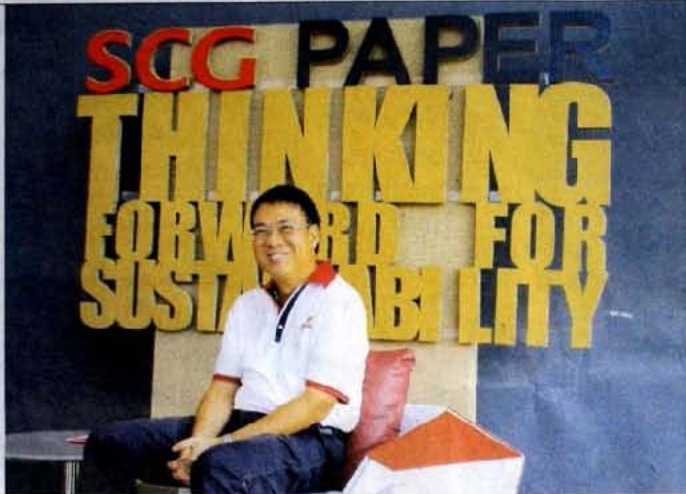


ปีที่ 26 ฉบับที่ 9098 วันอังคารที่ 20 สิงหาคม พ.ศ. 2556 หน้า 9



'กรีน'นวัตกรรมยั่งยืน

• บุกรก กุศล

เมื่อสินค้าหลักอย่างกระดาษกำลังจะถูกแทนที่ด้วยสื่ออิเล็กทรอนิกส์ "เอสซีจีเปเปอร์" จึงปรับยุทธศาสตร์รับมือด้วยการวิจัยและพัฒนานวัตกรรม ออกมาสร้างความมั่นคง เน้นสินค้าที่มีมูลค่าเพิ่มสูง (HVA High Value Added) ด้วยการประสานความร่วมมือกับสถาบันวิจัยและสถาบันการศึกษาทั้งในและต่างประเทศ สริมศักยภาพในการคิดค้นนวัตกรรมเพื่อสิ่งแวดล้อมที่ยั่งยืน ทั้งยังได้รับการยอมรับจากสังคมเพื่อให้อุตสาหกรรมอยู่ต่อไปได้อย่างยั่งยืน

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

idea

คิดต่อยอดแบบยั่งยืน

จากแนวโน้มตลาดหดตัวลง การแข่งขันสูงขึ้น รุ่งโรจน์ **รังสิโยภาส** กรรมการผู้จัดการใหญ่ เอสซีจี เพปเปอร์ ในฐานะหัวเรือใหญ่ เลือกใช้กลยุทธ์ด้านเงินทุน



บนพื้นฐานของการพัฒนา นวัตกรรมอย่างยั่งยืนภายใต้แนวคิด 3G ได้แก่ Green Process, Green Product และ Green Mind คือ การมีกระบวนการผลิต และผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม รวมถึงการปลูกจิตสำนึกของพนักงานและประชาชนทั่วไปให้รักยั้งสิ่งแวดล้อม มีส่วนร่วมในการพัฒนาชุมชนและสังคม ด้วยการดำเนินร่วมกับหลายฝ่ายผ่านกิจกรรมต่างๆ เพื่อนำไปสู่ความยั่งยืน

นอกจากการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับนวัตกรรมในอุตสาหกรรมสิ่งพิมพ์ ยังต้องแตกไลน์เข้าไปในอุตสาหกรรมอื่นๆ โดยการนำกระดาษไปพัฒนาเป็นนวัตกรรมอื่นที่ไม่ใช่งานพิมพ์ ยกตัวอย่าง กระดาษสำหรับแวคคูลูมอุตสาหกรรมที่ไม่ใช่ท่อหรือร่องขึ้นส่วนต่างๆ กระดาษห่ออาหาร หรือกระดาษที่ใช้ในอุตสาหกรรม การก่อสร้างหรือการนำเยื่อกระดาษไปใช้ในอุตสาหกรรมอื่นๆ เช่น ใช้ทำเป็นวัสดุฉนวน (คอมโพสิต) นำไปใช้ในอุตสาหกรรมผลิตแบตเตอรี่ โฟมบอร์ด จึงทอเป็นต้น เพื่อขยายฐานลูกค้ากลุ่มใหม่ที่มีความต้องการใช้สินค้าร่วม

ถึงคู่ค้าใหม่ๆ โดยอาศัยการคิด ค้นคว้าวิจัยทั้งจากภายในองค์กรและภายนอกองค์กร

ปัจจุบันสัดส่วนรายได้ของเอสซีจีเปเปอร์ แบ่งเป็นกระดาษพิมพ์และกระดาษพิมพ์เขียนในสัดส่วน 60:40 แต่ในอนาคตสัดส่วนของกระดาษพิมพ์เขียนจะลดลง และมีกลุ่มที่ไม่ใช่กระดาษพิมพ์เขียนมากขึ้น ในอนาคตกลุ่มนี้อาจมีส่วนเพิ่มขึ้น 10-20% ของรายได้ทั้งหมด โดยเน้นการลงทุนด้านเทคโนโลยี ภายใต้แนวคิด "Thinking forward for Sustainability : คิดไกล.เพื่ออนาคต" โดยเฉพาะการลงทุนในธุรกิจบรรจุภัณฑ์

รองรับตลาดเอชซีพีเปิด

ธุรกิจบรรจุภัณฑ์เป็นตลาดที่ยังมีการเจริญเติบโต ทั้งในตลาดยุโรปและอาเซียน ที่เป็นฐานการผลิตในหลายอุตสาหกรรม เช่น อิเล็กทรอนิกส์ เครื่องนุ่งห่ม อาหาร ซึ่งส่วนยานยนต์ รถยนต์ เมื่อเอสซีจีเปิดตลาดผลได้ฐานลูกค้ากว้างขึ้นและเปิดโอกาสที่สินค้าในกลุ่มบรรจุภัณฑ์จะเก็บใจมหาชน

ภายใต้เป้าหมาย ภาครัฐและเอกชนได้ ตามธรรมชาติภายใน 90 วัน โดยใช้กระดาษเคลือบพลาสติก รีไซเคิลที่ย่อยสลายได้เร็ว ซึ่งช่วยลดปริมาณขยะ นอกจากนี้ แก้วกระดาษดังกล่าวยังสามารถปกป้องความร้อนและเย็นได้ จากสี ที่พิมพ์ด้วยหมึก Thermo Ink ตระกูลพรีเมียม เอสซีจียังมุ่งเน้นเติบโตอย่างยั่งยืนในอาเซียน โดยเน้นสร้างความแข็งแกร่งของ 2 สายธุรกิจหลักคือ สายธุรกิจกระดาษบรรจุภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ ด้วยกลยุทธ์พัฒนาสินค้าและขยายธุรกิจสู่ตลาดในภูมิภาคอาเซียน อาทิ อินโดนีเซียและพม่า เพื่อก้าวสู่การเป็นผู้นำธุรกิจกระดาษครบวงจรในภูมิภาค ซึ่งฐานการผลิตและการตลาด โดยการสรรหาพันธมิตรทางธุรกิจ หรือการควบรวมกิจการ (Merger & Acquisition) เพื่อช่วยให้การขยายธุรกิจและตลาดเป็นไปอย่างรวดเร็ว

ขณะที่สายธุรกิจเยื่อและกระดาษ ได้เปิดตัวกลยุทธ์การพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ ได้แก่ การลงทุนผลิตสินค้ากลุ่ม HVA อาทิ กระดาษ Machine Glazed ที่ผลิตจากเยื่อกระดาษบริสุทธิ์ที่มีความแข็งแรงทนทานสูง สำหรับผลิตบรรจุภัณฑ์อาหารและอุตสาหกรรมทางการแพทย์ การลงทุนติดตั้งเครื่องจักรเพื่อผลิต Dissolving Pulp วัสดุขั้นต้นสำหรับการผลิตเส้นใยรถยนต์ในอุตสาหกรรมเส้นใยและสิ่งทอ คาดว่าในปี 2556 ยอดขายโต 7-8%

