

GROWING ENTERPRISES

ท่ามกลางการแข่งขันที่รุนแรงและความเสี่ยงรอบด้าน ส่งผลให้การทำธุรกิจในปัจจุบันไม่ใช่เรื่องง่ายเลยที่ทุกคนจะประสบความสำเร็จและเติบโตใหญ่ได้ แต่ก็ต้องยอมรับว่า วันนี้ผู้ประกอบการ SME ของไทยเปลี่ยนไปอย่างมาก เรียกว่ามีทั้งความเก่งและความกล้าที่จะใช้เป็นอาวุธเพื่อนำพากิจการไปสู่ความสำเร็จ และวันนี้เราก็ได้เห็นผู้ประกอบการ SME จำนวนไม่น้อยที่กิจการกำลังอยู่ในช่วงเก็บเกี่ยวดอกผล หลังจากกลบมือลงแรงในการฝ่าฟันอุปสรรคความยากลำบากในช่วงก้าวแรกของการทำธุรกิจ จนสามารถขึ้นมาอยู่บนจุดที่กำลังเตรียมพร้อมจะขยายความยิ่งใหญ่ในอีกระดับ

แต่กว่าที่ธุรกิจเหล่านี้จะเติบโตใหญ่อย่างที่เห็นได้นั้น แน่แน่นอนว่าทุกคนล้วนแต่ต้องผ่านบททดสอบมากมายนับตั้งแต่วันแรกของการเริ่มต้นกิจการ เช่นเดียวกับ 5 ธุรกิจจากเวทีรางวัล Bai Po Business Awards by Sasin ครั้งที่ 9 ได้แก่ บริษัท ยูเรกา ดีไซน์ จำกัด (มหาชน), บริษัท สหการประมูล จำกัด (มหาชน), บริษัท ดอยคำผลิตภัณฑ์อาหาร จำกัด, บริษัท อินฟินิท เทคโนโลยี คอร์ปอเรชั่น จำกัด และบริษัท เอ็กซา ซีแลม จำกัด ซึ่งทั้งหมดนี้ต่างได้รับการยอมรับในฐานะองค์กรธุรกิจที่มีความโดดเด่นมากที่สุดในปี 2556 ที่ผ่านมานี้

การเรียนรู้จากประสบการณ์ของผู้ที่สำเร็จมาแล้ว น่าจะเป็นทางลัดให้กับ SME อื่นหลายๆ คนที่มีเป้าหมายอยากจะสร้างการเติบโตให้กิจการของตัวเองบ้าง มาดูกันว่า แต่ละองค์กรเขาคิดกันอย่างไร วางแผนกลยุทธ์รูปแบบไหน ถึงทำให้วันนี้ธุรกิจของพวกเขากำลังกลายเป็น Growing Enterprises ที่น่าจับตามอง!!!



Bai Po
Business Awards
by Sasin

BAI PO BUSINESS AWARDS by Sasin

รางวัล Bai Po Business Awards by Sasin ที่เกิดขึ้นจากความร่วมมือของธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) และสถาบันบัณฑิตบริหารธุรกิจ ศศินทร์ แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ได้มีการจัดอย่างต่อเนื่องมาเป็นครั้งที่ 9 แล้ว เพื่อยกย่องผู้ประกอบการไทยที่ประสบความสำเร็จ โดยรางวัลนี้ตั้งขึ้นมาไม่ใช่เพื่อการประกวดแข่งขัน แต่ต้องการให้รางวัลดังกล่าวเป็นการแสดงความชื่นชม ให้กำลังใจและเป็นตัวอย่างแก่ผู้ประกอบการรายอื่นๆ เพื่อให้เห็นว่ามิใช่ภัยใต้วงที่จำเป็นพาองค์กรไปสู่ความสำเร็จได้ เพราะธุรกิจที่ได้รับรางวัลนี้จะต้องมีความโดดเด่นในมิติใดมิติหนึ่ง หรือหลายมิติจากเกณฑ์การพิจารณาของคณะกรรมการ ซึ่งประกอบด้วย 10 มิติสำคัญที่ต้องเป็นหัวใจในการทำให้ธุรกิจเติบโตและแข็งแกร่งได้

1. การให้ความสำคัญต่อลูกค้า (Customer Focus)
2. ความริเริ่มที่นำไปสู่การสร้างนวัตกรรม (Innovation)
3. การมีคุณภาพสูงของสินค้าและบริการ (Quality)
4. การตอบสนองและปรับตัวต่อโอกาสและปัญหา (Adaptability to Changes)
5. การสร้างมูลค่า (Value Creation)
6. การสร้างตราสินค้า (Branding)
7. การมีระบบงานที่มีประสิทธิภาพ (Efficiency)
8. ความเป็นผู้นำของผู้บริหารกิจการและการสร้างทีม (Leadership & Team Building)
9. การปฏิบัติต่อสังคม (Social Responsibility)
10. การสร้างธุรกิจด้วยพลังแห่งการเป็นผู้ประกอบการ (Entrepreneurship)

ยูเรกา ดีไซน์

เติบโตสู่ความสำเร็จ ด้วยการพัฒนาคน

ไม่ใช่เรื่องง่ายที่บริษัทคนไทยจะสามารถเบียดแทรกยักษ์ใหญ่จากต่างชาติ ขึ้นมาอยู่แถวหน้าในธุรกิจออกแบบและผลิตเครื่องจักรสำหรับผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ระดับประเทศ แต่บริษัท ยูเรกา ดีไซน์ สามารถทำได้สำเร็จ ไม่เพียงแค่นั้น 1 ใน 2 บริษัทคนไทยในธุรกิจนี้ แต่ยูเรกา ดีไซน์ ยังเติบโตอย่างรวดเร็วจนมียอดขายติดอันดับ 1 ใน 5 ของประเทศไทยอีกด้วย

นรากร ราชพลสิทธิ์ กรรมการผู้จัดการ บริษัท ยูเรกา ดีไซน์ จำกัด (มหาชน) บอกเล่าถึงเส้นทางการเติบโตของธุรกิจจนกว่าจะมาถึงวันนี้ได้ว่า เริ่มต้นจากการมองเห็นโอกาสในอุตสาหกรรมยานยนต์ที่ขยายตัวและความต้องการเครื่องจักรใหม่ในการผลิตชิ้นส่วนอย่างต่อเนื่อง นรากรจึงตัดสินใจก่อตั้งบริษัทผลิตเครื่องจักรสำหรับผลิตชิ้นส่วนยานยนต์เป็นของตนเอง หลังจากเก็บเกี่ยวประสบการณ์ด้านนี้ในบริษัทในเครือซีเมนต์ไทย และบริษัทผลิตรถยนต์ของญี่ปุ่นอยู่พักใหญ่

จากบริษัทเล็กๆ ที่มีทุนเริ่มต้น 1 ล้านบาท และมีพนักงานเพียงแค่ 5 คน เมื่อ 12 ปีก่อน ที่ค่อยๆ ขยายธุรกิจแบบพอเพียง แต่จากการรู้จักลูกค้าเก่าเป็นอย่างดี จึงประเดิมงานชิ้นแรกได้เร็วเกินคาดเพียง 3 เดือนนับจากเปิดบริษัท จากนั้นเมื่อตราการเติบโตเรื่อยๆ จนกระทั่งในปี พ.ศ. 2552 ซึ่งเป็นจุดสูงสุดของธุรกิจอุตสาหกรรมรถยนต์ ทำให้รายได้เติบโตอย่างก้าวกระโดด ด้วยทีมงานวิศวกรและผู้ชำนาญงานพร้อมให้คำปรึกษาร่วมกับลูกค้า เพื่อแนะนำแนวทางการแก้ไขปัญหการผลิตชิ้นส่วนงานที่เกิดขึ้น ลูกค้าหลักของบริษัทคือ กลุ่มผู้ผลิตรถยนต์ และรถจักรยานยนต์ เช่น Mitsubishi, Toyota, Honda, Ford, Mazda, Suzuki, Yamaha ฯลฯ และกลุ่มผู้ผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ลำดับที่ 1 (Tier-1) ชั้นนำ จนปัจจุบันนี้ ยูเรกา ดีไซน์ ขยายธุรกิจส่งออกไปยังตลาดต่างประเทศ ทำให้บริษัทเติบโตขึ้นจนมีพนักงานทั้งหมดกว่า 150 คนในองค์กร ซึ่งนรากรยอมรับว่า “คน” คือปัจจัยที่เป็นกุญแจสู่ความสำเร็จของธุรกิจ

“Key Success” ของบริษัทอยู่ที่ “คน” ถ้าคนไม่เก่งไม่ดี หรือดีและเก่งแต่ไม่อยู่กับเรา บริษัทก็ดำเนินต่อไปไม่ได้ ฉะนั้น เราจึงให้ความสำคัญเรื่องคนเป็นอันดับแรกในการจัดการมิติต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นเรื่องการผลิต

พนักงานด้วยระบบ Partnership System คิดว่าทุกคนคือพาร์ทเนอร์ของธุรกิจ รวมถึงผลตอบแทน สวัสดิการ กิจกรรมการฝึกฝนหรือเทรนนิ่งต่างๆ ซึ่งพนักงานจะได้รับโอกาสมากกว่าบริษัทใหญ่ ทำให้พนักงานอยู่กับองค์กรมากขึ้น หรือแม้แต่คนที่จะออกไปทำธุรกิจของตัวเอง เราก็ไม่ได้มองว่าเขาเป็นคู่แข่ง แต่ให้เขาเป็นส่วนหนึ่งในการทำงานของเรา โดยสร้างเครือข่ายเป็น Supplier ให้กับบริษัท”

ทั้งนี้ ยูเรกา ดีไซน์ ยังได้กำหนด DNA ที่เป็นความสามารถหลักขององค์กรไว้ 3 ข้อด้วยกันคือ ทีมเวิร์ก การทำวิจัย การทำงานเชิงรุก ซึ่งบริษัทได้ปลูกฝังให้กับพนักงาน และวางแผนพัฒนาพนักงานโดยสร้างหลักสูตรการเรียนรู้ภายในองค์กร และจัดส่งพนักงานไปศึกษาดูงานทั้งในและต่างประเทศ เพื่อนำมาใช้ปรับปรุงและเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงานให้ดียิ่งขึ้น

นรากรเผยว่า ปัจจุบันนี้มีผู้เล่นที่ทำธุรกิจผลิตเครื่องจักรสำหรับผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ในประเทศไทยอยู่ประมาณ 100 ราย ซึ่งยูเรกา ดีไซน์ อยู่ในระดับ Top 10 แต่เนื่องจากธุรกิจนี้เป็นตลาดเฉพาะที่ลูกค้าจะซื้อเครื่องจักรเฉพาะกับผู้ผลิตบางรายเท่านั้น ซึ่งผู้ซื้อคือผู้ผลิตรถยนต์และรถจักรยานยนต์ที่มีกำลังซื้อสูง ตลาดนี้จึงไม่ได้แข่งขันกันในเรื่องของราคา แต่จะแข่งขันว่าใครจะมีความสามารถในการที่จะตอบโจทย์ในเรื่องคุณภาพและการส่งมอบสินค้าให้กับลูกค้าได้มากกว่ากัน

“จุดแข็งของเราคือ การให้ความสำคัญกับลูกค้า และมีการบริการที่ดี เราเป็นผู้ผลิตไม่ก็รายที่มีความยืดหยุ่นให้ลูกค้าสามารถขอเปลี่ยนแปลงความต้องการได้ โดยลูกค้าจะมีส่วนร่วมในกระบวนการออกแบบเกือบทุกขั้นตอน ผ่านระบบที่เรียกว่า Virtual Machine ซึ่งจะเป็นประโยชน์ทั้งต่อลูกค้าช่วยให้ลูกค้าได้สัมผัสงาน



“ได้ใกล้เคียงความเป็นจริง แก้ไขจุดบกพร่องก่อนทำแบบจริงได้ และช่วยลดเวลาและขั้นตอนในการทำงานของเราด้วย”

นอกจากนี้ นรากรยังเล็งเห็นโอกาสจากการที่รัฐบาลมีนโยบายบังคับใช้ชิ้นส่วนการผลิตรถยนต์จากภายในประเทศ จึงได้พัฒนาเทคโนโลยีเพื่อนำมาใช้ในการบริหารการผลิต เพื่อเติมช่องว่างทางการตลาดที่ยังขาดอยู่ โดยการออกแบบสินค้าที่ยังไม่มีผู้ประกอบการในประเทศไทยรายใดสามารถผลิตได้ แต่มีคุณภาพดีและราคาถูกกว่าการนำเข้าจากต่างประเทศ

จากวิสัยทัศน์ของผู้บริหาร และการร่วมมือทำงานเป็นทีมเวิร์กที่แข็งแกร่งของยูเรกา ดีไซน์ ส่งผลให้บริษัทได้รับรางวัล Bai Po Business Awards by Sasin ครั้งที่ 9 ถึง 3 มิติ คือ **ความเป็นผู้นำของผู้บริหาร และการสร้างทีม (Leadership & Team Building) การตอบสนองและปรับตัวต่อโอกาสและปัญหา (Adaptability to Changes) และการให้ความสำคัญต่อลูกค้า (Customer Focus)** ซึ่งนรากรกล่าวว่า การได้รับรางวัลในครั้งนี้เป็นเครื่องพิสูจน์ความสำเร็จและสร้างความมั่นใจในการนำพาธุรกิจไปสู่เป้าหมาย นั่นคือ การมียอดขายติดอันดับ 1 ใน 10 ของอาเซียน

เมื่อมีผู้นำที่เชี่ยวชาญ บวกกับบุคลากรที่มีประสิทธิภาพ เช่นนี้ โอกาสที่ธุรกิจจะเติบโตก็ไม่ใช่ว่าเรื่องยาก

สหการประมูล

ยึดมั่นความโปร่งใส สร้างธุรกิจประมูลสู่ระดับโลก

“ธุรกิจที่ดำเนินงานด้วยความโปร่งใส ย่อมได้รับความไว้วางใจ ส่งเป็นแรงผลักดันให้กิจการเติบโต” หนึ่งในแนวคิดจาก **แพทย์ ศิลา กรรมการผู้จัดการใหญ่ บริษัท สหการประมูล จำกัด (มหาชน)** ชายผู้ผันตนเองจากธุรกิจรถยนต์มือสอง สู่ธุรกิจ “**ประมูลรถยนต์**” เจ้าแรกของเมืองไทย ภายใต้การดำเนินธุรกิจประมูลที่เปิดเผยต่อสาธารณะ ด้วยความซื่อสัตย์และโปร่งใสมาอย่างยาวนานกว่า 3 ทศวรรษ

จนวันนี้ชื่อ “**สหการประมูล**” ได้รับการยอมรับจากคนทั่วประเทศด้านบริการเป็นศูนย์กลางจัดการซื้อขายสินทรัพย์ด้วยวิธีการประมูลแบบเปิด (Open Auction) และกำลังขยายปีกสู่ระดับโลก

หากย้อนกลับไปยังจุดเริ่มต้นของสหการประมูลแพทย์เล่าว่า ในช่วงแรกเริ่มที่ทำธุรกิจรถยนต์มือสองตนเองมักเกิดความรู้สึกไม่สบายใจเพราะบางครั้งในการซื้อ-ขายนั้นไม่สามารถเปิดเผยความจริงแก่ลูกค้าได้ทั้งหมด ประกอบกับได้มีโอกาสไปดูงานในต่างประเทศ เพื่อที่จะนำกลับมาพัฒนาธุรกิจรถยนต์

มือสอง ก็ได้เห็นธุรกิจการประมูลในอเมริกาและญี่ปุ่น จึงเริ่มศึกษารูปแบบของธุรกิจดังกล่าวอย่างจริงจัง เพราะเห็นว่ารูปแบบของธุรกิจนี้สามารถทำได้อย่างโปร่งใสและตรงไปตรงมาทั้งต่อผู้ซื้อและผู้ขาย จึงใช้เวลาในการพัฒนาระบบอยู่ 2 ปีเต็ม เพื่อปรับให้เข้ากับบริบทของคนไทย ก่อนจะตัดสินใจเปิดบริษัทด้วยจำนวนพนักงานเพียง 10 คน และรถยนต์เข้าประมูลเริ่มต้นเพียง 50 คัน

“เรื่องของการประมูลเกิดขึ้นในโลกมานานแล้ว เพียงแต่เมืองไทยยังขาดคนกลางที่ค่อนข้างเชื่อถือได้ ซึ่งในช่วงเริ่มต้น เราต้องมั่นใจก่อนว่าสิ่งที่เราทำนั้นจะเป็นประโยชน์ทั้งต่อผู้ซื้อและผู้ขาย แล้วเราก็เอาความมั่นใจตรงนี้ไปนำเสนอกับลูกค้า อย่างสถาบันการเงินต่างๆ ซึ่งสมัยก่อนจะประมูลรถกันเอง หรือแม้แต่พ่อค้ารถยนต์ทั่วประเทศ ซึ่งการที่จะทำให้เขายอมรับและไว้วางใจเราได้ั้น มีการรายงานสภาพรถอย่างตรงไปตรงมาว่ารถคันนี้มีสภาพข้อดีข้อเสียอย่างไร ผู้ซื้อก็จะได้สภาพรถตามที่เรารายงาน มีเล่มทะเบียนที่ถูกต้องตามกฎหมาย ผู้ขายเองก็ได้รับเงินตามกำหนดเวลา หากเกิดความผิดพลาดขึ้นในทุกกรณี ทางบริษัทจะรับผิดชอบทันที 100 เปอร์เซ็นต์”

จากความตั้งใจที่จะดำเนินธุรกิจอยู่บนความเชื่อใจของลูกค้าและลูกค้า ส่งผลให้ธุรกิจค่อยๆ เติบโตขึ้นมาจนกระทั่งมีจุดเปลี่ยนครั้งสำคัญที่ทำให้ “**สหการประมูล**” ก้าวกระโดดขึ้นมาอีกขั้น นั่นคือ การเป็นหนึ่งในผู้ที่ได้รับสิทธิ์จากองค์การเพื่อการปฏิรูประบบสถาบันการเงิน (ปรส.) ในการนำรถยนต์จาก 56 สถาบันการเงิน มาเปิดประมูลในจำนวนมากถึง 504 คัน ซึ่งเป็นจำนวนที่สูงที่สุดในครั้งนั้น จึงเริ่มทำให้ชื่อเสียงของสหการประมูลเป็นที่รู้จักและได้รับการยอมรับในวงกว้างมากยิ่งขึ้นตั้งแต่บัดนั้นเป็นต้นมา โดยสินทรัพย์ที่นำมาจัดประมูลปัจจุบันมีทั้งรถยนต์และรถจักรยานยนต์

และสินทรัพย์ประเภทอื่นๆ ตามความต้องการของลูกค้า เช่น บ้านและที่ดิน หุ่น เฟอร์นิเจอร์ เครื่องใช้ไฟฟ้า และสินค้าแบรนด์เนมต่างๆ

“ถึงเราจะเติบโตในระดับหนึ่งแล้ว มียอดขายกว่า 1 แสนคันต่อปี ครองมาร์เก็ตแชร์กว่า 60 เปอร์เซ็นต์ แต่เรายังมั่นใจว่าตลาดยังจะเติบโตได้อีกมาก ซึ่งจากนี้เราได้มีการวางยุทธศาสตร์ที่ชัดเจนแล้วว่า จะขยายสู่หัวเมืองต่างๆ ด้วยการเปิดสาขา เพราะเชื่อว่าในอนาคตจะมีรถ Eco Car เข้าสู่ตลาดมากขึ้น เราจึงอยากที่จะช่วยเหลือพ่อค้ารถทั่วประเทศในการระบายรถสู่ผู้บริโภคมากขึ้น อีกทั้งยังเป็นการอำนวยความสะดวกให้แก่ผู้บริโภคมีโอกาสร่วมการประมูลมากขึ้นด้วย”

นอกจากนี้ เพื่อเป็นการพัฒนาและยกระดับธุรกิจการประมูลให้มีประสิทธิภาพและสอดคล้องกับตลาดที่เปลี่ยนแปลงไป แพทย์ กล่าวไว้ว่า สหการประมูล ได้มีการพัฒนาระบบประมูลที่เรียกว่า E-Auction หรือการประมูลออนไลน์ ไม่ว่าจะอยู่ส่วนไหนของประเทศไทยหรือต่างประเทศก็ดี ผู้เข้าร่วมการประมูลสามารถทำการประมูลได้แบบเรียลไทม์ และยิ่งปัจจุบันได้มีการจับมือร่วมกับบริษัทประมูลของประเทศญี่ปุ่นในการมีทีมงานตรวจสอบสภาพรถยนต์ใน 300 จุด เพื่อยืนยันสภาพรถยนต์ที่แท้จริง ทำให้ต่อไปในอนาคตการประมูลไม่จำเป็นต้องดูตัวรถจริง เพียงแค่เห็นภาพถ่ายก็สามารถทำการประมูลได้แล้ว

ด้วยความซื่อสัตย์ โปร่งใสในการทำธุรกิจที่ยึดมั่นมาโดยตลอด บวกกับความตั้งใจจริงที่จะพัฒนาธุรกิจการประมูลให้เติบโตยิ่งขึ้น จึงเป็นเหตุผลที่ทำให้สหการประมูลคว้ารางวัล **Bai Po Business Awards by Sasin ครั้งที่ 9** ในมิติ **การสร้างแบรนด์ (Branding) การมีคุณภาพสูง (Quality) และการมีระบบงานที่มีประสิทธิภาพ (Efficiency)** มาครอง

“รางวัลที่ได้มา นอกจากจะเป็นเครื่องการันตีถึงความโปร่งใสในธุรกิจของเราแล้ว ยังช่วยสร้างการยอมรับของสังคมทั้งในระดับประเทศและระดับโลกด้วย ในอนาคตเราเตรียมแผนจะขยายตลาดไปสู่อาเซียนและประเทศอื่นๆ ให้มากขึ้น โดยคาดว่าจะเริ่มจากไต้หวันและฟิลิปปินส์ก่อน เพราะเป็นสองประเทศที่มีการเติบโตของรถยนต์มือสองที่ดี จากนั้นจะขยายไปยังพม่า มาเลเซียและอินโดนีเซีย ซึ่งขณะนี้อยู่ระหว่างการศึกษากฎหมายและพฤติกรรมผู้บริโภคของแต่ละประเทศ เพราะเป้าหมายของสหการประมูลคือการก้าวขึ้นไปเป็น Top 10 ของโลกในอนาคต”

ทั้งหมดทั้งมวลเหล่านี้ เป็นเครื่องยืนยันและสามารถพิสูจน์ได้แล้วว่า “**Auction of TRUST**” คือคำที่บ่งบอกถึงความเป็น “**สหการประมูล**” ได้อย่างดีที่สุด

ดอยคำ

แข็งแกร่งด้วยคุณภาพ ความลงตัว ของธุรกิจเพื่อสังคม

จากจุดเริ่มต้นของแนวพระราชดำริของพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวภูมิพลอดุลยเดช ที่ทรงต้องการเห็นการแก้ปัญหาการปลูกฝิ่นของชาวเขา โดยมีพระราชดำริที่ว่า “ถ้าต้องการให้ชาวเขาเลิกปลูกฝิ่นก็ต้องหาพืชอื่นที่ขายได้ราคาดีกว่า และมีความเหมาะสมจะปลูกในที่สูงมาให้ชาวเขาปลูกทดแทน” จึงเป็นที่มาของการริเริ่ม “โครงการหลวงพระบรมราชาบุเคราะห์ชาวเขา” และการนำมาสู่การสร้างตราสัญลักษณ์ “ดอยคำ” หรือที่ มีความหมายว่า “ภูเขาแห่งทองคำ” ขึ้นมาจนเป็นที่รู้จักอย่างแพร่หลายในปัจจุบัน

จากคำบอกเล่าของ **พิพัฒน์พงศ์ อิศรเสนา ณ อยุธยา กรรมการบริหาร บริษัท ดอยคำผลิตภัณฑ์อาหาร จำกัด** ว่าแนวทางในการแก้ปัญหาการปลูกฝิ่นของพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว คือจะต้องไม่ไปเปลี่ยนวิถีชีวิตของชาวเขา จึงได้เห็นการส่งเสริมให้เกิดการปลูกพืชเมืองหนาวขึ้น เพราะด้วยภูมิอากาศที่เอื้ออำนวย พร้อมกันนั้นได้มีการตั้งมูลนิธิโครงการหลวงฯ ขึ้นมารับซื้อผลผลิตหน้าไร่ และมีการตั้งโรงงานหลวงอาหารสำเร็จรูป 4 แห่งในการแปรรูปผลิตภัณฑ์ ได้แก่ อำเภอฝาง เชียงใหม่ อำเภอแม่จัน เชียงราย อำเภอเต่างอย สกลนคร และอำเภอละหานทราย บุรีรัมย์ ซึ่งปัจจุบันโรงงานแห่งนี้ 4 แห่งได้มีการปิดตัวไป เนื่องจากการควบคุมดูแลโรงงาน 4 แห่งไม่ใช่เรื่องง่าย เพราะโดยปกติโรงงานอุตสาหกรรมหนึ่งโรงงานจะผลิตสินค้าไม่กี่ตัว แต่ของดอยคำนั้นหนึ่งโรงงานผลิตสินค้าหลากหลาย เนื่องจากต้องรับซื้อผลผลิตจากเกษตรกรมาแปรรูป ทำให้ต้องใช้เครื่องจักรแบบต่างๆ ถือเป็นจุดหนึ่งที่ทำให้ต้นทุนสูงกว่าโรงงานอื่นๆ

“การเจริญเติบโตของดอยคำในวันนี้ล้วนแต่มาจากการบอกต่อปากต่อปาก เรื่องของการสร้างแบรนด์หรือทำอะไรให้เป็นที่รู้จักนั้น จริงๆ แล้วดอยคำไม่มีงบประมาณที่จะทำด้านนี้ สิ่งที่เกิดขึ้นกับดอยคำเกิดจากการที่คนศรัทธาในพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวศรัทธาในงานของพระองค์ และเมื่อได้ทดลองชิมผลิตภัณฑ์ของดอยคำแล้ว ก็รู้สึกว่าเป็นสินค้าที่เป็นไปตามที่พระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวทรงตั้งต้นไว้ นั่นคือให้คนไทยได้บริโภคสินค้าที่มีคุณภาพและมาตรฐานเดียวกันกับต่างประเทศ ในราคาที่จับต้องได้ เป็นที่จดจำของผู้บริโภคที่มีความเป็นธรรมชาติ ปลอดภัย ไร้สารพิษ ซึ่งสิ่งเหล่านี้มันสามารถขายตัวมันเองได้อยู่แล้ว”

อีกหนึ่งในนโยบายการดำเนินงานที่เห็นเด่นชัดสำหรับ

ดอยคำ นั่นคือ การปฏิบัติต่อสังคม เรียกได้ว่า ดอยคำเป็นธุรกิจเพื่อสังคม (Social Enterprise) อย่างแท้จริงในเรื่องนี้ พิพัฒน์พงศ์ เล่าว่า สำนักงานทรัพย์สินส่วนพระมหากษัตริย์ในฐานะผู้ถือหุ้น ไม่ได้หวังเงินปันผลที่จะได้กลับมา แต่นโยบายหลัก คือต้องการให้ดอยคำทำธุรกิจให้เป็นธุรกิจ คือต้องมีกำไร แต่ไม่ต้องจ่ายคืนผู้ถือหุ้น ให้นำกำไรกลับไปลงทุนพัฒนา เช่น ดูว่าวัตถุดิบที่ซื้อจากเกษตรกรนั้นราคาเหมาะสมหรือไม่ รวมทั้งปรับเปลี่ยนเครื่องจักรเก่าให้เป็นเครื่องจักรใหม่ที่ทันสมัย การพัฒนาเช่นนี้ก็เพื่อให้ผู้บริโภคสามารถซื้อสินค้าได้มากขึ้นนั่นเท่ากับว่าดอยคำจะมีเงินซื้อวัตถุดิบจากเกษตรกรมากขึ้นด้วยเช่นกัน นอกจากนี้ ยังเป็นการป้องกันวัตถุดิบให้กับโรงงาน เพื่อให้มีการจ้างงานอย่างต่อเนื่อง รวมทั้งส่งเสริมการพัฒนาการทำไร่ขนาดเล็กไปสู่การแนะนำการปลูกพืชในระบบเกษตรอุตสาหกรรม รวมทั้งช่วยรักษาราคากลางของพืชผล ซึ่งเดิมถูกกำหนดโดยพ่อค้าคนกลางด้วย

นอกจากนี้ ยังมุ่งเน้นการพัฒนาเกษตรกร ทั้งการอบรมสัมมนา เพื่อให้เขาเองก็มีความรู้กลับไปยกระดับคุณภาพชีวิตให้ดียิ่งขึ้น ตลอดจนการสร้างให้ดอยคำเป็นแหล่งเรียนรู้ของเด็กๆ และผู้ที่สนใจได้เยี่ยมชมโรงงานอุตสาหกรรมอาหารที่ได้มาตรฐานอีกด้วย

“วันนี้ปัญหาที่เกิดขึ้นคือวัตถุดิบไม่เพียงพอ ซึ่งพบว่าปัญหาจากการที่ต้นพันธุ์ไม่มีคุณภาพ ส่งผลให้ผลผลิตต่อไร่ต่ำ ดอยคำตัดสินใจที่จะก้าวถอยหลังไปสู่ต้นน้ำ ทำอย่างไรก็แล้วแต่ให้ได้ต้นพันธุ์ที่มีคุณภาพมากที่สุด เพื่อลดความเสี่ยงของเกษตรกรเมื่อเอาต้นพันธุ์ไปปลูกแล้ว ต้องได้ผลผลิตทุกอย่างตามลักษณะประจำพันธุ์ที่ดี เรามองแล้วว่าเราคงจะต้องลงทุนเพิ่มในเรื่องนี้ หากเราจะกลับไปทำในเรื่องของต้นน้ำ เมื่อเกษตรกร



ทำวัตถุดิบส่งโรงงานได้มากขึ้น เกษตรกรได้เงินมากขึ้น โรงงานได้ของเข้าโรงงานมากขึ้น ผู้บริโภคได้บริโภคของที่ดีขึ้น เป็นการ Win-Win กันทุกฝ่าย

“นอกจากเป็นธุรกิจเพื่อสังคมที่ไม่ได้มุ่งหวังกำไรแล้ว ดอยคำยังถือเป็นต้นแบบของการสร้างมูลค่าของผลิตภัณฑ์อีกด้วย จะเห็นได้จากการนำเอาผลผลิตมาผ่านการแปรรูปจนเพิ่มมูลค่าได้อย่างดีเยี่ยม อาทิ สตรอเบอร์รี่ จากที่รับซื้อในราคา กิโลกรัมละ 30 บาท พอนำมาผ่านกรรมวิธีอบแห้งสามารถขายได้ราคากิโลกรัมละ 600 บาท และมีการคิดค้นผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ เช่น แยมมะนาว แยมกุหลาบ น้ำมะตูมผสมมะนาว น้ำอัดชื่นผสมมะนาว น้ำมะม่วงสกัดเข้มข้น ฯลฯ ทดแทนการนำเข้าจากต่างประเทศ อย่างไม่รู้จบ จากความโดดเด่นในแง่มุมต่างๆ ดังที่กล่าวมา ส่งผลให้ดอยคำได้รับรางวัล **Bai Po Business Awards by Sasin ครั้งที่ 9** ในมิติ **การปฏิบัติต่อสังคม (Social Responsibility) การสร้างตราสินค้า (Branding) และการสร้างมูลค่า (Value Creation)**

“รางวัลคือความภูมิใจ คือน้ำเลี้ยงให้หัวใจของคนทำงาน ชุมชน การได้รับรางวัลเป็นการยืนยันถึงสิ่งที่เราทำนั้นถูกต้องและเราก็จะก้าวเดินต่อไป ต่อยอดงานที่ทำไปเรื่อยๆ เพื่อสังคม เพื่อสิ่งที่จะพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวท่านต้องพระประสงฆ์ที่จะให้เกิดขึ้นในประเทศไทย”

สำหรับอนาคตดอยคำยังคงจะเติบโตไปในทิศทางที่เคยเป็นมา คือเป็นสินค้าสุขภาพที่มีคุณภาพดีและเป็นธรรมชาติกับทุกฝ่าย ทั้งกับพนักงาน เกษตรกร และผู้บริโภค พร้อมทั้งมุ่งสร้างการรับรู้ของแบรนด์ เพื่อให้เป็นที่รู้จักของคนต่างชาติยิ่งขึ้น โดยขณะนี้ได้มีการเริ่มศึกษาสู่ทางในการขยายไปสู่ตลาดต่างประเทศแล้ว

INFINITE

ต่อยอดเทคโนโลยีอัจฉริยะ สู่ต้นแบบความสำเร็จ SME

เป็นเพราะมองเห็นช่องทางในตลาดผลิตภัณฑ์ด้านเทคโนโลยีตั้งแต่สมัยศึกษาอยู่ในคณะวิศวกรรมศาสตร์ ที่พบว่าข้อจำกัดของสินค้าเทคโนโลยีในประเทศไทย ที่ส่วนใหญ่เป็นการนำเข้าทำให้ราคาค่อนข้างสูง เมื่อเกิดปัญหาที่ขาดความเข้าใจในการแก้ไข และที่สำคัญคือมีความยุ่งยากในการปรับใช้ให้เข้ากับไลฟ์สไตล์คนไทย

ส่งผลให้ **มนตรี วรรณ** ซึ่งในปัจจุบันดำรงตำแหน่ง **ประธานเจ้าหน้าที่บริหาร บริษัท อินฟินิท เทคโนโลยี คอร์ปอเรชั่น จำกัด** ร่วมกับเพื่อนเปิดดำเนินธุรกิจ การวิจัยเพื่อสร้างและจำหน่ายผลิตภัณฑ์ในกลุ่มสินค้า อิเล็กทรอนิกส์ พร้อมให้บริการหลังการขายอย่างครบวงจร โดยมุ่งเน้นพัฒนาเทคโนโลยีของตนเองตั้งแต่ต้นน้ำ เพื่อวางรากฐานในการต่อยอดไปสู่ผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ ภายใต้ต้นทุนที่ต่ำลง

ทีมงาน R&D จึงเป็นภาคส่วนที่อินฟินิทให้ความสำคัญ มาตลอดระยะเวลา 16 ปี นับจากเริ่มก่อตั้ง โดยมี สัดส่วนประมาณ 20 เปอร์เซ็นต์ของพนักงานทั้งหมด

ทั้งนี้เมื่อมีเทคโนโลยีพื้นฐานเป็นของตัวเองแล้ว ทีมงานเหล่านี้จะทำหน้าที่ในการคิดหาโซลูชันใหม่ๆ ออกสู่ตลาด โดยการพัฒนาเทคโนโลยีของอินฟินิท จะอยู่ภายใต้สโลแกนที่ว่า Technology for People ประกอบ ด้วยหลักการใหญ่ๆ คือ ต้องทำให้ชีวิตความเป็นอยู่ของผู้ใช้ดีขึ้น ประหยัดมากขึ้น และมีความปลอดภัย

“เมื่อบริษัทเน้นสร้างเทคโนโลยีเป็นของตนเอง ทำให้เรามีเทคโนโลยีต้นน้ำหลายตัว จึงสามารถต่อยอดไปสู่ผลิตภัณฑ์อื่นๆ ได้อย่างหลากหลาย โดยอินฟินิท เริ่มต้นจากการแนะนำระบบคิวอัตโนมัติเข้าไปในตลาด เป็นรายแรก เพราะมองว่าผลิตภัณฑ์ตัวนี้สามารถตอบโจทย์พฤติกรรมคนไทยได้เป็นอย่างดี ต่อมาก็คือ GPS Tracking ติดตามพาหนะ เพื่อป้องกันจุดพิกัดแบบเรียลไทม์ และล่าสุดมีระบบบริหารที่จอดรถยนต์อัจฉริยะ ใช้บอกตำแหน่งที่จอดรถที่ว่าง นอกจากนี้ยังมีการต่อยอดเทคโนโลยีพื้นฐานหลายตัวไปสู่สินค้าใหม่ๆ เช่น ระบบมอเตอร์ในแท็กซี่ที่สามารถพิมพ์ใบเสร็จให้ผู้โดยสารได้ทันที รวมทั้งระบบตู้แดงของสายตรวจที่พัฒนาจนเป็นตู้ตรวจการสำหรับแจ้งภัย โดยบันทึกภาพผ่านกล้อง CCTV ที่สามารถตรวจสอบสายตรงได้อย่างแม่นยำ พร้อมมีการเชื่อมต่อสัญญาณฉุกเฉินไปยังสถานีตำรวจ เป็นต้น”

จะเห็นว่าผลิตภัณฑ์ของอินฟินิทมีความหลากหลาย โดยแนวคิดในการพัฒนาสินค้าใหม่ๆ มาจาก 3 แหล่งสำคัญ ได้แก่ 1.ความต้องการของลูกค้า 2.การต่อยอดเทคโนโลยีบนโครงสร้างพื้นฐาน หรือที่เรียกว่า “Infrastructure” 3.การหาความรู้จากภายนอก ทั้งการดูงาน Exhibition เพื่อดูเทรนด์และความเปลี่ยนแปลง รวมถึงร่วมมือกับองค์กรต่างๆ ซึ่งเป็นผู้วางมาตรฐานสินค้าทางเทคโนโลยี จุดเด่นของบริษัทจึงอยู่ที่การทำงานแบบ Dynamic นั่นคือ มีการเปลี่ยนแปลง ไม่หยุดนิ่ง และไม่หารายได้จากสินค้าเพียงตัวใดตัวหนึ่งเท่านั้น

“ในการที่จะตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้นั้น สิ่งสำคัญนอกจากเรื่องของราคา คุณภาพและประสิทธิภาพในการทำงานแล้ว ยังต้องมีเรื่องความเข้ากันได้กับผลิตภัณฑ์เดิมของลูกค้า เช่น การร่วมมือกับบริษัททรายนครายใหญ่ของญี่ปุ่นในการนำเอาระบบ RFID ของเราไปใช้ในการผลิตกันชน จริงๆ ระบบนี้มีคู่แข่งชั้นเยอะ ทั้งสหรัฐอเมริกา ยุโรป หรือญี่ปุ่นเอง ทว่าเรามีการดัดแปลงในส่วนโปรแกรมเล็กน้อย เพื่อให้เหมาะกับระบบโรงงานของลูกค้า ซึ่งส่วนนี้ผู้ผลิตรายอื่นจะไม่ทำกัน แต่เราทำให้ ก็เลยทำให้เราเอาชนะคู่แข่งได้”

กล่าวได้ว่า มนตรีสร้างความสำเร็จให้องค์กรด้วยการจัดการแบบสมัยใหม่ คือเน้นการวิจัยและพัฒนา พร้อมสร้างทีมให้มีขนาดกะทัดรัด ด้วยการยกหน่วยงานที่ใช้แรงงานจำนวนมากออกไป นอกจากนี้ ยังดูแลลูกทีมทั้งเรื่องรายได้และความรู้สึกภูมิใจไปกับบริษัท จึงส่งผลให้การดำเนินงานเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ

ทั้งนี้เพราะพลังแห่งการสร้างทีม การเป็นผู้นำสร้างความเคลื่อนไหวให้องค์กรอย่างไม่หยุดนิ่ง โดยมุ่งตอบโจทย์ความต้องการของลูกค้า จึงทำให้อินฟินิทสามารถเติบโตขึ้นมาได้ถึงทุกวันนี้ และนำมาสู่การได้รับรางวัล **Bai Po Business Awards by Sasin ครั้งที่ 9** ในมิติ **การสร้างธุรกิจด้วยพลังแห่งการเป็นผู้ประกอบการ (Entrepreneurship) การให้ความสำคัญต่อลูกค้า (Customer Focus) และความเป็นผู้นำของผู้บริหารกิจการและการสร้างทีม (Leadership & Team Building)**

“การที่เราได้รับรางวัล ก็เหมือนเครื่องวัดผลอย่างหนึ่งว่ามิติต่างๆ ที่เราได้ทุ่มเทมานั้นได้ผล จึงเป็นเสมือนกำลังให้เราพัฒนาองค์กรต่อไป โดยตอนนั้นเราก็กมีการขยายตลาดออกไปสู่กลุ่ม AEC แล้วหลายประเทศ เช่น พม่า ซึ่งเราไปด้วยเรื่องระบบคิวเป็นต้นน้ำ เพราะเป็นประเทศเปิดใหม่ ส่วนในมาเลเซียและสิงคโปร์จะไปด้วยระบบบริหารที่จอดรถยนต์อัจฉริยะ เพราะเป็นประเทศที่พัฒนาแล้ว และในอีก 3-5 ปี คิดว่าจะขยายให้ครอบคลุมทั่วอาเซียน ส่วนจะเป็นสินค้าตัวใดนั้นขึ้นอยู่กับความเหมาะสมของแต่ละประเทศ ซึ่งคอนเซ็ปต์ในการไปต่างประเทศจะคล้ายๆ กับญี่ปุ่น คือชูในเรื่องการตอบโจทย์ความต้องการของลูกค้าเป็นจุดเด่นมากกว่านั้น ทีมงานสำหรับการให้บริการ After Sale Service ในแต่ละประเทศก็ค่อนข้างครบครัน วันหนึ่งเราจึงมีความพร้อมที่จะไปโดนนอกประเทศแล้ว”

เพราะการทำธุรกิจแบบไม่เคยหยุดนิ่งของอินฟินิท นอกจากจะตั้งอยู่บนรากฐานที่มั่นคงแล้ว ยังขับเคลื่อนไปสู่โอกาสใหม่ๆ ได้อย่างลงตัว



เอ็กซา ซีแลม

ธุรกิจฟันเทียมคุณภาพ โตได้เพราะความสุข

จากจุดเริ่มต้นเล็กๆ ที่มองเห็นโอกาสและช่องทางในตลาดทันตกรรมเมืองไทย ทำให้นักเรียนกฎหมายจากฝรั่งเศสอย่าง “อนุชา มีเกียรติชัยกุล” คิดที่จะกลับมาเริ่มต้นกิจการของตัวเองที่บ้านเกิด จนมาถึงวันนี้เขาได้กลายเป็น **กรรมการผู้จัดการ บริษัท เอ็กซา ซีแลม จำกัด** ในฐานะผู้ผลิตทันตกรรมเทียมหรือฟันปลอมที่ใหญ่ที่สุดในประเทศไทย

โดยตั้งอยู่ที่จังหวัดเชียงใหม่ เพื่อส่งให้กับคลินิกทันตกรรมและโรงพยาบาลของรัฐและเอกชน ทั้งในประเทศ โดยเฉพาะภาคเหนือตอนบน และส่งออกไปยังต่างประเทศ ซึ่งวันนี้มีมากกว่า 15 ประเทศแล้ว ในแถบยุโรปและอเมริกา

“ผมเห็นว่าการพัฒนาด้านแล็บทันตกรรมในประเทศไทยยังมีไม่มาก แต่ละปีประเทศไทยผลิตแพทย์ขึ้นมาเป็นจำนวนมาก แต่ช่างทันตกรรมมีน้อยมาก ถ้าเราทำแล็บทันตกรรม โดยนำเทคโนโลยีจากฝรั่งเศสเข้ามา จะทำให้เราสามารถแข่งขันกับแล็บที่มีอยู่แล้วในประเทศไทยได้ ซึ่งขณะนั้นก็มีแล็บใหญ่ๆ อยู่ 2-3 แห่ง”

ในช่วงแรกนั้น อนุชาเล่าว่าเขาค่อนข้างที่จะมั่นใจว่ามีโอกาสเป็นไปได้ แต่เมื่อเวลาผ่านไปกลับพบว่า สิ่งที่เคยมั่นใจนั้นไม่เป็นไปอย่างที่คิด เนื่องจากการผลิตฟันเทียมนั้นไม่ได้ขนาดที่ถูกต้อง เนื่องจากสรีระของคนไทยและต่างชาตินั้นต่างกัน รวมถึงมีตลาดส่งออกแค่ที่ฝรั่งเศสเพียงแห่งเดียว จึงทำให้อนุชากลับมาคิดว่า จะเปิดตลาดในประเทศไทยก่อน แต่ก็ยังไม่สำเร็จอยู่ดี เพราะในฐานะผู้เล่นรายใหม่จึงไม่ได้รับความสนใจเท่าที่ควร เรียกว่าช่วง 3 ปีแรกของการทำธุรกิจมีแต่อุปสรรคเข้ามา จนทำให้เกือบตัดสินใจเลิกกิจการนี้ไปแล้ว

“เคยคิดที่จะเลิกทำไปแล้ว แต่อยากลองสู้อีกครั้ง พอตีช่วงนั้นมีวิกฤตต้มยำกุ้งเกิดขึ้น ก็มีช่างทันตกรรมจากกรุงเทพฯ ที่เขาอยากกลับมาอยู่บ้านที่เชียงใหม่มาสมัครงานหลายคน ซึ่งคนกลุ่มนี้เขาจะรู้จักกับคนขายรู้จักกับคุณหมออยู่แล้ว ขณะเดียวกันผมก็ได้มีการปรับปรุงผลิตภัณฑ์ให้ดียิ่งขึ้น รวมถึงเพิ่มผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ ที่ในเมืองไทยยังไม่มี โดยเอาเข้ามาทำตลาดจากจุดนี้เองทำให้คุณหมอมือเริ่มสนใจเรามากขึ้น นับตั้งแต่ปีที่ 4 เป็นต้นมาธุรกิจเราก็เริ่มเติบโตขึ้นเรื่อยๆ”

จุดสำคัญที่ทำให้เอ็กซา ซีแลมเติบโตได้อย่างมั่นคงนั้นคือการให้ความสำคัญกับ “คุณภาพ” อนุชากล่าวว่าคุณภาพของเอ็กซา ซีแลม เริ่มตั้งแต่คุณภาพของวัตถุดิบที่เลือกใช้ในทุกๆ ชิ้นงานจะมีใบรับรองแหล่งที่มาและคุณภาพของวัตถุดิบ (ISO, CE) ส่วนขั้นตอนการผลิตก็ต้องได้มาตรฐาน มีการใช้เทคโนโลยีการผลิตที่ทันสมัย เช่น การมีระบบ Intra-oral Scanner and Digital Model ซึ่งเป็นการสแกนช่องปากและสร้างเป็นพิมพ์ปากสำหรับหล่อฟันเทียม โดยมีการส่งงานแบบออนไลน์ จึงทำให้สะดวกและรวดเร็วขึ้น พร้อมกันนี้ยังใช้ระบบบาร์โค้ดควบคุมการทำงานเพื่อให้บริการได้อย่างถูกต้องและรวดเร็วอีกทางหนึ่งด้วย นอกจากนี้คุณภาพผลิตภัณฑ์แล้ว คุณภาพคนก็ถือเป็นสิ่งสำคัญอย่างยิ่งในธุรกิจดังกล่าว จะเห็นได้จากการจัดตั้งโรงเรียนช่างทันตกรรมเป็นของตนเองขึ้นมา โดยร่วมกับสถาบันอาชีวศึกษาเชียงใหม่และมหาวิทยาลัยมหิดล เพื่อสร้างบุคลากรด้านช่างทันตกรรมที่มีคุณภาพให้มีจำนวนมากขึ้น

อีกสิ่งหนึ่งที่เอ็กซา ซีแลม มุ่งมั่นดำเนินการควบคุมมาโดยตลอด นั่นคือ การสร้างความสุขให้เกิดขึ้นในองค์กร (Happy Work) จากวันแรกที่มีพนักงาน 2-3 คน จนปัจจุบันนี้มีอยู่กว่า 400 ชีวิต ซึ่งแนวทางในการปฏิบัตินั้น อนุชากล่าวว่า ตัวเขาพยายามที่จะใส่ใจดูแลพนักงานในทุกๆ ด้าน โดยมีการให้ทั้งความรู้เพื่อที่จะพัฒนาตัวพนักงานเอง ให้เงินเดือนและสวัสดิการที่เหมาะสม เช่น ตั้งกองทุนให้พนักงานกู้ยืม มีทุนการศึกษาสำหรับบุตร รวมไปถึงพัฒนาเรื่องของจริยธรรมให้แก่พนักงานด้วย

“ผมคิดว่าเราเดินมาถูกทางแล้วเพราะพนักงานมีความรักองค์กรและมีความสุข สะท้อนเป็นผลการดำเนินงานที่ดีขึ้นเรื่อยๆ ที่ผ่านมาระหว่างการแข่งขันกับกลุ่ม A, B และ C กลุ่ม A จะเป็นกลุ่มคนที่มีความสามารถมาก ผลตอบแทนก็จะสูงขึ้น ส่วนกลุ่ม B และ C จะรองลงมา ดังนั้น ภารกิจของบริษัท คือ ต้อง



ผลักดัน C ไปกลายเป็น B และผลักดัน B ไปเป็น A ขณะทีพนักงานเองส่วนที่เป็น A ก็ต้องไปดึงรุ่นน้องๆ ที่เป็น C, B ให้ขึ้นมาเป็นเหมือนกับเขา”

อย่างไรก็ดี จากความมุ่งมั่นของการเป็นผู้ประกอบการที่มีอยู่ในตัวของอนุชา ซึ่งแสดงให้เห็นจากการที่เขาไม่เคຍย่อท้อต่ออุปสรรค และทุ่มเททำงานอย่างหนักมาโดยตลอดเพื่อที่จะพัฒนาองค์กรให้แข็งแกร่งและก้าวขึ้นเป็นหนึ่งในระดับ AEC ซึ่งขณะนี้กำลังวางแผนที่จะขยายตลาดในอาเซียนอย่างจริงจัง โดยล่าสุดมีแผนที่จะไปตั้งโรงงานผลิตที่ประเทศเมียนมาร์ เพื่อขยายฐานการผลิตสำหรับการส่งออกต่อไปยังยุโรป เป็นต้น

จากความสำเร็จดังที่กล่าวมานี้ จึงเป็นเหตุผลที่ทำให้เอ็กซา ซีแลม ได้รับรางวัล **Bai Po Business Awards by Sasin ครั้งที่ 9** ถึง 3 มิติ คือ **การมีคุณภาพสูง (Quality) การสร้างธุรกิจด้วยพลังแห่งการเป็นผู้ประกอบการ (Entrepreneurship) และความเป็นผู้นำของผู้บริหารกิจการและการสร้างทีม (Leadership & Team Building)**

“ก็รู้สึกดีใจที่เอ็กซา ซีแลม เป็นส่วนหนึ่งในการได้รับรางวัลครั้งนี้ ก็จะทำให้เราตั้งใจทำงานต่อไป การที่เราได้รับรางวัลในแต่ละมิติ เป็นการแสดงให้เห็นว่าเราทำดีในด้านไหนบ้าง และด้านไหนเราควรจะต้องปรับปรุงให้มากขึ้น เพราะเราอยากเห็นบริษัทของเราเป็นหนึ่งในผู้นำของ AEC”

เป็นอีกหนึ่งตัวอย่างธุรกิจไทยที่เริ่มต้นนับหนึ่งจากไม่มีอะไรค่อยๆ ฝ่าฟันอุปสรรคจนเติบโตมาเรื่อยๆ และวันนี้ก็แข็งแกร่งและพร้อมที่จะเป็นผู้นำในตลาดได้อย่างสง่างาม ■