



ถอดรหัสนวัตกรรมเอสซีจีกรุ๊ป



INNO TO GO:

รศ.ดร.ธีรยุทธ วัฒนาศุภโชค

รองคณบดี ฝ่ายวางแผนและพัฒนา คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

teerayout@acc.chula.ac.th

ป นธิเมนต์ไทย หรือ เอสซีจีกรุ๊ป บริษัทนวัตกรรมยอดเยี่ยมด้านธุรกิจการผลิต จากการคัดเลือกในงาน Thailand's Most Innovative Companies 2009 ให้ความสำคัญกับการปลูกฝังนวัตกรรมเข้าสู่ความรู้ที่นึกคิดหรือ ที่เปรียบเปรยกันว่าเข้าสู่ DNA ของกิจการ และผลักดันสู่การนำไปปฏิบัติอย่างเป็นรูปธรรม

เบอร์หนึ่งของเอสซีจีกรุ๊ปคือ **กานต์ ตระกูลสุน** ซีอีโอของกิจการ จะเดินสายบรรยายโน้มน้าวให้บุคลากรในเครือเกือบร้อยบริษัท เข้าใจถึงความสำคัญของการสร้างสรรค์นวัตกรรมในองค์กร และใช้กลไกต่างๆ ส่งเสริมให้บุคลากรคิดค้นและพัฒนาอย่างต่อเนื่อง ไม่ว่าจะเป็น การสร้างวัฒนธรรมทำงานเป็นทีม การให้รางวัลใจที่เชื่อมโยงกับการพัฒนาดังกล่าว โดยมี **"อินโนเวชั่น อะวอร์ด"** ในองค์กร มีการสร้างผู้นำพันธุ์ใหม่ด้านการพัฒนานวัตกรรม ทั้งหมดถือเป็นกลยุทธ์นวัตกรรมที่เน้น Soft Factors ซึ่งสำคัญอย่างยิ่งต่อการปลูกฝังดีเอ็นเอด้านนวัตกรรม

เอสซีจีกรุ๊ป ยังให้ความสำคัญกับบุคลากรใหม่ในฐานะเลือดใหม่ ที่เข้ามาพร้อมกับไอเดียแปลกแตกต่าง คุณกานต์จึงต้องรับหน้าที่ปฐมนิเทศบุคลากรใหม่ด้วยตนเอง โดยเน้นสื่อสารถึงความสำคัญของนวัตกรรมกับความสำเร็จของกิจการ นับเป็นการเน้นย้ำให้ทุกคนตระหนักถึงความสำคัญในด้านนี้ ตั้งแต่วันแรกที่ก้าวเข้ามาในกิจการ

รวมถึงการสร้างความใกล้ชิดและไว้วางใจให้เกิดขึ้นกับบุคลากรของปุ่นใหญ่ทุกคน โดยเฉพาะระหว่างผู้บริหารกับลูกน้อง อันจะนำไปสู่การแลกเปลี่ยนข้อมูล ความรู้ ความคิดเห็น กล้าพูด กล้าแสดงออก และถือเป็นการสร้างแนวคิดใหม่ๆ ระหว่างกันได้อย่างมีประสิทธิภาพ

คุณกานต์ เน้นย้ำ ต้องทำตัวเองให้เข้าถึงง่าย (Approachable) ไม่มีสิ่งสกัดกั้นระหว่างตนเองกับลูกน้อง ทำให้ลูกน้องกล้าที่จะพูดอย่างตรงไปตรงมา หลายครั้งเป็นสิ่งที่ผู้บริหารอาจจะไม่เคยสัมผัสเลยก็ได้ เนื่องจากเป็นแนวคิดจากพนักงานที่สัมผัสกับงานและปัญหาโดยตรง

ปัจจุบันเอสซีจีมีโครงการพัฒนานวัตกรรมกว่า 300 โครงการ ซึ่งหลายโครงการจะส่งเสริมให้เป็น **Breakthrough Innovation หรือนวัตกรรมนอกกรอบ** ที่จะนำผลตอบแทนกลับมาสู่กิจการเกินความคาดหมาย ซึ่งในนิยามของเอสซีจี คือ ผลิตภัณฑ์ประเภทมูลค่าเพิ่มสูง ที่มีสัดส่วนสูงขึ้นเรื่อยๆ ถึงเกือบจะ 30% ของยอดขายทั้งหมด เอสซีจีก็ยังจะลงทุนด้านวิจัยพัฒนาไม่น้อยกว่า 1% ของยอดขาย มิฉะนั้นยากที่จะเกิดผลลัพธ์ที่ชัดเจน เป็นรูปธรรมออกมาครับ

ก้าวต่อไปของเอสซีจีคือ **นวัตกรรมสีเขียว หรือ กรีนอินโนเวชัน** ที่เน้นสร้างความสมดุลระหว่างสภาพแวดล้อมตามธรรมชาติ กับความสำเร็จในเชิงผลตอบแทนของกิจการ ซึ่งแสดงได้เป็น Eco Innovation = Ecology + Economy นั่นเอง

ปีนี้ก็จะมีการคัดเลือกบริษัทนวัตกรรมชั้นนำอีกครั้งกับ Thailand's Most Innovative Companies 2010 : Innovations Leading to the Economic Recovery โดยคณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี จุฬาลงกรณ์ร่วมกับหนังสือพิมพ์กรุงเทพธุรกิจ และจะเป็นการเฉลิมฉลองครบรอบ 72 ปีของคณะ พร้อมด้วยกิจกรรมทางวิชาการที่น่าสนใจ