

รายงานการเข้าร่วมโครงการเอพีไอ

19-IN-45-GE-WSP-A-1191 Workshop on the Use of Smart Technology to Raise Productivity
in the Service Sector

ระหว่างวันที่ 22-25 กรกฎาคม 2562

ประเทศ สิงคโปร์

จัดทำโดย นายชัยพร มานะกิจจกมล

นักวิเคราะห์นโยบายและแผนชำนาญการพิเศษ สำนักงานเศรษฐกิจอุตสาหกรรม

วันที่ 22-25 กรกฎาคม 2562

ส่วนที่ 1 เนื้อหา/องค์ความรู้จากการเข้าร่วมโครงการ

1.1 ที่มาหรือวัตถุประสงค์ของโครงการโดยย่อ (สรุปจากเอกสาร Project Notification หรือสไลด์การบรรยาย)
วัตถุประสงค์

- 1) เพื่อให้เข้าใจความหมายและคำนิยามของ Productivity
- 2) เพื่อเรียนรู้แนวคิด ขั้นตอน และตัวอย่างการใช้เทคโนโลยีเพื่อเพิ่ม Productivity ใน Service sector
- 3) เยี่ยมชมธุรกิจที่ใช้เทคโนโลยีใน Service sector

1.2 เนื้อหา/องค์ความรู้ที่ได้จากกิจกรรมต่างๆ พร้อมแสดงความคิดเห็นหรือยกตัวอย่างประเด็นที่สามารถนำมา
ปรับใช้ในองค์กรหรือประเทศไทย (สามารถจำแนกตามหัวข้อและระบุชื่อวิทยากรบรรยาย) ได้แก่

1) องค์ความรู้ที่ได้จากการบรรยาย

1.1) Productivity in the service sector (โดย Ms Shalini Sunder) สิ่งที่ได้เรียนรู้ คือ

1.1.1) ความหมายของ Productivity ซึ่งมีหลายความหมายซึ่งความหมายที่ใช้กันทั่วไปคือ
Output/Input โดยในการปรับปรุง Productivity มีกระบวนการเริ่มตั้งแต่ 1) การตั้งเป้าหมายในการปรับปรุง 2) การ
วิเคราะห์กระบวนการที่ต้องการปรับปรุง 3) การกำหนด Roadmap ของการปรับปรุง 4) การกำหนดตัวชี้วัด และ 5) การ
ติดตามและประเมินผล

1.1.2) การกำหนดตัวชี้วัดหลักของ Productivity มีหลากหลายขึ้นอยู่กับวัตถุประสงค์ เช่น

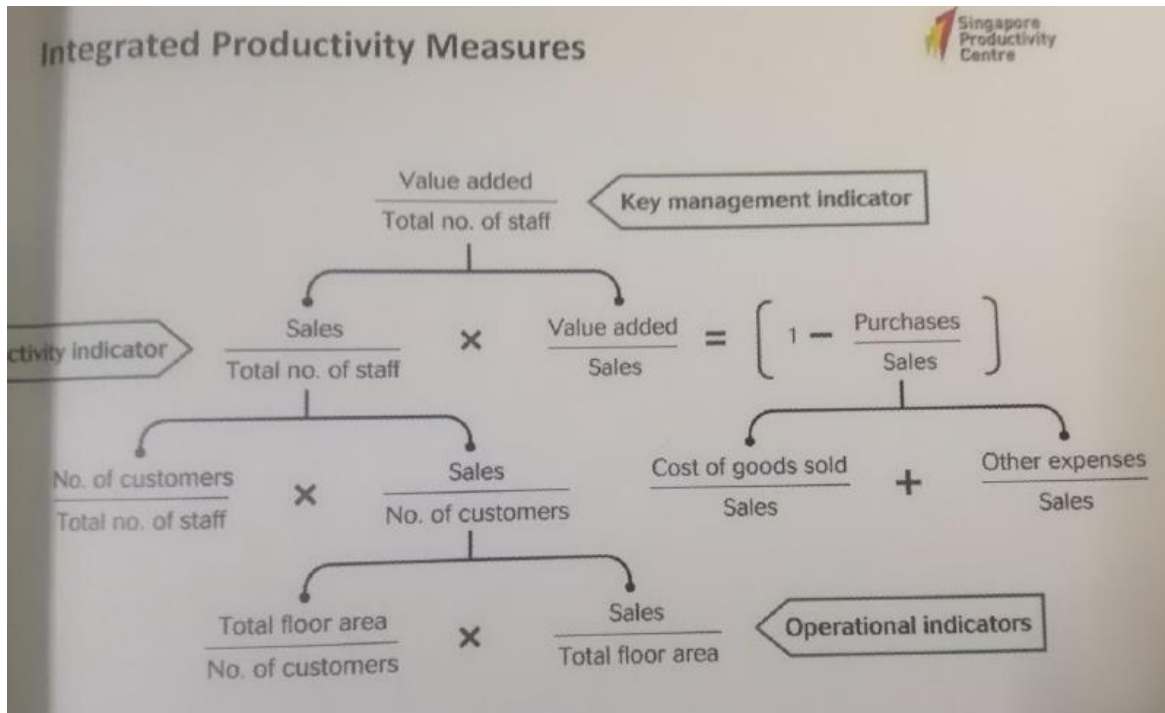
- ระดับประเทศ อาจใช้ตัวชี้วัด GDP/workforce
- ระดับอุตสาหกรรม อาจใช้ตัวชี้วัด Value Added/workforce
- ระดับกิจการ อาจใช้ตัวชี้วัด Value Added/employee
- ระดับแผนก อาจใช้ตัวชี้วัด Voume of work/Hours of work

1.1.3) การกำหนดตัวชี้วัดย่อยและวิธีการวัด เพื่อนำไปสู่ตัวชี้วัดหลัก เช่น

indicator	Formula
Labor productivity	Value added/No. of Employee
Sale per Employee	Sales/No. of Employee
Value added-to-sales ratio	Value added/sales
Profit margin	Operating profit/sales
Profit-to-value added ratio	Operating profit/value added
Labor cost competitiveness	Value added/labor cost

Labor cost per employee	Labor cost/No. of employee
Sale per dollar of capital	Sales/fixed assets
Capital productivity	Value added/fixed assets
Capital intension	Fixed/No. of employee

1.1.4 การวิเคราะห์ Productivity ทั้งระบบเป็น ดังนี้



1.2) Smart technology: the future of service organizations (โดย Mr. Tan shu jie)

สิ่งที่ได้เรียนรู้ เกี่ยวกับการใช้ Smart Technology ในการเพิ่มความพึงพอใจให้กับลูกค้าเกี่ยวกับสินค้าและบริการของบริษัท นอกเหนือจากมุมมองเดิมๆ เกี่ยวกับการใช้ Smart Technology ในการปรับปรุงประสิทธิภาพการผลิต

1.2.1 Smart technology คือ เทคโนโลยีที่สามารถวิเคราะห์ ติดตาม และรายงานผลด้วยตัวเอง (Self-monitoring and report) ซึ่งจะช่วยเพิ่มความพึงพอใจให้กับลูกค้าด้วยบริการที่แตกต่าง และการให้บริการที่แตกต่างนี้เป็นหัวใจของการทำธุรกิจในอนาคต โดยจากข้อมูลพบว่าความพึงพอใจในการให้บริการ เป็นปัจจัยสำคัญอันดับที่ 2 ที่ส่งผลต่อยอดขายรองจากราคา

1.2.2 ปัจจุบันพฤติกรรมในการติดต่อสื่อสารของลูกค้ากำลังเปลี่ยนแปลง ผ่านช่องทางการ chat ผ่านโทรศัพท์มือถือและช่องทางโซเชียลมีเดียเพิ่มขึ้น และ AI มีบทบาทในการวิเคราะห์พฤติกรรมของผู้บริโภค ซึ่งด้วยเทคโนโลยี AI ในอนาคตจะสามารถตอบคำถาม สื่อสาร และแก้ไขปัญหาให้กับผู้บริโภคได้ทันที นอกจากนี้ เทคโนโลยี AI ในการวิเคราะห์น้ำเสียงในการสนทนา ยังช่วยวิเคราะห์ระดับความพึงพอใจของผู้บริโภคเพื่อให้ผู้บริหารสามารถกำหนดกลยุทธ์ในการบริหารจัดการเพื่อสร้างความพึงพอใจใหม่ๆ ให้กับผู้บริโภคได้

1.2.3 การใช้ Smart technology เพื่อเพิ่มความพึงพอใจให้กับลูกค้ามีแนวโน้มเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง โดยสามารถเพิ่มยอดขายให้กับบริษัทเฉลี่ยร้อยละ 11 เพิ่มประสิทธิภาพในการให้บริการได้ร้อยละ 21.3 และเพิ่มความพึงพอใจให้กับลูกค้าได้ร้อยละ 18.8

1.3) Service design for smart technology (โดย Dr Jawm Lim) สิ่งที่ได้เรียนรู้ คือ แนวคิดและกระบวนการในการใช้ประยุกต์ใช้ Smart technology ในการปรับปรุงประสิทธิภาพในการให้บริการ และเปลี่ยนมุมมองใหม่ที่ว่า Service คือ สินค้าแบบหนึ่งซึ่งสามารถสร้างให้เกิดมูลค่าเช่นเดียวกับการผลิต อย่างไรก็ตามการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีในการปรับปรุงประสิทธิภาพในการให้บริการมีสิ่งที่จะต้องคำนึงถึงหลุมพรางของการประยุกต์ใช้ Smart technology เหล่านี้ เช่น การขาดองค์ความรู้ การขาดแคลนแหล่งเงินทุน การขาดแคลนสิ่งสาธารณูปโภค และเทคโนโลยีที่มีอยู่ล้าสมัย ในขณะที่วิธีการหลีกเลี่ยงหลุมพรางดังกล่าวคือ

- 1) ต้อง Share มุมมองให้ทุกคนได้เห็นร่วมกัน และต้องกำหนดเป้าหมาย และแผนการดำเนินการที่ชัดเจนร่วมกัน เพราะต้องได้รับความร่วมมือร่วมใจของคนในองค์กรทุกคน
- 2) ต้องมีการดำเนินการที่โปร่งใสในทุกขั้นตอน
- 3) ต้องกำหนดกลุ่มเทคโนโลยีดิจิทัลเป้าหมายที่ชัดเจน
- 4) ต้องตั้งทีมขึ้นมาดำเนินการและประเมินความเป็นไปได้ของเทคโนโลยีอย่างเหมาะสม

1.4) Business Model Canvas (โดย Mr. Gregory Bernarda) สิ่งที่ได้เรียนรู้คือ เทคนิคในการวิเคราะห์ความเป็นไปได้ทางธุรกิจที่เรียกว่า Business canvas ซึ่งเป็นเทคนิคที่หลายบริษัทใช้ในการกำหนดกลยุทธ์ในการดำเนินธุรกิจ โดยทำให้มองธุรกิจของตนเองอย่างครอบคลุม และทำให้ทีมงานรับรู้รูปแบบและปัญหาของธุรกิจไปในทิศทางเดียวกัน ซึ่งจะนำไปสู่ความรวดเร็วในการแก้ปัญหาและระดมความคิด เพราะสามารถมองเห็นจุดเด่นจุดด้อยของตัวเองได้ โดยมีกระบวนการเริ่มตั้งแต่ Identifying Customer Jobs, Prototyping Business Model, Pitching Business Model, Talking to your customer, Testing Business Model, Where your business model lives และ Reinventing business model inside companies

Business Model Canvas มีส่วนประกอบด้วยกันทั้งหมด 9 ช่องดังนี้

ส่วนที่ 1 Customer Segment (ลูกค้าแต่ละกลุ่ม) – ซึ่งเป็นช่องที่สำคัญมาก เพราะธุรกิจจะอยู่ได้ก็ต่อเมื่อมีลูกค้า

ส่วนที่ 2 Value Proposition (คุณค่าที่ส่งมอบ) – เป็นสินค้าหรือบริการที่จะส่งมอบคุณค่าที่เป็นประโยชน์ส่งต่อไปยังลูกค้า

ส่วนที่ 3 Channel (ช่องทาง) – ช่องทางที่ใช้ในการติดต่อสื่อสารระหว่างลูกค้าและส่งมอบคุณค่าไปยังลูกค้า

ส่วนที่ 4 Customer Relationship (การสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้า) – เป็นวิธีการที่จะสร้างความสัมพันธ์อันดีกับลูกค้า เพื่อให้ลูกค้าได้เห็นและรับทราบคุณค่าที่เราจะส่งมอบให้

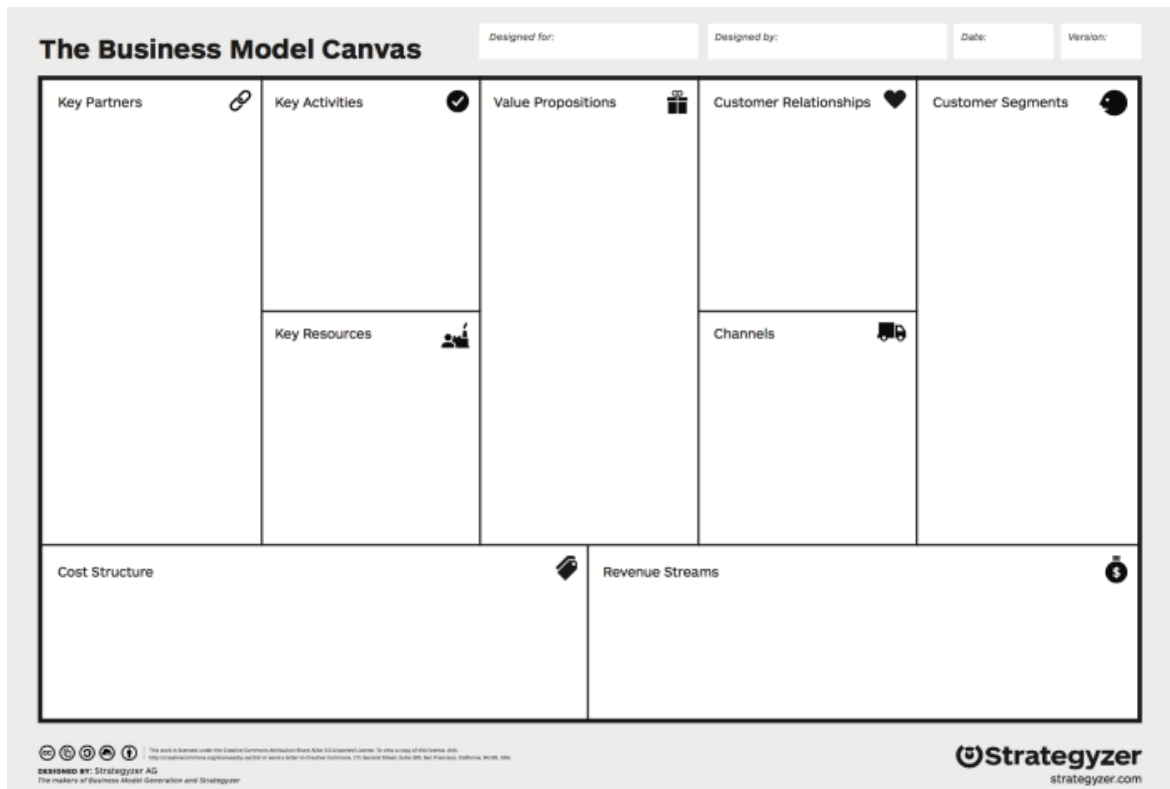
ส่วนที่ 5 Revenue Stream (กระแสรายได้) – และเมื่อคุณค่าได้ถูกส่งไปถึงลูกค้าและมีการให้ค่าตอบแทนกลับคืนมา จะเรียกว่า มีรายได้เกิดขึ้นอย่างไรบ้างเมื่อส่งมอบสินค้าหรือบริการเป็นที่เรียบร้อยแล้ว

ส่วนที่ 6 Key Resource (ทรัพยากรหลัก) – ตั้งแต่ขั้นตอนการสร้างสินค้าหรือบริการ, การติดต่อสื่อสารกับลูกค้า และการเพิ่มช่องทางการติดต่อกับลูกค้า นั้น จำเป็นต้องใช้ทรัพยากรหลักอะไรบ้าง เพื่อให้เกิดกระแสรายได้

ส่วนที่ 7 Key Activities (กิจกรรมหลัก) – คือสิ่งที่จำเป็นต้องลงมือทำ เพื่อสร้างคุณค่าของสินค้าหรือบริการออกมาให้ดี

ส่วนที่ 8 Key Partner (พันธมิตรหลัก) – คือคนที่ จะช่วยให้แผนภาพธุรกิจของเราประสบความสำเร็จ ซึ่งเป็นคนที่มีส่วนร่วมในทุก ๆ ส่วนของแผนภาพทั้งหมด

ส่วนที่ 9 Cost Structure (ต้นทุนที่เกิดขึ้นทั้งหมดในแผนภาพ) – ให้ไล่ตั้งแต่ช่องแรกจนถึงช่องสุดท้าย ว่า มีรายจ่ายที่เกิดขึ้นตรงส่วนใด เท่าไหร่บ้าง อย่างละเอียด โดยอาจเป็นทั้งตัวเงินหรือเป็นอย่างอื่นที่ต้องเสียไป เช่น เวลาในการทำงาน เป็นต้น



2) การศึกษาคูงานแต่ละแห่ง (ถ้ามี) พร้อมแนบภาพประกอบ

2.1) การเยี่ยมชมกิจการและการเรียนการสอนของ Nanyang Polytechnic (NYP)

Nanyang Polytechnic (NYP) เป็นวิทยาลัยโพลีเทคนิคตั้งอยู่ในบริเวณ Yio Chu Kang ในเมือง Ang Mo Kio ประเทศสิงคโปร์ ในฐานะที่เป็นทางเลือกอุตสาหกรรมที่มุ่งเน้นการศึกษาต่อในระดับมหาวิทยาลัยที่กว้างขึ้น ผู้สำเร็จการศึกษาสามารถเข้าสู่การทำงาน หรือศึกษาต่อในระดับมหาวิทยาลัย โดย Nanyang Polytechnic ก่อตั้งขึ้นเมื่อวันที่ 1 เมษายน 1992 เดิมดำเนินการจากวิทยาเขตชั้วคราวห้าแห่ง (Bukit Merah: โรงเรียนธุรกิจ, จูรงง: คณะวิศวกรรมศาสตร์, Outram: คณะพยาบาลศาสตร์, Tiong Bahru: คณะวิชาธุรกิจ, Yishun: คณะวิศวกรรมศาสตร์, โรงเรียนเทคโนโลยีสารสนเทศ) ตั้งอยู่บนเนื้อที่ 305,000 ตารางเมตร ประกอบด้วย สิ่งอำนวยความสะดวกรวมถึงห้องสมุดที่ใช้คอมพิวเตอร์อย่างเต็มรูปแบบห้องปฏิบัติการโรงละครเพื่อศิลปะและหอประชุม ร้านค้าปลีกในมหาวิทยาลัยมีรายการทางวิชาการที่หลากหลาย รวมถึงรายการสนทนาการอื่น ๆ เช่น ยิม, สระว่ายน้ำ, สนามเทนนิสและกำแพงปีนเขา มีแบดมินตัน, เทเบิลเทนนิส, บาสเก็ตบอลและปิงปองในท้องกีฬาปรับอากาศ สระว่ายน้ำขนาดโอลิมปิกตั้งอยู่ข้างสปอร์ตฮอลล์

คณะผู้เข้าอบรมได้ฟังการบรรยายเรื่อง customer journey map ซึ่งเป็นเทคนิคในการวาดแผนภาพเพื่อวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับความสัมพันธ์ของผู้บริโภคที่มีต่อองค์กร เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการให้บริการและเพิ่มความพึงพอใจของผู้บริโภค เช่น การทำความเข้าใจความต้องการของผู้บริโภคในการใช้สินค้าและบริการ และช่องทางการเข้าถึง โดย customer journey map นี้จะเป็นเครื่องมือในการพัฒนาองค์กรเพิ่มเสริมสร้างกลยุทธ์หรือวิธีการที่จะตอบสนองในสิ่งที่ผู้บริโภคต้องการ ช่วยการตัดสินใจและการออกแบบ สามารถใช้ทบทวนสถานะปัจจุบันและการมองเห็นสถานะในอนาคต ใช้เพื่อสร้างโอกาสให้กับธุรกิจได้ ปัจจัยสำคัญที่ใช้สร้าง Customer Journey Map ประกอบด้วย

1. เป้าหมาย พิจารณาจากกลุ่มเป้าหมายหลักขององค์กร เป็นกลุ่มเป้าหมายแบบใดที่มีความเหมาะสมกับผลิตภัณฑ์หรือบริการ เพื่อที่จะได้เน้นการให้บริการหรือประชาสัมพันธ์ได้ตรงกลุ่มเป้าหมาย

2. สืบหาข้อมูล ข้อมูลเกี่ยวกับผู้บริโภคเป็นสิ่งที่จำเป็นต่อการทำธุรกิจอย่างมาก หากต้องการข้อมูลเชิงลึกควรมีการทำการศึกษาข้อมูลของบริโภคโดยการสัมภาษณ์ เพื่อที่จะได้รู้ถึงข้อมูลความต้องการ คติวิเคราะห์กับสิ่ง

ที่องค์กรมีสามารถตอบโจทย์ผู้บริโภคได้แล้วหรือยัง มีความต้องการ มีความคิดเห็นอย่างไร เพื่อนำมาปรับใช้ในการพัฒนากลยุทธ์ทางการตลาด

3. จุดให้บริการ/ช่องทาง คือจุดที่ผู้บริโภคสามารถเข้าถึงสินค้าและบริการจากช่องทางใดได้บ้าง เพื่อเสริมช่องทางในการอำนวยความสะดวกแก่ลูกค้า เช่น ขอบซื้อในรูปแบบสินค้าออนไลน์หรือซื้อด้วยเงินสด รู้จักสินค้าและบริการจากไหน

4. การสร้างความคิดให้มากที่สุด ระดมความคิด Brainstorm เพื่อให้ได้จุดที่โฟกัสหรือสิ่งที่เราควรจะทำ ความคิดจะช่วยให้เราสามารถพิจารณาถึงปัญหาและสถานการณ์ที่เกิดขึ้นและอาจจะเกิดขึ้น เพื่อที่จะได้มีการเตรียมพร้อม

5. ความสัมพันธ์ จัดระเบียบความคิดที่มีความเกี่ยวข้องกันอย่างเป็นลำดับขั้นตอน เพื่อให้ได้สิ่งที่คิดว่าน่าจะเหมาะสมกับผู้บริโภคมากที่สุด

6. วาดเส้นการเดินทาง ของผู้บริโภคที่เข้าถึงสินค้าและบริการขององค์กร เพื่อที่จะได้รู้เส้นทางการเดินทาง เพื่อปรับเปลี่ยนหรือสร้างกลยุทธ์เพื่อไปตอบสนอง และสามารถกำหนดการเดินทางของผู้บริโภคได้อีกด้วย



2.2) การเยี่ยมชมกิจการและการดำเนินงานของ National Library board (NLB)

ประเทศสิงคโปร์ปลูกฝังให้เด็กมีนิสัยรักการอ่านหนังสือ และมีความพยายามในการสร้างความรู้ให้ประชาชนในสิงคโปร์มาอย่างยาวนาน เป็นปัจจัยสำคัญทำให้สิงคโปร์ก้าวขึ้นมาเป็นประเทศพัฒนาแล้ว สิงคโปร์มีคณะกรรมการหอสมุดแห่งชาติ (National Library Board-NLB) อยู่ภายใต้กระทรวงการติดต่อสื่อสารและข้อมูล (Ministry of Communication and Information: MCI) มีหน้าที่ดูแลหอสมุดและหอจดหมายเหตุแห่งชาติ รวมไปถึงห้องสมุดสาธารณะอื่นๆ ทั่วเกาะด้วยวิสัยทัศน์ “อ่านเพื่อชีวิต เป็นชุมชนแห่งการเรียนรู้ และเป็นชาติที่มีความรู้” ไม่เพียงแต่หนังสือเป็นเล่มๆ NLB ยังมองไปถึงการสร้างฐานข้อมูลออนไลน์ เพื่อเป็น “ห้องสมุดไร้พรมแดน (borderless library)” เชื่อมชาวสิงคโปร์กับโลกภายนอกอีกด้วย โดยรัฐบาลลงทุนสร้างอาคารหอสมุดแห่งชาติสิงคโปร์ไว้ใจกลางเมือง ไปถึงได้ด้วยบริการขนส่งสาธารณะ ทั้งรถประจำทางและรถไฟฟ้าใต้ดิน เป็นตึกสูงทันสมัย 16 ชั้น ส่วนที่เป็นหอสมุดมี 7 ชั้น หนังสือมีถึง 7.5 ล้านเล่ม มี e-book มากกว่า 4.5 ล้านเล่ม หลากหลายภาษาทั้งอังกฤษ จีน มลายู และหมีฟซึ่งเป็นภาษาทางการของประเทศ นอกจากนี้ยังให้บริการสื่อสตรีททัศน์จำนวนมหาศาล เป็น one stop service ในแต่ละปีรัฐบาลยังสนับสนุนงบประมาณพัฒนาห้องสมุดจำนวนมาก

ห้องสมุดนี้ได้นำระบบอัตโนมัติและเทคโนโลยี Digital มาช่วยในการบริหารจัดการห้องสมุด เช่น อุปกรณ์ระบุตำแหน่งวัสดุห้องสมุดแบบออนไลน์ ซึ่งจะช่วยลดระยะเวลาในการหาสิ่งที่ต้องการของผู้ใช้บริการได้ โดยเมื่อผู้ใช้บริการสืบค้น อุปกรณ์จะแสดงแผนที่ไปยังหนังสือหรือวัสดุนั้นบนระบบออนไลน์ทันที รวมทั้ง หุ่นยนต์จัดเรียงหนังสือในชั้นวางสามารถอ่านหนังสือบนชั้นทั้งหมดในห้องสมุดแห่งหนึ่งด้วยระบบดิจิทัล โดยหุ่นยนต์ระบุได้ว่าหนังสือเล่มใดอยู่บนชั้นที่ถูกต้อง

และหนังสือของห้องสมุดหรือห้องสมุดอื่นวางผิวด้านในห้องสมุดแห่งนี้หรือไม่ และที่สำคัญกระบวนการทั้งหมดเสร็จสิ้นภายในคืนเดียว ซึ่งช่วยลดการทำงานของเจ้าหน้าที่ห้องสมุดอย่างมาก



2.3) การเยี่ยมชมกิจการของ Funan Mall

Funan Mall เป็นพื้นที่ที่ถูกพัฒนาแบบผสมผสานประกอบด้วยห้างสรรพสินค้า, อาคารสำนักงานสองแห่งและเซอร์วิสอพาร์ทเมนท์ในเขตเทศบาลในสิงคโปร์ และมีการพัฒนาใหม่ในรูปแบบของ DigitalLife Mall ซึ่งมีการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีดิจิทัลเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการให้บริการและเพิ่มความพึงพอใจของลูกค้า เช่น

- ป้ายระบบ Digital แสดงสินค้าอัจฉริยะ ซึ่งมีระบบแสกนใบหน้าของลูกค้าอย่างอัตโนมัติ และมีระบบ Big Data และ AI ที่สามารถนำเสนอสินค้าที่คาดว่าลูกค้าจะต้องการ รวมทั้งระบบนำทางไปยังแผนกขายสินค้านั้น ๆ เป็นต้น
- ระบบจดจำและวิเคราะห์ใบหน้าของลูกค้า โดยมี AI เพื่อประเมินอารมณ์ของลูกค้า เพื่อปรับการนำเสนอ บริการและสินค้าต่าง ๆ ให้ตรงกับความต้องการของลูกค้าได้มากที่สุด
- Funan Mall ได้ใช้ข้อมูลจาก Big Data เพื่อวิเคราะห์พฤติกรรมของผู้บริโภค และปรับปรุงผังแผนกสินค้าได้อย่างเหมาะสมที่สุด ซึ่งทางห้างฯ ได้ใช้ข้อมูลดังกล่าวในการปรับ landscape ของห้างฯ โดยเพิ่มพื้นที่สำหรับนั่งทำงาน และ Co-working space เพื่อตอบสนอง Life style ของคนรุ่นใหม่มากขึ้น นอกจากนี้ ยังมีบริการสินค้าตัวอย่างให้ลูกค้าสามารถทดลองใช้จริงก่อนเลือกซื้อ เป็นต้น ซึ่งล้วนแต่ได้มาจากการวิเคราะห์จาก Big data ทั้งสิ้น



ส่วนที่ 2 ประโยชน์ที่ได้รับและการขยายผลจากการเข้าร่วมโครงการ

โปรดระบุประโยชน์ที่ได้รับจากการเข้าร่วมโครงการ โดยแบ่งเป็น

■ ประโยชน์ต่อตนเอง

โครงการ Workshop on the Use of Smart Technology to Raise Productivity in the Service Sector ของ APO นี้ ได้เสริมสร้างความรู้และประสบการณ์ในการเพิ่มประสิทธิภาพด้วยเทคโนโลยีอัจฉริยะในภาคอุตสาหกรรมบริการ ซึ่งเป็นอุตสาหกรรมที่กระทรวงอุตสาหกรรมมีเป้าหมายในการส่งเสริมเพิ่มเติมในอนาคต พร้อมทั้งการที่ได้มีโอกาสเข้าดูงานด้านงาน Services Application ในธุรกิจบริการและห้างสรรพสินค้าด้วยระบบหุ่นยนต์และระบบ

อัตโนมัติจะเป็นประโยชน์ต่อการกำหนดนโยบายการพัฒนาอุตสาหกรรมต่างๆ ของประเทศในอนาคต นอกจากนี้ ยังได้มีโอกาสแลกเปลี่ยนประสบการณ์กับผู้เข้าร่วมอบรมจากประเทศต่าง ๆ ทำให้มีมุมมองการพัฒนาและปรับปรุงการทำงานได้ดีขึ้น

- ประโยชน์ต่อหน่วยงานต้นสังกัด
 - สำนักงานเศรษฐกิจอุตสาหกรรมสามารถนำความรู้ในครั้งนี้อมาปรับปรุงนโยบายและแผนแม่บทและแผนปฏิบัติการการเพิ่มประสิทธิภาพและผลผลิตการผลิตของภาคอุตสาหกรรม และมาตรการหุ่นยนต์และระบบอัตโนมัติให้มีประสิทธิภาพดียิ่งขึ้น
- ประโยชน์ต่อสายงานหรือวงการวิชาชีพในหัวข้อนั้นๆ
 - สามารถกำหนดทิศทางการพัฒนาอุตสาหกรรมหุ่นยนต์และระบบอัตโนมัติในอนาคต ซึ่งสามารถนำไปกำหนดทิศทางการพัฒนาอุตสาหกรรมหุ่นยนต์ในสาขาอื่นๆ เช่น ในอุตสาหกรรมบริการ อุตสาหกรรมโรงแรม และการค้าปลีก-ค้าส่ง รวมทั้งการพัฒนาเทคโนโลยีดังกล่าวในอนาคต
- กิจกรรมการขยายผลที่ได้ดำเนินการภายในระยะเวลา 60 วันนับจากวันสุดท้ายของโครงการ
 - สำนักงานเศรษฐกิจอุตสาหกรรม ตั้งเป้าที่จะขยายผลการใช้หุ่นยนต์และระบบอัตโนมัติไปสู่ผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมต่างๆ ทั่วประเทศมากขึ้น โดยเฉพาะ SMEs โดยได้ผนึกกำลังกับพันธมิตรสำคัญ คือ หน่วยงาน โรโบติกส์ เอไอ แอนด์ อินเทลลิเจนท์ โซลูชัน บริษัท ปตท. จำกัด (มหาชน) และศูนย์ความเป็นเลิศด้านเทคโนโลยีหุ่นยนต์และระบบอัตโนมัติ (CoRE) จัดทำ Industrial Transformation Platform เพื่อเป็นกลไกการขยายผลของมาตรการ โดยสร้าง Ecosystem ใหม่ให้กับอุตสาหกรรมหุ่นยนต์และระบบอัตโนมัติ และเชื่อมโยงมาตรการต่างๆ ของภาครัฐ รวมทั้งบูรณาการการทำงานของหน่วยงานต่างๆ ซึ่งแต่เดิมทำงานแบบแยกส่วน ให้เปลี่ยนผ่านเข้าสู่การทำงานร่วมกันบน Cyber Platform เดียวกัน ซึ่งจะช่วยอำนวยความสะดวกในการทำธุรกิจและแก้ไขกระบวนการที่เป็นปัญหา (Pain point) ของผู้ประกอบการได้อย่างรวดเร็ว ตั้งแต่การขอรับการสนับสนุนจากภาครัฐ การขอสินเชื่อเพื่อซื้อเครื่องจักรจากธนาคาร การเลือกหา SI ที่มีศักยภาพการประเมินความคุ้มค่าในการลงทุนจากการปรับปรุงประสิทธิภาพการผลิตด้วยหุ่นยนต์ หรือเทคโนโลยีที่เกี่ยวข้อง รวมทั้ง จะมีการเชื่อมโยงแพลตฟอร์มนี้กับฐานข้อมูล I-industry และระบบ Single Form ของกระทรวงอุตสาหกรรม ซึ่งจะช่วยอำนวยความสะดวกกับผู้ประกอบการในการขออนุมัติ/อนุญาตต่าง ๆ และขยายผลการใช้ระบบอัตโนมัติไปสู่โรงงานอุตสาหกรรมทั่วประเทศได้ โดย Industrial Transformation Platform จะเป็นกลไกที่สำคัญในการขับเคลื่อนมาตรการพัฒนาอุตสาหกรรมของกระทรวงอุตสาหกรรมและหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เพื่อช่วยยกระดับประสิทธิภาพในภาคการผลิตของประเทศ และนับเป็นจุดเริ่มต้นและก้าวที่สำคัญในการเปลี่ยนแปลงรูปแบบในการดำเนินธุรกิจอุตสาหกรรมของประเทศต่อไปในอนาคต เพื่อสร้างเสริมศักยภาพ ความสามารถ รองรับโอกาสที่จะมาถึงและสร้างการเติบโตในอนาคต



ส่วนที่ 3 เอกสารแนบ

- รายชื่อผู้เข้าร่วมโครงการและประเทศที่เข้าร่วมโครงการ
 - กำหนดการฉบับล่าสุด (Program)
 - เอกสารประกอบการประชุม/สัมมนา (Training Materials)
 - รายงานก่อนการเดินทางที่ท่านดำเนินการ (Country Paper-Thailand)
 - เอกสารนำเสนอผลงานหลังจากเข้าร่วมกิจกรรมกลุ่ม (Group Presentation)
-