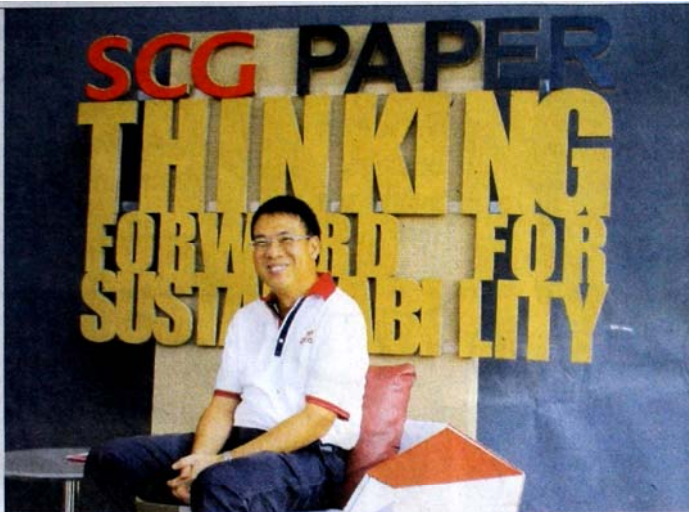


ปีที่ 26 ฉบับที่ 9098 วันอังคารที่ 20 สิงหาคม พ.ศ. 2556 หน้า 9



# 'กรีน'นวัตกรรมยั่งยืน

• บุชร กูเฮล

เมื่อสินค้าหลักอย่างกระดาษกำลังถูกแทนที่ด้วยสื่ออิเล็กทรอนิกส์ "เอสซีจีเปเปอร์" จึงปรับ

ยุทธศาสตร์รับมือด้วยการวิจัยและพัฒนานวัตกรรม ออกมาสร้างความมั่นคง เน้นสินค้าที่มีมูลค่าเพิ่มสูง (HVA : High Value Added) ด้วยการประสานความร่วมมือกับสถาบันวิจัยและสถาบันการศึกษาทั้งในและต่างประเทศ เสริมศักยภาพในการคิดค้นนวัตกรรมเพื่อสิ่งแวดล้อมที่ยั่งยืน ทั้งยังได้รับการยอมรับจากสังคมเพื่อให้ธุรกิจสามารถอยู่ต่อไปได้อย่างยั่งยืน

กลุ่มสิ่งพิมพ์ต่างๆ ได้รับผลกระทบจากสื่ออิเล็กทรอนิกส์ ซึ่งเป็นเทรนด์ทั่วโลก ตลาดในประเทศที่พัฒนาแล้วทุกตลาดเป็นแบบนี้ ไม่ว่าจะเป็น สหรัฐอเมริกา ญี่ปุ่น แม้กระทั่งจีน ในปีที่ผ่านมาอุตสาหกรรมกระดาษได้เพียง 1-2%

## คิดต่อยอดแบบยั่งยืน

จากแนวโน้มตลาดหดตัวลง การแข่งขันสูงขึ้น รุ่งโรจน์ ริงโกโยกาส กรรมการผู้จัดการใหญ่ เอสซีจีเปเปอร์ ในฐานะหัวเรือใหญ่ เลือกใช้กลยุทธ์ด้านนวัตกรรม



บนพื้นฐานของการพัฒนา นวัตกรรมอย่างยั่งยืนภายใต้แนวคิด 3G ได้แก่ Green Process, Green Product และ Green Mind คือ การมีกระบวนการผลิต และผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อ

สิ่งแวดล้อม รวมถึงการปลูกจิตสำนึกของพนักงานและประชาชนทั่วไปให้รักยั้งสิ่งแวดล้อม มีส่วนร่วมในการพัฒนาชุมชนและสังคม ด้วยการดำเนินงานร่วมกับหลายฝ่ายผ่านกิจกรรมต่างๆ เพื่อนำไปสู่ความยั่งยืน นอกจากนี้การสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับนวัตกรรมในอุตสาหกรรมสิ่งพิมพ์ ยังต้องแตกไลน์เข้าไปในอุตสาหกรรมอื่นๆ โดยการนำกระดาษไปพัฒนาเป็นนวัตกรรมอื่นที่ไม่ใช่งานพิมพ์ ยกตัวอย่าง กระดาษสำหรับแวดจวอุตสาหกรรมที่นำไปห่อหรือรองชั้นส่วนต่างๆ กระดาษห่ออาหาร หรือกระดาษที่ใช้ในอุตสาหกรรม การก่อสร้างหรือการนำเยื่อกระดาษไปใช้ในอุตสาหกรรมอื่นๆ เช่น ใช้ทำเป็นวัตถุดิบผสม (คอมโพสิต) นำไปใช้ในอุตสาหกรรมโฟลีสเตอร์ โฟมบอร์ด สีทอง เป็นต้น เพื่อขยายฐานลูกค้ากลุ่มใหม่ที่มีความต้องการใช้สินค้าร่วม

ถึงคู่ค้าใหม่ๆ โดยอาศัยการคิด ค้นคว้าวิจัยทั้งจากภายในองค์กรและภายนอกองค์กร

ปัจจุบันสัดส่วนรายได้ของเอสซีจีเปเปอร์ แบ่งเป็นกระดาษkraft และกระดาษพิมพ์เขียนในสัดส่วน 60-40 แต่ในอนาคตสัดส่วนของกระดาษพิมพ์เขียนจะลดลง และมีกลุ่มที่ไม่ใช่กระดาษพิมพ์เขียนมากขึ้น ในอนาคตกลุ่มนี้อาจมีส่วนเพิ่มขึ้น 10-20% ของรายได้ทั้งหมด โดยเน้นการลงทุนด้านเทคโนโลยี ภายใต้แนวคิด "Thinking forward for Sustainability : คิดไกลเพื่ออนาคต" โดยเฉพาะการลงทุนในธุรกิจบรรจุภัณฑ์

## รองรับตลาดเออีซีเปิด

ธุรกิจบรรจุภัณฑ์เป็นตลาดที่ยังมีการเจริญเติบโต ทั้งในตลาดยุโรปและอาเซียน ที่เป็นฐานการผลิตในหลายอุตสาหกรรม เช่น อิเล็กทรอนิกส์ เครื่องนุ่งห่ม อาหาร ซึ่งส่วนยานยนต์ รถยนต์ เมื่อเออีซีเปิดจะส่งผลให้ฐานลูกค้ากว้างขึ้นและเป็นโอกาสที่สินค้าในกลุ่มบรรจุภัณฑ์จะเติบโตมหาศาล

ยกตัวอย่างเช่น การผลิตแก้วกระดาษย่อยสลายได้ตามธรรมชาติภายใน 90 วัน โดยใช้กระดาษเคลือบพลาสติกชีวภาพที่ย่อยสลายได้เร็ว ซึ่งช่วยลดปริมาณขยะ นอกจากนี้แก้วกระดาษดังกล่าวยังสามารถป้องกันการฉีกและเย็นได้จากสีที่พิมพ์ด้วยหมึก Thermo Ink ตามอุณหภูมิ

เอสซีจียังมุ่งเน้นเติบโตอย่างยั่งยืนในอาเซียน โดยเน้นสร้างความแข็งแกร่งของ 2 สายธุรกิจหลักคือ สายธุรกิจกระดาษบรรจุภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ ด้วยกลยุทธ์พัฒนาสินค้าและขยายธุรกิจสู่ตลาดในภูมิภาคอาเซียน อาทิ อินโดนีเซียและพม่า เพื่อก้าวสู่การเป็นผู้นำธุรกิจกระดาษครบวงจรในภูมิภาค ทั้งฐานการผลิตและการตลาด โดยการสรรหาพันธมิตรทางธุรกิจ หรือการควบรวมกิจการ (Merger & Acquisition) เพื่อช่วยให้การขยายธุรกิจและตลาดเป็นไปอย่างรวดเร็ว

ขณะที่สายธุรกิจเยื่อและกระดาษ เน้นได้ต่อยอดด้วยการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ ได้แก่ การลงทุนผลิตสินค้ากลุ่ม HVA อาทิ กระดาษ Machine Glazed ที่ผลิตจากเยื่อกระดาษรีไซเคิล มีผิวมันวาวและความคงทนเหมาะสำหรับผลิตบรรจุภัณฑ์อาหารและอุตสาหกรรมทางการแพทย์ การลงทุนติดตั้งเครื่องจักรเพื่อผลิต Dissolving Pulp วัตถุดิบหลักสำหรับการผลิตเส้นใยเรยอนในอุตสาหกรรมเส้นใยและสิ่งทอ คาดว่าในปี 2556 ยอดขายโต 7-8%



idea