระบบควบคุมที่จอดรถ
4. Energy Management System ระบบการจัดการด้านพลังงาน โดยใช้พลังงานแสงอาทิตย์ชาร์จรถยนต์ไฟฟ้าและรถยนต์ไฟฟ้า
5. Greening Against Heat-Island Phenomenon จัดแสดงการลดอุณหภูมิโดยใช้พื้นที่สีเขียว

นอกจากนี้ยังได้ใช้ระบบ EDMS (Energy Data Management) เชื่อมโยงกับบ้านเรือนที่เป็น Smart House เพื่อคำนวณและควบคุมการใช้ไฟฟ้าในชุมชน ปัจจุบันมี Smart House จำนวน 67 หลัง ซึ่งราคาในการก่อสร้างอยู่ที่ 35 ล้านบาท โดยเทศบาลเมืองโตโยต้าได้มีมาตรการคืนภาษีให้กับประชาชนที่สร้างบ้าน Smart House ประมาณ 5-10 เปอร์เซ็นต์

เชื่อมั่นว่าหลังจากกลับเมืองไทยมาน้องๆ ตัวแทนจากโรงเรียน และตัวแทนจากชุมชนต่างๆ สามารถนำประสบการณ์เหล่านี้ถ่ายทอดความรู้ไปยังผู้อื่นได้ต่อไป 🍎



ดาว ประเทศไทย หนุนสร้างพันธมิตร สู่อุตสาหกรรมยั่งยืน

การชุกชุมมากในฐานะพันธมิตรของกลุ่มบริษัท ดาว ประเทศไทยก็พร้อมร่วมผลักดันและให้ความร่วมมือระหว่างภาครัฐ ภาคเอกชน และชุมชน ในทุกๆ ด้าน เพื่อมุ่งไปสู่เป้าหมายการสร้างศักยภาพของอุตสาหกรรมไทยให้มีความแข็งแกร่งขึ้นและมีความพร้อมสำหรับการแข่งขันในการก้าวขึ้นสู่เป็นหนึ่งในผู้นำเศรษฐกิจของอาเซียน

คุณฉัตรชัย เลื่อนผลเจริญชัย ผู้อำนวยการฝ่ายขายและการตลาด กลุ่มบริษัท ดาว ประเทศไทย ได้กล่าวถึงมุมมองการดำเนินธุรกิจในยุค AEC ให้ฟังว่า เมื่อตลาดใหญ่ขึ้น การแข่งขันเพิ่มขึ้น ธุรกิจก็ต้องปรับตัวให้มีความยืดหยุ่นพร้อมสำหรับการเปลี่ยนแปลงด้วยการนำนวัตกรรมและเทคโนโลยีเข้ามาใช้ในองค์กรเพื่อสนับสนุนความสำเร็จทางธุรกิจให้แก่ลูกค้า หากธุรกิจพัฒนาช้า เมื่อถึงจุดหนึ่งลูกค้ามีทางเลือก ธุรกิจใดปรับตัวไม่ได้จะสู้เขาไม่ได้ ดังนั้นหากผู้ประกอบการรายย่อยที่ไม่มีความพร้อมด้านเทคโนโลยี ควรหาพาร์ทเนอร์ที่มีความรู้ความเชี่ยวชาญเข้ามาเสริมศักยภาพที่เรียกว่า Solution Partner

กล่าวถึงการปรับตัวเพื่อรองรับกับการแข่งขันในยุค AEC นั้น กลุ่มบริษัท ดาว ประเทศไทย ได้ดำเนินโครงการ **“ดาว เคมิคอล เพื่ออุตสาหกรรมยั่งยืน” ระยะที่ 3** ร่วมกับ มูลนิธิสถาบันสิ่งแวดล้อมไทย กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม กระทรวงอุตสาหกรรม และหุ้นส่วน-เชิงสร้างสรรค์ไทย-สหรัฐฯ มา 4 ปีแล้ว โดยได้ให้ความรู้และคำปรึกษาด้านหลักการสิ่งแวดล้อม (Lean Management for Environment) ให้กับบุคลากรในภาคอุตสาหกรรมไทยโดยไม่คิดค่าใช้จ่าย ทั้งนี้สามารถกระจายความรู้ให้แก่บุคลากรในภาคอุตสาหกรรมภาครัฐ ภาคเอกชน รวมถึงสถาบันการศึกษา ไปแล้วกว่า 3,000 คน สามารถสร้างเครือข่ายขึ้นเพื่อสิ่งแวดล้อมแล้วกว่า 300 คน และขยายสู่ภาคส่วนอื่นๆ ให้มีการนำองค์ความรู้ที่ได้รับไปสู่การปฏิบัติในลักษณะ **“Good Practice”** และเป็นช่องทางในการแลกเปลี่ยนซึ่งกันและกันในระยะยาว



“เรากระจายความรู้เหล่านี้ออกไปสู่อุตสาหกรรมต่างๆ เพราะเราอยากได้คนที่เข้าใจและเชื่อในสิ่งเดียวกันช่วยกันทำ เมื่อนักวิศวกรรุ่นใหม่ที่จบการศึกษาออกมาไปทำงานก็สามารถนำความรู้เหล่านี้ไปใช้ประโยชน์ให้เกิดแก่ตนเองและสังคมได้ เรามีความตั้งใจจริงในการส่งเสริมด้านการพัฒนาอย่างยั่งยืน และอยากเห็นสิ่งดีๆ เกิดขึ้นในอุตสาหกรรมบ้านเราหากทุกคนมาช่วยกันทำ คนละไม้คนละมือ นอกจากประโยชน์จะเกิดแก่สังคมแล้วยังเกิดกับผู้ประกอบการด้วย เพราะสามารถนำความรู้ที่ได้ไปพัฒนาธุรกิจ ขั้นตอนการทำงาน รวมถึงอุตสาหกรรมของเขาได้เพราะฉะนั้นอยากเชิญชวนให้เข้ามาร่วมโครงการกันครับ”



ด้วยความมุ่งมั่นที่ผ่านมา กลุ่มบริษัท ดาว ประเทศไทย ได้รับรางวัลความรับผิดชอบต่อสังคมในระดับองค์กรแห่งภูมิภาคเอเชียประจำปี 2557 (Asian CSR Awards 2014) ประเภทความเป็นเลิศด้านสิ่งแวดล้อม จาก ฯพณฯ เบนิโน อาควิโน ประธานาธิบดีสาธารณรัฐฟิลิปปินส์จากโครงการ **“ดาว เคมิคอล เพื่ออุตสาหกรรมยั่งยืน”** นี้ด้วย นับเป็นรางวัลความรับผิดชอบต่อสังคมรางวัลแรกของประเทศไทยที่ได้รับในประเภทความเป็นเลิศด้านสิ่งแวดล้อมในระดับภูมิภาคเอเชีย

“ทุกวันนี้การดำเนินธุรกิจไปพร้อมกับการพัฒนาอย่างยั่งยืน (Sustainability) เป็นสิ่งสำคัญมาก ซึ่งที่ดาวเราได้ให้ความสำคัญกับเรื่องความยั่งยืนมาตลอด โดยเรามีเป้าหมายความยั่งยืนที่ชัดเจนเริ่มต้นจากการตั้งเป้าหมายเพื่อความยั่งยืน 10 ปีแรก ที่เรียกว่า Footprint คือระหว่างปี ค.ศ. 1995-2005 สร้างวัฒนธรรมภายในองค์กรให้บุคลากรตระหนักถึงสิ่งแวดล้อม ความปลอดภัย และอาชีวอนามัย ต่อมาระหว่างปี ค.ศ. 2005-2015 เรียกว่า Handprint คือการส่งต่อความยั่งยืนไปยังลูกค้าผ่านสินค้าและบริการที่คำนึงถึงสิ่งแวดล้อม การใช้พลังงานให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุดพร้อมกับตอบโจทย์ความต้องการของลูกค้าและนโยบายที่กำลังดำเนินการต่อไปหลังจาก ค.ศ. 2015 เรียกว่า Blueprint คือ เราจะเดินหน้าสร้างความเป็นอยู่ที่ดีให้กับมนุษย์ ด้วยการเป็นผู้นำสังคมและโลกให้เปลี่ยนผ่านไปสู่ความยั่งยืนและเพิ่มคุณค่าให้กับเศรษฐกิจสิ่งแวดล้อม และสังคมอย่างสูงสุด”





“หากเรามองบริษัทเป็นบุคคลหนึ่ง ซึ่งเราสามารถเป็นคนที่ดี เป็นพลเมืองดีของสังคมได้ ไม่ว่าเราจะไปตั้งโรงงานที่ไหน เราก็มุ่งพัฒนาคุณภาพชีวิตและความเป็นอยู่ของคนในชุมชนเหล่านั้นให้ดีขึ้นผ่านการดำเนินกิจกรรมของบริษัทฯ และกิจกรรมเพื่อสังคมต่างๆ ทั้งด้านการศึกษา ด้านสิ่งแวดล้อม และด้านการเสริมสร้างความสำเร็จของชุมชน ยกตัวอย่างกรณีบ้านฉางโมเดล หรือแผนพัฒนาบ้านฉางอย่างมีส่วนร่วมระหว่างบริษัทฯ หน่วยงานราชการท้องถิ่น และชุมชนบ้านฉางทั้ง 3 ตำบล รวม 22 หมู่บ้าน เพื่อร่วมกันวางแผนพัฒนาบ้านฉางอันเป็นการสนับสนุนการเสริมสร้างความสำเร็จของชุมชนในการพัฒนาอย่างยั่งยืน ซึ่งภายหลังที่แผนแล้วเสร็จในปี 2556 ชุมชนก็สามารถยึดแผนนี้เป็นหลักในการสรรหากิจกรรมให้สอดคล้องกับความต้องการของชุมชนอย่างแท้จริง ซึ่งเราก็ได้ต่อยอดกิจกรรมภายใต้แผนดังกล่าว ประกอบด้วย กิจกรรมสอนภาษาอังกฤษ English Kids Fun เพื่อช่วยพัฒนาความรู้ด้านภาษาอังกฤษให้แก่เด็กในชุมชน โครงการห้องเรียนวิทยาศาสตร์เคลื่อนที่โดยใช้ตู้คอนเทนเนอร์ดัดแปลงเป็นห้องเรียนวิทยาศาสตร์และห้องสมุดมีชีวิต ที่มอบให้แก่ชาวบ้านฉาง เป็นต้น”

คุณฉัตรชัย กล่าวทิ้งท้ายว่า “ต้องยอมรับว่าสิ่งดี ๆ ที่ผ่านมาทั้งหมดนี้ เราทำคนเดียวไม่ได้ ผมไม่เชื่อเลยว่าองค์กรเดียวจะทำได้สำเร็จ สิ่งเหล่านี้เกิดจากความร่วมมือของทุกภาคส่วนเข้ามาช่วยสนับสนุนให้เกิดสิ่งดีๆ ขึ้นในสังคมร่วมกัน” 🌟



ยุทธวิธีพัฒนารธุรกิจ SMEs เพื่อการแข่งขันอย่างมีชั้นเชิง (ตอนที่ 2)

ตอนที่แล้วเราได้รู้จักกับ **Big Data** และการได้มาของข้อมูล **Big Data** เพื่อนำมาใช้ให้เกิดประโยชน์ในทางธุรกิจ โดยการใช้โปรแกรมช่วยการประมวลผลข้อมูล (เช่น Hadoop) เพื่อให้ได้ข้อมูลที่ตรงกับวัตถุประสงค์ขององค์กร เช่น การทำความเข้าใจกับพฤติกรรมของผู้บริโภคเพื่อนำมาปรับกลยุทธ์การตลาด และการวิเคราะห์กระบวนการทำงานเพื่อปรับปรุงคุณภาพการบริการของธุรกิจบริการ เป็นต้น ในตอนที่ 2 นี้เราจะมาเรียนรู้กันว่านอกจาก **Big Data** ที่ได้จากการรวบรวมข้อมูลที่ถูกสร้างขึ้นจากการใช้อินเทอร์เน็ตหรือการทำกิจกรรมในระบบออนไลน์ทุกรูปแบบ ในการนำมาวิเคราะห์เพื่อผลประโยชน์ทางการตลาดแล้ว **Big Data** ยังหมายถึงข้อมูลทุกรูปแบบที่อยู่ในองค์กร ไม่ว่าจะเป็นข้อมูลการใช้พลังงาน ข้อมูลการสั่งซื้อ ข้อมูลการเกิดของเสีย ข้อมูลการเกิดอุบัติเหตุ ฯลฯ ทั้งหมดนี้สามารถนำมาวิเคราะห์ และจัดระเบียบเพื่อให้ตรงกับวัตถุประสงค์ของการปรับปรุงองค์กรได้ อาทิ การนำข้อมูลการใช้พลังงานในกระบวนการผลิต

เปรียบเทียบกับยอดขาย จะทำให้สามารถประเมินประสิทธิภาพการใช้พลังงานได้ โดยหากไม่มีการนำข้อมูลมาวิเคราะห์ในรูปแบบนี้อาจจะทำให้ไม่ทราบว่าสถานะการใช้พลังงานของกระบวนการผลิตเป็นเช่นใด จึงไม่นำมาสู่การวางแผนการปรับปรุงพัฒนา จะเห็นได้ว่าการใช้ประโยชน์จาก **Big Data** ที่เกิดภายในองค์กร ไม่ควรจะทำให้เป็นเพียงแนวคิด แต่ต้องลงมือปฏิบัติอย่างจริงจังและต้องมีการวัดผลทางธุรกิจด้วยจึงจะเกิดประโยชน์สูงสุด ทั้งนี้ต้องมีการสื่อสารทั่วทั้งองค์กร เพื่อให้เกิดการใช้ประโยชน์จากข้อมูลต่างๆ

ในโรงงาน ให้พนักงานทุกคนมีส่วนร่วมในการรับทราบและร่วมมือกันในการพัฒนาองค์กรว่าไม่ใช่งานเพิ่ม แต่เป็นเรื่องของพฤติกรรมการทำงานของพนักงานทุกระดับ





การใช้ประโยชน์จาก **Big Data** ซึ่งเป็นข้อมูลภายในองค์กร มีขั้นตอนดังนี้

1. **ระบุวัตถุประสงค์ของการใช้งาน** เพื่อที่จะเลือกข้อมูล และการเก็บข้อมูลที่เหมาะสม

2. **ประเมินข้อมูลเบื้องต้น** เพื่อระบุตัวแปร และจัดลำดับความสำคัญของตัวแปรที่ทำการปรับปรุง สามารถทำได้โดยการพิจารณาข้อมูลย้อนหลังของภาพรวมของทั้งกระบวนการหรือหน่วยการผลิตใหญ่ๆ

3. **การเก็บรวบรวมข้อมูล** สามารถทำได้โดยการประชุมกับผู้ใช้ข้อมูลทั้งหมด หาหรือถึงข้อมูลที่ต้องการใช้

วิธีการเก็บข้อมูล ความถี่ในการเก็บข้อมูล ความถูกต้อง ความเหมาะสมในด้านงบประมาณ

4. **การแปลงข้อมูลให้รวบรัด เข้าใจง่าย** อาจทำได้โดยการแปลงข้อมูลเป็นกราฟ หรือตาราง เพื่อให้ง่ายต่อการเข้าใจ และตรงตามวัตถุประสงค์ของการใช้งาน

5. **การประเมินข้อมูล** สามารถประเมินข้อมูลเทียบกับค่ามาตรฐาน หรือค่า Benchmark โดยการเปรียบเทียบกับ Benchmark มีอยู่ด้วยกัน 3 ประเภท คือ 1) การเปรียบเทียบกับค่าที่ดีที่สุดที่โรงงานเคยทำได้ (Internal Benchmarking) อาจนำมาซึ่งการเปลี่ยนแปลงวิธีการปฏิบัติงาน เป็นวิธีที่สามารถนำมาปฏิบัติได้ทันทีโดยมีการลงทุนไม่สูงหรือไม่ต้องมีการลงทุนเลย 2) เปรียบเทียบกับค่าเฉลี่ยของโรงงานอื่นๆ ที่กระบวนการเหมือนกัน (Shadow Benchmarking) อาจจะนำมาซึ่งการเปลี่ยนขั้นตอนหรือวิธีในการผลิต หรือเปลี่ยนอุปกรณ์ อาจต้องมีการลงทุนเพื่อเปลี่ยนแปลงหรือเพิ่มอุปกรณ์ และ 3) เปรียบเทียบกับค่าเฉลี่ยของโรงงานอื่นที่กระบวนการใกล้เคียงกัน (Function Benchmarking) อาจนำไปสู่การเปลี่ยนแปลงเทคโนโลยีในการผลิต ซึ่งใช้เงินลงทุนสูง โดยการประเมินข้อมูลนี้นอกจากช่วยให้รู้สถานะปัจจุบันแล้ว ยังสามารถคาดการณ์ข้อมูลในอนาคตได้อีกด้วย

6. **การรายงาน** ควรเป็นการรวมข้อมูลสั้นๆ เข้าใจง่าย สามารถอ้างอิงแหล่งข้อมูลได้ รวมถึงรายงานสถานการณ์ปัจจุบัน และระบุส่วนที่ต้องปรับปรุงแก้ไข รวมถึงข้อเสนอแนะในการปรับปรุง

7. **การนำข้อมูลไปใช้ในการควบคุมระบบ**

การรวบรวมและใช้ประโยชน์จาก **Big Data** ภายในองค์กรเอง ไม่ได้ยากและซับซ้อนอย่างที่คิด และไม่จำเป็นต้องใช้เครื่องมือราคาแพงเพื่อช่วยในการประมวลผล ข้อมูลนั้นเกิดขึ้นอยู่แล้วจากกิจกรรมขององค์กรและเป็นงบประมาณส่วนหนึ่งที่สูญเสียไป การรู้จักวิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลเพื่อนำมาใช้ประโยชน์ ถือว่าเป็น **“กำไร”** ให้กับธุรกิจ แต่หากไม่มีการนำมาใช้ให้เกิดประโยชน์จะถือว่าเป็นการ **“สูญเสีย”** ซึ่งในยุคแห่งการแข่งขันนี้ผู้ประกอบการควรตามให้ทัน และใช้ประโยชน์จากทรัพยากรที่มีอยู่ให้เกิดประโยชน์สูงสุด

โครงการ ดาว เคมิคอล เพื่ออุตสาหกรรมยั่งยืน ระยะที่ 3 (Dow Chemical for Sustainable Industry Phase 3)



โครงการ ดาว เคมิคอล เพื่ออุตสาหกรรมยั่งยืน ดำเนินมาจนถึงระยะที่ 3 ซึ่งได้มีงานเปิดตัวและแถลงข่าวโครงการเมื่อวันที่ 19 มิถุนายน 2558 ที่ผ่านมา ณ ห้องแกรนด์บอลรูม โรงแรม เซ็นทารา แกรนด์ แอท เซ็นทรัลพลาซาลาดพร้าว กรุงเทพฯ ภายในงานมีการมอบรางวัลเชิดชูเกียรติแก่หน่วยงานที่ชนะเลิศการประกวด **Lean Management for Environment Award** และมอบประกาศนียบัตรแก่หน่วยงานที่ผ่านเกณฑ์การเป็นองค์กรแห่งการเรียนรู้ รวมทั้งการร่วมแสดงความร่วมมือต่อโครงการฯ ระยะที่ 3 ระหว่าง 4 องค์กร ได้แก่

- 1) กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม โดย คุณนิสสาร จิงเจริญธรรม รองอธิบดีกรมส่งเสริมอุตสาหกรรม
- 2) กลุ่มบริษัท

ดาว ประเทศไทย โดย คุณฉัตรชัย เลื่อนผลเจริญชัย ผู้อำนวยการฝ่ายการขายและการตลาด **3) มูลนิธิสถาบันสิ่งแวดล้อมไทย** โดย ดร.ขวัญฤดี โชติชนาทวิวงศ์ ผู้อำนวยการสถาบันสิ่งแวดล้อมไทย และ **4) หุ่นส่วนเชิงสร้างสรรค์ ไทย-สหรัฐฯ** โดย Ms. Rachel Mueller, Economic Officer, The U.S. Embassy โดยมีวัตถุประสงค์ของการดำเนินโครงการ เพื่อวางรากฐานที่มั่นคงให้กับอุตสาหกรรมไทยด้วยการพัฒนาบุคลากรด้านสิ่งแวดล้อม (Lean Management for Environment) ซึ่งคนที่มีคุณภาพและศักยภาพจะเป็นกลไกหลักในการขับเคลื่อนการพัฒนาอุตสาหกรรมที่ยั่งยืน โดยมุ่งเน้นการสร้างที่ปรึกษาและพัฒนาระบบการขึ้นทะเบียนบุคลากรด้านสิ่งแวดล้อม รวมทั้งการขยายความรู้สู่คนรุ่นใหม่ในระดับอุดมศึกษา เพื่อให้มีความพร้อมและมีศักยภาพในการประกอบอาชีพในอนาคต อีกทั้งยังมีการพัฒนาองค์กรแห่งการเรียนรู้ด้านสิ่งแวดล้อม เพื่อเป็นต้นแบบให้องค์กรอื่นๆ ได้เรียนรู้และประยุกต์ใช้กับองค์กรของตน ตลอดจนนำไปสู่การประกอบการอุตสาหกรรมให้มีความยั่งยืนในทุกด้านต่อไป

นอกจากนั้นในงานเปิดตัวโครงการฯ ยังดำเนินการจัดเสวนา หัวข้อ **“ปรับกระบวนทัศน์อุตสาหกรรมไทย ก้าวไกลใน AEC”** ซึ่งเริ่มต้นด้วยการกล่าวปาฐกถาพิเศษ ในหัวข้อ **“รู้จริงประเทศเพื่อนบ้าน เพื่อการเป็นผู้นำใน AEC”** โดย ท่านชุตินทร คงศักดิ์ อธิบดีกรมเศรษฐกิจระหว่างประเทศ ซึ่งท่านได้กล่าวถึงการปรับทัศนคติของการเป็นสมาชิก AEC และวิสัยทัศน์ประชาคมอาเซียน และความพยายามของรัฐบาลในการก้าวข้ามการเป็นประเทศรายได้ปานกลางสู่การเป็นประเทศอุตสาหกรรม สำหรับช่วงเวลาที่เสวนานั้น เริ่มด้วยการนำเสนอของ **คุณฉัตรชัย เลื่อนผลเจริญชัย** ผู้อำนวยการฝ่ายขายและการตลาด กลุ่มบริษัทดาว ประเทศไทย ท่านได้ยกตัวอย่างขององค์กรที่มีการปรับตัวเพื่อให้ตอบรับกับการเปลี่ยนแปลงรูปแบบการทำธุรกิจ ให้ก้าวข้ามการแข่งขัน เพื่อการเป็นองค์กรที่มีความเข้มแข็งและเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม จากนั้นเป็นการให้ข้อมูลในเรื่องของยุทธศาสตร์ของภาครัฐเพื่อสนับสนุนการดำเนินงานของภาคเอกชนต่อการปรับตัวสู่การเป็นสมาชิก AEC โดย **รศ.ดร.ประภัศร์ เทพชาตรี** ผู้อำนวยการศูนย์อาเซียนศึกษามหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ และกล่าวเชื่อมโยงว่าทำไมธุรกิจต้องเชื่อมงานด้านสิ่งแวดล้อมไว้ตั้งแต่แรกต่อการดำเนินการ โดย **ดร.ขวัญฤดี โชติชนาทวิวงศ์** ผู้อำนวยการสถาบันสิ่งแวดล้อมไทย ได้กล่าวถึงจุดสมดุลของการพัฒนาทางด้านเศรษฐกิจ ร่วมกับการรักษาสิ่งแวดล้อม และการดูแลสังคม เพื่อการก้าวสู่ AEC อย่างมั่นคง รวมถึงกล่าวถึงสถานการณ์ที่ทั่วโลกให้ความสนใจ ได้แก่ 1. การเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ



2. ความหลากหลายทางชีวภาพ 3. การเปลี่ยนแปลงการใช้ที่ดิน 4. สารเคมี 5. ขยะ ซึ่งต้องใช้หลักธรรมาภิบาลสิ่งแวดล้อมเป็นกลไกหลักในการแก้ไขและผลักดันให้การดำเนินธุรกิจก้าวไปอย่างยั่งยืน โดยมี **คุณบัญชา ชุ่มชัยเวช** ผู้สื่อข่าว สถานีโทรทัศน์ช่อง 3 เป็นผู้ดำเนินรายการ ได้สรุปและเชื่อมโยงประเด็นของวิทยากรแต่ละท่าน รวมทั้งได้นำเสนอภาพรวมศักยภาพของ 16 ประเทศในภูมิภาค (อาเซียน+6) ตลอดจนเสนอแนะยุทธศาสตร์ที่จะทำให้ประเทศไทยอยู่ในสนามการค้า สนามเศรษฐกิจ และภาคบริการ รวมถึงโอกาสและปัญหาของประเทศไทย พร้อมทั้งเสนอแนะวิธีการแก้ไข โดยในงานนี้มีผู้เข้าร่วมรับฟังการเสวนากว่า 500 คน จากหลากหลายสาขาอาชีพ อาทิ นักธุรกิจ ผู้สื่อข่าว นักวิชาการ นักศึกษา และบุคคลทั่วไป ซึ่งหลังจากการบรรยายได้มีการพูดคุยแลกเปลี่ยนความคิดเห็นระหว่างผู้เข้าร่วมงานเสวนากับวิทยากร อีกทั้งหลังจบงานได้รับเสียงตอบรับที่ดีจากผู้เข้าร่วมสัมมนาซึ่งถือว่างานในวันนั้นประสบความสำเร็จอย่างมาก และงานเสวนาในลักษณะนี้ก็จะจัดต่อเนื่องกันไปทุกปีเพื่อเป็นเสียงเล็กๆ ในการกระตุ้นการทำงานของภาครัฐและเน้นย้ำให้ภาคเอกชนปรับตัว เพื่อให้ประเทศก้าวไปข้างหน้าอย่างมั่นคง 🍎

โครงการบริหารจัดการเพื่อยกระดับสังคมการประกอบการ (Enhancing Entrepreneurship Spirit: EES)

ประชาสัมพันธ์ และรับสมัครกลุ่มเป้าหมาย

คัดเลือกผู้เข้าร่วมโครงการตามเกณฑ์ที่กำหนด

ช่องทางการแลกเปลี่ยนเรียนรู้



สร้างสังคม ผู้ประกอบการ



สังคมผู้ประกอบการ



IG : Entrepreneurial_society



สังคมผู้ประกอบการ



entrepreneurial-society.blogspot.com



YOUTUBE



entrepreneurialsociety.info@gmail.com

จัดอบรมเชิงปฏิบัติการ
หลักสูตรที่ 1 “การบริหาร
จัดการธุรกิจแบบองค์รวมฯ
(36 ชั่วโมง)”
จำนวน 2 รุ่น (75 คน/รุ่น)
ระยะเวลาอบรม 6 วัน/รุ่น

จัดอบรมเชิงปฏิบัติการ
หลักสูตรที่ 2 “Digital SMEs
(6 ชั่วโมง)”
จำนวน 1 รุ่น (40 คน/รุ่น)
ระยะเวลาอบรม 1 วัน

กิจกรรมที่ 1

ศึกษาดูงาน
สถานประกอบการ
(ต้นแบบที่ดี
/อุตสาหกรรมดีเด่น)
(รับจำนวนจำกัด 30 คน)

กิจกรรมที่ 2

การประกวดโครงการ
สนับสนุนชุมชนและ
สังคมให้ยั่งยืน
คะแนนการตัดสิน
● Vote ผ่านช่องทาง
Social Media
● คณะกรรมการ

กิจกรรมที่ 3

หลักสูตรอบรมพิเศษ
“เทคนิคการเตรียมตัวอย่าง
มืออาชีพ....ร่วมพิชิต
รางวัลอุตสาหกรรมดีเด่น”
รับจำนวนจำกัด 10 องค์กร
(3 คน/องค์กร)

สิทธิพิเศษสำหรับสถานประกอบการอย่างน้อย 1 แห่ง
ได้รับคำปรึกษาแบบ Technical Coaching
สู่เวทีการประกวดอุตสาหกรรมดีเด่น 2 Man-days / โรงงาน

ประเมินผลสำเร็จโครงการ

สำนักพัฒนาผู้ประกอบการ กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม และมูลนิธิสถาบันสิ่งแวดล้อมไทย ได้ดำเนินโครงการ EES เพื่อส่งเสริมและพัฒนาผู้ประกอบการ หรือผู้บริหาร SMEs ให้ก้าวหน้าในยุคเศรษฐกิจดิจิทัล (Digital Economy) และสามารถพัฒนาการประกอบธุรกิจ ให้มีจุดยืนสู่ความเป็นเลิศในอีกระยะของการบริหารจัดการธุรกิจตามเกณฑ์มาตรฐานอุตสาหกรรมระดับประเทศ เพื่อเป็นจุดเริ่มต้นและการันตีว่าธุรกิจไทยมีคุณภาพและมาตรฐานเป็นที่ยอมรับ และเป็นแบบอย่างที่ดีต่อไป

วัตถุประสงค์โครงการ

- (1) เพื่อสนับสนุน และสร้างแรงจูงใจให้ผู้ประกอบการได้เห็นประโยชน์ของการประเมินแนวทางบริหารจัดการธุรกิจของตนเอง โดยอาศัย Benchmark กับเกณฑ์มาตรฐานอุตสาหกรรมระดับประเทศ
- (2) เกิดการแลกเปลี่ยนเรียนรู้กันภายในสมาชิกผู้เข้าร่วมโครงการฯ กับผู้ประกอบการตัวอย่างเพื่อให้เกิดเป็นสังคมผู้ประกอบการที่สมาชิกสามารถช่วยเหลือกัน โดยการแลกเปลี่ยนความรู้ผ่านการระดมสมองในห้องประชุม ผ่านสื่อออนไลน์ต่างๆ และการศึกษาดูงานของสถานประกอบการต้นแบบ

การประกวด “Save Energy Save Environment ...เติมสุข เติมรอยยิ้ม ให้ชุมชน”

ขอเชิญสถานประกอบการ ร่วมส่งผลงานการดำเนินงานกิจกรรมหรือโครงการที่เกี่ยวข้องกับการสนับสนุนชุมชนและสังคมให้ยั่งยืน ด้วยวิธีการอนุรักษ์พลังงานและสิ่งแวดล้อม (ที่ดำเนินการอยู่แล้ว) เพื่อเป็นตัวอย่างให้กับสถานประกอบการอื่นๆ ที่ยังไม่มีจัดการที่ดีด้านการอนุรักษ์พลังงานและสิ่งแวดล้อม มองเห็นประโยชน์อย่างเป็นรูปธรรมมากขึ้น และเป็นแรงจูงใจให้สถานประกอบการอื่นๆ นำไปปฏิบัติตามเพื่อการพัฒนาอย่างยั่งยืนต่อไป

รางวัลการประกวด

รางวัลชนะเลิศ	จำนวน 1 รางวัล	เงินรางวัลมูลค่า	3,000 บาท
รางวัลรองชนะเลิศ	จำนวน 1 รางวัล	เงินรางวัลมูลค่า	2,000 บาท
รางวัลชมเชย	จำนวน 1 รางวัล	เงินรางวัลมูลค่า	1,000 บาท

หมายเหตุ : ทุกรางวัลได้รับใบประกาศนียบัตรเชิดชูเกียรติ และรางวัลชนะเลิศ รวมทั้งได้รับสิทธิ์เผยแพร่โครงการในบทความของวารสารธุรกิจสีเขียว (B2E)

เกณฑ์การตัดสิน

- ส่วนที่ 1 (70%) คะแนนโดยคณะกรรมการผู้ทรงคุณวุฒิ
- ส่วนที่ 2 (30%) คะแนนผ่านทางช่องทาง Social Media ผ่านการ กด Like และ กด Share ของสมาชิก Fanpage /Facebook โครงการ

ประกาศผลการตัดสินภายใน 31 สิงหาคม 2558

สอบถามรายละเอียดและส่งผลงานการประกวด ได้ที่
คุณธนพร คำขจร /คุณปาริณี พัฒนกุล
โทร 02-50333333 ต่อ 203, 531



Facebook : สร้างสังคมผู้ประกอบการ



Fan Page : สังคมผู้ประกอบการ



Twitter : สังคมผู้ประกอบการ



Fan Page : สังคมผู้ประกอบการ



เรียบเรียงโดย :
วริยา สรรคชา

โอกาส SMILES ไทยในตลาดมาเลเซีย

ประเทศมาเลเซียจัดเป็นกลุ่มตลาดบนของภูมิภาคอาเซียน เนื่องจากคนมาเลเซียมีรายได้เฉลี่ยต่อคนต่อปีในปี 2557 ถึง 11,387 ดอลลาร์สหรัฐ (เทียบกับประเทศไทยที่มีรายได้เฉลี่ยต่อคนต่อปี 5,450 ดอลลาร์สหรัฐ) สูงรองจากประเทศสิงคโปร์และประเทศบรูไน มีประชากรอายุระหว่าง 25-54 ปี หรือประมาณร้อยละ 60 ของประชากรวัยทำงานทั้งหมด คาดว่าอัตราการเติบโตทางเศรษฐกิจจะขยายตัวร้อยละ 4.5-5.55 ในช่วงปี 2558 ส่งผลให้คนมาเลเซียมีกำลังซื้อสูงขึ้นอีก โดยเฉพาะกลุ่มผู้บริโภครุ่นใหม่ที่มีการศึกษาและรายได้สูง

สินค้าหลักไทยส่งออกไปตลาดมาเลเซีย ปี 2014-2015

สินค้า	ปี 2014 (ล้านUS\$)	ปี 2014 ม.ค.-ม.ค. (ล้านUS\$)	ปี 2015 ม.ค.-ม.ค. (ล้านUS\$)	เพิ่ม/ลด ม.ค.-ม.ค. (%)
1.รถยนต์ อุปกรณ์ และส่วนประกอบ	1,587.6	126.0	114.7	-8.94
2.เครื่องคอมพิวเตอร์ อุปกรณ์	1,007.1	95.9	87.7	-8.55
3.น้ำมันสำเร็จรูป	1,985.7	150.4	82.8	-44.93
4.ยางพารา	809.7	81.1	54.6	-32.64
5.แผงวงจรไฟฟ้า	442.8	44.4	30.9	-30.54
6.เคมีภัณฑ์	369.5	32.5	29.6	-8.75
7.เหล็ก/เหล็กกล้าและผลิตภัณฑ์	369.8	30.8	29.6	-3.82
8.เม็ดพลาสติก	363.9	29.6	25.5	-13.85
9.เครื่องยนต์เส้นด้ายในแบบลูกสูบ	261.3	21.1	23.9	13.05
10.ผลิตภัณฑ์ยาง	338.4	22.3	23.5	5.13

ที่มา: MenuCom

นอกจากนี้ประเทศมาเลเซียยังมีนโยบายดึงดูดใจให้นักลงทุนเข้าไปลงทุนด้วยการเปิดกว้างด้านการค้าการลงทุน จากต่างประเทศอย่างมาก เช่น อนุญาตให้คนต่างชาติถือหุ้นได้ 100% ในทุกโครงการภาคการผลิต มีมาตรการจูงใจทางด้านภาษีทั้งทางตรงและทางอ้อม เป็นต้น

จากตารางจะเห็นได้ว่าการค้าไทยกับมาเลเซียในปี 2557 ทั้งปี มีมูลค่า 25,510.37 ล้านดอลลาร์สหรัฐ โดยปี 2557 เป็นปีแรกในรอบ 5 ปี ที่มีมูลค่าลดลงเทียบกับปีก่อนหน้า (-2.99%) แต่อย่างไรก็ตาม โอกาสของสินค้าไทยยังคงมีแนวโน้มเติบโตมากขึ้น อาทิ ด้านเทคโนโลยี เครื่องแต่งกาย เครื่องประดับ และอาหารสำเร็จรูป โดยเฉพาะสินค้าด้านอาหารคนมาเลเซียนั้นมีสนิยมการบริโภคอาหารค่อนข้างหลากหลายและให้ความสำคัญกับการเลือกซื้ออาหารที่ผลิตตามหลักฮาลาล ซึ่งปัจจุบันมีความนิยมอาหารที่มีประโยชน์ต่อสุขภาพ และเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมมากขึ้นอีกด้วย หากผลิตภัณฑ์และบริการได้รับฉลาก “MyHijau label” ซึ่งเป็นมาตรการโดยสมัครใจ เพื่อช่วยให้ผู้บริโภคตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์และใช้บริการที่เอื้อต่อสิ่งแวดล้อมและเน้นการลดค่าการปล่อยก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์ของประเทศมาเลเซียก็จะยังได้รับความนิยมจากผู้บริโภคมากขึ้น

สำหรับผู้ผลิตสินค้าหรือบริการที่ได้รับการรับรองการฉลาก “MyHijau label” แล้วจะได้รับสิทธิประโยชน์จากโครงการฯ เช่น การยกเว้นภาษีสิ่งแวดล้อมตามประกาศปีงบประมาณแห่งชาติ 2014 ของมาเลเซีย การทำประชาสัมพันธ์และส่งเสริมการตลาด ด้านสิ่งแวดล้อมในรูปแบบต่างๆ ได้อย่างเสรี และรายชื่อผลิตภัณฑ์ทั้งหมดที่ได้รับการรับรองฉลาก MyHijau Label จะได้รับการขึ้นทะเบียนอยู่ใน MyHijau Directory ที่เผยแพร่ในเว็บไซต์หน่วยงานเทคโนโลยีสีเขียวมาเลเซีย (Greentech Malaysia) และจะได้รับการอนุญาตให้ติดฉลากทั้งในตัวสินค้า บรรจุภัณฑ์ สื่อประชาสัมพันธ์ต่างๆ รวมถึงหัตถ์กระดาษจดหมาย

หากสินค้าส่งออกของไทยได้รับการติดฉลากสิ่งแวดล้อม Myhijau Label ของมาเลเซีย นอกจากจะเป็นการรักษาฐานตลาดเดิมแล้ว ยังช่วยเพิ่มศักยภาพการแข่งขันตลาดสินค้าฮาลาลในตลาดโลกอีกด้วย

ที่มา:

<http://smartsme.tv/m/knowledge-detail.php?id=1301> (เข้าถึงเมื่อวันที่ 20/7/58)
<http://aec-business.blogspot.com/2013/07/smes-aec.html> (เข้าถึงเมื่อวันที่ 20/7/58)
[www.sme.go.th/.../โอกาสของ%20SMEs%20ไทยสู่ตลาดมาเลเซีย%20\(ตอนที่%201\).pdf](http://www.sme.go.th/.../โอกาสของ%20SMEs%20ไทยสู่ตลาดมาเลเซีย%20(ตอนที่%201).pdf) (เข้าถึงเมื่อวันที่ 20/7/58)
<http://www.smethailandclub.com/knowledge-aec-view.php?id=189> (เข้าถึงเมื่อวันที่ 20/7/58)
<http://www.smethailandclub.com/knowledge-aec-view.php?id=429> (เข้าถึงเมื่อวันที่ 20/7/58)
www.ditp.go.th/contents_attach/92475/92475.pdf (เข้าถึงเมื่อวันที่ 20/7/58)
www.exim.go.th/doc/newsCenter/44539.pdf (เข้าถึงเมื่อวันที่ 20/7/58)
www.dft.go.th/Portals/0/.../PR%20malay@25580122-1007251752.pdf (เข้าถึงเมื่อวันที่ 20/7/58)

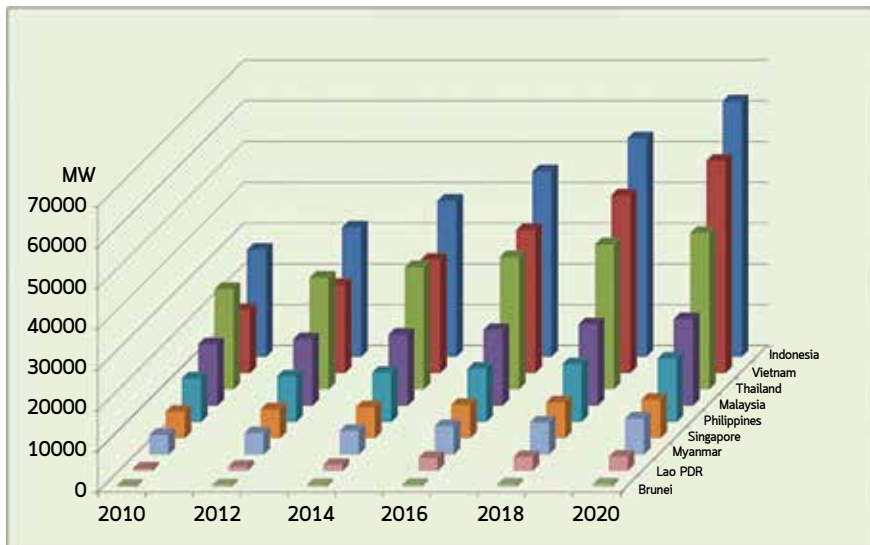


ทิศทางพลังงานอาเซียน

การรวมตัวกันระหว่าง 10 ประเทศในภูมิภาคอาเซียนทำให้เกิดความเชื่อมโยงด้านเศรษฐกิจ สังคม พลเมือง และสิ่งแวดล้อม ตามข้อตกลงร่วมกันในการจัดตั้งประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนซึ่งจะทำให้การเติบโตด้านเศรษฐกิจขยายตัวส่งผลให้ความต้องการด้านพลังงานเพิ่มสูงขึ้นตามไปด้วย

ดังนั้นจึงมีการวางแผนทางแผนปฏิบัติการพลังงานของอาเซียนตั้งแต่ปี พ.ศ. 2553-2558 (ASEAN Plan of Actions on Energy Cooperation : APAEC 2010-2015) ร่วมกัน เพื่อส่งเสริมการลงทุนโครงสร้างพื้นฐานและสร้างความมั่นคงด้านพลังงานในภูมิภาค โดยมีโครงการหลักที่สำคัญ 7 สาขา ได้แก่ (1) การเชื่อมโยงระบบสายส่งไฟฟ้าของอาเซียน (2) การเชื่อมโยงท่อส่งก๊าซธรรมชาติของอาเซียน (3) การพัฒนาเทคโนโลยีที่สามารถนำถ่านหินมาใช้เป็นพลังงานอย่างไม่มีมลพิษ (4) การพัฒนาพลังงานทดแทน และพลังงานที่กลับมาใช้ใหม่ได้ที่จะอาตรวมถึงเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม (5) การส่งเสริมให้เกิดการใช้พลังงานอย่างมีประสิทธิภาพและการอนุรักษ์พลังงาน (6) นโยบายและการวางแผนพลังงานภูมิภาค (7) พลังงานนิวเคลียร์สำหรับพลเรือน

ความต้องการพลังงานไฟฟ้าของอาเซียนในอนาคต



ที่มา: http://www2.egat.co.th/apg/index.php?option=com_content&view=article&id=75&Itemid=472

แหล่งพลังงานในกลุ่มประเทศอาเซียน นับว่ามีความอุดมสมบูรณ์อยู่มาก การเชื่อมโยงด้านพลังงานระหว่างกันนอกจากช่วยลดต้นทุนการผลิตให้ถูกลงแล้ว ยังช่วยเพิ่มโอกาสทางการค้า/การลงทุน เกิดการใช้ทรัพยากรและพลังงานอย่างคุ้มค่าและมีประสิทธิภาพ ลดความสูญเสียทางเศรษฐกิจ และสร้างความแข็งแกร่งให้เกิดขึ้นภายในภูมิภาคด้วย ซึ่งนับว่าเป็นจุดเริ่มต้นหรือสัญญาณที่ดีแก่ผู้ประกอบการธุรกิจ โดยเฉพาะ SMEs ได้รับประโยชน์จากการดำเนินการดังกล่าวด้วยเช่นกัน ซึ่งช่วยเพิ่มโอกาสการขยายการลงทุนไปสู่ภูมิภาคได้ดียิ่งขึ้น ดังนั้น SMEs ไทย จึงควรที่จะศึกษาประเด็นเหล่านี้เพื่อวางแผนบริหารจัดการธุรกิจให้สอดคล้องกับทิศทางดังกล่าวได้อย่างเท่าทัน

แหล่งพลังงานในกลุ่มประเทศอาเซียน				
	น้ำมัน (ล้านบาร์เรล)	ก๊าซธรรมชาติ (ล้านล้านลูกบาศก์ฟุต)	ถ่านหิน (ล้านตัน)	พลังน้ำ (เมกะวัตต์)
อินโดนีเซีย	3,750	112.5	5,529	245,091
มาเลเซีย	5,357	82.4	4	26,256
บรูไน	1,200	12.4	-	-
เวียดนาม	4,700	7.7	150	34,247
ไทย	453	12.0	1,239	2,055
เมียนมา	50	20.8	2	39,726
ฟิลิปปินส์	138	3.3	316	5,365
ลาว	-	-	503	26,598
กัมพูชา	-	-	-	10,046
สิงคโปร์	-	-	-	-

หมายเหตุ: น้ำมันธรรมชาติและถ่านหินเป็นปริมาณสำรองพิสูจน์แล้ว (Proved Reserves: P1)
ที่มา: กรมพัฒนาพลังงานทดแทนและอนุรักษ์พลังงาน

จากตัวเลขจะเห็นได้ว่ากลุ่มประเทศอาเซียนส่วนใหญ่มีแหล่งก๊าซธรรมชาติอยู่มาก ส่วนศักยภาพการใช้น้ำผลิตไฟฟ้าก็มีประเทศเวียดนาม เมียนมา และโดยเฉพาะสปป.ลาว ซึ่งประเทศไทยนับเป็นผู้ซื้อไฟฟ้ารายใหญ่และมีการเชื่อมโยงด้านพลังงานมานานแล้ว ทางรัฐบาลสปป.ลาวเองก็มีแผนการพัฒนาการผลิตไฟฟ้าเพิ่มขึ้นให้ได้ 12,000 เมกะวัตต์ โดยจะส่งออกปริมาณสองในสามภายในปี 2563 และจะเพิ่มศักยภาพการผลิตไฟฟ้าเป็น 24,000 เมกะวัตต์ ในปี 2473 ทั้งนี้กำลังก่อสร้างโรงไฟฟ้าเพิ่มเติมอีก 6,000 เมกะวัตต์ จึงนับเป็นแหล่งพลังงานไฟฟ้าที่ไม่กระทบต่อสิ่งแวดล้อมและมีศักยภาพการเติบโตในภูมิภาคมากทีเดียว ส่วนประเทศไทยก็พยายามผลักดันแผนงานด้านพลังงานเข้าสู่ร่างแผนปฏิบัติการว่าด้วยความร่วมมือด้านพลังงานอาเซียน พ.ศ. 2559 – 2563 (APAEC 2016-2020) พร้อมกับมีมาตรการภายในประเทศสนับสนุนการเพิ่มประสิทธิภาพการใช้พลังงานและหันมาใช้พลังงานทดแทนเพิ่มมากขึ้น ทั้งนี้ประเทศไทยอยู่ระหว่างการประกาศแผนปฏิรูปพลังงานฉบับใหม่ปี 2558-2579 หรือ PDP 2015 เพื่อวางแนวทางการพัฒนาพลังงาน การเพิ่มประสิทธิภาพการใช้พลังงาน การใช้พลังงานทดแทน รวมถึงน้ำมันและก๊าซธรรมชาติ ให้เพิ่มขึ้นจากเดิมใช้พลังงานทดแทนร้อยละ 11.9 ของการใช้พลังงานในภาพรวมเป็นร้อยละ 25 ในปี 2564 ส่วนการผลิตไฟฟ้าที่ได้จากพลังงานทดแทนคาดว่าจะเพิ่มจากร้อยละ 11 เป็นประมาณร้อยละ 20 ในอีก 20 ปีข้างหน้า 🇹🇹

ที่มา:

1. http://www.prachachat.net/news_detail.php?newsid=1426588558 (เข้าถึงเมื่อวันที่ 17/7/58)
2. http://www.asean thai.net/ewt_news.php?nid=3172&filename=index (เข้าถึงเมื่อวันที่ 17/7/58)
3. <http://www.tnamcot.com/content/200149> (เข้าถึงเมื่อวันที่ 17/7/58)
4. <http://ienergyguru.com/2015/06/เวิร์ดแบงก์-ซูไทยผู้นำ/> (เข้าถึงเมื่อวันที่ 17/7/58)
5. www.thaifta.com/thaifta/portals/0/AECPost2015.pdf (เข้าถึงเมื่อวันที่ 17/7/58)
6. <http://click.senate.go.th/?p=4214> (เข้าถึงเมื่อวันที่ 17/7/58)
7. <http://www.siamintelligence.com/asean-energy-cooperation/> (เข้าถึงเมื่อวันที่ 17/7/58)
8. http://thailand.prd.go.th/1700/ewt/asean thai/ewt_w3c/ewt_news.php?filename=orgAsean&nid=3172 (เข้าถึงเมื่อวันที่ 17/7/58)
9. <http://www.thailandenergyeducation.com/assets/media/A007.pdf> (เข้าถึงเมื่อวันที่ 17/7/58)
10. <http://www2.dede.go.th/share/kmcornerDoc270955.pdf> (เข้าถึงเมื่อวันที่ 17/7/58)
11. <http://www.bangkokbiznews.com/news/detail/613953> (เข้าถึงเมื่อวันที่ 17/7/58)



การนำระบบ IT มาใช้ในองค์กร

การใช้ระบบเทคโนโลยีสารสนเทศเข้ามาช่วยการบริหารจัดการองค์กร ด้วยการนำซอฟต์แวร์ ระบบอินเทอร์เน็ต และนวัตกรรมด้านเทคโนโลยีใหม่ๆ มาขับเคลื่อนเพื่อสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันทางการตลาดที่เปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็วในปัจจุบัน มีระบบที่นิยมนำมาใช้ในการพัฒนาองค์กรที่น่าสนใจ ดังนี้

ระบบ ERP (Enterprise Resource Planning) หรือระบบบริหารทรัพยากรองค์กร ซึ่งสามารถประยุกต์นำมาช่วยในการปรับกระบวนการทำงานขององค์กร ช่วยลดต้นทุนของสินค้าคงคลัง และช่วยให้ข้อมูลในองค์กรมีการเชื่อมโยงกันโดยนำอินเทอร์เน็ตมาใช้อุตสาหกรรมโรงงานเพื่อให้ติดต่อกันระหว่างสายการผลิตไปจนถึงช่องทางจำหน่ายเพื่อลดขั้นตอนห่วงโซ่อุปทาน ลดค่าใช้จ่ายในกระบวนการผลิตด้วยการรวมระบบองค์กรให้เป็นหนึ่งเดียว ด้วยการติดตั้งซอฟต์แวร์เพื่อใช้ในองค์กร เพื่อให้ทุกหน่วยงานภายในองค์กรสามารถเข้าถึงฐานข้อมูลที่จัดเก็บและสามารถใช้ข้อมูลเดียวกันได้ เช่น คำสั่งซื้อที่ได้จากลูกค้า ส่งผลต่อหน่วยงานภายในองค์กรอัตโนมัติ ได้แก่ ส่วนกระบวนการผลิต ฝ่ายจัดซื้อ ฝ่ายบัญชี การออกใบเสร็จรับเงิน เป็นต้น



ที่มา: <http://blogs.mydbsync.com/benefits-of-automating-erp-system/?sa=X&ved=0CD-EQ9QEwDmoVChMI1tKyo4DzXgIVChWUCh2WdA12>

ระบบ CRM (Customer Relationship Management) หรือการจัดการลูกค้าสัมพันธ์ โดยการใช้ระบบไอทีเข้ามาช่วย

การจัดการกระบวนการต่างๆ ในองค์กร ซึ่งเป็นระบบที่ช่วยในการบริหารความสัมพันธ์กับลูกค้า ด้วยการเก็บข้อมูล พฤติกรรมการใช้จ่ายและความต้องการของลูกค้าเอื้อประโยชน์ในด้านการขาย การตลาด และการให้บริการหลังการขายมีความเชื่อมโยงกัน



ที่มา: <http://s2rl.tni.ac.th/blog/?p=345&sa=X&ved=0CBUQ9QEwAGoVChMIhfg2vTyx-gIvY-UCh3qxgBA>

ระบบ KM (Knowledge Management) หรือการจัดการความรู้ เพื่อนำมาใช้ในงาน คน องค์กร ให้บรรลุเป้าหมายไปสู่องค์กรแห่งการเรียนรู้ นอกจากมีการแสวงหาความรู้แล้ว การจัดการความรู้ให้เป็นระบบ ประมวลและกลั่นกรองความรู้เพื่อนำไปสู่การแลกเปลี่ยนเรียนรู้ระหว่างบุคลากรให้สามารถต่อยอดความรู้ในองค์กรได้



ที่มา: https://kminbusiness.wordpress.com/2010/02/08/การประยุกต์ใช้หลักการ/?sa=X&ved=0CBcQ9QEwAWoVChMI_aqPnZtXgIVC6eUCh2L-Q5y

การตลาดออนไลน์ (E-Marketing) เป็นการนำเครื่องมือการตลาดออนไลน์มาใช้ในการสื่อสารกับผู้บริโภคที่ปัจจุบันมีการนำเสนอเนื้อหาที่ลูกค้าอ่านเข้าใจง่ายด้วยคำจำกัดความที่สั้น กระชับ ตรงประเด็น หรือมีการนำเสนอเรื่องราวเป็น Info Graphic เช่น Mobile Optimization, Content Marketing, Social Media Marketing, Email marketing, Content Marketing เป็นต้น ให้เข้าถึงกลุ่มลูกค้าด้วยการใช้ความก้าวหน้าของเทคโนโลยีในการสนับสนุนการดำเนินการธุรกิจ

ที่มา:

1. <https://th.wikipedia.org/wiki/การวางแผนทรัพยากรองค์กร> (เข้าถึงเมื่อวันที่ 25/7/58)
2. www.library.au.edu/library-activities/documents/CRM.pdf (เข้าถึงเมื่อวันที่ 25/7/58)
3. <https://www.gotoknow.org/posts/496000> (เข้าถึงเมื่อวันที่ 25/7/58)
4. <https://th.wikipedia.org/wiki/ระบบบริหารความสัมพันธ์ลูกค้า> (เข้าถึงเมื่อวันที่ 25/7/58)
5. www.kmutt.ac.th/gmi/upload/การจัดการความรู้%20km.pdf (เข้าถึงเมื่อวันที่ 25/7/58)
6. <http://thumbsup.in.th/2014/12/digital-marketing-trends-2015-infographic/> (เข้าถึงเมื่อวันที่ 25/7/58)
7. <http://www.designil.com/spark-conference-2015-summary.html> (เข้าถึงเมื่อวันที่ 25/7/58)

สมาชิก B2E

สมัครสมาชิกวารสาร 'ธุรกิจสีเขียว'

สิทธิพิเศษ: ผู้ประกอบการอุตสาหกรรมหรือบุคคลทั่วไป เพียงปีละ 200 บาท

☐ สมาชิกประเภทองค์กร

☐ บริษัท ☐ องค์กร

ชื่อบริษัท/องค์กร.....ประเภท/องค์กร.....

บุคคลติดต่อ.....

ที่อยู่.....

เลขทะเบียนโรงงาน.....โทรศัพท์.....

โทรสาร.....อีเมล.....เว็บไซต์.....

หัวข้อพลังงานและสิ่งแวดล้อม.....

เลขที่ผู้เสียภาษี.....

☐ สมาชิกประเภทบุคคล

☐ นาย ☐ นาง ☐ นางสาว

ชื่อ/นามสกุล.....อายุ.....ปี

อาชีพ.....ตำแหน่ง.....

ที่อยู่.....

โทรศัพท์.....โทรสาร.....

อีเมล.....เว็บไซต์.....

หัวข้อพลังงานและสิ่งแวดล้อม.....

วิธีการสมัครสมาชิก

โอนเงินเข้า ชื่อบัญชี มูลนิธิ สถาบันสิ่งแวดล้อมไทย

ธนาคารไทยพาณิชย์ สาขาเมืองทองธานี เลขที่บัญชี 328-232700-6

ประเภทบัญชี ออมทรัพย์

