

สื่ภาพข่าว: ดับเบิล เอ ชุกลยทุ์การบรหการ นวัตกรรม ดัน SMEs ไทยสู่ตลาดโลก



“การทำธุรกิจ ต้องกล้าคิด กล้าฝัน อย่าไปกลัว ต้องกล้าที่จะขายความคิด ไอเดียเป็นเรื่องสำคัญ การสร้างสรรค์ นวัตกรรมต้องนำมาประยุกต์ใช้ได้เชิงพาณิชย์ (Commercialize) ดับเบิล เอ เป็นเจ้าแรกที่เอากระดาษมาทำแบรนต์ และเป็นรายแรกที่ทำ “กระดาษจากคันทนา” นวัตกรรมทางความคิดเพื่อการพัฒนาอย่างยั่งยืน”

(คุณโยธิน ดำเนินชาญวนิชย์ กรรมการผู้จัดการใหญ่ บริษัท ดับเบิล เอ (1991) จำกัด (มหาชน)

เมื่อเร็วๆนี้ คุณโยธิน ดำเนินชาญวนิชย์ กรรมการผู้จัดการใหญ่ บริษัท ดับเบิล เอ (1991) จำกัด (มหาชน) ได้รับเชิญจากมูลนิธิสถาบันวิจัยนโยบายเศรษฐกิจการคลัง และกระทรวงอุตสาหกรรม เป็นวิทยากรงานอบรมในหลักสูตร SMEs Spring up ในหัวข้อ การบริหารองค์กรสู่ความเป็นหนึ่งเดียว นวัตกรรมเพื่อสังคม โดยผู้ร่วมงานประกอบด้วย ผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม(SMEs) นักวิชาการ ข้าราชการ ผู้ที่เกี่ยวข้องในหน่วยงานที่สนับสนุน SMEs รวมจำนวน 100 คน

ดดับเบิล เอ ในฐานะองค์กรที่บริหารนวัตกรรม นุกตลาดโลก มุ่งหวังให้การบรรยายครั้งนี้ มีส่วนผลักดันให้ผู้ประกอบการ SMEs ที่มีศักยภาพ ได้มีความรู้ความเข้าใจและสามารถนำมามาตรฐาน ผลิตภาพและนวัตกรรมมาใช้เป็นเครื่องมือสร้างความแข็งแกร่งและสร้างการเปลี่ยนแปลงก้าวกระโดดสู่ความเป็นองค์กรธุรกิจที่ประสบความสำเร็จยกระดับไปสู่สากล

“นวัตกรรม คือ สิ่งที่ทำให้ทุกธุรกิจแจ้เกิด ไม่ว่าจะเป็นธุรกิจขนาดใหญ่ หรือเล็ก เพราะรากฐานสำคัญของ นวัตกรรม คือการเปลี่ยนโฉมหน้าใหม่ให้อุตสาหกรรม ดังนั้นการบริหารนวัตกรรม คือสร้างโอกาสและขยายธุรกิจนั่นเอง แต่ในขณะเดียวกัน นวัตกรรม และการเปลี่ยนแปลงก็คือภัยคุกคามทุกธุรกิจได้เช่นกัน ซึ่งเราไม่ควรกลัว แต่ต้องเตรียมพร้อมที่จะรับมือ” คุณโยธิน กล่าวแก่ผู้ร่วมสัมมนา และสรุปถึงแนวทางในการบริหารนวัตกรรม 3 ขั้นตอน

- 1.การสร้างสรรค้และแสวงหานวัตกรรม
- 2.การพัฒนาการผลิตเชิงพาณิชย์
- 3.การสร้างแบรนต์

การสร้างสรรค้และแสวงหานวัตกรรม

เดิมประเทศไทยต้องนำเข้ากระดาษสุทธิ สาเหตุส่วนหนึ่งคือ การขาดวัตถุดิบรองรับ ซึ่งในอดีตวัตถุดิบในอุตสาหกรรมกระดาษคือไม้ตัดจากป่าธรรมชาติ ดิบเบิ้ล เอ ได้ริเริ่มในการใช้ไม้ปลูกแทนไม้จากป่าธรรมชาติ

เริ่มจากการพัฒนาสายพันธุ์จากต่างประเทศ ดิบเบิ้ล เอ ได้ทุ่มเทกับการพัฒนาวัตถุดิบอย่างจริงจังมาตั้งแต่ปี พ.ศ. 2525 ด้วยงบวิจัยกว่า 200 ล้านบาท พร้อมนักวิชาการเกษตรนับร้อย ปรับปรุงสายพันธุ์จากแม่พันธุ์ไม้ทั่วโลกถึง 2,500 สายพันธุ์ทำให้คิดค้น ต้นกระดาษที่เหมาะสมกับสภาวะแวดล้อม ภูมิประเทศและภูมิอากาศของไทย ที่สามารถเติบโตนำมาใช้ได้ในเวลาเพียง 3 ปี มีความโดดเด่นด้วยเส้นใยสูง เหมาะแก่การทำกระดาษคุณภาพ

ถึงแม้ดิบเบิ้ล เอ จะพัฒนาสายพันธุ์ต้นกระดาษเป็นผลสำเร็จ แต่โจทย์สำคัญ คือ “ผู้ปลูก” บริษัทจึงริเริ่มการส่งเสริมการปลูก “ต้นกระดาษบนคันทนา” บนพื้นที่ว่างที่เกษตรกรไม่ได้ใช้ประโยชน์ เพื่อเป็นรายได้เสริมที่ยั่งยืนให้กับเกษตรกร “กระดาษจากคันทนา” จึงเป็นการเปลี่ยนโฉมอุตสาหกรรมกระดาษโลก ในการได้มาซึ่งวัตถุดิบเพื่อการผลิตกระดาษที่ยั่งยืน ปัจจุบันมีเกษตรกรเข้าร่วมโครงการปลูกต้นกระดาษจากคันทนาถึง 1.5 ล้านครอบครัว เพิ่มพื้นที่สีเขียวจากต้นกระดาษดิบเบิ้ล เอ ส่งเสริมเกษตรกรไทยให้มีรายได้เสริม ช่วยยกระดับชีวิตความเป็นอยู่ของเกษตรกรนับเป็นอีกหนึ่งนวัตกรรมเพื่อสังคม

“การสร้างนวัตกรรม เราสามารถมองย้อนกลับไปถึงระดับวัตถุดิบ ที่มาของนวัตกรรมนั้น อาจจะมาจากการวิจัยและพัฒนาโดยผู้ประกอบการเอง ตั้งแต่ต้นทาง หรือการค้นหาหรือเข้าถึงนวัตกรรมจากแหล่งอื่นแล้ว นำมาพัฒนาต่อยอด หรือใช้ทั้ง 2 วิธีการร่วมกัน”

การพัฒนาการผลิตเชิงพาณิชย์

นวัตกรรม ที่ได้ผลต้องมุ่งพัฒนาในเชิงพาณิชย์ ในลักษณะการผลิตในปริมาณมากได้ (Scalable) โดยผลิตภัณฑ์ต้องมีคุณภาพ ดิบเบิ้ล เอ จึงพัฒนาคุณภาพกระดาษดิบเบิ้ล เอ ให้เรียบลื่น คมชัดสวยงาม รองรับต่อการใช้งานของเทคโนโลยีพรีนเตอร์ในปัจจุบัน เพื่อลดการสูญเสียของกระดาษ และตั้งเป้าหมายส่งออกสู่ตลาดโลก ทำให้ในที่สุดประเทศไทยได้เขียนหน้าประวัติศาสตร์ของกระดาษ เปลี่ยนสถานะจากประเทศผู้นำเข้ากระดาษสุทธิ เป็นผู้ส่งออกกระดาษสุทธิ

เอสเอ็มอี จะแจ้งเกิดในตลาดได้ ต้องใช้ นวัตกรรม และนวัตกรรม จะแข่งขันได้ ก็ด้วยการผลิตจำนวนมาก จึงต้องพัฒนาศักยภาพธุรกิจไทยสู่การแข่งขันระดับโลก หรือยุทธศาสตร์ธุรกิจระดับโลกเชิงรุก (Global Platform)

การสร้างแบรนด์

การแข่งขันในตลาดโลก ด้วยนวัตกรรม ต้องสร้างแบรนด์ เพื่อให้สามารถเข้าสู่ตลาดได้ เช่นเดียวกับดิบเบิ้ล เอ ที่ใช้กลยุทธ์สร้างแบรนด์ให้กับกระดาษ เพื่อให้กลุ่มเป้าหมายเห็นความสำคัญกับคุณภาพกระดาษที่แตกต่าง และมุ่งสร้างความยั่งยืนให้กับธุรกิจอุตสาหกรรมกระดาษดิบเบิ้ล เอ ด้วยการบริหารจัดการผลิตภัณฑ์กระดาษให้เป็นมิตรกับ

สิ่งแวดล้อมมาจนถึงปัจจุบัน

“ศาสตราจารย์ฟิลิป คอตเลอร์ ปรมาจารย์ด้านการตลาดระดับโลก บอกกับผมว่า สิ่งที่ดีเยี่ยม เอท่า มีเรื่องราวมากมาย ที่น่านำไปถ่ายทอด ท่านได้เชิญผมไปเป็นวิทยากรร่วมบรรยายเรื่องบทบาทนวัตกรรมในสินค้าโภคภัณฑ์ ในงาน World Marketing Summit 2014 ที่ กรุงโตเกียว ประเทศญี่ปุ่น เพื่อนำเสนอการพัฒนาแบบการตลาด (Marketing Platform) ที่มองไปถึงสิ่งที่มากกว่าการสร้างการตระหนักรู้ในแบรนด์สินค้า ในโลกปัจจุบัน ซึ่งแบรนด์ที่จะประสบความสำเร็จต้องมีส่วนเกี่ยวข้องกับกลุ่มผู้คนที่กว้างขึ้น โนมน้าวกลุ่มคนเหล่านี้ ให้มีความห่วงใยต่อสิ่งที่ผู้บริโภคให้ความสำคัญ”คุณโยธิน กล่าว

จากกลยุทธ์การบริหารจัดการนวัตกรรมทางความคิด “กระดาศจากคันทนา” ที่มีเรื่องราวเริ่มต้นจาก ต้นกระดาศเพียง 1 ต้น ที่ขับเคลื่อนธุรกิจอุตสาหกรรมกระดาศดับเบิล เอ เด็บโตก้าวไกลสู่ตลาดโลก ปัจจุบันกระดาศดับเบิล เอ เป็นที่รู้จักในระดับนานาชาติ ในฐานะสินค้าไทยที่สามารถส่งออกกว่า 138 ประเทศทั่วโลก สร้างชื่อเสียงและสร้างรายได้ให้กับประเทศนับหมื่นล้านบาทต่อปี และมียอดขายเป็นอันดับ 1 ในประเทศเกาหลีใต้

“ทุกเอสเอ็มอี มีโอกาสเติบโตด้วยกลยุทธ์การบริหารนวัตกรรม แต่ต้องก้าวข้ามความท้าทายที่ต้องเผชิญด้วยการมีวิสัยทัศน์เชิงบวก พร้อมกับปลูกฝังแนวคิดการชุนนวัตกรรมในการบริหารจัดการ SMEs ไปสู่ทีมงานในธุรกิจของตัวเอง และสิ่งสำคัญคือการมีไอเดีย โดยการสร้างสรรค์นวัตกรรม แต่การสร้างสรรค์นวัตกรรม ไม่จำเป็นต้องพึ่งพาแต่เทคโนโลยีที่ล้ำสมัยเท่านั้น เรายังสามารถนำไอเดียดี ๆ ที่มีการสร้างสรรค์ไว้แล้วมาประยุกต์ใช้ในธุรกิจเชิงพาณิชย์ได้ โดยไม่มองข้ามการสร้างแบรนด์ ควบคู่การดำเนินธุรกิจที่คำนึงถึงความเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม เพื่อบริหารจัดการธุรกิจอย่างยั่งยืน นำมาซึ่งการขับเคลื่อนเอสเอ็มอี ไทยให้ก้าวไกลสู่ตลาดโลกได้ ในที่สุด”คุณโยธิน กล่าว

.....