

รอบรู้พลาสติก

ALL AROUND PLASTICS

Vol. 20 | No. 5 | September - October 2009 ISSN 0859-4392

ShinkoLite™
MITSUBISHI RAYON CO., LTD.

มิติใหม่ของแผ่นอะคริลิก

The Green Innovation of Acrylic Sheet

A Cutting-Edge Business Partner

ร่วมกันคิดแก้ปัญหา...ร่วมพัฒนาคุณภาพบรรจุภัณฑ์

**A Virtual Partnership to
Enhance Packaging Quality**

การจัดการของเสีย จากกระบวนการผลิต

ลดมลพิษในสิ่งแวดล้อมอย่างยั่งยืน

Minimizing industrial waste generation
and maximize waste utilization without landfilling



SCG
CHEMICALS

เจ้าของ SCG Chemicals เลขที่ 1 ถนนปูนซิเมนต์ไทย บางซื่อ กรุงเทพฯ 10800

Owner SCG Chemicals, 1 Siam Cement Road, Bangsue, Bangkok 10800

จัดทำโดย สื่อสารธุรกิจ บริษัท เอสซีจี เคมิคอลส์ จำกัด

Production Coordinator Business Communications, SCG Chemicals Co., Ltd.

ที่ปรึกษา Advisor

ชลนัฐ ญาณารณพ
Cholanat Yanaranop

บรรณาธิการ Editor

เมวิกา จารุพันธุ์
Maywika Jarupundh

กองบรรณาธิการ Editorial

พิชญา	ชำนาญนิธิวรรัต
Pichaya	Chamnannidiadha
รุ่งทิพย์	จงสิทธิ์โชค
Rungtip	Jongsuebchoke
ดร.พิเชษฐ	โรจนพิทยากร
Dr.Pichet	Rojanapitayakorn
อภากร	นระแสน
Apagorn	Narasaan
สุดสพรณ	แสงสุพรรณ
Sukanath	Sangsuban
อภิญา	ชลาหนท์
Apinya	Chalanon
ก้องชัย	วงศ์ทวีวัตร
Kongchai	Wonghiriwat
สมเจน	สุชศรีพานิชย์
Somjane	Sooksripanich
กิจชัย	เฉลิมสุขสันต์
Kitchai	Chalermuksant
วสันต์	โสรัตน์วรกุล
Wason	Sothievorakun
ธันวา	อุดมพิริยะศักดิ์
Thanwa	Udompiriyasak

ติดต่อกองบรรณาธิการ

Letters to Editor

Email: allaroundplastic@scg.co.th

Tel. 02 586 4184 Fax. 02 586 5561

ในช่วงที่ผ่านมาโลกเรามีโรคระบาดเกิดขึ้นใหม่ "โรคหวัด 2009" ที่คร่าชีวิตผู้ติดเชื้อไปเป็นจำนวนมากทั่วโลก และยังคงมียอดผู้ติดเชื้อเพิ่มสูงขึ้นเรื่อยๆ รอบรั้วพลาสติกทั่วไทยสุขภาพผู้อ่านทุกท่าน คอลัมน์เพื่อสุขภาพฉบับนี้ เราจึงนำเรื่อง ยิ้มสู้หวัด 2009 กันดีกว่า มาฝากค่ะ จากนั้น พบกับคุณไพบุลย์ จุลศักดิ์ศรีสกุล นักบริหารรุ่นใหม่ไฟแรงที่เป็นกำลังสำคัญในการนำ บริษัท คิงแพค อินดัสเทรียล จำกัด ก้าวสู่ความสำเร็จบนเวทีธุรกิจระดับโลก ในคอลัมน์เจาะใจคนเด่น

คอลัมน์เรื่องจากปก นำเสนอ SHINKOLITE แผ่นอะคริลิกคุณภาพสูงที่มีคุณสมบัติเด่นด้านความบางพิเศษ และการนำแสงได้ดี สามารถตอบสนองจินตนาการของสถาปนิกและผู้ใช้อย่างไร้ขีดจำกัด ในคอลัมน์ผลิตภัณฑ์ใหม่ฉบับนี้ เรายังคงนำเสนอเรื่อง Active Flow ต่อจากฉบับที่แล้ว โดยพูดถึงรายละเอียดในเชิงเทคนิคมากขึ้น เพื่อเป็นประโยชน์แก่ผู้ประกอบการในการพิจารณานำไปใช้ ปิดท้ายกันด้วยเรื่องเบาๆ พลิกไปอ่าน สีสันวันหยุดของเราชวนคุณผู้อ่านเพิ่มเติมนักผจญภัยในหัวใจด้วยเรื่องราวการผจญภัยล่องแก่งในลำน้ำบาย ที่งานรอบรั้วพลาสติกยินดีรับฟังความคิดเห็นและข้อเสนอแนะเพื่อปรับปรุงนิตยสารให้ถูกใจผู้อ่านยิ่งขึ้น [ส่งคำแนะนำได้ที่อีเมล allaroundplastic@scg.co.th](mailto:allaroundplastic@scg.co.th) ค่ะ

****พิเศษ สำหรับท่านผู้อ่านที่ร่วมแสดงความคิดเห็นผ่านบริการธุรกิจตอบรับ จะได้รับร่มสุดเก๋จาก เอสซีจี เคมิคอลส์ พร้อมมอบให้ทุกความเห็นที่ส่งเข้ามาค่ะ**

The Pandemic (H1N1) 2009 is spreading worldwide, *All Around Plastics* is concerned about your health; therefore, in *Well-Being*, we present you how to cope with this in *Smile in the Face of Pandemic (H1N1) 2009*. Also, we recommend you read *Interview* to get to know Mr. Paiboon Julasaksrisakul, the young executive who has led King Pac Industrial Co., Ltd. to global success.

The *Cover Story* introduces you to SHINKOLITE--the high-quality acrylic sheets that possess dominant properties of extra slimness and high light transmission, which can well meet the boundless imaginations of architects and end users. Then, move on to *New Product* to gain more technical knowledge of Active Flow, which was introduced in our previous issue. The innovative product is another choice for plastic product manufacturers to further utilize. In *Travel and Leisure*, we would like you to experience the exciting and challenging whitewater rafting in fast-flowing Pai River.

All Around Plastics always welcomes all comments and suggestions from our readers. Let us know how to improve our magazine to satisfy you best. **Don't hesitate to write us at email: allaroundplastic@scg.co.th**

****Attention! For any suggestions, you'll receive our chic SCG Chemicals umbrellas. This little gift will be given away especially for our readers!**



บทความและทัศนะที่พิมพ์ลงใน 'รอบรั้วพลาสติก' เป็นความคิดเห็นและคำแนะนำของผู้ประพันธ์ ไม่ได้เกี่ยวข้องกับ SCG Chemicals แต่อย่างใด
The articles and opinions in this 'All Around Plastics' are those of the writers and do not necessarily reflect the policy of SCG Chemicals.

About SCG Chemicals

เอสซีจี เคมิคอลส์ เป็น 1 ใน 5 กลุ่มธุรกิจของ เอสซีจี ดำเนินธุรกิจผลิตและจำหน่ายเคมีภัณฑ์ครบวงจร ตั้งแต่นั้นต้น ขึ้นกลาง และขั้นปลาย และเป็นผู้ผลิตชั้นนำในภูมิภาคเอเชียแปซิฟิก

SCG Chemicals is a subsidiary of SCG and is one of the Group's 5 core businesses. SCG Chemicals manufactures and supplies a full range of chemical products, ranging from upstream, intermediate, to downstream. SCG Chemicals is now one of the largest integrated chemical producers in Thailand and a key industry leader in the Asia-Pacific region.

ผลิตภัณฑ์หลักของ เอสซีจี เคมิคอลส์ Major products in SCG Chemicals

โอเลฟินส์ Olefins

- เอทิลีน Ethylene
- โพรพิลีน Propylene
- มิกซ์ ซี-4 Mixed c-4
- เบนซีน Benzene

โพลีโอเลฟินส์ Polyolefins

- เอชดีพีอี HDPE
- แอลดีพีอี / แอลแอลดีพีอี LDPE/LLDPE
- พีพี PP

ผลิตภัณฑ์ร่วมกับบริษัท มิตซูบิชิ เคมิคอลส์ ประเทศญี่ปุ่น

Joint venture with Mitsui Chemicals, Japan

- พีทีเอ PTA

- พีพี คอมพาวด์ PP Compound
- พีอีที PET

ผลิตภัณฑ์ร่วมกับบริษัท มิตซูบิชิ เรยอน ประเทศญี่ปุ่น
Joint venture with Mitsubishi Rayon, Japan

- เอ็มเอ็มเอ MMA
- บีเอ็มเอ BMA

ผลิตภัณฑ์ร่วมกับบริษัท ดาว เคมิคอล ประเทศสหรัฐอเมริกา
Joint venture with The Dow Chemical, USA

- แอลแอลดีพีอี LLDPE
- สไตรีนโมโนเมอร์ Styrene Monomer
- โพลิสไตรีน Polystyrene
- เอสบี เลเท็กซ์ SB Latex



36



22



10



4



33



<p>Cover Story เรื่องจากปก</p>	4	<p>26 CSR Focus เพื่อสังคม</p>
<p>ECO Value - ECO Recycle นำกลับมาใช้ใหม่ ให้เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม</p>	8	<p>29 Inside สถานการณ์ราคาเม็ดพลาสติก</p>
<p>Interview เจาะใจคนเด่น</p>	10	<p>30 Travel & Leisure สีสันวันพักผ่อน</p>
<p>Building Success Together (New Product) คู่คิด คู่ค้า คู่พัฒนา (ผลิตภัณฑ์ใหม่)</p>	15	<p>33 New Product ผลิตภัณฑ์ใหม่</p>
<p>Economy มองเศรษฐกิจ</p>	18	<p>36 Where to sit ร้านหนึ่ง</p>
<p>Well-Being เพื่อสุขภาพ</p>	20	<p>38 SCG Chemicals News ข่าวรอบรู้</p>
<p>Building Success Together (New Service) คู่คิด คู่ค้า คู่พัฒนา (บริการใหม่)</p>	22	<p>39 Calendar ปฏิทินกิจกรรม</p>



มิติใหม่ของแผ่นอะคริลิก The Green Innovation of Acrylic Sheet

ปัจจุบันพื้นที่ใช้สอยทั้งภายในและภายนอกอาคารมีความสำคัญมากขึ้น ส่งผลกระทบต่อพฤติกรรมผู้บริโภคยุคใหม่ ที่หันมานิยมใช้เฟอร์นิเจอร์และอุปกรณ์ใช้สอย รวมถึงสิ่งประดับตกแต่งต่างๆ ที่บางลงเรื่อยๆ เพื่อให้สามารถใช้ประโยชน์จากพื้นที่ที่จำกัดได้อย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น

ตัวอย่างสิ่งใกล้ๆ ตัวเราที่ได้รับอิทธิพลจาก Consumer Trend นี้อย่างเห็นได้ชัด เช่น โทรทัศน์ และป้ายโฆษณาสมัยใหม่ที่ล้วนเน้นความบางเป็นจุดขาย

สำหรับป้ายโฆษณาที่เราเห็นอยู่บ่อยๆ ในชีวิตประจำวัน เช่น ป้ายโฆษณาหน้าร้านสะดวกซื้อ หรือป้ายแสดงรายการอาหารตามร้านอาหารจานด่วน เป็นต้น มักมีการใช้วัสดุในการทำได้หลายแบบ ซึ่งหนึ่งในนั้น คือ สิ่งที่หลากหลาย ท่านอาจคุ้นเคยในชื่อว่า "กล่องไฟ" (Light Box) อย่างไรก็ตาม ส่วนใหญ่อาจยังไม่ทราบว่า วัสดุที่นำมาใช้เพื่อให้แสงไฟส่องผ่านออกมานั้น หนึ่งในนั้นก็คือ "แผ่นอะคริลิก" นั่นเอง

ป้ายโฆษณาที่สามารถพบเห็นได้ทั่วไปมักมีความหนามาก ทำให้จำเป็นต้องใช้โครงสร้างขนาดใหญ่เพื่อรับน้ำหนัก นอกจากนี้ การที่จะต้องวางหลอดไฟไว้ด้านหลังแผ่นอะคริลิกเพื่อให้แสงส่องผ่านออกมานั้น ทำให้เห็นแนวหลอดไฟที่อยู่ด้านหลังได้อย่างชัดเจน ซึ่งเป็นอุปสรรคต่อความสวยงามของป้ายและสิ่งรอบข้าง ด้วยเหตุนี้เอง เทคโนโลยีสมัยใหม่ในการนำแสงและกระจายแสง ซึ่งเป็นเทคโนโลยีเดียวที่ใช้กับแผ่นกระจายแสงในหน้าจอตอมพิวเตอร์, TV-LCD, และ TV-LED แผ่นอะคริลิกชนิดพิเศษที่ใช้ไฟส่องสว่างจากด้านข้าง (Edge Light) จึงได้ถูกนำมาใช้ เพื่อที่จะสามารถทำให้หน้าจอดังกล่าวสว่างขึ้นมาได้อย่างสวยงาม

ประโยชน์ที่ได้จากเทคโนโลยีดังกล่าวคือ หน้าจอมีขนาดบางลงอย่างเห็นได้ชัด ซึ่งสามารถนำมาประยุกต์ใช้ในการผลิตกล่องไฟที่มีขนาดใหญ่แต่บางลงได้ อีกทั้งยังช่วยในการประหยัดไฟมากกว่ากล่องไฟแบบเดิมอีกด้วย ทำให้สามารถตอบสนองความต้องการของนักออกแบบสร้างสรรค์สื่อโฆษณาที่ต้องการดีไซน์ที่สวยงาม ทันสมัยและโดดเด่นไม่ซ้ำใคร ภายใต้อุปกรณ์ที่จำกัดได้เป็นอย่างดี

บริษัท ไทย เอ็มเอ็มเอ จำกัด ซึ่งเป็นบริษัทร่วมทุนระหว่าง เอสซีจี เคมิคอลส์ และบริษัท มิตรชัย เรยอน จำกัด ประเทศญี่ปุ่น ขอนำเสนอแผ่นอะคริลิกคุณภาพสูง ซึ่งผลิตจากเทคโนโลยีการผลิตแผ่นอะคริลิกแบบหล่อแผ่นแบบต่อเนื่อง (Continuous Cast Sheet) ใหม่ล่าสุดจากประเทศญี่ปุ่น ภายใต้เครื่องหมายการค้า SHINKOLITE ซึ่งเป็นแผ่นอะคริลิกที่มีคุณสมบัติเด่นด้านการนำแสงได้ดี (Optical Grade, LX) และจากประโยชน์ในการนำแสงได้ดีของ SHINKOLITE เกรด LX นี้เอง เราสามารถประยุกต์นำไปใช้เป็นของตกแต่งประเภทต่างๆ เช่น ชั้นแสดงสินค้าที่มีความสว่าง เป็นต้น และหากใช้หลอดไฟ LED ที่สามารถเปลี่ยนสีได้ ชั้นแสดงสินค้าดังกล่าวก็สามารถเปลี่ยนสีตามสีของหลอดไฟ LED เพื่อเพิ่มความน่าสนใจให้กับสินค้าได้เป็นอย่างดีอีกด้วย แผ่นอะคริลิกที่มีการนำแสงได้ดี (Optical Grade, LX) จึงเป็นหนึ่งในผลิตภัณฑ์ที่สามารถตอบสนองจินตนาการอย่างไร้ขีดจำกัดของสถาปนิกและเจ้าของบ้านที่จะเติมแต่งและ



SHINKOLITE เกรด LX N875 สามารถนำไปใช้กับป้ายโฆษณาขนาด 1.50 x 1.07 เมตร
SHINKOLITE LX N875 can be used to make large advertisement boards sized 1.50 x 1.07 meters.

รังสรรค์สิ่งตกแต่งภายในให้มีความหลากหลายของสี โดยใช้ประโยชน์จากเทคโนโลยีของแผ่นอะคริลิกเกรดกระจายแสงนั่นเอง

นอกจากแผ่นอะคริลิก SHINKOLITE เกรดพิเศษดังกล่าวแล้ว ไทย เอ็มเอ็มเอ ยังมีแผ่นอะคริลิก SHINKOLITE อีก 2 เกรด ได้แก่ เกรดสำหรับ

คุณสมบัติ	กล่องไฟแบบเดิม	กล่องไฟแบบบาง
จำนวนหลอดไฟ / กำลังไฟ	3 หลอดขนาด 4 ฟุต / 108 วัตต์	หลอดไฟ LED / 43.2 วัตต์
ความหนาของกล่อง	15-20 เซนติเมตร	2.5-5.0 เซนติเมตร
เวลาในการเปลี่ยนรูป	ใช้เวลานาน	ใช้เวลาสั้น
แนวหลอดไฟ	เห็นแนวหลอดไฟเมื่อหลอดไฟสว่างน้อยลง (หลอดไฟวางที่ด้านหลังของแผ่นอะคริลิก)	ไม่เห็นแนวหลอดไฟเมื่อหลอดไฟสว่างน้อยลง (หลอดไฟวางที่ด้านข้างของแผ่นอะคริลิก)
สีของภาพ	ความร้อนจากหลอดทำให้ภาพซีดจางลงได้เร็ว	ไม่มีความร้อนที่แผ่นอะคริลิก ทำให้ภาพไม่ซีดจางลง



ภาพเปรียบเทียบกล่องไฟแบบทั่วไป (ซ้าย) และแบบบางเป็นพิเศษซึ่งใช้แผ่นอะคริลิก SHINKOLITE เกรด LX N875 (ขวา)
Comparison of conventional light box (Left) and the slim light box using SHINKOLITE LX N875 acrylic sheet (Right)

งานทั่วไป และเกรดสำหรับงานสุขภัณฑ์ ซึ่งจุดเด่นของกระบวนการผลิตแผ่นอะคริลิกแบบหล่อแผ่นแบบต่อเนื่องคือ จะได้ผลิตภัณฑ์ที่มีความหนาสม่ำเสมอ มีสิ่งปลอมปนต่ำ และได้แผ่นที่สามารถนำไปตัดงอขึ้นรูปได้ด้วยอุณหภูมิที่ต่ำกว่าการผลิตแผ่นอะคริลิกแบบทั่วไปอีกด้วย แผ่นอะคริลิก SHINKOLITE จึงเป็นอีกทางเลือกหนึ่งของผู้ผลิตที่ต้องการผลิตภัณฑ์เพื่อใช้ในกระบวนการผลิตที่ประหยัดพลังงาน (Energy Conservation) ได้เป็นอย่างดี

สำหรับโรงงานผลิตแผ่นอะคริลิกแบบหล่อแผ่นแบบต่อเนื่องของบริษัท ไทย เอ็มเอ็มเอ จำกัด ซึ่งมีกำลังการผลิตที่ 20,000 ตันต่อปี จะเริ่มดำเนินการผลิตและจัดจำหน่ายในเดือน ธันวาคม 2552

หากสนใจสอบถามข้อมูลเพิ่มเติมติดต่อ

คุณวสันต์ โสถถิ์วรกุล ผู้จัดการขายและบริการเทคนิค ธุรกิจ Continuous Cast Sheet บริษัท ไทย เอ็มเอ็มเอ จำกัด โทร 0-2586-5876

คุณสาวตรี อึ้งอารี เจ้าหน้าที่บริหารงานขาย Continuous Cast Sheet บริษัท ไทย เอ็มเอ็มเอ จำกัด โทร 0-2586-5812

Thermoforming Condition

	Shinkolite DX	Conventional glass cell cast
Bending	130-150 DegC	160-180 DegC
Vacuum forming (shallow)	130-150 DegC	160-180 DegC
Vacuum forming (deep)	150-170 DegC	180-200 DegC
Free blow	150-160 DegC	180-190 DegC

**This condition depends on each oven condition. Please contact Thai MMA Co., Ltd. for further information.*



As interior and exterior spaces are increasingly limited, consumers nowadays turn to look for slimmer furniture, appliances, and decorations to utilize of the limited spaces they have more effectively.

The clear evidence of this consumer trend is the modern television sets and advertisement boards of which slimmness is their selling point.

Properties	Conventional Light Boxes	Slim Light Boxes
The number of light bulbs / the power of light (Box size 1.2x0.8 mxm)	3 tubes, 4-foot-long / 108 watts	LEDs / 43.2 watts
The thickness of light boxes	15-20 centimeters	2.5-5.0 centimeters
Picture display changing time	Long	Short
Light tube's appearance	The shapes of light tubes are visible when the tubes are less bright. (Tubes are placed behind acrylic sheets.)	The shapes of light bulbs do not show when the bulbs are less bright. (Bulbs are placed beside acrylic sheets.)
Picture colors	Heat from tubes fades pictures quickly.	Acrylic sheets are not heated, so pictures will not fade.

The advertisement boards we normally see in everyday life, such as boards in front of convenience stores, and the menu boards at fast-food restaurants are made of several materials. The boards that are most familiar to you are light boxes. However, you may not be aware that the one of the material with the translucent property used in them is acrylic sheet.

Conventionally, advertisement boards are very thick, thus requiring large structures to support their weight. Besides, the light tubes placed behind acrylic sheets to light up the boards tend to be highly visible, and thus obstruct the glamorous effects of the boards and their surroundings. Therefore, a new light guide and diffusion technology was invented and applied to the light guide plate in computer monitors, LCD TVs and LED TVs. The special acrylic sheet grade was designed to use in compatible with edge light, which is applied to guarantee the beautiful glow of such displays.

As well, the technology leads to the significantly slimmer displays which, in turn, enable the production of the larger but slimmer light boxes that consume less energy than conventional light boxes do. It meets the needs of creative professionals who love the beautiful, modern and unique designs that fit limited space well.



ด้วยความหนาที่สม่ำเสมอและมีการกระจายแสงที่ตลอดทั้งแผ่นของ SHINKOLITE เกรด LX จึงเหมาะที่จะนำมาใช้เป็นแผ่นกระจายแสงในหน้าจอคอมพิวเตอร์
 With its uniform thickness and high light transmission, the SHINKOLITE LX acrylic sheet is suitable to be used as the light guide plate in liquid crystal displays (LCD screens).

diffusing acrylic sheet.

Apart from the special grade of SHINKOLITE acrylic sheet, Thai MMA also offers two more grades for general applications, and for sanitary wares. The advantages of the continuous cast technology are that the thickness of the finished sheet is consistent, contamination is low, and the sheet can be bended and shaped at lower temperatures than conventional acrylic sheet. After all, SHINKOLITE acrylic sheet is thus a good choice for manufacturers to reduce energy consumption in their production processes.

The continuous cast sheet plant of Thai MMA Co., Ltd has the production capacity of 20,000 tons of acrylic sheets per year. Its commercial production



SHINKOLITE ที่ถูกนำไปใช้เป็นชั้นแสดงสินค้า (Display) ที่ SCG Experience ช่วยเสริมให้สินค้าบนชั้นดูน่าสนใจยิ่งขึ้น ด้วยหลอดไฟ LED สีต่างๆ
 Used in the product display at SCG Experience, the high-quality SHINKOLITE acrylic sheet helps make the products more intriguing with various LED lights on.

Thai MMA Company Limited, the joint venture of SCG Chemicals and Mitsubishi Rayon Company Limited of Japan, has introduced "SHINKOLITE" –high-quality acrylic sheets produced with the latest continuous cast technology from Japan. The special grade of SHINKOLITE acrylic sheet, optical grade (LX), possesses dominant property of good light transmission. With this property, SHINKOLITE's optical (LX) grade can be used to produce decorative objects, such as illuminated shelves. If color-changing LEDs are used, such shelves can change colors accordingly, thus making displayed products more attractive. Therefore, optical grade (LX) acrylic sheet can well meet the boundless imaginations of architects, and home owners, who favor colorful interior decorations, thanks to the advance technology that brings about the light-

will start in December 2009.

For more information, please contact:

Mr. Wason Sothievorakun, Sales and Technical Service Manager-Continuous Cast Sheet Business, Thai MMA Company Limited Tel. 0-2586-5876

Ms. Sawitree Eungaree, Continuous Cast Sheet Sales Executive, Thai MMA Company Limited Tel. 0-2586-5812 ■



จากขวดพลาสติกสู่อากาศนึ่งงาม อีกแนวทางแห่งการอนุรักษ์ที่ยั่งยืน

From plastic to fantastic attire: An alternative way to sustainable preservation



ยามใดที่คุณหยิบเสื้อกันหนาวที่ผลิตจากเส้นใยโพลีเอสเตอร์มาสวมใส่เพื่อคลายหนาว คุณอาจไม่ทราบว่า เสื้อสวยๆ ที่เราสวมใส่อยู่นั้น ส่วนหนึ่งทำมาจากขวดน้ำพลาสติกที่เราดื่มอยู่ทุกวันนี้เอง ซึ่งมาจากการนำขวดที่ใช้แล้วมาผ่านกระบวนการรีไซเคิล แล้วแปรรูปเป็นเส้นใยนำมาทอเป็นเครื่องนุ่งทอ

ในแต่ละปี การนำขยะพลาสติกกลับมาใช้ใหม่จะสามารถลดค่าใช้จ่ายในการกำจัดขยะนับหลายสิบล้านบาท ซึ่งนอกจากจะช่วยลดพื้นที่ที่จะต้องใช้ในการฝังกลบขยะเหล่านี้แล้ว ยังช่วยลดมลภาวะเป็นพิษต่อสิ่งแวดล้อมที่เกิดจากการเผาขยะเหล่านี้อีกด้วย หลายประเทศ เช่น สหรัฐอเมริกา และประเทศในทวีปยุโรปต่างส่งเสริมการนำขยะพลาสติกมาผ่านกระบวนการรีไซเคิลเพื่อนำกลับมาผลิตเป็นสินค้าพลาสติกประเภทอื่นๆ และยังคงแรงจูงใจให้ประชาชนในประเทศใช้สินค้าที่มีส่วนผสมจากวัสดุรีไซเคิลอีกด้วย

จากรายงานของ American Plastics Council พบว่า ในปี พ.ศ. 2544 ร้อยละ 35 ของขวดน้ำพลาสติกรีไซเคิลจะถูกนำมาผ่านกระบวนการแปรรูปให้อยู่ในรูปของเส้นใยโพลีเอสเตอร์ (Polyester) เพื่อนำมาใช้ในการผลิตสิ่งทอ ก่อนจะนำไปตัดเย็บเป็นเสื้อผ้า พรม และผลิตภัณฑ์อื่นๆ ที่เกี่ยวข้องกับสิ่งทอ

ขวดพลาสติกที่ถูกนำมารีไซเคิลและแปรรูปเป็นเส้นใยโพลีเอสเตอร์ดังกล่าวนี้ เป็นขวดประเภท PET (Polyethylene

Terephthalate) โดยในแต่ละปีมีขยะขวดพลาสติกประเภทนี้มากถึง 1.5 ล้านตันทั่วโลกโดยประมาณ ซึ่งการที่ขวด PET สามารถนำมาแปรรูปเป็นเส้นใยโพลีเอสเตอร์ได้ เนื่องจากทำมาจากเม็ดพลาสติก PET ซึ่งมีพื้นฐานการผลิตจากผลิตภัณฑ์ปิโตรเลียม เช่น น้ำมันหรือก๊าซธรรมชาติ ดังนั้นการรีไซเคิลวัสดุเหล่านี้จึงนับเป็นการลดการใช้ทรัพยากรด้านพลังงานลง จากรายงานของบริษัท Wellman Inc. ซึ่งเป็นบริษัทผู้ผลิตเสื้อผ้าชั้นนำในสหรัฐอเมริกาที่ใช้เส้นใยจากขวดพลาสติกรีไซเคิล พบว่าถ้านำขวดพลาสติกจำนวน 3 พันล้านขวดมาผ่านกระบวนการรีไซเคิล จะสามารถลดการใช้ น้ำมันได้ถึง 500,000 บาร์เรลต่อปี รวมทั้งยังช่วยลดพื้นที่การเพาะปลูกวัตถุดิบที่ใช้ในการทอผ้าอีกด้วย

ขั้นตอนในการรีไซเคิลขวดน้ำพลาสติกเพื่อผลิตเส้นใยโพลีเอสเตอร์นั้น เริ่มจากการตัดแยกขวดน้ำพลาสติกใส แล้วนำมาผ่านกระบวนการฆ่าเชื้อและตัดให้มีขนาดเล็กลง แล้วจึงนำไปหลอม จากนั้น จะผ่านกระบวนการแปรรูปเป็นเส้นใย

โพลีเอสเตอร์ ซึ่งเส้นใยที่ได้จะมีคุณสมบัติบางและยืดหยุ่น โดยสามารถนำไปถักทอให้เป็นสิ่งทอประเภทต่างๆ เช่น เสื้อผ้าขนแกะสังเคราะห์ (Synthetic Fleece) เสื้อยืด เสื้อกีฬา ถุงมือ กระเป๋า รองเท้า เป็นต้น นอกจากนี้ เส้นใยเหล่านี้ยังสามารถนำไปทอรวมกับเส้นใยธรรมชาติอื่นๆ ได้อีกด้วย เช่น ฝ้าย ปอ หรือป่าน ขึ้นอยู่กับวัตถุประสงค์ของการใช้งาน

เมื่อทราบถึงคุณค่าของขวดน้ำพลาสติกที่ไม่ใช้แล้ว ครั้งต่อไปที่คุณเติมน้ำจากขวดพลาสติก ฟังตระหนกไว้ว่าคุณเองสามารถมีส่วนร่วมในการลดการใช้พลังงานน้ำมันและมลพิษตลอดจนช่วยรักษาสิ่งแวดล้อมได้ต่างๆ โดยการทิ้งขวดที่ไม่ใช้แล้วลงถังแยกประเภทขยะรีไซเคิล เพื่อให้สามารถนำขยะเหล่านั้นกลับมาใช้ใหม่ได้อีกครั้ง

When you snuggle up in a polyester sweater that warms you up, you may not know that the beautiful outfit you are wearing is made of drinking plastic bottles that we drink and dispose every day. Through a recycling process, these bottles are converted into fibers which are finally woven into clothes.

and spun into fibers for clothing, carpets and other textiles.

The recycled plastic bottles, which are later converted into fibrous polyester, are made of PET (Polyethylene Terephthalate) resin. Worldwide, approximately 1.5 million tons of PET bottle garbage is collected each year. The fundamental reason that PET bottles can be converted into polyester is because PET resin, the raw material, is based on petroleum products, such as crude oil, or natural gas. Therefore, recycling of that petroleum-based polyester is considered an alternative way for energy conservation.

The recycling process that turns plastic bottles into polyester starts from separating out PET bottles, then taking them through sterilization process. Subsequently, they are crushed, chopped, and melted. The melted plastic is then squeezed through a shower-head-like device, producing fibrous polyester strands. Those strands are later stretched to make them thin, strong and flexible, ready to be woven into various textile products such as synthetic fleece, T-shirts, sweatshirts, gloves, bags, shoes and so on. In addition, polyester can also be blended and woven



ขวดพลาสติกประเภท PET ที่นำมารีไซเคิล เป็นวัตถุดิบสำคัญในการผลิตเส้นใยโพลีเอสเตอร์
Recycled PET bottles – a major raw material for producing fibrous polyester

นอกจากเสื้อผ้าแล้ว ยังมีผลิตภัณฑ์อื่นๆ เช่น กระเป๋าสะพายหลัง และถุงมือ ที่สามารถผลิตด้วยเส้นใยจากขวดพลาสติกประเภท PET
Besides clothing, other products like backpacks and gloves are also made of recycled-PET fabric.

By recycling valueless plastic garbage, we can save waste-treatment costs by millions of baht each year. Not only we can save spaces used to landfill this waste, but the harmful pollution resulting from the burning of these materials can also be lowered. Not surprisingly, many countries, such as the United States and European countries, encourage the reprocessing of plastic waste into more useful plastic products, and campaign for the use of products made of recyclable materials.

with natural fiber, like cotton or hemp, depending on purposes of applications.

Now that you know the value of used plastic bottles, next time when you drink water from them, please keep in mind that you can do your part in saving energy and the environment by separating garbage plastic bottles before disposal for recycling purposes. ■

According to a study by the American Plastics Council, in 2001, 35% of plastic bottles were recycled

แหล่งข้อมูล Sources/References
<http://www.americanchemistry.com/plastics/>
<http://www.wellmaninc.com/>
<http://www.magnifeco.com/page/6/>
<http://www.myspace.com/472970940>



นักธุรกิจรุ่นใหม่

มุ่งพัฒนา KPI สู่นำตลาดถุงพลาสติกโลก

A new generation executive to steer plastic bag business to world class position

จากอดีตจนถึงปัจจุบัน การแข่งขันทางธุรกิจดำเนินไปอย่างต่อเนื่อง และทวีความรุนแรงมากขึ้น ไม่ว่าจะเป็นด้านการขยายขอบเขตทางธุรกิจ กลยุทธ์การตลาดเพื่อสร้างความแตกต่าง รวมถึงแนวคิดการบริหารจัดการในด้านต่างๆ หนึ่งในปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อความสามารถทางการแข่งขันขององค์กรที่ประสบความสำเร็จส่วนใหญ่ ได้แก่ การถ่ายทอดความรู้ ประสบการณ์ และแนวคิดในการบริหารจัดการธุรกิจ จากผู้บริหารรุ่นเก่าไปสู่รุ่นใหม่ ซึ่งหากทำได้อย่างต่อเนื่อง และชัดเจน ย่อมช่วยในการพัฒนาต่อยอดธุรกิจให้บรรลุวัตถุประสงค์และเป้าหมาย เพื่อนำพาองค์กรสู่ความสำเร็จในจุดสูงสุด

หนึ่งในองค์กรที่เป็นตัวอย่างอันน่าชื่นชมของการถ่ายทอดประสบการณ์ในธุรกิจที่ยาวนานของผู้บริหารยุคเก่า ผสานเข้ากับมุมมองการจัดการสมัยใหม่ได้อย่างลงตัว คือ บริษัท คิงแพค อินดัสเตรียล จำกัด (King Pac Industrial หรือ KPI) ซึ่งดำเนินธุรกิจเกี่ยวกับการผลิต และจัดจำหน่ายถุง

พลาสติกทุกประเภท และนับเป็นผู้ผลิตถุงพลาสติกรายใหญ่ที่สุดในเอเชียบริษัทหนึ่ง

คุณไพบูลย์ จุลศักดิ์ศรีสกุล เป็นนักธุรกิจรุ่นใหม่ไฟแรงที่เข้ามาสืบทอดกิจการบริหารคิงแพคต่อจาก คุณเสรี จุลศักดิ์ศรีสกุล ผู้เป็นบิดา ซึ่งเป็นผู้ก่อตั้งคิงแพค ปัจจุบัน คุณไพบูลย์ นับว่าเป็นหัวเรี่ยวหัวแรงสำคัญในการนำพาคิงแพคก้าวไปอีกขั้นสู่การแข่งขันในตลาดถุงพลาสติกระดับโลก

คุณไพบูลย์เล่าถึงจุดเริ่มต้นของ คิงแพค ตลอดจนเส้นทางการเติบโตของธุรกิจตั้งแต่ครั้งก่อตั้งโดยบิดาว่า "คุณพ่อ (คุณเสรี จุลศักดิ์ศรีสกุล) เริ่มต้นธุรกิจการผลิตถุงพลาสติกมากกว่า



30 ปีแล้ว โดยเริ่มจากกิจการผลิตถุงประเภทถุง Zip เมื่อปี 2519 ในชื่อ IQ Plastic Co., Ltd. ซึ่งต่อมาเปลี่ยนชื่อเป็น Siam Zip 1992 Co., Ltd. ภายหลังได้มีผู้ร่วมทุนจากประเทศเยอรมันและมาเลเซียมาร่วมธุรกิจนี้ด้วย โดยเน้นไปที่การผลิตถุงเพื่อส่งออกไปยังยุโรป ในนามบริษัท Zip Pac Co., Ltd. จนกระทั่งปี 2539 ได้ขยายกิจการและก่อตั้งบริษัท **คิงแพค อินดัสเตรียล** เพื่อทำธุรกิจผลิตถุงพลาสติกทุกประเภท เพื่อส่งออกต่างประเทศ"

เนื่องจากคุณเสรี จุลศักดิ์ศรีสกุล ประธานกรรมการบริษัท เป็นทั้งนักบริหารและนักลงทุน ตลอดเวลาที่ผ่านมามีมีการครอบครองธุรกิจมากมาย อาทิเช่น ธุรกิจประเภท อสังหาริมทรัพย์ ธุรกิจทางด้านสถาบันการศึกษา ทางด้านการแพทย์ อุตสาหกรรมต่างๆ จนกระทั่งปี 2540 ได้มีการวิเคราะห์ถึงแนวโน้มของการลงทุนหลังวิกฤติเศรษฐกิจโดยเลือกให้ความสำคัญกับธุรกิจที่มีแนวโน้มเติบโตได้ดีที่สุดในขณะนั้นได้แก่ ธุรกิจส่งออก จึงทำให้ คิงแพค (KPI) ขยายโรงงานถุงพลาสติกอย่างรวดเร็ว เพื่อรองรับความต้องการของตลาดที่มากขึ้นในขณะนั้นด้วย และยังเพิ่ม line การผลิตถุงขยะ (trash bag) และถุงรีไซเคิล (recycle bag) และสินค้าอีกมากมาย เพื่อส่งออกไปยังต่างประเทศนับแต่เป็นต้นมา จวบจนปัจจุบัน คิงแพค สามารถก้าวสู่การเป็นผู้ผลิตถุงพลาสติกเพื่อส่งออกที่มีฐานการผลิตใหญ่เป็นอันดับหนึ่งในภูมิภาคเอเชีย"

ก่อนเป็นอันดับแรก รวมไปถึงการดูแลกระบวนการผลิตเพื่อให้เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม หลังจากเรียนรู้นานด้านการผลิตได้ระยะหนึ่ง จึงเข้ามาดูผลงานในฝ่ายขายและพัฒนาธุรกิจจนถึงปัจจุบัน"

เมื่อเข้ามาเป็นผู้บริหารเต็มตัว ภารกิจที่คุณไพบูลย์ให้ความสำคัญสำคัญเป็นลำดับต้นๆ คือ การปรับกลยุทธ์ด้านการตลาด รวมไปถึงแนวคิดการขยายพันธมิตรร่วมทุนทางธุรกิจ (Business Alliance) เพื่อขยายตลาดใหม่ๆ ไปยังประเทศต่างๆ มากขึ้น ซึ่งเป็นสิ่งที่เปลี่ยนแปลงอย่างเด่นชัดหลังจากที่เขาเข้ามาสืบทอดการบริหารจากบิดา จากเดิมพันธมิตรทางธุรกิจของบริษัทมีเพียง 3 ประเทศหลัก คือ สหรัฐอเมริกา ยุโรป และญี่ปุ่น จนปัจจุบันพันธมิตรทางธุรกิจของบริษัท คิงแพค อินดัสเตรียล จำกัด ขยายวงกว้างเพิ่มมากขึ้นกว่า 10 ประเทศทั่วโลก โดยพัฒนาจากฐานลูกค้าเดิมกว่า 38 ประเทศทั่วโลก

"การบริหารจัดการเกี่ยวกับเรื่องการตลาด และพันธมิตรทางธุรกิจเดิมที่จะเป็นไปในลักษณะ การบริหารการตลาดเชิงรับ แต่เนื่องด้วยเศรษฐกิจในปัจจุบันเริ่มที่จะถดถอยลง จึงทำให้ต้องปรับเปลี่ยนกลยุทธ์ด้านการตลาดให้เป็น การบริหารการตลาดเชิงรุก โดยต้องเข้าถึงลูกค้ามากยิ่งขึ้น กล่าวคือ ต้องมีการสังเกตพฤติกรรมผู้บริโภคสินค้า สอบถามความคิดเห็นและความต้องการสินค้าของผู้บริโภคโดยตรง เพื่อนำไปปรับปรุง แก้ไข และพัฒนาสินค้าให้ตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคได้ตรงจุดมากที่สุด"



คุณไพบูลย์ จุลศักดิ์ศรีสกุล ผู้ช่วยกรรมการผู้จัดการ บริษัท คิงแพค อินดัสเตรียล จำกัด นักธุรกิจรุ่นใหม่ที่มีวิสัยทัศน์กว้างไกล
Mr. Paiboon Julasaksrisakul, Assistant Managing Director of King Pac Industrial Company Limited (KPI), the new generation with great vision in management.

เมื่อครั้งเริ่มแรกทำงาน **คุณไพบูลย์** ได้รับมอบหมายจากบิดาให้รับผิดชอบด้านการควบคุมการผลิตเพื่อลดต้นทุน และด้านการพัฒนาประสิทธิภาพของเครื่องจักรในโรงงานใน **บริษัท คิงแบ็ก จำกัด (King Bag Co., Ltd.) และ บริษัท คิงแพค อินดัสเตรียล จำกัด** ที่ดำเนินธุรกิจผลิตและจำหน่ายสินค้าภายในประเทศ เป็นระยะเวลากว่าปีเศษ ด้วยการทำงานที่มุ่งมั่น และมีวิสัยทัศน์ จนครบครันรวมถึงถึงความตั้งใจจริงในการทำงาน จึงมอบหมายหน้าที่ความรับผิดชอบในการดูแลบริหารธุรกิจ ในตำแหน่ง **ผู้ช่วยกรรมการผู้จัดการ บริษัท คิงแพค อินดัสเตรียล จำกัด** อย่างเต็มตัว

"ผมเริ่มต้นการบริหารคิงแพค จากการเข้ามาควบคุมสายการผลิตในโรงงานเพื่อลดต้นทุน และพัฒนาประสิทธิภาพของเครื่องจักร

"จากแนวคิดการตลาดเชิงรุก เพื่อสร้างเครือข่ายพันธมิตรทางธุรกิจในประเทศต่างๆ ทำให้เราออกไปพบกับลูกค้าผู้ใช้สินค้าจริงมากขึ้น เพื่อรับฟังความต้องการของพวกเขา และนำไปใช้ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ ให้ตรงตามความต้องการของเขาให้ได้มากที่สุด และมีการลงทุนในเรื่องการวิจัยและพัฒนาเครื่องจักร และสินค้า เช่น ถุงขยะ (Garbage Bag) ที่เรานำมาปรับเปลี่ยนจากถุงขยะแบบเดิม ให้กลับกลายเป็นถุงขยะที่มีเชือกผูกปากถุง (Draw Tape) เพื่อความสะดวกสบายในการใช้งานมากยิ่งขึ้น หรือจะเป็นการพัฒนาถุงซิป (Zip Lock) ภายใต้ Brand ของคิงแพคเอง ที่เพิ่มความแตกต่างตรงตัวซิปให้เป็นแบบ Double-Zip เพื่อช่วยเพิ่มความมั่นใจให้ผู้ใช้ต่อความสามารถในการปิดผนึก รวมถึงการเปลี่ยน

packaging ของ ของถูชิป ดังกล่าวจากแบบกล่องให้เป็นแบบถุง ที่ง่ายต่อการพกพาและหยิบใช้มากขึ้น เป็นต้น" คุณไพลูลย์กล่าว

อีกสิ่งหนึ่งที่ทำให้ทายความสามารถของนักบริหารรุ่นใหม่เช่นคุณไพลูลย์ ย่อมหนีไม่พ้นการนำพิกิจการให้อยู่อุดจากวิกฤติเศรษฐกิจในปัจจุบันที่ส่งผลกระทบต่อแทบทุกธุรกิจ โดยเฉพาะอย่างยิ่ง คิงแพค เป็นธุรกิจที่ทำการผลิตเพื่อส่งออก ซึ่งจัดอยู่ในกลุ่มเสี่ยงต่อพิษเศรษฐกิจมากที่สุดธุรกิจหนึ่งนั้นน่าจะได้รับผลกระทบบ้างไม่มากก็น้อย ซึ่งคุณไพลูลย์เห็นว่า "จริงอยู่ที่ตลาดหลักๆ ของคิงแพค อยู่ในทั้งสหรัฐอเมริกา ยุโรปและญี่ปุ่น ที่ล้วนเป็นประเทศที่เป็นศูนย์กลางของวิกฤติเศรษฐกิจครั้งนี้ แต่เรายังนับว่าโชคดีที่แทบไม่ได้รับผลกระทบเลย เนื่องจากประสบการณ์อันยาวนานในการบริหารธุรกิจ และในเรื่องตลาดถุงพลาสติกตั้งแต่รุ่นคุณพ่อ ได้ถูกถ่ายทอดเป็นบทเรียนให้เราเริ่มการวางแผนเพื่อเตรียมการรับมือกับผลกระทบที่อาจเกิดขึ้นจากวิกฤติเศรษฐกิจได้เป็นอย่างดี ซึ่งในช่วงนี้ ผมมองว่ากลับเป็นเรื่องดีมากกว่า ที่ทำให้เราได้มีโอกาสทำตลาดเชิงรุกมากขึ้น คือ ได้ออกไปพบและรับทราบความต้องการของลูกค้าผู้ใช้สินค้าจริง รวมถึงสร้างความสัมพันธ์กับตัวแทนจำหน่ายในประเทศต่างๆ มากขึ้น"

เกี่ยวกับมุมมองต่อผลกระทบของวิกฤติเศรษฐกิจปัจจุบันที่มีต่อธุรกิจถุงพลาสติก คุณไพลูลย์เห็นว่า "สินค้าหลายประเภทมีความต้องการซื้อเพิ่มขึ้นสวนทางกับกระแสเศรษฐกิจปัจจุบันหนึ่งในนั้นก็คือถุงพลาสติก โดยเฉพาะ ถุง Shopping bag หรือ ถุง T-Shirt bag ช่วงที่เศรษฐกิจไม่ดี คนก็ออกไปจับจ่ายซื้อของเพื่อนำกลับมาทำอาหารรับประทานเองที่บ้านมากขึ้น กลับกลายเป็นว่าต้องใช้ถุงใส่ของและถุงขยะมากยิ่งขึ้น รวมไปถึงถุงใส่แซนด์วิช (Sandwich bag) ที่ได้รับความนิยมมากขึ้นในตลาดต่างประเทศ เพื่อใส่อาหารจากบ้านไปทานที่ทำงานหรือที่โรงเรียน ดังนั้น ผมคิดว่า ธุรกิจถุงพลาสติกไม่น่าจะจะได้รับผลกระทบจากวิกฤติเศรษฐกิจมากนัก ยิ่งไปกว่านั้น น่าจะเติบโตสวนกระแสเศรษฐกิจมากกว่า"

ในด้านปัจจัยที่เอื้อต่อความสำเร็จของคิงแพคนั้น คุณไพลูลย์ได้แบ่งปันเคล็ดลับให้เราฟังว่า "บริษัทของผมเน้นหนักในเรื่องของคุณภาพและบริการเป็นสำคัญ ผมจึงตั้งใจและทุ่มเทอย่างมากในเรื่องของการศึกษาและใส่ใจในทุกรายละเอียดของสินค้าตลอดจนเรื่องของ CRM (Customer Relationship Management) กล่าวคือ เราจะต้องรู้จักลูกค้าก่อนเป็นอันดับแรก โดยต้องศึกษาลูกค้าในทุกแง่มุม ตั้งแต่อายุลักษณะนิสัย ความชอบ แนวความคิด และต้องกลายเป็นผู้ฟังที่ดีเวลาที่ลูกค้าให้คำแนะนำด้านสินค้าและบริการของเรา ทั้งนี้เพื่อที่จะทำให้เราสามารถปรับตัวให้เข้ากับลูกค้าแต่ละรายได้"

"อีกสิ่งหนึ่งที่มีผลอย่างมากต่อความสำเร็จของคิงแพค ภายใต้การดูแลของนักบริหารมือใหม่อย่างผม คือ ความต่อเนื่องและชัดเจนของแนวคิดในการบริหารที่ถูกถ่ายทอดจากผู้บริหารรุ่นคุณพ่อมายังรุ่นผม ที่ผ่านมาสำหรับการทำงานร่วมกันระหว่างคุณพ่อและผม นั้น นับว่าไม่มีปัญหาเรื่องช่องว่างทางแนวคิดและวิธีการทำงานระหว่างรุ่น (generation gap) มาเป็นอุปสรรคเลย เราไม่เคยขัดแย้งกันในการทำงาน อาจเป็นเพราะคุณพ่อจัดว่าเป็นนักบริหารสมัยใหม่ท่านหนึ่งที่ค่อนข้างเปิดโอกาสให้ลูกๆ ได้แสดงความคิดเห็น และมีส่วนร่วมใน

การตัดสินใจในเรื่องต่างๆ อย่างเต็มที่ รวมทั้งรับฟังความคิดเห็นของเรา หากไม่เหมาะสม ก็จะชี้แนะสิ่งที่ถูกให้เราอย่างหวังดี ซึ่งเราก็ต้องเป็นฝ่ายรับฟังท่านเช่นกัน เพราะผมคิดอยู่เสมอว่าเราเองยังใหม่ในงานบริหาร ประสบการณ์ก็ยังไม่มาก ความรู้ที่ได้จากการศึกษาก็ไม่สามารถนำมาใช้ในสถานการณ์จริงได้เสมอไป การรับฟังท่าน นำไปคิดต่อ และประยุกต์ใช้เป็นแนวทางของตัวเอง จึงเป็นสิ่งที่ทำให้ผมได้เรียนรู้เคล็ดลับในการทำงานดีๆ ซึ่งหาไม่ได้จากที่ไหน"

ท้ายสุด คุณไพลูลย์ได้กล่าวถึงกุญแจสำคัญที่สุดแห่งความสำเร็จของคิงแพค ว่าเป็นเพราะความทุ่มเท มุ่งมั่น และตั้งใจของพนักงานกว่า 2,000 ชีวิต ซึ่งร่วมมือร่วมใจกันทำงานเพื่อพัฒนาคุณภาพสินค้าและบริการของบริษัทอย่างต่อเนื่องมาตลอด อันเป็นผลมาจากวิธีการบริหารบุคลากรในบริษัทในแบบฉบับของเขาเอง

"คุณพ่อผม และตัวผมเองให้ความสำคัญกับพนักงานทุกคนในบริษัท หลักการในการบริหารคนของผมง่ายๆ คือ ผมมองพนักงานของผมทุกคนเป็นเหมือนคนในครอบครัวเดียวกัน เป็นพี่ เป็นน้อง เป็นเพื่อน ที่สามารถรับฟังความคิดเห็น ยอมรับคำติชมที่มีประโยชน์ต่อการปฏิบัติงานซึ่งกันและกัน ส่วนตัวผม แม้จะเป็นผู้บริหารใหม่ แต่ก็จะให้เกียรติ และรับฟังคำแนะนำของคนที่อยู่มาก่อนเสมอ ผมเชื่อมั่นว่า ปัจจุบันพนักงานของผมทุกคน พร้อมที่จะให้การสนับสนุนผมเป็นอย่างดี และสนับสนุนให้ธุรกิจก้าวเดินไปข้างหน้าเช่นนี้ตลอดไป"

จากแนวคิดการบริหารที่เรียบง่าย และวิสัยทัศน์อันกว้างไกลของคุณไพลูลย์ จึงสามารถกล่าวได้ว่า เขาเป็นนักบริหารรุ่นใหม่ที่น่าจับตามองคนหนึ่ง ซึ่งเป็นลูกไม้ที่หล่นใต้ต้นของนักบริหารผู้ประสบความสำเร็จเช่นบิดา และเมื่อผนวกกับความมุ่งมั่นตั้งใจจริงในการทำงานของเขา ย่อมเป็นแรงผลักดันที่จะทำให้เขาสามารถนำพาบริษัท คิงแพค อินดัสเตรียล จำกัด ก้าวสู่ความสำเร็จบนเวทีธุรกิจถุงพลาสติกระดับโลกได้อย่างสง่างาม



Business competition is becoming more intense these days in terms of expansion, marketing strategies for differentiation, and management tactics. A key to the competitiveness of most successful business organizations is conveyance of knowledge, experiences, and business management concepts from senior executives to new generation executives. If the conveyance is clear, and consistent, it will certainly help fulfill the organization goals, thus leading to the ultimate success.

One of the organizations that are praiseworthy for the transfers of long experiences from senior executives to new generation executives, and for the perfect combination of rich industry experiences and modern business management concepts is **King Pac Industrial Company Limited (KPI)**. A producer and marketer of all kinds of plastic bags, King Pac is recognized as one of the largest plastic bag producers in Asia.

Mr. Paiboon Julasaksrisakul is a modern, hard-working young businessman, a successor of Mr. Seri Julasaksrisakul, his father and the founder of King Pac. At present, Mr. Paiboon is the major force driving King Pac forward to compete in the global plastic bag market.

Recalling the beginning of King Pac and the path of its growth, Mr. Paiboon said: "My father (Mr. Seri Julasaksrisakul) started the business with the production of plastic bags over 30 years ago. It began with the production of zip bags in 1976 under the company named IQ Plastic Co., Ltd., which was later renamed Siam Zip 1992 Co., Ltd. After becoming joint venture with German and Malaysian partners, the company was renamed again to Zip Pac Co., Ltd. and focused on the production of bags for export to Europe. In 1996, he expanded the business and established **King Pac Industrial Co., Ltd.** to produce all kinds of plastic bags for export."

As the chairman of the company, Mr. Seri Julasaksrisakul is an executive-cum-investor. He has run a number of businesses, including property development, education, medical services, and others in various industries. Following the 1997 financial crisis, he pondered the future of investment, and chose to emphasize on the area with the brightest prospect at the time-export-oriented businesses. In pursuing the export goal, King Pac rapidly expanded its plastic bag factories to meet the then growing market demands. Since then, it has also added the production lines of trash bags and recyclable bags, as well as many other products for export. Nowadays, King Pac becomes the export-



oriented plastic bag producer with the largest production base in Asia.

During the first stage of his career, **Mr. Paiboon** was assigned by his father to take charge of cost-reduction production control and the capacity improvement of machinery at the factories of **King Bag Co., Ltd.**, which manufactured and marketed products for domestic market, and **King Pac Industrial Co., Ltd.** He took up the job, and proved to work with determination and visions for over a year. Then, his family entrusted him with business management and appointed him to the position of the **Assistant Managing Director of King Pac Industrial Co., Ltd.**

"I started to run King Pac by controlling the production lines of the factories to cut costs and improve the productivity of the machinery, while ensuring that the production process was environmentally friendly. After learning the production job for a while, I moved to take charge of sales and business development until now."

Taking full management responsibilities, Mr. Paiboon prioritizes the improvement of marketing strategies, and the expansion of business alliance to enter into new markets in more countries. These are the obvious changes that have happened since he took over the management from his father. Previously, the company had business allies only in the United States, Europe and Japan. Today, the alliance of King Pac Industrial Co., Ltd. expands to over 10 more nations worldwide, built on its old customer base that covered some 38 countries around the world.

"Previously, management of marketing and business allies used to be unaggressive. The present economic recession, however, has triggered the change to proactive marketing management to approach more customers and business partners. In other words, market and customer research must be conducted on customer needs, behavior, and satisfaction in order to improve, correct and develop products that exactly meet their needs."

"Implementation of proactive marketing to expand business alliance network overseas has driven us to meet more customers, who are the end users of our

products. We have listened to their needs so that we can develop new products that best serve their needs. We have also invested in the research and development of machinery and products. For example, we have added draw tapes to our garbage bags for users' convenience. We have also developed Zip Locks under the King Pac brand, which feature unique Double Zips that boost users' confidence in sealing. Besides, we have changed the packaging of those Zip Locks from a conventional box to a more handy bag" Mr. Paiboon said.

Another challenge for Mr. Paiboon is, inevitably, how to ensure his business' survival in light of the current economic crisis, which has impacted almost all businesses. As an export-oriented manufacturer, King Pac is among the high-risk business sectors most vulnerable to the shrinking market demand. Mr. Paiboon said: *"It is true that the target markets of King Pac are the United States, Europe and Japan, the epicenter of this economic crisis. But, fortunately, we have been affected only slightly because the long, and rich, experiences in business management of plastic bag markets were conveyed from my father and with these lessons, we can come up with contingency plans to effectively cope with the possible impacts of the economic crisis. Actually, I take this moment as a good opportunity for us to intensify our proactive marketing attempts. We can go out to visit and learn more about customers' needs, and to develop relationships with more traders overseas."*

Regarding the impacts of the present economic crisis on the plastic bag business, Mr. Paiboon said: *"There are increasing demands for products in many categories despite the current economic situation. Among them are shopping bags, or T-shirt bags. During economic hardships, more people buy food to cook at home, so they need more shopping and garbage bags. Sandwich bags are also more popular in overseas markets because they are used to take food from home to offices or schools. So I do not think the plastic bag business will be significantly affected by the economic crisis. On the contrary, it should buck the economic trend."*

In terms of the key success factors of King Pac, Mr. Paiboon shared his secrets with us: *"Since my company focuses on quality and services, I take research and development, and CRM (Customer Relationship Management) very seriously. In other words, we must first know the customers. We must get to know them in all aspects, including their ages, characteristics, preferences and ideas. Moreover, we must be a good listener when the customers give advice on our products and services. This enables us to adjust to each customer and serve him right."*

"Another key to the success of King Pac is the consistency and clarity of management concept

an direction that were transferred from my father. Between my father and me, there is no generation gap when it comes to ideas and methods about work. We have never had a dispute on work. This is possibly because my father is a modern executive, who is quite open to children's opinion. He lets us fully have our say and takes part in deciding on issues. If our decisions are inappropriate, he corrects us constructively. And we must listen to him as well because I think that we are still new in managerial jobs, and have yet to gain experiences. The knowledge we obtained from school cannot always be applied in the real world. Listening to him, contemplating his advice and applying it in my own way, I have learned the secrets of work which are unavailable elsewhere."

Finally, Mr. Paiboon revealed that the top secret of King Pac's success was the devotion, determination



ดูพลาสติกหลากหลายชนิดได้รับการพัฒนาขึ้น เพื่อให้ตรงตามความต้องการของลูกค้ามากที่สุด

Various types of plastic bags have been developed to meet the needs of customers.

and perseverance of over 2,000 staff members who joined forces to consistently improve the quality of products and services of the company, the result of his own personnel management style.

"My father and I realize the importance of all staff members of the company. My personnel management principle is simple. I think of all my employees as my family. We are brothers, sisters, and friends, who can listen to one another's opinions and criticisms, which are useful for our work. Being a new executive, I always respect and listen to the advice of those who have been here longer than I have. I do believe that all my staff members are ready to support me and work for the prosperity of the business as they have been doing all along."

Regarding the sharp management ideas, and the great vision of Mr. Paiboon, it can be stated that he is a modern executive well worth watching. He is following the path of his father who is a successful executive. With lessons from his father, along with his own determination, he will be able to lead King Pac Industrial Co., Ltd. to its glorious success in the global plastic bag arena in the near future. ■

A Cutting-Edge Business Partner

ร่วมกันคิดแก้ปัญหา...ร่วมพัฒนาคุณภาพบรรจุภัณฑ์

A Virtual Partnership to Enhance Packaging Quality

“แนวคิดในการดำเนินธุรกิจเป็นสิ่งสำคัญ ถือเป็นพื้นฐานที่ใหญ่ยิ่งเหนือกว่าศักยภาพด้านใดๆ เพราะแนวคิดหมายถึง มุมมองเกี่ยวกับการดำเนินการที่มาจากจิตวิญญาณอันแสดงให้เห็นถึงความตั้งใจที่แท้จริงว่ามีพลังขับเคลื่อนมากน้อยเพียงไร หนึ่งในแนวคิดสำคัญที่จับต้องได้โดยเฉพาะกับองค์กรใหญ่ที่มากด้วยความสามารถล้วนมีอยู่ คือ การมองคู่ค้าหรือซัพพลายเออร์เป็นผู้ที่ดำเนินธุรกิจร่วมกัน ไม่ใช่เพียงคนค้าขายที่ผ่านไปมาแล้วผ่านไป ดังนั้น สิ่งที่ได้รับย่อมไม่ใช่เพียงสิ่งของที่นำมาแลกเปลี่ยนกันเท่านั้น หากแต่เป็นความเจริญก้าวหน้าของทั้งสองฝ่ายที่มองเห็นคุณค่าของกันและกัน”

เป็นระยะเวลาเกือบ 10 ปีแล้วที่ เอสซีจี เคมิคอลส์ มีโอกาสให้บริการลูกค้ารายสำคัญอีกรายหนึ่ง นั่นคือ บริษัท คอลเกต-ปาล์มโอลีฟ (ประเทศไทย) จำกัด **คุณมยุรี ภาคลำเจียร** **Packaging Director, Greater Asia Division** ของคอลเกต-ปาล์มโอลีฟ ได้เล่าถึงจุดเริ่มต้นว่า

“ประมาณปี พ.ศ. 2543 ได้มีการปรึกษากันระหว่างทีมงานในการเลือกบริษัทฯ ที่จะสั่งซื้อเม็ดพลาสติกเพื่อนำมาผลิตขวดบรรจุสินค้าของบริษัทฯ เช่น แป้งฝุ่น ครีมอาบน้ำ เป็นต้น สิ่งที่น่าสนใจในการหารือกันครั้งนั้น คือ เรื่องเทคโนโลยีของซัพพลายเออร์ การบริการทางเทคนิค ศักยภาพการผลิตเม็ดพลาสติก การบริการจัดส่งและราคาซึ่ง เอสซีจี เคมิคอลส์ เป็นบริษัทหนึ่งที่ได้รับการพิจารณา”

ความพร้อมขององค์กรตามที่คาดหวังเป็นปัจจัยแรกในการพิจารณาเลือกซัพพลายเออร์ แต่การตัดสินใจที่แท้จริงเหนือสิ่งอื่นใดนั่นคือ คุณภาพของเม็ดพลาสติกที่สามารถตอบสนองต่อความต้องการด้านต่างๆ ของคอลเกตฯ ได้อย่างครบถ้วน

“คอลเกตฯ มีผลิตภัณฑ์ที่หลากหลาย การเลือกบรรจุภัณฑ์รวมทั้งเม็ดพลาสติกจำเป็นต้องมีการทดลอง ซึ่งต้องใช้เวลาพอสมควร ในด้านเม็ดพลาสติกก็ต้องทดลองเป่าขวด ตรวจสอบว่ามีความยุ่งยากในการปรับตั้งเครื่องเป่าหรือไม่ และขวดได้ตามมาตรฐานของบริษัทหรือไม่ เป็นต้น”

คุณมยุรีได้กล่าวอีกว่า “ในเรื่องของราคาเม็ดพลาสติกนั้น ฝ่ายขายจะเป็นผู้รับผิดชอบ เราต้องการเม็ดพลาสติกที่มีคุณภาพสม่ำเสมอ เวลาที่คอลเกตฯ มีปัญหาการผลิตขวด ซัพพลายเออร์เม็ดพลาสติกก็ต้องเข้ามาแก้ไขให้อย่างรวดเร็ว อีกทั้งการจัดส่งสินค้าตรงเวลาด้วย”

เกี่ยวกับเรื่องนี้ คุณดำรงเผ่า ตาบทิพย์วรรณ วิศวกรบริการเทคนิคจากเอสซีจี พลาสติกส์ ซึ่งเป็นผู้ที่รับผิดชอบดูแลการให้บริการเทคนิคลูกค้า ได้พูดถึงความตั้งใจและนโยบายในการให้บริการลูกค้าว่า

“การทำงานของเราไม่ได้มองหรือตอบสนองเพียงเฉพาะส่วนที่ลูกค้าร้องขอมาเท่านั้น แต่ยังมองไปถึงรายละเอียดของส่วนงานต่างๆ ที่เกี่ยวข้องเพิ่มเติมด้วย เพื่อหาสาเหตุที่แท้จริงของปัญหาหรือมองหาโอกาสที่จะช่วยสร้างผลประโยชน์กับลูกค้าให้ได้มากที่สุด”

ความตั้งใจจริงของทีมงาน เอสซีจี เคมิคอลส์ ที่มีต่อลูกค้า ทั้งเรื่องของการพัฒนาวัตถุดิบและการแก้ไขปัญหาเพื่อช่วยเพิ่มศักยภาพให้ลูกค้าด้วยความจริงใจ มิให้เห็นอย่างต่องเนื่องตลอดการทำงานร่วมกัน ซึ่งคุณมยุรีได้ยกตัวอย่างเกี่ยวกับการให้ความร่วมมือว่า

“มีการปรึกษาเรื่องการปรับขนาดบรรจุของเม็ดพลาสติกเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการใช้งาน เดิมที่ใช้แบบถู 25 กิโลกรัม ก็เปลี่ยนเป็น แท่งคาร์ ทำให้



สามารถลดแรงงานคนลงได้และการผลิตรวดเร็วขึ้น ส่วนเรื่องเกรดของเม็ดพลาสติกนั้น หากซัพพลายเออร์มีชนิดใหม่ๆ ที่มีคุณภาพดีขึ้น ทำให้น้ำหนักขวดลดลงได้ แต่ยังคงรักษาความแข็งแรงของขวดได้เหมือนเดิม ทางคอลเกตฯ ก็สนใจ เพราะการลดน้ำหนักขวดจะส่งผลให้น้ำหนักขยะขวดลดลง เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม คอลเกตฯ ได้ดำเนินการเรื่องนี้อย่างต่อเนื่องตั้งแต่ในอดีตและจะทำต่อไปในอนาคต ทั้งนี้เนื่องจากได้รับความร่วมมือจากผู้ผลิตเม็ดพลาสติกในการทำงานร่วมกันกับทีมงาน เอสซีจี เคมิคอลส์"

ความพึงพอใจในการใช้บริการของคอลเกตฯ ไม่ได้วัดด้วยความรู้สึก หากแต่อยู่ภายใต้มาตรฐานการเป็นคู่ค้าที่คอลเกตฯ กำหนดเป็นบรรทัดฐานสำหรับซัพพลายเออร์ทุกราย โดยมีหลักเกณฑ์ที่ใช้ประเมินผลอยู่ 4 ข้อ ได้แก่ 1) คุณภาพ 2) การบริการ 3) การส่งสินค้า และ 4) ราคา โดยคุณยุริพูดถึงหลักการในการประเมินผลคู่ค้าที่เข้ามาติดต่อกับคอลเกตฯ ว่า

"เรามีโครงการประเมินผลการให้บริการซัพพลายเออร์ของเราทุกราย เพื่อให้การติดต่อกันในแต่ละบริษัท มีมาตรฐานที่เท่าเทียมกัน หลักเกณฑ์ที่กำหนดคือ เรื่องคุณภาพ การพิจารณาว่าสินค้าที่จัดส่งให้เราได้มาตรฐานหรือไม่ สินค้าหรือวัตถุดิบทุกสิ่งที่ส่งเข้ามาต้องได้ตามข้อกำหนด จากนั้นก็ดูเรื่องของการบริการทางเทคนิคว่ามีความกระตือรือร้นในการแก้ไขปัญหาเพียงใด และดูเรื่องของการจัดส่งสินค้านี้ ความตรงต่อเวลา ตลอดจนเรื่องราคา ทั้งหมดนี้จะมีการประเมินผลอย่างต่อเนื่อง"

การดำเนินธุรกิจอย่างมีแบบแผนที่แน่นอน ชัดเจน การเติบโตอย่างมั่นคงและเข้มแข็ง เป็นสิ่งที่คอลเกตฯ ให้ความสำคัญเสมอมา ซึ่งวันนี้คอลเกตฯ เป็นองค์กรที่อยู่ในจุดนั้น หากแต่มาตรฐานดังกล่าวเป็นเพียงเงื่อนไขที่เป็นกำหนดกฎเกณฑ์ในการดำเนินงานเท่านั้น สิ่งสำคัญยิ่งกว่านั้นคือ แนวคิดที่คอลเกตฯ พยายามถ่ายทอดความตั้งใจให้กับพันธมิตรทุกรายได้ทราบ ซึ่งคุณยุริได้กล่าวไว้อย่างน่าสนใจว่า

"เวลาที่คอลเกตฯ เลือกซัพพลายเออร์ด้านบรรจุภัณฑ์ เรามีความมุ่งหวังว่าอยาก ให้ซัพพลายเออร์เป็นผู้ที่ดำเนินธุรกิจร่วมกับเรา เราไม่ได้มองว่าเป็นเพียงพาร์ทเนอร์ชั่วคราวแต่เป็น Cutting-Edge Business Partner มีการแลกเปลี่ยนข้อมูล มีการปรึกษา หรือให้คำแนะนำกัน เพื่อให้คุณภาพของบรรจุภัณฑ์ดีขึ้น เราจะเดินไปด้วยกัน คอลเกตฯ โตะ ซัพพลายเออร์ก็โตะด้วย เราโตไปด้วยกัน"

ถือว่าเป็นแนวคิดที่น่าชื่นชมเป็นอย่างยิ่ง ซึ่งวันนี้ เอสซีจี เคมิคอลส์ ดีใจที่ได้เป็นผู้หนึ่งที่กำลังดำเนินธุรกิจตามแนวคิดนี้ กับ คอลเกต-ปาล์มโอฟ และพร้อมจะเป็นพันธมิตรที่ดีเช่นนี้ตลอดไป

In the organization, business philosophy is the fundamental that is more crucial than any strength. Philosophy means attitudes that guide actions. It truly shows the degrees of determination to take actions.



คุณยุริ ปากลำเจ็ก Packaging Director, Greater Asia Division บริษัท คอลเกต-ปาล์มโอฟ (ประเทศไทย) จำกัด Ms. Mayuree Paklamjeak, Packaging Director of Greater Asia Division, Colgate-Palmolive (Thailand) Limited.

One important and tangible business philosophy that belongs especially to all large and highly capable organizations is to select suppliers as supporting business partners, the ones who cooperate to achieve business goals together, not just ordinary suppliers. This business philosophy brings about not only business transactions, but also the success of both partners in the long run.

It has been almost 10 years that SCG Chemicals has served one of the key customers, Colgate-Palmolive (Thailand) Limited. Ms. Mayuree Paklamjeak,

ขวดบรรจุแป้งเด็กแคร์และ แป้งเช็นโพรเทคส์ เป็นบรรจุภัณฑ์ที่ คอลเกต-ปาล์มโอฟ ร่วมพัฒนา คู่กับ เอสซีจี เคมิคอลส์ Talcum powder packaging of Care and Protex are the result of co-development between Colgate-Palmolive and SCG Chemicals



the company's Packaging Director of Greater Asia Division, recalled the beginning of the business partnership as follows:

"In 2000, our team discussed about supplier selection criteria for plastic pellets used to produce the company's product packaging, mainly bottles for talcum powder and shower gel. What we decided at the time consists of technology, technical services, production capacity of plastic pellets, delivery and prices. Absolutely, SCG Chemicals was one of the suppliers we considered."

Readiness in the mentioned criteria is the first factor to consider in supplier selection, but the most important one is the quality of plastic pellets that can meet all the needs of Colgate.

"Colgate has varieties of products. In our packaging supplier selection process, it is necessary that we try suppliers' products, and this takes time. For plastic pellets trial, we, for example, must try blow-molding to make bottles and see if it is difficult to adjust blow molding machines, and check whether those bottles meet the company's standard."

problems in other related areas of work, and the opportunities to increase customers' benefits to the highest extent."

With dedications to satisfy customers, SCG Chemicals team always work hard to develop new products for customers, and to solve their problems. This has been proven through several years of cooperation between the two companies. Here Ms. Mayuree cited an example of the good partnership.

"We discussed with SCG Chemical teams in adjusting the size of plastic pellet containers to increase efficiency. This results in our change in packaging form from 25-kilogram bags to tank cars, which is less labor-intensive and improves productivity. For new product development, if suppliers have new grades of plastic pellet that can reduce the weight of bottles but maintain strengths, Colgate will be interested. This is because when the bottle weight decreases, the weight of discarded bottles will too and this is more environmentally friendly. Colgate has been working on this for several years, and will do in the future, thanks to the cooperation with such a good partner as SCG Chemicals"

Colgate does not have subjective judgement on supplier's satisfaction, but have standard criteria to evaluate all suppliers, including 1) Quality, 2) Services, 3) Delivery, and 4) Price. Ms. Mayuree described about these criteria as follows:

"We continually evaluate all our suppliers using the same criteria. We always look for suppliers that offer consistent product quality, on-spec product delivery, responsiveness technical services, on-time delivery, and price. All these factors are taken into account."

Clear and focused business management to achieve strong and sustainable growth is what Colgate always values, and is already well-positioned at this time. However, the mentioned standard is only the operational rules of the business. The more important fundamental is its business philosophy that Colgate attempts to convey to its business partners. Ms. Mayuree made an interesting point as follows:

"When selecting packaging suppliers, we expect them to be more than just an ordinary partner, but a cutting-edge partner who can mutually exchange information and advice to improve packaging quality. When Colgate grows, our suppliers will grow with us. We will grow together toward success."

Colgate-Palmolive business philosophy is really praiseworthy. As a cutting-edge business partner, SCG Chemicals is pleased to be a part of this philosophy. ■



Ms. Mayuree added: *"Dealing with the prices of plastic pellets is the responsibility of the sales department. We need the plastic pellets with consistent quality. Normally when Colgate encounters a problem in bottle production, we expect suppliers to come and solve it right away. The suppliers must be punctual in delivery as well."*

In this case, Mr. Dumrongpao Tabtippawon, Technical Service Engineer of SCG Plastics Co., Ltd., who is in charge of technical services, shared his message:

"We work not only to serve customers upon their request, but also to explore root causes of



วิกฤติเศรษฐกิจใกล้พบทางออก The Future of Thai Economy..Not yet out of woods

ในช่วงเข้าสู่ไตรมาสที่ 4 ของปี 2552 ยังคงไม่มีความชัดเจนว่าวิกฤติเศรษฐกิจโลกที่ส่งผลกระทบต่อมายังเศรษฐกิจไทยจะคลี่คลายลงอย่างแท้จริง แม้ว่าจะเริ่มมีสัญญาณของการฟื้นตัวให้เห็นอยู่บ้างนับจากช่วงไตรมาส 2 ของปีเป็นต้นมา แต่เศรษฐกิจไทยยังต้องการแรงสนับสนุนจากทุกภาคส่วนอีกไม่น้อยเพื่อที่จะกลับมาเข้มแข็งดังเดิม

ตั้งแต่ไตรมาส 2 ของปีเป็นต้นมา สัญญาณบวกต่อการฟื้นตัวของเศรษฐกิจไทยก็เริ่มปรากฏให้เห็นชัดเจนมากขึ้น ดังจะเห็นได้จากการฟื้นตัวภาคการผลิตหลักๆ เช่น กลุ่มอุตสาหกรรมอิเล็กทรอนิกส์และชิ้นส่วนยานยนต์ที่เป็นผลมาจากการเพิ่มขึ้นของยอดขายรถยนต์ รวมถึงดัชนีชี้วัดทางเศรษฐกิจต่างๆ ที่ล้วนแล้วแต่ปรับตัวดีขึ้น เทียบกับทั้งปี 2551 และไตรมาส 1 ของปี 2552 กล่าวคือ ตัวเลขการลงทุนภาคเอกชนที่มีอัตราสูงขึ้น อัตราการว่างงานที่ต่ำลง อัตราเงินเฟ้อที่ลดลง ตลอดจนดัชนีชี้วัดเงินสะพัดที่เกินดุล ซึ่งล้วนแล้วแต่เป็นสัญญาณบวกต่อการฟื้นตัวของเศรษฐกิจทั้งสิ้น

จากข้อมูลล่าสุดซึ่งรวบรวมโดยสำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ (สศช.) พบว่าเศรษฐกิจไทยเริ่มฟื้นตัวขึ้นในไตรมาสที่ 2 ของปี 2552 โดยมีอัตราการเติบโตทางเศรษฐกิจ (Real GDP Growth) ตีลบลดลงอยู่ที่ 4.9% ซึ่งนับว่าปรับตัวดีขึ้นมากเมื่อเทียบกับอัตราการตีลบถึง 7.1% ในไตรมาสที่ 1 อย่างไรก็ตามการบริโภคในภาคครัวเรือนกลับเติบโตขึ้นเพียงเล็กน้อย เนื่องจากยังคงติดลบอยู่ถึง 2.3% ในไตรมาส 2 เทียบกับอัตราตีลบ 2.5% ในไตรมาส 1 ของปี

นอกจากนี้ สศช. ยังได้คาดการณ์ตัวเลขภาคธุรกิจส่งออกทั้งปี 2552 ว่าน่าจะตกลงถึง 16.3% เทียบกับปี 2551 ในขณะที่การนำเข้าก็ตกลงเช่นกันในอัตราที่มากกว่าหรือประมาณ 24.2% ด้านอัตราเงินเฟ้อมีแนวโน้มว่าจะติดลบประมาณ 0.5% ถึง 1% ซึ่งนับว่าต่ำลงมากเมื่อเทียบกับ 5.5% ในปี 2551 สำหรับตัวเลขอัตราการเติบโตทางเศรษฐกิจปีนี้ สศช.ได้ปรับ

ประมาณการใหม่ โดยคาดว่าอัตราตีลบขั้นต่ำอาจจะสูงขึ้นกว่าประมาณการเดิมเล็กน้อย จากตีลบ 2.5 % ถึง 3.5% เป็นตีลบขั้นต่ำ 3% ถึง 3.5%

พิจารณาจากตัวเลขเศรษฐกิจที่มีแนวโน้มดีขึ้นเหล่านี้ อาจกล่าวได้ว่า สถานการณ์ทางเศรษฐกิจกำลังปรับตัวดีขึ้นอย่างเห็นได้ชัด แต่กระนั้น นักวิเคราะห์หลายฝ่ายมองว่า ยังคงไม่แน่นอนว่าการฟื้นตัวครั้งนี้จะเป็นไปอย่างถาวร เพราะแม้ว่าสภาพตลาดได้ฟื้นตัวขึ้นจากช่วงปัญหาวิกฤติเศรษฐกิจที่ผ่านมา แต่การใช้จ่ายภายในประเทศยังคงซบเซาอยู่ ซึ่งจำต้องใช้เวลายาวนานพอควรที่เดี๋ยวกว่าจะเสริมสร้างความเชื่อมั่นของผู้บริโภคได้ใหม่ ประกอบกับปัจจัยลบจากการระบาดของโรคหวัด 2009 (Pandemic H1N1 2009) และจากความไม่มั่นใจในเสถียรภาพของรัฐบาลและความไม่สงบทางการเมือง ล้วนเป็นสิ่งที่ยับยั้งความเชื่อมั่นของผู้บริโภคและนักลงทุนทั้งในและต่างประเทศ

การใช้จ่ายในประเทศของทั้งภาครัฐและเอกชนนับเป็นปัจจัยสำคัญในการผลักดันการเติบโตของเศรษฐกิจ เนื่องจากเป็นสิ่งที่ช่วยเพิ่มเสถียรภาพให้กับเศรษฐกิจมหภาคได้โดยตรง ดังนั้น เมื่อเร็วๆ นี้ รัฐบาลไทยจึงได้ออกมาตรการกระตุ้นเศรษฐกิจ ด้วยการประกาศแคมเปญ “ไทยเข้มแข็ง” ซึ่งทางรัฐบาลต้องการสร้างความมั่นใจในการเติบโตของเศรษฐกิจ ด้วยการตั้งงบประมาณ 1.43 ล้านล้านบาท เพื่อลงทุนในโครงการขนาดใหญ่ในช่วง 3 ปีข้างหน้า โดยมีวัตถุประสงค์เพื่ออัดฉีดเงินจำนวนมากจากการลงทุนเข้าสู่ระบบเศรษฐกิจโดยรวม ในช่วงที่เศรษฐกิจโลกยังคงซบเซาอยู่ รัฐบาลคาดว่า

แคมเปญนี้จะช่วยเพิ่มการหมุนเวียนของเงินให้ได้มากที่สุดภายในเดือนตุลาคม 2552 ซึ่งโครงการขนาดใหญ่ที่จะลงทุนประกอบด้วยภาคการขนส่ง ภาคการศึกษา สาธารณสุข และโครงการต่างๆ ในภาคการเกษตร

ท่ามกลางวิกฤติเศรษฐกิจทั่วโลกที่มีแนวโน้มว่าจะคลี่คลายลง นักวิเคราะห์และนักลงทุน รวมทั้งประชาชนส่วนใหญ่ ล้วนมีความมั่นใจมากขึ้นว่า แคมเปญอัดฉีดการลงทุนใหม่นี้จะสามารถช่วยผลักดันเศรษฐกิจของประเทศให้ก้าวไปข้างหน้าได้ในระดับหนึ่ง อย่างไรก็ตาม รัฐบาลในฐานะผู้กำหนดนโยบายการเงินการคลัง ควรมุ่งแก้ปัญหาที่น่าจะมีผลต่อเศรษฐกิจในระยะกลางและระยะยาวด้วย

ทั้งนี้ ความเชื่อมั่นของผู้บริโภคและนักลงทุนควรได้รับการสำรวจอย่างสม่ำเสมอ เนื่องจากเป็นสิ่งที่บ่งชี้ถึงสภาวะการใช้ภายในประเทศและการลงทุน เมื่อใดที่เครื่องชี้วัดทางเศรษฐกิจเหล่านี้ ได้แก่ อัตราแลกเปลี่ยน, การใช้ภายในประเทศทั้งภาครัฐและเอกชน, การลงทุนภาครัฐและเอกชน, การส่งออก และการท่องเที่ยว ปรับตัวดีขึ้นพร้อมกัน เมื่อนั้นจึงจะสามารถมั่นใจได้ว่า เศรษฐกิจไทยฟื้นตัวแล้วอย่างแท้จริง

The fourth quarter of 2009 has come, yet there has not been any clear indication that the global economic crisis, which has affected the Thai economy, is genuinely bottoming out. Although some signs of recovery have been detected since the second quarter of the year, the Thai economy still needs much support from all economic sectors before it can return to its normal strength.

Since the second quarter, the positive signs of the Thai economic recovery have increasingly shown. Recovery was evident in major manufacturing sectors, especially electronics and the automotive parts industries, which have enjoyed favorable growth from the increasing sales of automobiles. Besides, all economic indicators pointed to an improving situation, compared with those in 2008, and the first quarter of 2009. Investment in private sector has increased, unemployment and inflation rates have dropped, and the country has seen a current account surplus. All of these have signaled an economic recovery.

The latest findings of the National Economic and Social Development Board (NESDB) reveal that the Thai economy started to pick up in the second quarter of 2009, as real GDP growth shrank by 4.9%, at a decreasing level from those of 2008, and the first quarter of 2009. The contraction eased considerably, compared with the 7.1% decline in the first quarter of 2009. However, household consumption improved only slightly, as consumption still contracted by as much as 2.3% in the second

quarter compared with the 2.5% decline in the first quarter of this year.

Besides, the NESDB expects Thai exports in 2009 to go down by as much as 16.3%, compared with 2008 level. Imports also dropped, but at a more accelerated pace of 24.2%. Inflation rate is likely to decrease by 0.5% to 1%, a substantial fall compared with the 5.5% growth in 2008. The NESDB also adjusted the 2009 economic forecast slightly from 2.5% - 3.5% to 3%-3.5% minimal contraction.

These positive figures may hint that the economy is improving. However, many analysts wonder how long the recovery will last. In their opinion, although domestic economic situation have already improved from what it was at the height of the economic crisis, domestic spending is still sluggish and it will take quite a long time to restore consumers' confidence. In addition, there are other negative impacts to reckon with, such as the spread of H1N1 2009 pandemic, doubts about the stability of the government, and potential political unrest. These factors continue to undermine the confidence of both consumers, and local and foreign investors.

Domestic spending by the government and the private sectors, therefore, remains the key stimulus to economic growth as it directly enhances macroeconomic stability. The government recently launched the "Thai Khem Kaeng", a set of economic stimulant policies to promote public and private investment and spending. With the intention of boosting consumer and investor confidence of economic growth at a time when the global economy remains sluggish, the government is investing 1.43 trillion baht in megaprojects over the next three years. It expects the campaign to boost money flow in Thai economy within October 2009. The megaprojects involve investments in the transport, education, public health and agricultural sectors.

As the global economic crisis is bottoming out, analysts and investors, as well as the majority of the general public, are more confident that the new economic campaign will revitalize the economy to a certain extent. However, it would be better if the government, as well as monetary and financial policymakers, also focus on solving the problems having medium- and long-term impacts on the economy.

Besides, it is important that the government regularly gauge consumer and investor confidence, because it indicates the degrees of domestic spending and investment. Only when such economic indicators as foreign exchange rates, domestic spending, and investment by the government and the private sectors, exports and tourism improve simultaneously, can it be assured that the Thai economy experience sustainable recovery. ■

ยิ้มสู้ทั่วโลก 2009 กันดีกว่า Smile in the Face of Pandemic (H1N1) 2009



Wลพวงมาจากโรคหวัด 2009 ที่แพร่ระบาดไปทั่วโลก ทำให้โรคหวัดที่เคยเป็นโรครธรรมดาๆ และ ใครๆ ก็เป็นกันได้โรคหนึ่ง กลายเป็นโรคที่ทุกคนต้องหวาดกลัว ทุกวันนี้ ใครที่รู้ตัวว่ามีอาการหวัด มักจะตระหนก หรือวิตกกังวล ไม่เว้นแม้แต่คนในครอบครัว เพื่อนฝูง รวมถึงคนทั่วไปก็มักไม่ค่อยสบายใจถ้าได้ทราบว่ามีคนใกล้ตัวเป็นหวัด เพื่อไม่ให้เป็นการตื่นตระหนกจนเกินเหตุ มาดูกันว่า อาการแบบไหนจึงจะเข้าข่ายของโรคหวัด 2009 และจะมีวิธีรับมือเพื่อหลีกเลี่ยงให้ไกลจากโรคที่กำลังแพร่ไปอย่างรวดเร็วได้อย่างไร

โรคหวัด 2009 เป็นไข้หวัดที่เกิดจากการติดเชื้อไวรัสสายพันธุ์ใหม่ ซึ่งองค์การอนามัยโลก (WHO) ได้ประกาศชื่อเรียกโรคนี้อย่างเป็นทางการว่า **"Pandemic (H1N1) 2009"** ผู้ที่ติดโรคนี้จะมีอาการคล้ายคนเป็นไข้หวัดใหญ่ คือ มีไข้สูง ปวดเมื่อยตามร่างกาย ไอ มีน้ำมูก ทั้งนี้ในผู้ที่ร่างกายอ่อนแอเป็นโรคเบาหวาน โรคหัวใจ หากได้รับเชื้อจะทำให้มีอาการที่รุนแรงขึ้นได้

สำหรับผู้ที่มีอาการไข้หวัดธรรมดา กล่าวคือ มีน้ำมูก มีไข้ไม่สูงมากนัก ปวดศีรษะ ถ้าไม่จำเป็นก็ไม่ต้องมาพบแพทย์ ให้พักรักษาตัวตามอาการ เช่น ทานยาลดน้ำมูก ทานยาแก้ปวด ทานอาหารย่อยง่าย นอนพักผ่อนมากๆ ฯลฯ ยกเว้นรายที่มีไข้สูง ปวดเมื่อยตามร่างกาย มีอาการอาเจียนหรือท้องเสียร่วมด้วย หรือมีอาการปอดอักเสบ หายใจเหนื่อยหอบลำบาก จึงควรไปพบแพทย์เพื่อรับการวินิจฉัยและรักษา ซึ่งแพทย์จะพิจารณาให้ยาต้านไวรัสคือ ยาโอลเซลทามิเวียร์ เป็นยาชนิดรับประทาน หากผู้ป่วยได้รับยาภายใน 2 วัน หลังเริ่มป่วย จะให้ผลการรักษาดี

ลักษณะการติดต่อของหวัด 2009 นี้ เป็นการติดต่อจากคนสู่คน มีการแพร่ติดต่อเช่นเดียวกับโรคไข้หวัดใหญ่ในคนโดยทั่วไป คือ

เชื้อจะอยู่ในเสมหะ น้ำมูก น้ำลายของผู้ป่วยแพร่กระจายไปโดยการไอ หรือจามรดกันในระยะใกล้ชิด หรือติดจากมือและสิ่งของที่มือสัมผัส เช่น เป็นอนุอยู่ และเชื้อจะเข้าสู่ร่างกายทางจมูกและตา เช่น การแคะจมูก การขยี้ตา มักพบในคนที่แข็งแรงช่วงอายุ 20-40 ปี ส่วนการบริโภคหมูนั้นไม่มีอันตรายและไม่มีการติดต่อหากผ่านการปรุงสุก

สำหรับการดูแลสุขภาพร่างกายในเบื้องต้นเพื่อป้องกันการติดเชืดังกล่าว คือ ควรพักผ่อนให้เพียงพอ เพื่อช่วยให้ภูมิต้านทานโรคแข็งแรง ออกกำลังกายอย่างสม่ำเสมอ เพื่อช่วยให้ร่างกายแข็งแรง นอกจากนี้พึงหลีกเลี่ยงจากสถานที่ชุมชน โดยเฉพาะในบริเวณที่อากาศไม่ถ่ายเท เช่น ห้างสรรพสินค้า โรงภาพยนตร์ และควรล้างมือให้สะอาดทุกครั้งก่อนรับประทานอาหาร รับประทานอาหารที่สุกสะอาด เมื่อทราบสาเหตุ อาการและการดูแลตนเองในเบื้องต้นแล้ว ก็ไม่ควรตื่นตระหนกกับหวัด 2009 จนเกินไป แต่ควรหันมาเอาใจใส่ดูแลสุขภาพร่างกายอยู่เสมอ เท่านั้นก็ยอมรับกระแสน้ำของหวัด 2009 ได้อย่างสบายๆ

การสังเกตอาการไข้หวัด 2009

- 1 มีไข้สูง ตั้งแต่ 38 องศาเซลเซียสขึ้นไป ร่วมกับ
- 2 มีอาการอย่างหนึ่งอย่างใด เช่น ปวดกล้ามเนื้อ ไอ หายใจหอบหรือหายใจลำบาก ร่วมกับ
- 3 มีการใกล้ชิดกับผู้ที่สงสัยว่าเป็นไข้หวัดใหญ่ หรือปอดอักเสบ ภายในหนึ่งสัปดาห์ก่อนวันเริ่มป่วย

วิธีปฏิบัติตัวเพื่อป้องกันตนเอง

- 1 ปิดปากและจมูกด้วยกระดาษทิชชู เวลาไอหรือจาม หรือหากหากระดาษทิชชูไม่ได้ กองควบคุมโรคของประเทศ

อเมริกาแนะนำให้ไอหรือจามใส่ข้อพับแขนแทนฝ่ามือ ซึ่งอาจจะเอาไปหยิบจับหรือป้ายสิ่งต่างๆ ได้

- 2 หึ่งกระดาษทิชชูลงในถังขยะ
- 3 ควรสวมหน้ากากอนามัย ซึ่งจะช่วยป้องกันการติดเชื้อได้ 10% ส่วนผู้ป่วยที่สวมหน้ากากอนามัยจะลดการแพร่กระจายเชื้อได้ถึง 80%
- 4 ล้างมือด้วยน้ำและฟอกสบู่ หรือใช้น้ำยาล้างมือหรือเจลล้างมือแบบมีแอลกอฮอล์

The 2009 flu pandemic has changed people's perception of a cold, which, previously, was considered as a common illness that anyone could have. Today it becomes an illness that frightens everyone. If one catches a cold, he will suddenly panic or worry. To avoid such feeling, we should know what the real signs of the 2009 flu are and what we can do to protect ourselves from this rapidly spreading pandemic.

The 2009 flu pandemic results from infection with a new strain of virus. The World Health Organization (WHO) officially calls it the "Pandemic (H1N1) 2009". Those infected with the disease develop flu symptoms - fever, body pain, and runny nose. Weak persons with diabetes or a heart disease can develop severer symptoms if they are infected with the virus.

People with mild regular flu symptoms - a dripping nose, a slight fever and a headache - need not seek medical care. They can also treat themselves at home, and take medicine according to their symptoms. Those who suffer from fever of sudden onset, muscle aches, vomiting, diarrhea, inflamed lungs, and difficulty breathing should see a doctor for diagnosis and proper treatment. Doctors will consider prescribing the antiviral drug, oseltamivir. Having taken this oral drug within 2 days after becoming ill, the patients will quickly recover.

The Pandemic (H1N1) 2009 spreads from person to person. It is transmitted as easily as the normal seasonal flu. The virus is in the phlegm, mucus and saliva of patients. People can get infected from being close to the patients, who are coughing or sneezing or from hands or objects that carry the virus. It enters the bodies through noses and eyes, for example, when ones pick their noses or rub their eyes. The transmission usually happens to people aged 20-40. The consumption of pork poses no risks of infection with the disease so long as the meat is well-cooked.

To prevent yourself from infection, taking enough rest to keep your immunity strong and exercising regularly to stay

healthy are highly recommended. Besides, you should avoid crowded places, especially those without ventilation, such as department stores and movie theaters and always wash your hands before eating.



Possible signs of the Pandemic (H1N1) 2009 infection

- 1 Fever, 38 degrees Celsius and more
 - 2 Any of these symptoms: muscular pains, coughs, puffing and difficulty breathing
- And,
- 3 Staying close to any person believed to have the Pandemic (H1N1) 2009 one week before falling ill

Preventive measures

- 1 Cover your mouth and nose with tissue paper when coughing or sneezing. If tissue paper is not available, US disease control authorities recommend that you cough or sneeze into the fold of your arm, instead of into your hand, which could otherwise spread the virus through touching.
- 2 Throw away that tissue paper into a garbage bin.
- 3 Wear a face mask. It reduces the chance of infection by 10%. Meanwhile, the infected patient who wears it can cut the chance of spreading the virus by as much as 80%.
- 4 Wash your hands with water and soap, or use hand sanitizers or alcohol-based hand gel. ■



เบื้องหลังความสำเร็จของนวัตกรรมทางการเงิน 'Fighting the Crisis' เกิดจากความร่วมมือระหว่าง เอสซีจี เคมิคอลส์ และ KBank
 The success of the financial innovation 'Fighting the Crisis' resulted from the collaboration between SCG Chemicals and KBank.

Fighting the Crisis

นวัตกรรมทางการเงิน ตามปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง Sufficiency-Based Financial Innovation

ในรอบรั้วพลาสติกฉบับที่ 3 เราเคยนำท่านผู้อ่านไปรู้จักกับ 'Credit Enjoy' นวัตกรรมทางการเงินที่ เอสซีจี เคมิคอลส์ ให้ Credit Term กับผู้แทนจำหน่ายเม็ดพลาสติกของ เอสซีจี เคมิคอลส์ ถึง 60 วัน ด้วยอัตราดอกเบี้ยต่ำเป็นพิเศษไปแล้ว 'Credit Enjoy' ถือเป็นนวัตกรรมทางการเงินที่เป็นพลผลิตรายหนึ่งของโปรแกรมทางการเงินที่เรียกว่า 'Fighting the Crisis' ซึ่ง เอสซีจี เคมิคอลส์ ได้พัฒนาขึ้น

ด้วยภาวะวิกฤตเศรษฐกิจรวมถึงวิกฤตทางการเงินที่เกิดขึ้นในครั้งนี่ เราไม่อาจปฏิเสธได้ว่าสาเหตุของปัญหาจากนวัตกรรมทางการเงินที่ใช้กลยุทธ์สร้างความมั่งคั่งโดยการส่งต่อหลักทรัพย์ที่เพิ่มราคา หากแต่ไม่เพิ่มคุณค่า จนทำให้วิกฤตลุกลามไปทั่วโลก

เอสซีจี เคมิคอลส์ เริ่มตระหนักถึงผลกระทบของภาวะทางการเงินดังกล่าว ตั้งแต่ปลายปี 2007 จึงได้คิดพัฒนาผลิตภัณฑ์ทางการเงิน ที่ทำให้ผู้เกี่ยวข้องทุกฝ่าย ทั้งลูกค้า พันธมิตรทางการค้า และ เอสซีจี เคมิคอลส์ เอง อยู่รอดปลอดภัย โดยยึด

ปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงของพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวเป็นตัวจักรในการขับเคลื่อนผลงาน

โปรแกรม Fighting the Crisis ประกอบด้วย 3 Module หลัก คือ

- การทำต้นทุนการเงินต้นทุนต่ำ พัฒนาตามหลักการของการใช้ทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพ
- การป้องกันความเสี่ยงผ่าน BG Pool พัฒนาตามหลักการของการลดความเสี่ยงโดยมีผลิตภัณฑ์ที่หลากหลาย
- Credit Enjoy พัฒนาตามหลักการของการแบ่งปันผลประโยชน์ที่ได้สู่สังคม



เบื้องหลังความสำเร็จของนวัตกรรมทางการเงินนี้ เกิดจากความร่วมมือระหว่าง เอสซีจี เคมิคอลส์ และธนาคารกสิกรไทย (KBank) ที่ระดมความคิด พัฒนา และหาทางออกร่วมกัน โดยมี **คุณปวีณรัช นุตสดี Deputy Head, Business Services Office บริษัท เอสซีจี เคมิคอลส์ จำกัด** ดูแลในส่วนของ เอสซีจี เคมิคอลส์ และ **คุณทรงพล ชีวะปัญญาโรจน์ ผู้ช่วยกรรมการผู้จัดการ ธนาคาร กสิกรไทย (KBank)** ดูแลในส่วนของ KBank ซึ่งทั้ง 2 ท่านได้เล่าเรื่องราวของนวัตกรรมทางการเงินรูปแบบใหม่ให้เราฟังว่า

"ที่ผ่านมา เอสซีจี เคมิคอลส์ และ Kbank ร่วมคิด ร่วมสร้าง และพัฒนาบริการร่วมกันจนเกิดเป็นผลิตภัณฑ์ทางการเงินหลายรูปแบบ ฉะนั้น เมื่อบริษัทจะคิดค้นสินค้า หรือนวัตกรรมใหม่ๆ ขึ้นมา แน่นอนว่า KBank เป็นสถาบันการเงินรายแรกที่บริษัทจะขอคำปรึกษาและขอรับการสนับสนุนในเรื่องการคิดค้นนวัตกรรมใหม่ โดยเฉพาะการคิดโปรแกรมทางการเงินในช่วงวิกฤตนี้ เราต้องใช้ความพยายามมากขึ้นในการศึกษาทฤษฎี รวบรวมข้อมูลที่เกี่ยวข้อง เพื่อนำมาพัฒนาวิธีการทำงานแบบใหม่ โดยเฉพาะหัวใจสำคัญคือ เรื่องการหา Source of fund แหล่งใหม่ และส่งต่อผลประโยชน์นี้ให้ลูกค้า โดยให้อัตราดอกเบี้ย Credit Term ต่ำที่สุดเป็นประวัติการณ์ จึงเป็นเรื่องยากและท้าทายความสามารถของทั้ง เอสซีจี เคมิคอลส์ และ KBank เป็นอย่างมาก" คุณปวีณรัชกล่าว

ทางด้านคุณทรงพล ได้เล่าถึงความรู้สึกเกี่ยวกับการร่วมพัฒนาโปรแกรมนี้ว่า "โจทย์ที่ KBank ได้รับจาก เอสซีจี เคมิคอลส์ ถือว่าเป็นความท้าทายครั้งใหญ่ เนื่องจากเราไม่เคยให้บริการในรูปแบบนี้กับบริษัทใดมาก่อน เราจึงระดมบุคลากรที่มีความสามารถและมากด้วยประสบการณ์ รวมเป็นที่มาในการให้บริการทางการเงินรูปแบบใหม่ในครั้งนี้ เพื่อร่วมกันตอบโจทย์ให้ตรงตามความต้องการของลูกค้าได้มากที่สุด ให้สมกับที่ เอสซีจี เคมิคอลส์ ให้ความไว้วางใจในการให้บริการของเราครับ"

ไม่เพียงแต่เฉพาะลูกค้าผู้แทนจำหน่ายของ เอสซีจี เคมิคอลส์ เท่านั้นที่ได้รับประโยชน์โดยตรงจากนวัตกรรมทางการเงินรูปแบบใหม่ที่พัฒนาขึ้นเป็นพิเศษนี้ แต่ เอสซีจี เคมิคอลส์ และ KBank เอง ก็ได้รับประโยชน์ด้วยเช่นเดียวกัน

"ประโยชน์ที่ เอสซีจี เคมิคอลส์ ได้รับคือ การที่ลูกค้ามีความแข็งแกร่งมากขึ้น เราก็ย่อมสามารถขยายปริมาณการขาย หรือเพิ่มฐานลูกค้าได้มากขึ้นเพื่อรองรับกำลังการผลิตเม็ดพลาสติกที่กำลังจะเพิ่มขึ้นในปีหน้า" คุณปวีณรัช กล่าวเสริม

ในส่วนของ KBank คุณทรงพล ชี้แจงถึงความสำเร็จที่ได้จากการร่วมพัฒนา Credit Enjoy ร่วมกับ เอสซีจี เคมิคอลส์ ว่า "สำหรับ KBank แล้ว ความภูมิใจที่สุด คือ การตอบ

โจทย์ลูกค้าได้ตรงตามสิ่งที่เขาต้องการ ซึ่งส่งผลดีอย่างสูงในการนำประสบการณ์ที่ได้มาประยุกต์ใช้ต่อไป และ เราต้องมีการปรับทัศนคติของทีมปฏิบัติงาน ต้องคิดให้มากขึ้น เพื่อก้าวให้ทันลูกค้า"

อาจกล่าวได้ว่า นี่คือนวัตกรรมแห่งความสำเร็จกับความตั้งใจจริงในการทำงานของ เอสซีจี เคมิคอลส์ ที่ไม่เคยหยุดนิ่งในเรื่องการพัฒนาผลิตภัณฑ์นวัตกรรมด้านบริการรูปแบบใหม่ๆ เพื่อสนองตอบความต้องการให้กับลูกค้าซึ่งถือเป็นพันธมิตรทางการค้า ซึ่ง เอสซีจี เคมิคอลส์ ยึดมั่นในหลักการ **"คู่คิด คู่ค้า คู่พัฒนา"**



คุณปวีณรัช นุตสดี Deputy Head, Business Services Office บริษัท เอสซีจี เคมิคอลส์ จำกัด และคุณทรงพล ชีวะปัญญาโรจน์ ผู้ช่วยกรรมการผู้จัดการ บริษัท ธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) (KBank) Ms. Paweenush Nutsati, Deputy Head, Business Services Office of SCG Chemicals Co., Ltd. and Mr. Songpol Chevapanaraj, First Senior Vice President of Kasikornbank PCL. (KBank)

ในการดำเนินธุรกิจโดยเสมอมา และมุ่งสนับสนุนตลอดจนดำเนินการในทุกวิถีทางเพื่อความสำเร็จของลูกค้า เพื่อร่วมกันก้าวไปด้วยกันอย่างมั่นคงและยั่งยืนสืบไป

หากมีข้อสงสัย หรือต้องการข้อมูลเพิ่มเติม ติดต่อ **คุณสุจารี รุ่งโรจน์สุนทร Business Services Office บริษัท เอสซีจี เคมิคอลส์ จำกัด โทร. 0-2586-5502 หรือ e-mail: sujareep@scg.co.th**

In the 3rd issue of All Around Plastic, we introduced you to 'Credit Enjoy' program, the financial innovation of SCG Chemicals that extends credit terms for SCG Chemicals 'dealers to 60 days, with specially low interest rates. 'Credit Enjoy' is an innovation of the 'Fighting the Crisis' financial program that SCG Chemicals has developed in respond to the impacts of today's world economic and financial crises. In fact, those crises originated from the financial innovations aimed only at profit maximization by transferring assets, the prices of which were

จุดเด่นของนวัตกรรม Fighting the Crisis ที่แตกต่างจากนวัตกรรมการเงินอื่นๆ คือ การตั้งอยู่บนหลักการของเหตุผลและสุจริตธรรม การพึ่งพาตนเอง โดยมีการบริหารจัดการที่ดี ตลอดจนนำทรัพยากรที่มีอยู่มาใช้อย่างชาญฉลาด อีกทั้งเอื้ออาทรต่อทุกฝ่ายที่เข้ามาเกี่ยวข้องในการดำเนินธุรกิจ



raised but the values of which were not. This, inevitably, led to the spread of crisis impacts all over the world.

SCG Chemicals were aware of those crises since 2007, and thus developed the financial solution that shielded all concerned parties - customers, business partners and SCG Chemicals itself - from the potential impacts of the crises. It was developed based on the principle of sufficiency economy that His Majesty the King initiated.

The *Fighting the Crisis* program consists of 3 main modules:

- Finding source of fund with low costs- based on the efficient exploitation of resources principle;
- Avoiding risks with BG Pool program- based on risk minimization through product diversification principle; and
- *Credit Enjoy* - based on benefit sharing to the society.

The success of this financial innovation resulted from the collaboration between SCG Chemicals and KBank, which brainstormed ideas, and jointly developed the solution. Ms. Paweenarush Nutsati, Deputy Head of Business Services Office of SCG Chemicals Co., Ltd, is responsible for the collaboration in the part of SCG Chemicals and Mr. Songpol Chevapanyaroj, First Senior Vice President of Kasikornbank PCL. (KBank), takes charge of the collaboration in the part of KBank. Both executives share the story of the financial innovation with us.

"SCG Chemicals and KBank have brainstormed ideas and jointly developed many financial products in the past. So, when the company plans for another new financial product or innovation, KBank is certainly the first financial institution from which the company seeks advice and sponsorship. The development of the new financial program during the present economic crisis requires harder efforts from us to study theories and gather relevant

information. The key of the successful development is to find a new source of funds, and to pass it to customers with historically low interest rates. So, it is really a difficult challenge for both SCG Chemicals and KBank," Ms. Paweenarush said.

Sharing his experiences in jointly developing the program, Mr. Songpol said: *"The proposition that KBank received from SCG Chemicals was a big challenge because we never provided any company with such a new service. We formed a team of capable and experienced staff members to work on this project to best meet the needs of customers, and to justify the confidence that SCG Chemicals has in our services."*

The financial innovation benefits directly not only SCG Chemicals' dealers, but also KBank and SCG Chemicals itself.

"SCG Chemicals benefits because as customers are stronger, we can increase our sales, or expand our customer base to support the production capacity of plastic pellets that will rise next year," Ms. Paweenarush added.

On behalf of KBank, Mr. Songpol spoke of the success that resulted from its joint development of Credit Enjoy with SCG Chemicals. *"For KBank, the greatest pride is to perfectly meet the demands of customers, which will become an invaluable experience that can be leveraged in the future. Also, we must adjust the attitudes of our team, and think more to catch up with customers'needs"*

The *Fighting the Crisis* financial innovation is different from other financial innovations as it is based on rationality, morality, independence, good governance, the wise use of existing resources and generosity for all stakeholders.

It may be stated that the innovative program is the fruit of the success, and determination of SCG Chemicals, which continually develops innovative services to serve the demands of business associates that are considered as partners. SCG Chemicals has always adhered to the principle of *"Building Success Together"*. It seriously supports and takes all possible actions for the success of business partners for the sake of mutual, stable and sustainable growth.

For inquiries or more information, please contact:
 Ms. Sujaree Rungrojsunthorn
 Business Services Office, SCG Chemicals Co., Ltd.
 Tel. 0-2586-5502
 Email: sujareep@scg.co.th ■

ประสบการณ์จากลูกค้ากลุ่มผู้แทนจำหน่ายที่ใช้บริการ Credit Enjoy Experiences of the SCG Chemicals' dealers using the Credit Enjoy service

- คุณภควัฒน์ สุวรรณทวีโชติ กรรมการผู้จัดการ บริษัท สุวรรณทวีโชติ เทคดิง จำกัด ผู้แทนจำหน่ายเม็ดพลาสติกมานานกว่า 10 ปี

"หลังจากที่ใช้บริการ Credit Enjoy มาประมาณ 4-5 เดือน ผมคิดว่า เป็นบริการที่ดี ผมพอใจที่ได้รับอัตราดอกเบี้ยที่ต่ำ อีกทั้งประโยชน์ที่ได้รับนั้นส่งผลไปถึงลูกค้าปลายทางของบริษัท ผมไม่ต้องกังวลในเรื่องเงินหมุนเวียนอีกต่อไป ทำให้กล้าตัดสินใจสั่งซื้อสินค้าจำนวนมากขึ้น เนื่องจากต้นทุนต่ำลง บวกกับการได้ Credit Term เป็นระยะเวลาที่นานขึ้นอีก"

- Mr. Pakawatt Suwantaweechot, Managing Director of Suwantaweechot Trading Company Limited, A 10-year-long plastic pellet distributor

"After using the Credit Enjoy service for 4-5 months, I think it is a good service. I am satisfied with the low interest rate. Besides, the benefit reaches the end customers of the company. I



คุณภควัฒน์ สุวรรณทวีโชติ
กรรมการผู้จัดการ บริษัท สุวรรณทวีโชติ เทคดิง จำกัด
Mr. Pakawatt Suwantaweechot,
Managing Director of Suwantaweechot Trading Co., Ltd.
need not be worried about revolving funds anymore. I can order more products because of lower costs and longer credit terms."

- คุณศิริพร อ้ออารีย์กุล กรรมการผู้ช่วยผู้จัดการใหญ่ - ฝ่ายงานบริหาร บริษัท เอ็มซี อินดัสเทรียล เคมิคัล จำกัด ตัวแทนจำหน่ายและนำเข้าเคมีภัณฑ์ทุกประเภท และเป็นตัวแทนจำหน่ายเม็ดพลาสติกให้กับ บริษัท เอสซีจี เคมิคอลส์ จำกัด

"การใช้บริการทางการเงินรูปแบบใหม่นี้ ช่วยให้เราทำงานง่ายขึ้น โดยลดกระบวนการและความยุ่งยากในการขออนุมัติสินเชื่อแบบเดิมๆ ลงไปได้เป็นอย่างมาก จากเดิมที่เราต้องขออนุมัติจากสถาบันการเงินที่เข้มงวดมากขึ้น



- คุณศิริพร อ้ออารีย์กุล กรรมการผู้ช่วยผู้จัดการใหญ่ - ฝ่ายงานบริหาร บริษัท เอ็มซี อินดัสเทรียล เคมิคัล จำกัด

Ms. Siriporn Ue-areekul, Vice President - Administration of MC Industrial Chemical Company Limited

เอกสารที่ต้องเตรียมก็มีมาก แต่หลังจากที่ใช้บริการ Credit Enjoy เราสามารถลดต้นทุนสินค้าเพื่อเพิ่มผลกำไร ด้วยอัตราดอกเบี้ยที่ต่ำที่ได้จาก เอสซีจี เคมิคอลส์ รวมถึงการได้ Credit Term ที่ขยายระยะเวลาในการชำระสินค้าให้นานขึ้น ทำให้เราปล่อย Credit Term ให้กับลูกค้าเราได้มากขึ้นด้วย สุดท้ายผลที่ได้คือ สถานะการเงินที่คล่องตัวขึ้น ทำให้เราสามารถวางแผนการลงทุนในการขยายธุรกิจด้านอื่นเพิ่มขึ้นได้ในอนาคต"

- Ms. Siriporn Ue-areekul, Vice President - Administration of MC Industrial Chemical Company Limited, a distributor and importer of plastic pellet and all chemicals

"The new financial service facilitates our work. It substantially streamlines the process of applying for credits. In requesting credits directly from financial institutions, we normally face very strict procedures, and the process demands a considerable number of documents. With Credit Enjoy, we can cut product costs and, in turn, increase profits, thanks to the low interest rates that SCG Chemicals offers. Also, the longer credit terms enable us to offer longer credit terms for our customers. Consequently, we are more flexible financially, and can plan investment in business expansion in the future."

Minimizing Industrial waste generation and maximize waste utilization without landfilling

การจัดการของเสียจากกระบวนการผลิต ลดมลพิษในสิ่งแวดล้อมอย่างยั่งยืน



การจัดการของเสียจากกระบวนการผลิตนับเป็นอีกหนึ่งความท้าทายที่ผู้ประกอบการโรงงานปิโตรเคมีต้องให้ความสำคัญ เพราะนอกจากจะเป็นการปฏิบัติตามกฎหมายแล้วยังถือเป็นความรับผิดชอบต่อผู้ประกอบการที่จะต้องช่วยกันดูแลสิ่งแวดล้อมของชุมชนอันเป็นที่ตั้งของโรงงานหรือสถานประกอบการให้นำอยู่อย่างยั่งยืน

ด้วยความห่วงใยและใส่ใจในสิ่งแวดล้อมของชุมชน บริษัท สยาม มิทซูชิ พีทีเอ จำกัด (SMPC) ซึ่งเป็นบริษัทร่วมทุนระหว่าง เอสซีจี เคมิคอลส์ และ มิทซูชิ เคมิคอลส์ ประเทศญี่ปุ่น ผู้ผลิตสาร PTA (Purified Terephthalic Acid) ซึ่งเป็นวัตถุดิบเพื่อผลิตเส้นใยสำหรับเครื่องนุ่งห่มและภาชนะพลาสติก ได้พัฒนาปรับปรุง กระบวนการผลิตอย่างต่อเนื่อง ตลอดจนควบคุมการผลิตด้วยเทคโนโลยีขั้นสูง จนสามารถลดปริมาณของเสียที่เกิดจากกระบวนการผลิต รวมถึงผลิตภัณฑ์ปนเปื้อนที่ไม่ได้คุณภาพ จากประมาณ 15,000 ตันต่อปีลงเหลือเพียง 8,600 ตันต่อปี และสามารถลดปริมาณกากตะกอนจากระบบบำบัดน้ำเสียลงเหลือประมาณปีละ 22,000 ตันต่อปี โดยเดิมทีนั้น มีการใช้วิธีการจัดการของเสียเหล่านี้แบบฝังกลบซึ่งถูกต้องตามกฎหมาย แต่เนื่องด้วยเทคโนโลยีในอดีตซึ่งมีข้อจำกัดด้านสิ่งแวดล้อมและพื้นที่การฝังกลบ จึงจำเป็นต้องค้นหาวิธีการใหม่ๆ ในการกำจัดของเสีย เพื่อลดหรือบรรเทาปัญหาดังกล่าว

ในปี 2550 สยาม มิทซูชิ พีทีเอ (SMPC) ร่วมกับบริษัท SCleco ซึ่งเป็นบริษัทจัดการด้านของเสียในเอสซีจี ได้ริเริ่มค้นหาวิธีการใหม่ๆ เพื่อใช้ในการกำจัดของเสียจากกระบวนการผลิต โดยประสานงานกับบริษัทปูนซิเมนต์ไทย (ท่าหลวง) และบริษัท ปูนซิเมนต์ไทย (แก่งคอย) ในการพัฒนาและปรับปรุงเครื่องจักรจนสามารถจัดการกากของเสียจากโรงงานได้สำเร็จ

จากความร่วมมือที่ดีของบริษัทต่างๆ ดังกล่าว กอปรกับความมุ่งมั่นและนโยบายที่ชัดเจนจากบริษัทแม่ ทั้ง เอสซีจี เคมิคอลส์ และ มิตซูชิ เคมิคอลส์ ในการงดการฝังกลบกากของเสียจากกระบวนการผลิตลงในดิน หรือ Zero Landfill นั้น เป็นแรงผลักดันให้ สยาม มิตซูชิ พีทีเอ (SMPC) บรรลุถึงเป้าหมายที่กำหนดนี้ได้สำเร็จ โดยตั้งแต่เดือนสิงหาคม 2551 เป็นต้นมา สยาม มิตซูชิ พีทีเอ (SMPC) ไม่มีการฝังกลบกากของเสียจากกระบวนการผลิตอีกต่อไป ซึ่งนับเป็นบริษัทแรก

Waste management in production processes is another challenge that the operators of petrochemical plants must also prioritize. This is not only due to legal restrictions, but also concern for the environment that operators must take into account for the quality of life and



บริเวณโรงงาน บริษัท สยาม มิตซูชิ พีทีเอ จำกัด
Plant field of Siam Mitsui PTA Co., Ltd.

SMPC ให้ความสำคัญกับการจัดการของเสียจากกระบวนการผลิตอย่างมาก โดยเฉพาะโรงงานของเราอยู่ในพื้นที่มาบตาพุด ที่ชุมชนมีความกังวลเรื่องสิ่งแวดล้อม ยิ่งผลให้เราตระหนักและเคร่งครัดในการดูแลสิ่งแวดล้อมและชุมชน แม้ว่าค่าใช้จ่ายในการส่งของเสียไปเผากำจัดในโรงงานปูนซีเมนต์เพื่อใช้เป็นพลังงานทดแทนในกระบวนการผลิตนั้น จะทำให้ต้นทุนการผลิตของบริษัทสูงขึ้นถึง 11 ล้านบาทต่อปี แต่เราคิดว่ามันคุ้มค่า เพราะการนำเทคโนโลยีนี้มาใช้เป็นการลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม ทั้งยังถือเป็นการใช้ทรัพยากรธรรมชาติให้เกิดประโยชน์สูงสุดอีกด้วย" **คุณสุชัย อัสวถาวรวานิช รองกรรมการผู้จัดการ บริษัท สยาม มิตซูชิ พีทีเอ จำกัด (SMPC)** แสดงทรรศนะเกี่ยวกับความสำคัญของการจัดการของเสียจากกระบวนการผลิต



คุณสุชัย อัสวถาวรวานิช รองกรรมการผู้จัดการ บริษัท สยาม มิตซูชิ พีทีเอ จำกัด (SMPC)
Mr. Suchai Asvathornvanit, Deputy Managing Director Siam Mitsui PTA Co., Ltd. (SMPC)

"การที่เราดำเนินนโยบายเรื่อง Zero Landfill มาปฏิบัติกัน นอกจากจะเป็นการแสดงให้เห็นให้ชุมชนได้รับทราบถึงความมุ่งมั่นของเราที่จะช่วยลดความกังวลในเรื่องสิ่งแวดล้อมเป็นพิเศษให้กับประชาชนในพื้นที่แห่งนี้แล้ว ยังเป็นการแสดงเจตนาที่มุ่งมั่นที่จะเป็นองค์กรตัวอย่างของการจัดการของเสียจากกระบวนการผลิตให้แก่บริษัทอื่นๆ ด้วย

ในกลุ่ม เอสซีจี เคมิคอลส์ ที่ไม่มีการฝังกลบกากของเสียจากกระบวนการผลิต ทั้งยังถือเป็นบริษัทต้นแบบแก่บริษัทอื่นๆ ในเครือเอสซีจี ได้ศึกษาหลักการ และวิธีการทำงาน เพื่อนำไปประยุกต์ใช้ในการจัดการของเสียจากกระบวนการผลิตต่อไป สยาม มิตซูชิ พีทีเอ (SMPC) ในฐานะส่วนหนึ่งของ เอสซีจีมุ่งมั่นที่จะรักษาสิ่งแวดล้อม เพื่อพัฒนาคุณภาพชีวิตให้กับชุมชน ตามปรัชญาการดำเนินธุรกิจของเอสซีจี ที่ไม่เคยเปลี่ยนแปลงมากกว่า 40 ปี ว่าจะ "ถ่อมมั่นในความรับผิดชอบ ต่อสังคม" ตลอดไป

well-being of their plants and the communities where it operates.

In terms of commitment for the environment, Siam Mitsui PTA Co., Ltd. (SMPC), the joint venture between SCG Chemicals and Mitsui Chemicals of Japan, a leading producer of purified terephthalic acid (PTA) used for the production of fiber for making textile and plastic containers, continuously develop its production processes and seek advance technology

ข้อดีของการกำจัดของเสียไปโรงงานปูนซีเมนต์ เพื่อใช้เป็นวัตถุดิบหรือพลังงานทดแทน

1. มีอุณหภูมิเผาไหม้สูงกว่า 1200°C และมีระยะเวลาเผาไหม้นานมากพอที่จะทำลายสารพิษทั้งหมดได้
2. กากอุตสาหกรรมสามารถนำมาใช้เป็นพลังงานทดแทน หรือวัตถุดิบทดแทนในการผลิตปูนซีเมนต์
3. ลดการใช้เชื้อเพลิงจากถ่านหิน
4. ไม่มีกากตะกอน (ซีเถ้า) จากการเผาไหม้ ทำให้ไม่ต้องฝังกลบกากตะกอนอีก
5. ไม่ก่อให้เกิดมลพิษทางอากาศจากการเผาไหม้

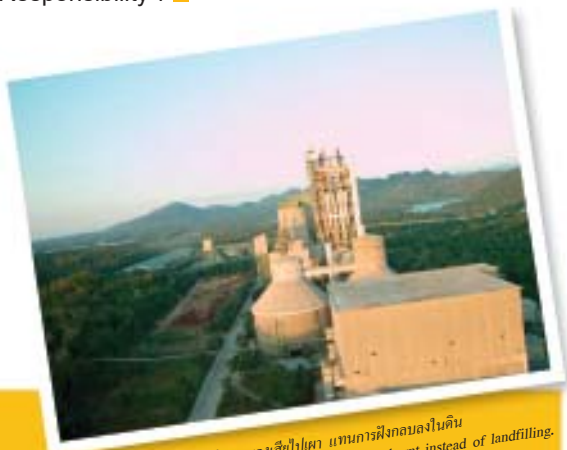
to control its waste generation in production. As a result, SMPC has succeeded in reducing its production waste, including contaminated and off-spec products, from 15,000 tons to 8,600 tons per year, as well as sediment from wastewater treatment to about 22,000 tons per year. Previously, the waste was disposed of by landfilling, which is legitimate, yet poses some problems regarding the environment and landfill availability, forcing SMPC to find new methods of waste disposal.

In 2007, SMPC, together with SCleco Services, a waste-management company in the Siam Cement Group (SCG), started looking for new methods of waste disposal in production processes. They worked with Siam Cement (Tha Luang) and Siam Cement (Kaeng Khoi) to improve production machines to successfully minimize production waste generation and maximize waste utilization without landfilling.

With good cooperation among the companies, as well as the determination and clear policy of the parent companies; namely, SCG Chemicals and

Mitsui Chemicals, to stop landfilling production waste (Zero-waste to landfill policy) has driven SMPC to fulfill the goal. Since August 2008, SMPC has completely stopped landfilling. It is the first company in SCG Chemicals to achieve industrial waste management goal for Zero-Waste to landfill, and become a model for other companies in SCG in managing production waste.

As a part of SCG, SMPC is determined to conserve the environment to improve the quality of life of community where it operates, in line with one of SCG's business philosophy; "Concern for Social Responsibility". ■



โรงงานปูนซีเมนต์ที่ SMPC ส่งกากของเสียไปเผา แทนการฝังกลบลงดิน
The cement plant where SMPC sends the waste to be burnt instead of landfilling.

SMPC places great importance on production waste management, especially as our plant is located in Map Ta Phut, where local community is critically concerned about environmental impacts. This prompts us to realize the necessity of protecting the environment in the community, and to seriously take actions towards the protection. Although the transportation of waste to cement plants where it is burnt for disposal to be used as an alternative energy in production processes raises the production cost of the company by as much as 11 million baht annually, we think it is worthwhile. This is because the technology application

can reduce adverse impacts on the environment, and thus considered the best utilization of resources," Mr. Suchai Asvathavornvanit, Deputy Managing Director of Siam Mitsui PTA Co., Ltd. (SMPC), spoke of the importance of production waste management.

"In implementing the Zero-waste to landfill policy, we not only communicate to the community that we are determined to ease their concerns about the polluted environment, but also show our intention to be a model of the production waste management for other companies.

Benefits of waste disposal in cement plants to be used as an alternative raw material or energy

1. Waste is burnt at temperatures above 1200°C such that all toxic substances are totally eradicated.
2. Industrial waste can be used as an alternative raw material or energy in cement production.
3. Coal energy dependence is reduced.
4. No waste or ash leftover after the waste is burnt, so there is no need for landfilling.
5. The incineration does not cause air pollution.

สรุปภาวะตลาดพลาสติก ไตรมาสที่ 2/2552 Plastic Market Summary Q2/2009

ราคา Monomer ในไตรมาส 2 นี้ เพิ่มสูงขึ้น เนื่องจากการหยุดซ่อมบำรุงโรงงาน Cracker ของผู้ผลิตในประเทศแถบภูมิภาคเอเชีย โดยราคา Ethylene เฉลี่ยในไตรมาสนี้ อยู่ที่ระดับ \$743 ต่อตัน เพิ่มขึ้น \$116 ต่อตัน เมื่อเทียบกับไตรมาส 1 แต่ลดลง \$642 ต่อตัน เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อน (ไตรมาส 2/2551) สำหรับราคา Propylene เฉลี่ยในไตรมาสนี้ อยู่ที่ระดับ \$797 ต่อตัน เพิ่มขึ้น \$125 ต่อตัน เมื่อเทียบกับไตรมาส 1 แต่ลดลง \$726 ต่อตัน เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อน (ไตรมาส 2/2551)

ส่วนราคาเฉลี่ยของ Naphtha เพิ่มขึ้นตามปริมาณความต้องการผลิตภัณฑ์ที่เพิ่มขึ้น เนื่องจากมีการคาดการณ์ว่าเศรษฐกิจจะปรับตัวดีขึ้น และภาวะตลาดของผลิตภัณฑ์ที่ดีขึ้นอย่างต่อเนื่อง ส่งผลให้ราคา Naphtha เฉลี่ยอยู่ที่ระดับ \$514 ต่อตัน เพิ่มขึ้น \$104 ต่อตัน จากไตรมาสก่อน แต่ลดลง \$529 ต่อตัน เทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อน (ไตรมาส 2/2551)

ในไตรมาสนี้ ราคา Polyolefins ยังคงปรับตัวสูงขึ้น เนื่องจากปริมาณการผลิตที่มีอย่างจำกัด และการหยุดผลิตของโรงงานในภูมิภาคเอเชีย ประกอบกับความล่าช้าของกำลังการผลิตใหม่ในประเทศแถบตะวันออกกลาง และประเทศอินเดีย โดยราคา HDPE เฉลี่ยในไตรมาสนี้ อยู่ที่ระดับ \$1,144 ต่อตัน เพิ่มขึ้น \$211 ต่อตัน จากไตรมาส 1 แต่ลดลง \$535 ต่อตัน เทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อน (ไตรมาส 2/2551) ขณะที่ราคา PP เฉลี่ยอยู่ที่ระดับราคา \$1,118 ต่อตัน เพิ่มขึ้น \$220 ต่อตัน จากไตรมาส 1 แต่ลดลง \$622 ต่อตัน เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อน (ไตรมาส 2/2551)

ส่งผลให้ส่วนต่างราคา (GAP) ระหว่าง HDPE และ Naphtha ในไตรมาสนี้เฉลี่ยอยู่ที่ระดับ \$630 ต่อตัน เพิ่มขึ้น \$107 ต่อตันเมื่อเทียบกับไตรมาส 1 แต่ใกล้เคียงกับช่วงเดียวกันของปีก่อน (ไตรมาส 2/2551) ในขณะที่ส่วนต่างราคา (GAP) ระหว่าง PP และ Naphtha ในไตรมาสนี้เฉลี่ยอยู่ที่ระดับ \$604 ต่อตัน เพิ่มขึ้น \$116 ต่อตัน จากไตรมาส 1 แต่ลดลง \$93 ต่อตัน เทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อน (ไตรมาส 2/2551) สำหรับราคา PVC ในไตรมาสนี้ ปรับตัวเพิ่มขึ้นเล็กน้อยโดยเฉลี่ยอยู่ที่ระดับ \$719 ต่อตัน เพิ่มขึ้น \$81 ต่อตัน จากไตรมาส 1 แต่ลดลง \$440 ต่อตันเมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อน (ไตรมาส 2/2551)

คาดการณ์ตลาดพลาสติก ไตรมาสที่ 3/2552

ราคาของเม็ดพลาสติกทั้ง Polyethylene และ Polypropylene คาดว่าจะยังอยู่ในระดับสูงต่อไป เนื่องจากมีความล่าช้าของโครงการกำลังการผลิตใหม่ๆ ส่วนราคา PVC คาดว่าจะยังคงตัวอยู่ที่ระดับสูง เนื่องจากยังมีความต้องการผลิตภัณฑ์และต้นทุนการผลิตที่สูงขึ้น

Monomer prices continued their upward momentum due to tight supply from seasonal turnarounds of Asian crackers. Ethylene price registered \$743/ton, increasing \$116/ton q-o-q but decreasing \$642/ton y-o-y. Similarly, propylene price reached as high as \$797/ton, going up 125/ton q-o-q but down \$726/ton y-o-y.

The average price of Naphtha, hiking upwards, was \$514/ton, increasing \$104/ton q-o-q but decreasing \$529/ton y-o-y, resulting from improved demand on the back of optimistic outlook on economic recovery and firm derivatives market.

Polyolefins price remained firm supported by tight regional supply from planned and unplanned shutdowns of polyolefin plants in Asia, coupled with the delay of new capacities from the Middle East and India. HDPE prices in Q2/09 increased to \$1,144/ton, on average, going up \$211/ton q-o-q, but down \$535 y-o-y. The average price of PP was \$1,118/ton, improving by \$220/ton q-o-q, but dropping by \$622/ton y-o-y.

The resulting Q2/09 HDPE-Naphtha price gap was \$630/ton, increasing \$107/ton q-o-q, but remaining stable on y-o-y basis. The PP-Naphtha price gap was \$604/ton, improving by \$116/ton q-o-q but dropping by \$93/ton y-o-y.

PVC price slightly moved up by \$81/ton q-o-q to \$719/ton, on average, but nevertheless, decreasing by \$440/ton y-o-y.

Plastic Market Outlook Q3/2009

Polyethylene and polypropylene prices are expected to remain firm due to the delay of new additional supplies. PVC prices are also expected to be stable due to steady demand and cost-push factors. ■

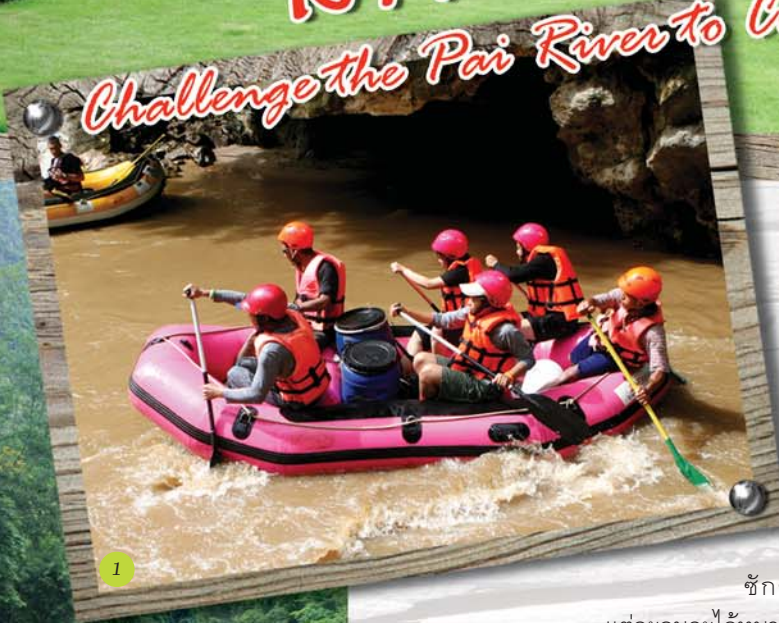
ราคาเม็ดพลาสติก เดือนเมษายน - มิถุนายน 2552 Plastic Price During April - June 2009

Unit: \$/Ton

	HDPE	LDPE	LLDPE	PP	PVC	PET
April	1,078	1,068	1,064	1,096	678	1,034
May	1,146	1,111	1,105	1,120	718	1,094
June	1,208	1,199	1,184	1,139	763	1,039

ผจญภัยในลำน้ำ "ปาง" สู่ สถานที่ท้าทายหัวใจ

Challenge the Pai River to Challenge You



1

2

ต้องเป็นการล่องแก่งที่มีระยะทางยาวถึง 50 กิโลเมตร โดยตั้งต้นจากอำเภอปางมุงหน้าไปตามสายน้ำเข้าสู่อำเภอเมืองแม่ฮ่องสอนเป็นเวลา 2 วัน 1 คืน ที่นักเดินทางจะได้ใช้ชีวิตกลางผืนป่าเคียงคู่กับสายน้ำ รวมทั้งได้ผจญภัยกลางสายน้ำที่เชี่ยวกรากในบางช่วง

จุดเริ่มต้นการเดินทางอยู่ที่อำเภอปางก่อนลงสู่สนามจริง นักเดินทางต้อง

ซักซ้อมกฎกติกาการพายในการล่องแก่ง

แต่ละคนจะได้หมวกกันน็อก เสื้อชูชีพ และพายประจำตัว โดยมีแพยางเป็นพาหนะนำพาทุกคนไปสู่จุดหมาย แพหนึ่งลำสามารถนั่งได้ประมาณ 6 คน ตำแหน่งสำคัญประจำแพยางคือ คนพายนำหน้า และคนคัดท้าย ที่วางตำแหน่งไว้ด้านหลังสุด เพื่อคอยบังคับทิศทางของแพยางให้ทรงตัวไปตามร่องน้ำที่กำหนด

วันแรกของการล่องแก่งเต็มไปด้วยบรรยากาศของความรื่นรมย์จากทิวทัศน์ธรรมชาติสองฝากฝั่งน้ำที่อุดมสมบูรณ์ นักเดินทางจะได้ชื่นชมผืนป่าสีเขียวกลางฤดูฝนน้ำไปตลอดทาง จนถึงจุดที่ต้องพักแรมสำหรับค้างคืน ไกลๆ ที่พักมีน้ำตกขนาดเล็กเรียกว่า **น้ำตกชู้ซ่า** น้ำตกนี้มีสายน้ำไหลลงเสียงดังชู้ซ่าตลอดทั้งปี หลังจากเล่นสนุกกับน้ำตกจนเบียดกันไปตามๆ กัน ก็ถึงเวลาอ้อมเอมกับมือค้ำและอาหารจานง่ายๆ แต่อร่อยล้ำ ก่อนแยกย้ายกันไปพักผ่อนอ้อมแรงเพื่อตะลุยแก่งในวันต่อไป

สายน้ำปาง จากอำเภอปางถึงอำเภอแม่ฮ่องสอน มีความยากง่ายของการล่องแก่ง* อยู่หลายระดับให้นักล่องแก่งทุกคนได้ฝึกบรีหรือฝีมือน้ำ ซึ่งโดยรวมจะมีตั้งแต่ระดับ 1 - 4 โดยเฉพาะในช่วงฤดูฝนอาจมีถึงระดับ 5 ซึ่งถือว่าเป็นระดับที่มีความยากมาก เนื่องจากระดับน้ำค่อนข้างเชี่ยวและแรง สร้างความระทึกใจแก่คนรักการผจญภัยทั้งหลาย ช่วงเวลาที่เหมาะสมกับการล่องแก่งน้ำปางเริ่มตั้งแต่เดือนมิถุนายนจนถึงกุมภาพันธ์ของทุกปี

ฤดูกาล น้ำหลากเช่นนี้ อยากจะชวน คุณผู้อ่าน เพิ่มเติมนิด

นักผจญภัยในหัวใจนักเดินทาง ด้วยกิจกรรมท้าทายและเร้าใจกลางสายน้ำเชี่ยวที่เรียกว่า **"ล่องแก่ง"** ในประเทศไทยมีลำน้ำหลายสายให้เราได้ลือกลือล่องแก่งกันอย่างสนุกสนาน และหนึ่งในนั้นก็คือ **ลำน้ำปาง แห่งจังหวัดแม่ฮ่องสอน** ซึ่งมีต้นกำเนิดจากทิวเขาดนบนธงชัยและทิวเขาแดนลาวไหลผ่านสามอำเภอในจังหวัดแม่ฮ่องสอน ได้แก่ อ.ปางมะผ้า และ อ.เมือง ก่อนไหลลงสู่แม่น้ำสาละวิน

การล่องแก่งน้ำปางมีให้เลือกหลายรูปแบบขึ้นกับระยะเวลาของการล่องแก่ง แต่ที่เร้าใจที่สุดนั้น



วันที่สองของการล่องแก่งเราต้องผจญภัยกับสายน้ำที่ค่อนข้างเชี่ยวกราก บางช่วงระดับน้ำแรงมากจนแม้แต่คนคัดท้ายฝีมือดีแค่ไหนก็ยังต้านแรงของน้ำไม่ไหว แพยางเสียดลัดล้มไปหลายลำ แต่ทริปนี้ทุกคนปลอดภัยเพราะมีเจ้าหน้าที่คอยดูแลอย่างใกล้ชิด ทั้งยังคอยอำนวยความสะดวกตลอดทางให้ลูกทัวร์ได้ล่องแก่งกันอย่างสนุกสนานครบทุกอารมณ์ที่ทั้งมันทั้งสะใจ และแม้สายน้ำจะมีความเชี่ยวค่อนข้างมาก แต่จัดว่าไม่อันตรายมากนัก ทุกคนจึงล่องมาถึงจุดหมายปลายทางในอำเภอเมืองได้ตลอดรอดฝั่ง แต่ก็ไม่วายที่เนื้อตัวชุ่มโชกด้วยน้ำไปตามๆ กัน ทว่า แม้ตัวเปียกปอนกันขนาดไหน ทุกคนก็ยังคงยิ้มได้ เมื่อจุดหมายปลายทางครั้งนี้ถูกพิชิตแล้วด้วยหัวใจนักผจญภัย ที่ผ่านบททดสอบอันท้าทายจากลำน้ำสายนี้...ลำน้ำป่าย

คู่มือนักเดินทาง

ในอำเภอป่าย จ.แม่ฮ่องสอน มีบริษัทที่บริหารจัดการทัวร์ล่องแก่งให้นักท่องเที่ยว เช่น ปายแอดเวนเจอร์ โทร. 0-5369-9385, 0-5369-9128, ไทยแอดเวนเจอร์ โทร. 0-5369-9111, แม่ฮ่องสอนแอดเวนเจอร์ โทร. 0-1884-5025, 0-1952-3340, ปาย อิน เดอะ สกาย โทร. 0-5369-8145, 0-5369-9090 หรือสามารถสอบถามข้อมูลเพิ่มเติมที่ ททท. สำนักงานแม่ฮ่องสอน โทร. 0-5361-2982-3 และ Call Centre 1672 เบอร์เดียวที่ทั่วไทย

*ระดับความยากง่ายของการล่องแก่ง

- ระดับ 1 หมายถึง ง่ายมาก มีแก่งเล็กน้อย ไม่ต้องใช้เทคนิคในการล่องแก่งมาก
- ระดับ 2 หมายถึง ธรรมดา น้ำไหลแรงขึ้น มีแก่งบางแก่งที่ต้องใช้เทคนิคในการล่องแก่ง
- ระดับ 3 หมายถึง ค่อนข้างยาก เริ่มมีแก่งที่น้ำตื้นตื้น ใช้เทคนิคในการล่องแก่งมากขึ้น
- ระดับ 4 หมายถึง ยาก มีแก่งที่ต้องใช้เทคนิคและทักษะในกาพายมากขึ้นกว่าเดิม
- ระดับ 5 หมายถึง ยากมาก เพราะจะต้องใช้เทคนิคในการพายเรือล่องแก่งสูงมากต้องใช้ความระมัดระวังเป็นอย่างสูง เพราะน้ำจะไหลเชี่ยวและแรง ต้องมีผู้ชำนาญในการล่องแก่งที่มีประสบการณ์สูงคอยดูแล
- ระดับ 6 หมายถึง อันตราย ไม่เหมาะกับการล่องแก่ง เพราะน้ำจะเชี่ยวกรากมีความเสี่ยงสูงมากในการเกิดอุบัติเหตุ

บรรยายภาพ

- 1 หกแรงช่วยกันพายจ้ำ A six-manpower engine
- 2-4 ความรื่นรมย์ของที่พักของอันเกอป่าย The pleasant accommodations in Pai
- 5 นาข้าวแสนสวยของอันเกอป่าย The beautiful paddy fields in Pai
- 6 ชักซ้อมก่อนลงสนามจริง Onshore instruction
- 7 ถ้าฝีพายเฉียบก็ผ่านตลอดรอดฝั่ง Competent ones can surely make it.
- 8 เล่นน้ำตกสนุกสนาน A joyful moment at the waterfall
- 9 ธรรมชาติงดงามของการล่องแก่ง The beautiful nature of whitewater rafting



10



11



12

When rivers rise, it is time for adventurous travelers to experience the exciting and challenging activity in fast-flowing rivers, **"whitewater rafting"**. **Pai River in Mae Hong Son** is one of many rivers in Thailand where rafters can enjoy whitewater rafting. The river originates from Thanon Thongchai and Daen Lao ranges and runs through three districts of Mae Hong Son; namely, Pai, Pang Ma Pha and Muang Mae Hong Son districts before adjoining the Salween river.

Various choices of whitewater rafting trip in the Pai River are available, depending on how long the trips are. The most exhilarating choice should be a 50-kilometer-long rafting trip from Pai downstream to Muang Mae Hong Son. Rafters will spend two days and one night along the river and in the forest, being challenged by rapids on some sections of the course.

Starting the rafting trip at Pai, rafters must receive whitewater rafting instruction brief. They were also equipped with a helmet, a life vest and a paddle before getting on a rubber raft, which can carry about six persons. The two most important roles on the raft are the bow paddler and the steersman, who sits atop the stern, and pilots the raft through planned directions.

The first day of whitewater rafting trip in Pai was filled with pleasant moments, thanks to the scenic riverside all the way through a campground, whereby a nice waterfall, Namtok Soo Saa, is located. Rafters can spend time soaking in the waterfall for a while before enjoying a simple, but very delicious dinner, then it's time to bed.

The Pai river, running from Pai to Muang Mae Hong Son district, possesses several *classes of rapids** for rafters to develop their rafting skills. Rapids in the river normally range from Class 1 to Class 4. Sometimes in the rainy season, rapids level may increase up to Class 5, which is very difficult for rafters as the river runs forcefully. However, roaring flows become even more challenging for adventure enthusiasts. The appropriate time for whitewater rafting in the Pai River is from June to February.

On the second day of the rafting trip, rafters had to cope with mighty flows. Some rapids were too strong for even experienced steersmen. So, many rafts capsized, but, fortunately, all the rafters were safe. Despite the roaring rapid, finally, everyone arrived Muang Mae Hong Son district safely, thanks to the good care of the tour staff, who provided all clients convenient, joyful and exciting trip all the way. ■



13



14

Travel tips

Several travel agencies are available to serve travelers in Pai, Mae Hong Son province including: Pai Adventure (Tel. 0-5369-9385 and 0-5369-9128), Thai Adventure (Tel. 0-5369-9111), Mae Hong Son Adventure (Tel. 0-1884-5025 and 0-1952-3340) and Pai In The Sky (Tel. 0-5369-8145 and 0-5369-9090). For more information, please contact the Mae Hong Son Office of the Tourism Authority of Thailand (TAT) at Tel. 0-5361-2982-3 or the TAT's nationwide, Call Centre at Tel. 1672.

*Classification of rapids and meaning

- **Class 1:** Mild rapids that do not require serious rafting skills.
- **Class 2:** Stronger rapids that require some rafting skills.
- **Class 3:** Exciting rapids that require higher rafting techniques.
- **Class 4:** Roaring rapids that demand higher rafting techniques and paddling skills.
- **Class 5:** Very roaring rapids that require sophisticated paddling and rafting techniques. Rafters must exercise great care because they must cope with forceful flows. Supervision of whitewater rafting experts is required.
- **Class 6:** Rapids that are too dangerous for rafting, because they are very mighty and pose high risks of accidents.

บรรยายภาพ

- 10 สายน้ำเชี่ยวขั้่งหน้า เราก็ไม่หวั่น Roaring rapids are not a worry for us.
- 11 จุดแวะพักกลางทาง The spot to rest is en route.
- 12 แ่งช่วงแรกล่องกันสบายๆ Easy rafting at the initial stage of the trip
- 13 กรีดกลางสายน้ำตก A scream in the middle of the waterfall
- 14 ผู้ตายเถอะ I'll do my best.



Active Flow

พียอน้ำหนักโมเลกุลต่ำ เพื่อเร่งผลผลิตและประหยัดพลังงาน
The low molecular weight PE to boost productivity and save energy

ในรอบรั้วพลาสติกฉบับที่แล้ว เอสซีจี เคมิคอลส์ ได้แนะนำผลิตภัณฑ์ Active Flow ซึ่งเป็นนวัตกรรมใหม่เพื่อการผลิตพลาสติกที่ช่วยในเรื่องการลดการใช้พลังงานเพื่อรักษาสิ่งแวดล้อม และเป็นหนึ่งในผลิตภัณฑ์ในกลุ่ม SCG Eco Value ไปแล้วนั้น เชื่อว่า ผู้ประกอบการผลิตพลาสติกที่สนใจเรื่องการเพิ่มประสิทธิภาพการผลิต และประหยัดการใช้พลังงาน คงอยากทราบรายละเอียดในเชิงเทคนิคเกี่ยวกับ Active Flow มากขึ้น ฉบับนี้ เราจึงขอแนะนำเรื่องราวของ Active Flow เกี่ยวกับจุดเด่น คุณภาพ คุณสมบัติ และการใช้งาน ซึ่งจะประโยชน์แก่ผู้ประกอบการในการพิจารณา Active Flow เป็นอีกทางเลือกหนึ่งที่จะช่วยเพิ่มประสิทธิภาพและลดต้นทุนในการผลิตต่อไป

ในฉบับที่แล้ว เราได้แนะนำ Active Flow ให้คุณผู้อ่านได้รู้จักกัน ว่าเป็นสารเติมแต่งเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการไหลตัวของพลาสติกเมื่อหลอมเหลว (Viscosity Modifier) เป็นสารพียอน้ำหนักโมเลกุลต่ำ (Low molecular weight polyethylene homopolymer) ใช้เพื่อเร่งผลผลิตให้สูงขึ้น ลดต้นทุนปัจจัยการผลิต และช่วยในการกระจายตัวของผงสีหรือสารเติมแต่งอื่นๆ จากกระบวนการกลั่นที่ทันสมัยของโรงงานบริษัท ไทยโพลีเอททีลีน จำกัด และการควบคุมค่าความหนืดให้มีคุณภาพสม่ำเสมอ และตรงตามความต้องการของลูกค้า ทำให้ Active Flow มีคุณสมบัติที่โดดเด่นมากมายซึ่งคุณสมบัติเด่นต่างๆ นี้ ล้วนก่อให้เกิดประโยชน์ต่อผู้ประกอบการผลิตพลาสติกในหลายด้าน ดังแสดงไว้ในตาราง ดังนี้



คุณสมบัติ	ประโยชน์ต่อผู้ผลิตพลาสติกหรือวัตถุดิบคอมพาวด์
เป็นวัสดุพียอน้ำหนักโมเลกุลต่ำ	หลอมเป็นเนื้อเดียวกันกับพียอและพีพี ไม่แยกตัว ผิวชิ้นงานไม่เป็อน
เป็นสารหล่อลื่น	เพิ่มอัตราการผลิต ลดต้นทุนการผลิต
มีลักษณะเป็นเม็ด	ไม่ฟุ้งกระจาย ใช้งานง่าย ผสมกับเม็ดพลาสติกได้สะดวก
ปลอดภัย ไม่เป็นพิษ	ใช้ได้กับสินค้าที่ต้องสัมผัสอาหาร
ไม่มีฤทธิ์เป็นกรด	ไม่กัดกร่อนสกรู หัวตาย หรือแม่พิมพ์ ทำความสะอาดง่าย หนอมอายุการใช้งานเครื่องจักร
มีเสถียรภาพทางความร้อนสูง	ทนต่อความร้อนในการแปรรูป

จากประโยชน์ที่หลากหลายดังกล่าว Active Flow จึงนับเป็นทางเลือกที่น่าสนใจของผู้ผลิตผลิตภัณฑ์พลาสติกและผลิตภัณฑ์เม็ดพลาสติกคอมพาวด์

Active Flow สามารถนำไปใช้ได้กับทั้งกระบวนการขึ้นรูปแบบอัดรีด (Extrusion) เช่น การผลิตฟิล์ม ถุงพลาสติก การผลิตเส้นใยเชือก เส้นเทปกระสอบ พลาสติกแผ่น และแบบฉีดแบบ (Injection) เช่น การผลิตชิ้นงานขนาดใหญ่ที่มีความซับซ้อน ดังรายละเอียดที่แสดงในตารางสรุปการใช้งาน Active Flow LP1040T

ส่วนการใช้งาน Active Flow ก็สามารถทำได้ง่าย โดยผสมแห้ง (Dry blend) กับวัตถุดิบก่อนการแปรรูป ซึ่งจะไม่ทำให้สมบัติเชิงกลของวัตถุดิบเปลี่ยนแปลงไป เมื่อผู้ผลิตเลือกผสม

Active Flow กับวัตถุดิบจึงสามารถเพิ่มประสิทธิภาพในการผลิต และสร้างมูลค่าเพิ่มให้ผลิตภัณฑ์ในด้านต่างๆ ดังนี้

- เร่งผลผลิตในการแปรรูปสูงสุดถึง 20%
- ประหยัดค่าไฟในการแปรรูปสูงสุดถึง 20%
- เพิ่มความเงาบนพื้นผิวผลิตภัณฑ์
- ลื่นขึ้น ใช้ปริมาณผงสีน้อยลง

หากมีข้อสงสัยเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ Active Flow หรือสนใจทดลองผลิตภัณฑ์สามารถติดต่อได้ที่

บริการเทคนิค ส่วน Functional Materials บริษัท เอสซีจี เพอร์ฟอร์แมนซ์ เคมีคอลส์ จำกัด โทร. 0-2586-5111, 0-2586-4779, email: tawiso@scg.co.th

ตารางแสดงสมบัติทางเทคนิคของ Active Flow LP1040T

สมบัติ	ASTM	LP1040T	หน่วย
ความหนืด ที่ 149 °C	D3236	20-40	cPs
ความหนาแน่น	D1505	0.94	g/cm ³
ความแข็งต่อการเจาะทะลุ	D1321	3	d.mm
อุณหภูมิจุดเริ่มหด	D3954	118	°C

การใช้งาน Active Flow LP1040T

	การขึ้นรูปด้วยการอัดรีด	การขึ้นรูปด้วยการฉีดแบบ
ประเภทการผลิต	ฟิล์ม ถุงพลาสติก เส้นใยเชือก เส้นเทปกระสอบ พลาสติกแผ่น	การผลิตชิ้นงานขนาดใหญ่ เช่น ถังขูดน้ำ ส่วนประกอบยานยนต์ การผลิตชิ้นงานที่มีความซับซ้อน เช่น แผ่นรองสินค้า เครื่องใช้ไฟฟ้า ดอกไม้พลาสติก เป็นต้น
ประโยชน์ที่ได้รับ	- ประหยัดค่าไฟฟ้าในการผลิตได้ สูงสุด 20% - ผลผลิตเพิ่มขึ้น - เพิ่มการกระจายตัวของผงสีและ สารเติมแต่งต่างๆ	- พลาสติกเหลวไหลตัวดีขึ้น - ฉีดเต็มแม่พิมพ์ง่ายขึ้น - เพิ่มประสิทธิภาพในการฉีด - ปลดชิ้นงานกับแม่พิมพ์ได้ง่ายขึ้น - ลดความเร็วรอบในการฉีดลง ร้อยละ 10-25 - ผลผลิตเร็วขึ้น - ผิวชิ้นงานเงาขึ้น - เพิ่มการกระจายตัวของผงสี และสารเติมแต่งต่างๆ
ปริมาณการใช้	ผสมใช้ในสัดส่วนร้อยละ 1-3 โดยน้ำหนัก	ผสมใช้ในสัดส่วนร้อยละ 1-3 โดยน้ำหนัก

In the last issue of All Around Plastics, SCG Chemicals introduced Active Flow, an innovative product in the SCG ECO Value category that reduces power consumption and conserves the environment in the manufacturing of plastic products. We believe that plastic product manufacturers who aim to increase productivity and to reduce energy consumption in the production processes would like to know more

about technical details of Active Flow. Therefore, in this issue, we present the outstanding points, qualities, properties, and usage of Active Flow so that it may be another product of your choice that helps increase production efficiency and cut product costs in the long run.

In the last issue, we introduced Active Flow as the additive that helps increase flowability of melted plastic (viscosity modifier). It is a low molecular weight polyethylene homopolymer engineered to boost productivity, to reduce production costs,

and to facilitate the dispersion of color pigments, and other additives. Thanks to the state-of-the-art refining process of Thai Polyethylene Company Limited, and the consistent viscosity control that meets customers' demands, Active Flow is full of outstanding properties that benefit the manufacturers of plastic products as described in the following table:

mechanical properties of raw materials. Thus, the manufacturers who blend Active Flow with raw materials can increase both productivity in production processes and values of their products in the following manners:

- Boosting up productivity in transformation process by as much as 20%;

Properties	Benefits for the manufacturers of plastic products or compounders
Polyethylene wax with low viscosity	Perfectly blended with PE and PP. Neither separates nor stains products.
Low molecular weight	Melts easily at low melting point.
Viscosity modifier	Improves productivity and reduces production costs.
Pastille form	Does not diffuse, easy to use and compound with plastic pellets.
Non-toxic	Can be applied to food-grade products.
Non-acid	Does not erode screws, dyes, or molds, easy to be cleaned, and helps extend the lifetime of machinery.
High thermal stability	Endures heat in transformation process.

Given the various benefits, Active Flow becomes an interesting choice for the manufacturers of plastic products and compound plastic pellets.

Active Flow can be used in extrusion for the production of, for example, film, plastic bags, rope, sack, and plastic sheets, and in injection molding for the production of large and complicated pieces of work as described in the table showing the usage of Active Flow LP1040T.

Active Flow is easy to apply as it can be dry-blended with raw materials before transformation. This will not affect the

- Cutting power expenses used in transformation process by as much as 20%;
- Improving products' shinier; and
- Accelerating product colors while using less dye powder.

If you have any questions about Active Flow or are interested in product trial, please contact:

Technical Services for Functional Materials Department of SCG Performance Chemicals Co., Ltd.: tel. 0-2586-5111 and 0-2586-4779, and email: tawiso@scg.co.th ■

Table showing technical properties of Active Flow LP1040T

Properties	ASTM	LP1040T	Measurements
Viscosity at 149 °C	D3236	20 – 40	cPs
Density	D1505	0.94	g/cm3
Penetration hardness	D1321	3	dmm
Dropping point	D3954	118	°C

Usage of Active Flow LP1040T

	Extrusion molding	Injection molding
Products	<ul style="list-style-type: none"> - film and industrial plastic bags - rope, sack, and plastic sheets 	<ul style="list-style-type: none"> - large pieces of work such as beverage crates and automotive parts - Complicated pieces of work such as pallets, electrical appliances, crate, plastic chair, and plastic flowers.
Benefits	<ul style="list-style-type: none"> - saving power expenses by as much as 20% - Shorten injection time - increasing productivity - better dispersion of color pigments and additives 	<ul style="list-style-type: none"> - better flowability - easier to inject to the entire mold - increasing injection efficiency - easier mold removal - speeding up injection cycles by 10-25% - accelerating production - shinier surface - better spread of dye powder and additives
Mixture ratio	1-3% by weight	1-3% by weight

CHEESECAKE HOUSE

& RESTAURANT



ร้านนี้มีดีมากกว่าชีสเค้ก
More than just cheesecake

เมื่อนึกถึงเวลาอาหารว่างยามบ่าย หลายคนอาจนึกถึงการได้ดื่มด่ำกับชาร้อน กลิ่นหอมๆ หรือลาเต้แก้วโปงลวด และอาจเพิ่มความอร่อยด้วยเค้กดีๆ สักชิ้น ซึ่งหากคุณเป็นคนที่หลงใหลในรสชาติที่กลมกล่อมและเข้มข้นไปด้วยชีสขบอบ ฝัสดักแล้ว ห้ามพลาดการมาเยือน Cheesecake House & Restaurant นี้ เพราะนอกจากจะมีชีสเค้กให้เลือกหลายสิบรสชาติแล้ว ยังมีอาหารอร่อยๆ หลากเมนูให้อิ่มท้องอีกด้วย



ภายในบริเวณอันร่มรื่นกลางซอยแจ่มจันทร์ เป็นที่ตั้งของ **Cheesecake House & Restaurant** หรือ **'บ้านชีสเค้ก'** ที่เปิดให้บริการมานานเกือบ 30 ปีแล้ว ที่นับเป็นร้านเค้กแห่งแรกๆ ที่นำชีสเค้กมาเปิดตัวให้คนไทยได้รู้จักในบรรยากาศเป็นกันเองของคาเฟ่ขนาดกำลังดี ตกแต่งในโทนสีน้ำตาล ชิมเข้ม และหากลูกค้าต้องการความเป็นส่วนตัว สามารถเลือกที่นั่งภายในโซนไพรเวทในห้องกระจกไปได้

การได้นั่งทานอาหารที่นี่ได้อารมณ์ของความอบอุ่นเหมือนทานในครอบครัว ด้วยบริการที่เป็นกันเองของพนักงานทุกคน ทั้งการตกแต่งร้านยังให้ความรู้สึกโปร่งสบายน่านั่ง เมื่อมองผ่านผนังกระจกออกไป ก็มองเห็นต้นไม้เขียวครึ้มสบายตา ลูกค้าส่วนใหญ่ของที่นี่มักเป็นลูกค้าประจำที่มาทานข้าวกับครอบครัว ทำให้บรรยากาศเต็มไปด้วยความอบอุ่นและผ่อนคลาย

เมนูอาหารของ 'บ้านชีสเค้ก' มีให้เลือกทั้งไทยและเทศ เริ่มต้นเรียกน้ำย่อยกันด้วย **Fresh Spring Rolls** ปอเปี๊ยะสดตำรับไทยแท้ โรยหน้าด้วยไข่เจียวหั่นฝอยและกุ้งแช่แข็ง ราดซอสมะขามเข้มข้นรสเปรี้ยวถูกใจคออาหารไทย ต่อด้วย **ก๋วยเตี๋ยวผัดไข่พริกเผาทะเลยอดผัก** เมนูยอดนิยมประจำร้าน ด้วยความเข้มข้นของเส้นใหญ่ ผัดพริกเผา ที่ถึงเครื่องด้วยหอยแมลงภู่วันโต ปลาหมึก ปลาสด และกุ้ง พร้อมยอดคะน้าสดกรอบ อร่อยอย่างเข้ากัน หรือถ้าใครชอบอาหารจานข้าว ขอแนะนำ **ข้าวกับหมู**

สามชั้นตุ๋นหม้อดิน ข้าวสวยร้อนๆ เสิร์ฟในหม้อดิน ทอหมูสามชั้นตุ๋นทานกับผักดองแก้เลี่ยน อร่อยและอิ่มกำลังดี ส่วนคนรักสปาเกตตีห้ามพลาด **สปาเกตตีหมึกดำผัดเนื้อเค็มกระเทียมโทรปะพา** สปาเกตตีเส้นดำหอมอร่อยคลุกเคล้าเครื่องเทศอย่างกระเทียม โทรปะพา พริกไทยสด และเนื้อเค็ม เป็นฟิวชั่นฟู้ดที่ถูกใจทั้งคนไทยและชาวต่างชาติแน่นอน

อิมอร่อยกับอาหารคาวกันแล้ว ถึงคราวพระเอกของร้านอย่างชีสเค้กได้ออกโรงเสียที เพื่อไม่ให้เสียโอกาสลิ้มลองของอร่อยในร้านนี้ แนะนำให้เดินไป

PUSH



เลือกเค้กที่ดูแซ่ เพราะคุณจะได้สัมผัสความรู้สึก ‘ตัดใจไม่ลง’ ด้วยชีสเค้กที่วางเรียงรายหลากหลายชนิด ซึ่งล้วนแล้วแต่น่าทานทั้งนั้น ไม่ว่าจะเป็นบลูเบอร์รี่ชีสเค้ก คาปูชิโนชีสเค้ก โอรีโอชีสเค้ก นิวยอร์กชีสเค้ก บอสตันชีสเค้ก ฯลฯ ละลานตาจนบรรยายไม่หมด และใช้จะมีแค่ชีสเค้กอย่างเดียวที่มีชื่อ แต่ยังมี เค้ก ลูกก็๊ว ขนมปัง พาย และสารพันเบเกอรี่ที่น่าชิมทุกชิ้น รับรองว่าใครมาเป็นต้องติดใจในความอร่อย จนต้องซื้อเค้กกลับไปฝากเพื่อนฝูงและคนทางบ้านกันคนละชิ้นสองชิ้นแน่นอน

Cheesecake House & Restaurant ซอยแจ่มจันทร์ เอกมัย 21 (ทองหล่อ 20)
โทร 0-2711-4149 เปิดบริการทุกวัน เวลา 09.00-21.30 น.

Thinking of an afternoon break, many people may dream of a cup of fragrant hot tea or their favorite latte complemented with a piece of good cake. If you love the smooth and rich taste of cheese in cheesecake, you should not miss Cheesecake House & Restaurant, which serves not only dozens of different cheesecakes but also a variety of delicious dishes to satisfy your appetite.

Cheesecake House & Restaurant has been in Soi Chamchan for nearly 30 years. It is one of the first places that introduced cheesecake to Thai people. The cozy café is decorated in a dark, peaceful earth tone. The customers who prefer privacy can also sit in glass rooms in the private zone of the restaurant.

The atmosphere and services are so warm that guests can easily feel like eating at home. The décor emphasizes spaciousness and comfort. Guests can see through the glass wall eye-relieving lush green trees. Most of them are regulars who fill the place with the atmosphere of warmth and coziness.

The menu of Cheesecake House & Restaurant offers both Thai and foreign foods. An appetizer can be a dish of Thai-styled fresh spring rolls topped with chopped omelet, Chinese sausages and a very sour tamarind sauce guaranteed to please the taste buds of Thai-food lovers. The next dish should be fried noodles with eggs, roasted chili paste, seafood and young vegetable leaves. It is the most popular dish of the restaurant, thanks to the spicy taste of wide noodles fried with roasted chili paste, the richness of big mussels, squids, fresh fish and shrimps, and the harmonious deliciousness of fresh Chinese kale. If you like a rice dish, a recommended one is the clay bowl of steamed rice and stewed pork belly. You will appreciate the aroma of hot steamed rice and stewed pork belly served with pickled vegetables to mitigate the oily taste. This dish is delicious and will properly satisfy your hunger. Moreover, Spaghetti lovers should not miss black spaghetti fried with salted beef, garlic and sweet basil. Fragrant and delicious black spaghetti is cooked well with salted beef and such spicy vegetables as garlic, sweet basil and fresh pepper. This is the fusion dish that should certainly please both Thai and foreign customers.

After the main dishes, it is the showtime of the specialties of the restaurant: cheesecakes. To ensure you do not miss a tasty choice in the café, you should walk over to the cake display fridges yourself. Be warned, though, as you may easily be tempted to try them all because all the displayed cheesecakes of various types look really yummy. The dazzling array includes blueberry cheesecake, cappuccino cheesecake, Oreo cheesecake, New York cheesecake, Boston cheesecake, etc. The restaurant is well-known not only for its cheesecakes but also for its cakes, cookies, bread, pies and many more, all of which look delicious. Just a few bites, it is guaranteed that guests will easily be convinced to buy a few pieces of cake for their friends and families.

Cheesecake House & Restaurant is located on Soi Chamchan, Ekkamai 21 Road (Thonglor 20), Tel. 0-2711-4149. Open daily from 9 AM to 9.30 PM. ■



เอสซีจี พลาสติกส์ จัดสัมมนาผู้แทนจำหน่าย SCG Plastics Organized Dealer Seminar



ฝ่ายขายในประเทศ เอสซีจี พลาสติกส์ จัดสัมมนาผู้แทนจำหน่าย ในหัวข้อ "Product

Applications & Technical Knowledge" ที่ โรงแรม เรดิสัน กรุงเทพฯ เมื่อเร็วๆ นี้ โดยมีผู้เชี่ยวชาญด้านเทคนิคผลิตภัณฑ์ใน Applications ต่างๆ จากหน่วยงาน Technical Services & Product Development เอสซีจี พลาสติกส์ เป็นผู้ให้ความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์เม็ดพลาสติก กระบวนการขึ้นรูป รวมถึงการแก้ไขปัญหาทางเทคนิคเบื้องต้นแก่ผู้แทนจำหน่าย โดยมีผู้แทนจำหน่ายเข้าร่วมสัมมนาครั้งนี้นักว่า 50 คน

"My Dealers...My Team" Product Applications & Technical Knowledge

SCG Plastics' Domestic Sales Division recently organized a dealer seminar on "Product Applications & Technical Knowledge" at Radisson Hotel, Bangkok. The seminar featured experts in product applications from the Technical Services & Product Development unit of SCG Plastics who gave talks and answered questions regarding plastic resins, applications, and other technical problems. The seminar was attended by more than 50 dealers.

The objective of the seminar was to provide the dealers with technical knowledge about resins, plastic processing, and basic technical problem solving.

เอสซีจี พลาสติกส์ จัดสัมมนาลูกค้า SCG Plastics Organized Seminar



หน่วยงาน Global Flexible Packaging เอสซีจี พลาสติกส์ จัดสัมมนาลูกค้า ในงาน Your Trustworthy Packaging Partner ที่โรงแรม มิราเคิล แกรนด์ กรุงเทพฯ เมื่อเร็วๆ นี้ โดยได้รับเกียรติจากผู้เชี่ยวชาญในตลาด Specialty Packaging and Film หลายท่าน ร่วมให้มุมมองต่อตลาดบรรจุภัณฑ์และแนวโน้ม ตลอดจนให้ความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ ประกอบด้วย คุณกิตติ หวังวิวัฒน์ศิลป์ ผู้ช่วยกรรมการผู้จัดการ ด้านพัฒนาบรรจุภัณฑ์ บมจ. เจริญโภคภัณฑ์อาหาร (CPF), Ms. Mahalia Soediono, Senior Technology Manager, Dow Chemical (China) Company Limited, คุณธนพัต กวีไตรภพ Global Flexible Packaging Manager และ คุณวิศนีย์ เจริญพิณีการ Technical Service Manager-Film Application จาก เอสซีจี พลาสติกส์ โดยมีลูกค้าและผู้แทนจำหน่ายเข้าร่วมสัมมนาครั้งนี้นักว่า 150 คน

"Your Trustworthy Packaging Partner"

SCG Plastics' Global Flexible Packaging Division recently organized a seminar on "Your Trustworthy Packaging Partners" at the Miracle Grand Convention Hotel, Bangkok. The seminar featured many experts in specialty packaging and film who gave talks and shared meaningful experiences and perspectives with the participants on food packaging market outlook and trend , as well as new product information. They included Mr. Kittti Wangwatsilp, Deputy Managing Director for packaging development, Charoen Pokaphand Food PCL (CPF), Ms. Mahalia Soediono, Senior Technology Manager of Dow Chemical (China) Company Limited, Mr. Thanapat Kawetraiphop, Global Flexible Packaging Manager, and Ms. Wissanee Charoenpinijkarn, Technical Service Manager-Film Application, SCG Plastics. The seminar was attended by over 150 customers.



การจัดสัมมนาทั้ง 2 งานดังกล่าว เป็นไปเพื่อให้สอดคล้องกับแนวทางการดำเนินธุรกิจ "คู่คิด คู่ค้า คู่พัฒนา" หรือ "Building Success Together" ที่มุ่งผลักดันให้ลูกค้าและผู้แทนจำหน่าย ก้าวหน้าไปพร้อมๆ กับเรา ทั้งในด้านความรู้ และทิศทางการดำเนินธุรกิจ อันจะนำมาซึ่งศักยภาพ ในการเติบโตอย่างเข้มแข็งให้กับทุกฝ่าย

SCG Plastics strives to managing business in line with the strategic concept "Building Success Together". The company works closely with its trading partners to build success together, allowing all concerned parties to achieve maximum business strength. ■



**October
2009**

Pack Expo/Process/Converting & Package Printing Expo 2009
October 5-7, 2009

Las Vegas Convention Center, Las Vegas, Nevada, USA

Polyurethanes 2009 Technical Conference **October 5-7, 2009**

Gaylord National Resort & Convention Center, National Harbor, Maryland, USA

SPI Film & Bag Federation Fall Conference **October 7-8, 2009**

Fall Conference, Las Vegas, Nevada, USA

CAD Rectec - Color on my Mind **October 11-13, 2009**

Hyatt Regency Hotel, Savannah, Georgia, USA

PEPP 2009 Polyethylene Polypropylene Chain
October 13-15, 2009

Swissotel, Zurich, Switzerland

Fakuma **October 13-17, 2009**

Friedrichshafen Exhibition Centre, Friedrichshafen, Germany

Saudi Plas **October 18-21, 2009**

Riyadh Exhibition Centre, Riyadh, Ar Riyad, Saudi Arabia

Proplas Africa **October 20-23, 2009**

Expo Centre, NASREC, Johannesburg, South Africa

Plastics Packaging Rubber Diecasting & Foundry Exhibition
October 22-24, 2009

Nanjing International Exhibition Center, Nanjing, China

Vietnam Plas **October 22-25, 2009**

Saigon Exhibition & Convention Center (SECC), Ho Chi Minh City, Ho Chi Minh, Vietnam

Plastex Ukraine **October 27-30, 2009**

International Exhibition Centre (IEC), Kiev, Ukraine

Plastics Industry Strategy Seminar 2009 **October 29, 2009**

Westin Galleria, Houston, Texas, USA

ATTACHMENT

Excellent
 Very good
 Good
 Average
 Poor



แปลงผักในจังหวัดขอนแก่น บ้านชน. ๕๖๕๖

“เราอยากให้คุณได้ใช้ประโยชน์จากผืนดิน”



ผืนดิน คือทรัพยากรของโลกที่มีจำกัดและมนุษย์จำเป็นต้องใช้ประโยชน์จากผืนดินร่วมกัน ไม่ว่าจะเพื่อเพาะปลูกหรือเป็นที่อยู่อาศัย หากมนุษย์ไม่ดูแลและใช้ผืนดินอันจำกัดนี้อย่างรู้ค่า เราอาจไม่มีผืนดินคุณภาพให้ลูกหลานไว้ใช้ประโยชน์

เอสซีจี เคมิคอลส์ ตระหนักว่าการไม่กำจัดกากของเสียโดยใช้วิธีฝังกลบในดิน เป็นวิธีการหนึ่งที่จะช่วยรักษาผืนดินไว้ให้มนุษย์ได้ใช้ประโยชน์ตราบนานเท่านาน จึงได้ใส่ใจดูแลกระบวนการผลิตให้มีประสิทธิภาพสูงสุดเพื่อลดการเกิดกากของเสียหรือหากมีกากของเสียจากกระบวนการผลิต ก็จะมุ่งนำกากของเสียกลับไปใช้ให้เกิดประโยชน์ได้อีกครั้ง

เช่น ใช้เป็นเชื้อเพลิงทดแทนในหม้อเผาปูนซีเมนต์แทนการนำไปฝังกลบในดิน
ทั้งนี้ โดยมีเป้าหมายที่จะไม่ให้มีการฝังกลบกากของเสียในดินอีกเลย ภายในปี 2555

เอสซีจี เคมิคอลส์

มุ่งมั่นดำเนินธุรกิจอย่างเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม

