

เอกสารโครงการนวัตกรรมเครือข่าย ประจำปี 2564 (ปีที่ 17) (ฉบับเต็ม)

ชื่อนวัตกรรม Intelligence Quality Assurance (IQA)

ประเภทนวัตกรรม

- ☐ Product ☐ Production ☒ System & Process ☐ Sales & Marketing
☐ Services & Personality ☐ Energy Saving & Global Warming & Environment
☐ Corporate Social Responsibility (CSR)
☐ Petty Award

บริษัทเจ้าของนวัตกรรม คือ Lion Corporation (Thailand) Co., Ltd

ผู้สร้างนวัตกรรม

- 1) นางสาว วงกต คั่นโธ ตำแหน่ง QA Supervisor
2) นางพรวิภา แก้วพิมพ์ ตำแหน่ง QA Team Leader
3) นางภากร วิรุฬห์ประภา ตำแหน่ง QA Team Leader

สถานที่ติดต่อ 602 หมู่ 11 ถ.สุขาภิบาล 8 ต.หนองขาม อ.ศรีราชา จ.ชลบุรี

โทรศัพท์ 038-763080 มือถือ (ต้องระบุ) 0876178849

E-mail pakorn_v@lion.co.th

ลงชื่อ  ผู้อนุมัติ
(..... นายสายชล ศีตีสาร)

กรรมการผู้จัดการ หรือ ผู้รับมอบอำนาจ

1. นวัตกรรมที่ส่งเข้าประกวดเคยได้รับ

- ☒ ปี พ.ศ. 2538- ปัจจุบัน ได้รับการรับรองมาตรฐาน GMP
โดยสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยาโดยกองควบคุมเครื่องสำอางและวัตถุอันตราย



- ☒ ปี พ.ศ. 2543 ได้รับการรับรองมาตรฐานระบบการบริหารงานคุณภาพ ISO9002
โดยสถาบันรับรองมาตรฐานไอเอสไอ MASCI



- ☒ ปี พ.ศ. 2549 – ปัจจุบัน ได้รับการรับรองมาตรฐาน HALAL
โดยสำนักงานคณะกรรมการกลางอิสลามแห่งประเทศไทย



- ☒ ปี พ.ศ. 2552 ได้รับการรับรองมาตรฐานระบบบริหารคุณภาพ ISO9001:2008
โดยสถาบันรับรองมาตรฐานไอเอสไอ MASCI



- ☒ ปี พ.ศ. 2560 – ปัจจุบัน ได้รับการรับรองมาตรฐานระบบบริหารงานคุณภาพ ISO9001:2015
โดยสถาบันรับรองมาตรฐานไอเอสไอ MASCI



2. นวัตกรรมที่ส่งเข้าประกวดเคยริเริ่มในบริษัทมาก่อนหรือไม่

☐ มีการริเริ่มมาก่อน ☒ ไม่เคยริเริ่มมาก่อน

☐ นำมาพัฒนาต่อยอดมาจาก (กรุณาเลือกตอบ)

☐ นวัตกรรมเดิมของบริษัทที่เคยคิดค้นด้วยตนเอง (โปรดระบุ)

.....

☐ นวัตกรรมที่มีการคิดค้นจากภายนอก (โปรดระบุ)

.....

3. สถานะของนวัตกรรมที่ส่งเข้าประกวด

☐ กำลังทดลองใช้ ☐ ยังไม่วางตลาด

☒ นำมาใช้จริง ตั้งแต่...ปี 2020..... ☐ วางตลาด ตั้งแต่.....

1.ประเภทของนวัตกรรมที่ท่านส่งเข้าประกวด

☒ System and Process

2.บทคัดย่อ

“Quality is everyone’s responsibility”

“คุณภาพเป็นความรับผิดชอบของทุกคน”

คำกล่าวของ Dr. William Edwards Deming เป็นการสื่อว่า องค์ประกอบและปัจจัยที่จะทำให้สินค้ามีคุณภาพที่ดีได้นั้น ไม่ได้ขึ้นอยู่กับหน่วยงานใดหน่วยงานหนึ่ง แต่ขึ้นอยู่กับพนักงานทุกคนในองค์กร ที่จะต้องมีความตระหนัก และให้ความสำคัญกับเรื่องคุณภาพสินค้า เป็นสำคัญ

และ ด้วยวิสัยทัศน์ของผู้บริหารบริษัทไอออนฯ ตั้งแต่ยุคแรกเริ่ม จนกระทั่งถึงปัจจุบัน ที่ให้ความสำคัญอย่างยิ่งกับเรื่องคุณภาพสินค้า โดยปรากฏเป็นผลลัพธ์ที่ชัดเจน เช่น

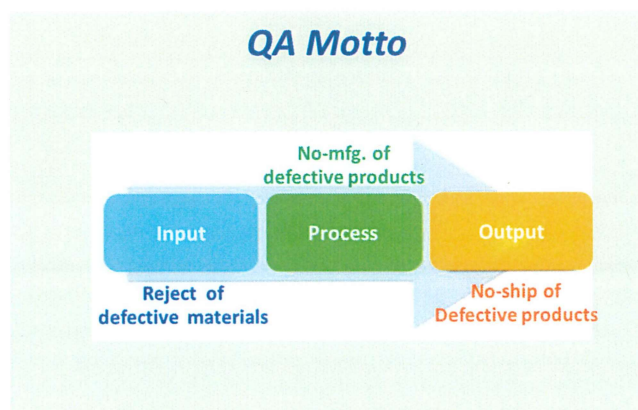
1. การประสบความสำเร็จในการทำกิจกรรม QCC

2. การกำหนดนโยบายคุณภาพที่ว่า “ดำเนินธุรกิจโดยยึดหลักคุณธรรมและจริยธรรมที่ดี ผลิตและจำหน่ายผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพมาตรฐาน เป็นประโยชน์และสร้างความพึงพอใจต่อลูกค้าและผู้บริโภค”

3. การได้รับการรับรองระบบบริหารคุณภาพ ISO9002 เป็นรายแรกในประเทศไทย (ขอขยายการผลิต ผงซักฟอก) รวมถึง การรับรองมาตรฐานสากลอื่นๆ ได้แก่ GMP, HALAL

ส่งผลให้พนักงานทั่วทั้งองค์กร ได้ซึมซับ เข้าใจ และเกิดความตระหนัก ในความสำคัญของคุณภาพสินค้า เกิดเป็น “วัฒนธรรมคุณภาพ” หรือ “Quality Culture”

ฝ่ายบริหารคุณภาพและลูกค้าสัมพันธ์ (QA) มีหน้าที่หลักในการกำหนดและบริหารระบบการประกันคุณภาพสินค้า ของทั้งองค์กร ซึ่งประกอบด้วยโรงงานผลิตทั้งหมด 6 โรงงาน ได้วางกลยุทธ์เพื่อให้เกิด ความตระหนัก , การเรียนรู้พัฒนา , การแบ่งปันประสบการณ์ และ ร่วมยกระดับมาตรฐานคุณภาพ ไปพร้อมๆกัน ทุกโรงงาน รวมถึงลูกค้า ด้วยการการนำ กลยุทธ์ “การประกันคุณภาพเชิงรุก (Proactive QA)” มาปรับใช้ ภายใต้ QA Motto ดังภาพ



โดยเริ่มตั้งแต่ การปรับ Mindset ของพนักงาน ในมุมมองด้านคุณภาพตามแนวคิด

“Eight Dimensions of Quality” ของ Dr.

David A. Garvin การจัดทีมงาน เพื่อให้

สามารถสนับสนุนและบริหารคุณภาพของแต่ ละกลุ่มผลิตภัณฑ์ได้อย่างเต็มที่ และมี ประสิทธิภาพ

นอกจากนี้ยังมีศูนย์ลูกค้าสัมพันธ์ ที่ทำหน้าที่รับ รวบรวม และวิเคราะห์ ข้อมูลจากลูกค้า (Consumer Feedback) เพื่อนำ ไปพัฒนาคุณภาพแบบบูรณาการทั่วทั้งองค์กร ต่อไป

จากวิสัยทัศน์และการสนับสนุนของฝ่ายบริหาร ร่วมกับความมุ่งมั่น ร่วมมือ ของพนักงานทั่วทั้งองค์กร ในการสร้าง “วัฒนธรรมคุณภาพ” ที่มี QA เป็นศูนย์กลางของการเรียนรู้ และ ขับเคลื่อน นี้ ส่งผลให้เกิด

- ความภาคภูมิใจของพนักงาน ในคุณภาพของสินค้าทุกชิ้นที่ผลิตออกมา
- ความเชื่อมั่นในสมรรถนะขององค์กร
- ลดการสูญเสีย
- ยกกระดับมาตรฐานคุณภาพได้ทัดเทียมมาตรฐานประเทศญี่ปุ่น จนได้รับการยอมรับให้ผลิตสินค้าส่งไปขายประเทศญี่ปุ่น ช่วยสนับสนุนให้เกิดยอดขายที่เพิ่มขึ้น ในปี 2020 โดยได้รับความเชื่อมั่นจากลูกค้าประเทศญี่ปุ่น ให้ผลิตสินค้ากลุ่ม Personal Care และ Quasi Drug สำหรับส่งไปจำหน่ายที่ประเทศญี่ปุ่น ภายใต้มาตรฐานการควบคุมคุณภาพ Japanese standard รวมทั้ง การเติบโตของธุรกิจช่องทางออนไลน์ ดังนี้
 - 1) ลดการสูญเสียผลิตภัณฑ์ เนื่องจากQuality defect ลงจากปี 2019 ได้ถึง 55.5% คิดเป็นมูลค่า 0.95 MB
 - 2) ยอดขายผลิตภัณฑ์ยาสีฟัน และ ครีมอาบน้ำ ส่งออกประเทศญี่ปุ่น และธุรกิจออนไลน์ มูลค่า 516 MB

อย่างไรก็ตาม บ.ไลออน(ประเทศไทย) จก. ยังคงมุ่งมั่นที่จะพัฒนาระบบการบริหารคุณภาพอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้ผลิตภัณฑ์มีคุณภาพ ลูกค้ามีความพึงพอใจ และจะขยายขอบข่ายการพัฒนา โดยเชื่อมโยง แลกเปลี่ยน เรียนรู้ และพัฒนา ร่วมกับทีมงานประกันคุณภาพของบริษัทในเครือ เพื่อการเติบโตอย่างยั่งยืน และเป็นสุข ดังแนวทางที่ท่านประธานบริษัทฯ ได้มอบให้ไว้ว่า **“การจะยืนหยัดและเป็นแบรนด์ที่อยู่ในใจ เป็นที่รักของผู้บริโภคได้นั้นสินค้าต้อง ดีและมีคุณภาพ ใช้ประโยชน์ได้จริง ”**

คำสำคัญ คุณภาพเชิงรุก, Quality Culture, QA Motto, Proactive