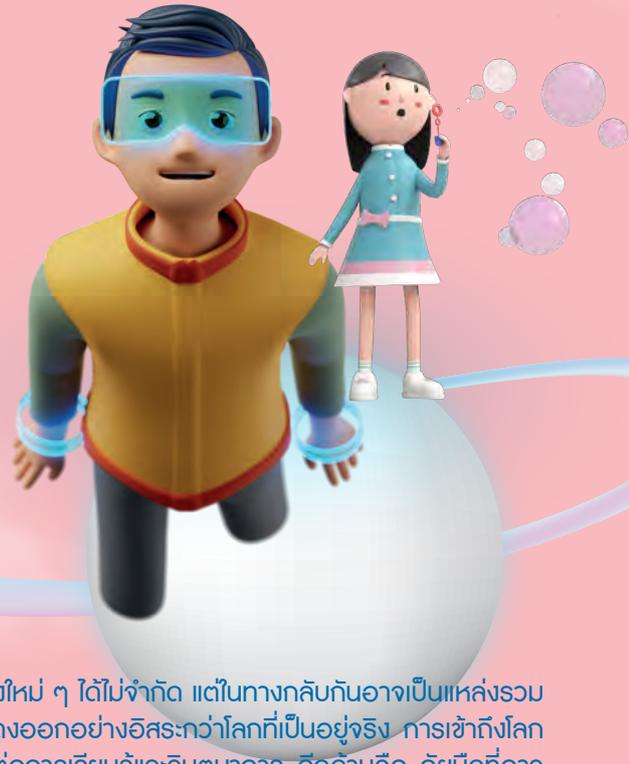


# Metaverse for Kids

## เหรียญสองด้านสำหรับเด็ก TWO SIDES OF THE SAME COIN



Metaverse คือ โลกแห่งจินตนาการที่เปิดโอกาสในการเรียนรู้ และสัมผัสกับมุมมองใหม่ ๆ ได้ไม่จำกัด แต่ในทางกลับกันอาจเป็นแหล่งรวมของภัยคุกคามทางอินเทอร์เน็ต ซึ่งเกิดจากการที่ผู้ใช้งานสามารถใช้ชีวิต หรือแสดงออกอย่างอิสระกว่าโลกที่เป็นอยู่จริง การเข้าถึงโลก Metaverse ของเด็กจึงเปรียบเหมือนเหรียญที่มีสองด้าน ด้านหนึ่งคือ ประโยชน์ต่อการเรียนรู้และจินตนาการ อีกด้านคือ ภัยมืดที่อาจเกิดจากความไม่เท่าทันเทคโนโลยีของเด็ก

Metaverse, a realm of imagination, offers unlimited spaces for learning and new experiences. But it is not free from cyber threats. To kids, Metaverse is thus like a coin with two sides. While one is greatly useful, the other may cause harm especially in the face of kids' tech illiteracy.

### เปิดโลกแห่งจินตนาการ

Metaverse เปิดโอกาสในการสร้างโลกแห่งการเรียนรู้ สร้างมุมมอง ความคิด และจินตนาการ ลองนึกภาพคุณครูและนักเรียนที่อาศัยอยู่ต่างที่ แต่สามารถเข้ามาเรียนรู้ร่วมกัน เล่นกีฬาด้วยกัน หรือแม้แต่ออกไปท่องโลกกว้างร่วมกับเด็กคนอื่น ๆ ในโลกเสมือน เด็ก ๆ จะได้ทั้งประสบการณ์ ความรู้ และการแลกเปลี่ยนระหว่างกัน ซึ่งนี่คือระบบการเรียนการสอนที่ห้องเรียนธรรมดาอย่างทำไม่ได้

ยกตัวอย่างแบรนด์ชั้นนำที่สร้างโลก Metaverse สุดสร้างสรรค์ให้กับเด็ก ๆ อย่างแคมเปญ Magic is in the Air ของ Nike ที่เปิดโอกาสให้เด็ก ๆ สร้าง Airtopia หรือโลกของพวกเขาบนแพลตฟอร์มเกม Roblox โดยเริ่มต้นจากการชักชวนนักสร้างสรรค์รุ่นเยาว์มาค้นหาแรงบันดาลใจจากฟองอากาศในรองเท้า Air Max ทั้งผลงานศิลปะ ดนตรี และการออกลีลาเคลื่อนไหวตามจินตนาการ จากนั้นจึงนำไปสร้างเป็นสภาพแวดล้อมดิจิทัลให้เด็ก ๆ เข้าไปสนุกอย่างไร้ขีดจำกัดในโลก Metaverse

### ความปลอดภัยเป็นสิ่งที่ต้องคำนึง

การคำนึงถึงความปลอดภัยและการปกป้องข้อมูลส่วนบุคคลคือสิ่งสำคัญในโลก Metaverse บริษัทเกมยักษ์ใหญ่ออย่าง Epic Games ได้ระดมทุนสองพันล้านเหรียญจาก Sony และ Lego เพื่อสร้างโลก Metaverse เอาใจเด็ก ๆ แม้จะยังไม่ได้กำหนดรูปแบบชัดเจน แต่มีข้อตกลงเบื้องต้นร่วมกัน 3 ข้อ คือ หนึ่ง ต้องให้ความสำคัญต่อความปลอดภัยในการใช้งานและส่งเสริมความเป็นอยู่ที่ดี สอง คำนึงถึงผลประโยชน์สูงสุดของเด็กเป็นหลัก และสาม ต้องส่งเสริมให้ทั้งเด็กและผู้ใหญ่สามารถควบคุมประสบการณ์เสมือนได้ด้วยตนเอง

โลก Metaverse ที่ออกแบบโดยคำนึงถึงผู้ใช้งานรุ่นเยาว์เป็นศูนย์กลาง จึงช่วยเสริมสร้างพัฒนาการและเหมาะสมกับวัยแห่งการเรียนรู้ของเด็ก

### ผลกระทบต่อการพัฒนาการและการคุกคาม

แม้ว่า Metaverse จะสร้างโลกแห่งการเรียนรู้ที่ไร้ขีดจำกัดให้กับเด็ก ๆ แต่อย่าลืมว่าอาจแฝงผลกระทบทั้งทางตรงและทางอ้อมต่อเด็กที่ยังขาดภูมิคุ้มกันในโลกออนไลน์ เราอาจคุ้นเคยกับปัญหาเด็กติดเกมซึ่ง Metaverse อาจทำให้ปัญหานี้มีแนวโน้มรุนแรงกว่าเดิม เนื่องจากการเปลี่ยนแปลงฮอร์โมนทางอารมณ์ (Stress hormone) ทำให้เด็กกลุ่มเปราะบางมีอาการก้าวร้าว อีกทั้งการใช้อาวตาร์ดิจิทัลเพื่อสร้างตัวตนในโลกเสมือน อาจส่งผลต่อความพึงพอใจในรูปลักษณ์ตนเอง และการยอมรับจากบุคคลอื่น ทั้งหมดนี้ส่งผลต่อพฤติกรรมของเด็กซึ่งกำลังอยู่ในช่วงของการพัฒนาด้านจิตใจ สมถ่อม และอารมณ์

ผลกระทบโดยตรงที่ไม่อาจหลีกเลี่ยงคือ ผู้ไม่หวังดีในโลก Metaverse เพราะแม้ว่าการเข้าถึงโลก Metaverse จำเป็นต้องมีบัญชีผู้ใช้งานซึ่งกำหนดให้สมัครได้เฉพาะบุคคลที่อายุ 13 ปีขึ้นไป แต่เด็ก ๆ ที่อายุไม่ถึงก็ยังมีโอกาสเข้าสู่ Metaverse ได้เองผ่านบัญชี Facebook ของครอบครัวที่ใช้ร่วมกันได้ และพวกเขาก็อาจพบกับการถูกคุกคามหรือหลอกลวงได้ไม่ยาก

ตัวอย่างกรณีศึกษาของแพลตฟอร์มเกม Roblox ที่มีผู้ใช้งานมากกว่า 150 ล้านคน พบว่าครึ่งหนึ่งของผู้ใช้งานเป็นเด็กอายุต่ำกว่า 13 ปี ความสนุกของเกมคือ ผู้ใช้งานสามารถเข้ามาสร้างเกมย่อยของตัวเองได้และไม่จำเป็นต้องสวมแว่น VR แต่ใช้การจำลองชีวิตจริงผ่านอวตาร์

ของตัวเองเช่นเดียวกับการสร้างตัวตนบนโลก Metaverse เหล่าอวาตาร์สามารถเข้าไปร่วมสนุกในเกมที่คนอื่นสร้างไว้บน Roblox ได้ และล่าสุดพบว่าผู้เล่นหลายรายจัดปาร์ตี้ที่ไม่เหมาะสมและมีการพูดถึงเรื่องทางเพศ ก่อนที่ผู้พัฒนาแอปพลิเคชันจะตรวจสอบพบและกำจัดออกไป นอกจากนี้ ผู้จัดกระแสวิก Metaverse อย่าง Meta และเจ้าของแพลตฟอร์ม Horizon Worlds ก็ดูเหมือนว่าจะทุ่มเทความพยายามไปกับการพัฒนาแอปพลิเคชันและอุปกรณ์ VR มากกว่าการให้ความสำคัญกับความปลอดภัยของเด็กและเยาวชน จึงเป็นไปได้ว่าแนวทางการจัดการโลก Metaverse ของ Meta จะเป็นแบบวัวหายล้อมคอกเช่นเดียวกัน

เรื่องของการคุ้มครองสิทธิเด็กบนโลก Metaverse คือประเด็นที่หลายภาคส่วนต่างให้ความสำคัญ บนเวทีระดับนานาชาติ United Nations (UN) เริ่มมีการพูดถึงสิทธิเด็ก โดยเฉพาะการคุ้มครองความเป็นส่วนตัวบนโลกดิจิทัล ในบางประเทศเริ่มมีการสอดแทรกความรู้เรื่องนี้เอาไว้ในหลักสูตรของโรงเรียนเช่นกัน

## WORLD OF IMAGINATION

On Metaverse, teachers and students can explore the imagination-based spaces together. There, they can learn and play sports with ample opportunities for knowledge and experiences. Metaverse-based interactions indeed far exceed what a physical classroom can offer.

Nike has already stepped into Metaverse with “Magic is in the Air” theme. In this realm, kids can create their own Airtopia on gaming platform ‘Roblox’ from Air Max inspirations. Music, arts, and even dances can be integrated into this Metaverse.

## PAY ATTENTION TO SAFETY

While exploring Metaverse, it is important to pay attention to safety and personal-data protection. Raising more than 2 billion US dollars for their jointly-developed Metaverse or Epic Games, Sony and Lego vow to lay down three core pillars – usage safety, kids’ maximum benefits, and young/adult users’ ability to control their virtual experiences.

## ADVERSE IMPACTS ON DEVELOPMENT & THREATS

Without adequate immunity, kids may face adverse impacts from Metaverse. Their time in the virtual world may upset their stress-hormone level and raise their aggressive-behavior tendency. Digital avatars, moreover, may affect self-esteem when it comes to their actual physical features. Such impacts can be serious because kids are still in the stage of physical, mental, and emotional development.

Aside, some ill-intentioned people may roam Metaverse in search of victims. Even though Metaverse users must be at least 13 years old, some underage may sneak in by using the social media accounts of their families. The young ones may become easy preys for bad people in the Metaverse.

Roblox platform has now had more than 150 million users. Of them, about half are believed to have been under 13. Roblox is fun because it has sub realms whereby users’ avatars can have fun without the need to wear VR glasses. However, some of these sub realms host sexually-explicit parties. Although app developer has constantly monitored usage and removed inappropriate sub realms, there are risks that some have still existed.

Meta, which triggers Metaverse trend, has also been so focused on app/VR-device development that its Horizon Worlds platform may fail to protect all kids. Its safety measures are not proactive.

Several parties, therefore, have spoken up about the need to protect kids’ rights on international stages, including United Nations (UN) forums. Some countries have included privacy protection in schools’ curricula to ensure even kids are digitally literate enough to protect themselves. **P**

## ข้อควรรู้ เพื่อท่องโลกออนไลน์อย่างปลอดภัย HOW TO BROWSE INTERNET SAFELY



**เลือก Choose**

ดาวน์โหลดแอปพลิเคชันที่ปลอดภัย และอัปเดตเป็นเวอร์ชันใหม่เสมอ

Download safe applications only and constantly update them.



**เลี่ยง Avoid**

หลีกเลี่ยงการแชร์ข้อมูลส่วนตัวที่สำคัญ เช่น บัตรประชาชน เลขที่บัญชี บัตรเครดิต

Do not share key personal data, such as the number of national ID card, credit cards, and bank accounts with others.



**ระวัง Be Careful**

ไม่ควรลืกรหัส Username และ Password ทิ้งไว้ หรือใช้รหัสผ่านที่เข้าถึงง่ายเกินไป

Log out after each usage. Aside, your passwords should not be easy to guess.



**รู้เท่าทัน Be Knowledgeable**

เรียนรู้วิธีการใช้งานอินเทอร์เน็ตที่ถูกต้อง และสร้างความเข้าใจถึงภัยที่อาจเกิดขึ้น

Learn how to use the internet safely and understand cyber threats.



**จัดการงาน Manage Time**

ใช้เวลาในโลกออนไลน์อย่างเหมาะสม

Spend just an appropriate amount of time online.



**ดูแล Supervise**

ผู้ปกครองควรดูแลอย่างใกล้ชิด ให้ใช้งานอย่างเหมาะสม

If you are parents, make sure your kids use the internet properly under your supervision.



จากไอเดียเริ่มต้นสร้างธุรกิจของคุณแม่สุภาพร ชูดวง จึงตัดสินใจเปิดร้าน “บ้านส้มตำ” เพื่อนำเสนออาหารตำรับอีสานที่เลือกใช้วัตถุดิบคุณภาพมาปรุงอย่างพิถีพิถัน ทำให้บ้านส้มตำเติบโตจนเป็นที่ยอมรับและขยายความอร่อยไปสู่หลายพื้นที่ในปัจจุบัน

เป็นระยะเวลากว่า 17 ปีในการดำเนินธุรกิจวันนี้ คุณพีรณัช ชูดวง กรรมการบริหาร บริษัท บ้านส้มตำ กรุ๊ป จำกัด ได้เข้ามารับช่วงต่อจากคุณแม่สุภาพร และใช้โอกาสนี้เล่าถึงทิศทางการสานต่อธุรกิจในงานเอนเออร์ชันที่ 2 พร้อมเล่าเรื่องราวการทำงานกับพันธมิตรอย่าง SCGP ที่เข้ามาช่วยตอบโจทย์ด้านคุณภาพของบ้านส้มตำได้ดียิ่งขึ้น

Founded by Mrs. Supaporn Choodoung nearly 20 years ago, “Baan Somtum” procures quality ingredients and prepares an attentive cooking process for the delivery of great Isan dishes to its customers. This well-recognized brand, as a result, has been able to expand its business far and wide.

Today, her son Mr. Peeranat Choodoung – Managing Director of Baan Somtum Group Company Limited – has taken over the management. During his interview about his vision, he also shared his view about SCGP that has supported Baan Somtum’s constant development.

# บ้านส้มตำ

เสิร์ฟความแซ่บด้วยคุณภาพ

BAAN SOMTUM SERVING  
DELICIOUSNESS WITH QUALITY



Scan QR Code  
เพื่อชมวิดีโอสัมภาษณ์  
Scan QR Code for  
the interview

## ธุรกิจที่เริ่มจากแฟรนไชส์

“บ้านส้มตำเราเริ่มต้นเหมือนธุรกิจอื่น ๆ ครับ เราโตมาจากร้านตึกแถวเล็ก ๆ ขนาด 2 คูหา ซึ่งตอนนั้นคุณแม่อยากจะทำออกจากงานประจำ จึงมานั่งคุยกันว่าทำอะไรดี บ้านเรากินอาหารอีสานเป็นประจำอยู่แล้ว พวกจิ้มจุ่ม ส้มตำรถเข็นอะไรแบบนี้ เหมือนเป็นแฟรนไชส์ใหม่ที่บ้านเรา คุณแม่เลยตัดสินใจทำร้านอาหารอีสานแถวพุทธมณฑลสาย 2 ในปี 2548 และเติบโตมาเรื่อย ๆ ขยายปีละสาขา จนวันนี้มีทั้งหมด 11 สาขาครับ”

การเข้ามาบริหารธุรกิจร้านอาหารของคุณพี ถือเป็นบทบาทที่แตกต่างกันอย่างสิ้นเชิงกับสิ่งที่เขาสนใจ เพราะเรียนจบและทำงานในสาขา นิเทศศิลป์ ก่อนจะตัดสินใจกลับมาช่วยสานต่อสิ่งที่คุณแม่ได้สร้างเอาไว้

“ผมอยู่กับธุรกิจที่บ้านมาตั้งแต่เรียนมัธยม พอถึงจุดที่ต้องเลือก ผมก็เลือกที่จะกลับมาช่วยที่บ้าน เพราะ Passion มันก็ยังอยู่ในชีวิตเรา ไม่ได้หายไปไหน ทุกวันนี้ผมก็ยังถ่ายรูปลูกทอดอยู่เหมือนเดิม ผมเริ่มจากสิ่งที่ถนัดก่อนครับ เช่น การออกแบบเมนูของร้านใหม่ การถ่ายภาพ รวมถึง Marketing and Sales จากนั้นก็ค่อย ๆ เรียนรู้ไป จนตอนนี้ดูแลทั้งบริษัท

“ช่วงเริ่มต้นคุณแม่บุกเบิกมาเยอะมาก พอมาถึงช่วงของเราคือ การต่อยอด ก่อนอื่นเราต้องเข้าใจก่อนว่าพื้นฐานมีอะไรบ้าง ในช่วงแรกอาจจะมีความเรื่องแนวความคิดกันบ้าง แต่ตอนนี้ก็โอเคแล้ว เพราะเรามองเห็นภาพตรงกันว่าอะไรที่เป็นผลดีกับธุรกิจ”

## พาความแซ่ปไปฝากทุกมุมเมือง

การเติบโตของธุรกิจมักมาพร้อมความท้าทาย คุณพีเล่าว่า ความท้าทายเกิดขึ้นตลอดเวลา แต่สิ่งที่เขาให้ความสำคัญคือเรื่องคุณภาพอาหาร จึงทำให้ไม่ว่าความท้าทายจะมาในรูปแบบไหนก็ผ่านไปได้ บ้านส้มตำจึงเติบโตและเป็นตัวเลือกในใจของคนเมืองมาจนถึงทุกวันนี้

“ความท้าทายมีมาตลอด ตอนเปิดสาขาแรกได้ปีเดียว ถนนหน้าร้านก็เจอการก่อสร้างเลยต้องเปิดสาขาสองเพิ่ม หรือสาขาพระนั่งเกล้า เปิดมาได้ปีเดียวก็โดนน้ำท่วมช่วงปี 2554 ธุรกิจเรามาเข้าที่เข้าทาง ตอนเปิดสาขาสาทร เริ่มเป็นที่ยอมรับของคนกรุงเทพฯ มีกลุ่มลูกค้าต่างชาติ กลุ่มลูกค้าประจำ ธุรกิจโอเคขึ้น และขยายสาขาเพิ่มต่อเนื่อง

“จุดเด่นของเราคือ เป็นร้านอาหารอีสานที่เข้าถึงคนทั่วไปได้ง่าย ออกแบบร้านให้มีบรรยากาศที่สบาย ๆ รองรับกลุ่มลูกค้าที่เป็นครอบครัว กลุ่มเพื่อน หรือแม้กระทั่งกลุ่มลูกค้าต่างชาติ อีกหนึ่งจุดสำคัญคือเรื่องคุณภาพ เราทำให้ทุกสาขามีรสชาติที่เหมือนกันได้ ไม่ว่าจะลูกค้าจะไปทานที่สาขาไหน เพราะเรามีครัวกลางที่รักษามาตรฐานของทุกสาขาให้เท่ากัน

“หลังจากโควิด 19 คลี่คลายลง เราวางแผนการขยายสาขาเพื่อรองรับการลงทุนและการท่องเที่ยว ในมุมมองการเติบโตทางธุรกิจ เราอยากให้กำไรหมุนกลับไปสู่ผู้ผลิตรายย่อยอย่างกลุ่มเกษตรกร เพราะวัตถุดิบบางอย่างอาจจะหายไปถ้าไม่มีการสนับสนุน เช่น น้ำตาลปี๊บ ซึ่งคุณแม่เล่าว่า ครั้งหนึ่งท่านต้องขับรถหาน้ำตาลปี๊บอยู่เกือบทั้งวัน จนได้ไปเจอผู้ผลิตรายหนึ่งที่อัมพวา ซึ่งยังผลิตด้วยกรรมวิธีดั้งเดิม เราก็นำน้ำตาลปี๊บของเขามาตลอด จนกระทั่งวันหนึ่งเขามาบอกว่าคนขึ้นตาล

เริ่มหายากแล้ว ถ้าไม่หาวัตถุดิบมาช่วย วัตถุดิบคงจะหมดไป ซึ่งเป็นเรื่องที่เราจะต้องพัฒนาและหาทางออกร่วมกันต่อ เพราะเราต้องเติบโตไปด้วยกัน เพื่อวัตถุดิบที่มีคุณภาพ”

## SCGP พร้อมเป็นคู่คิดในการพัฒนา

“บ้านส้มตำร่วมงานกับ SCGP ช่วงที่คุณน่ายังดูเรื่องจัดซื้อของบริษัท พอผมเข้ามาดูแล ก็รู้สึกประทับใจกับ SCGP มากครับ ไม่ว่าจะเป็นเรื่องการใส่ใจดูแลลูกค้า การนำเสนอสินค้า ผมคิดว่าธุรกิจใหญ่ที่ลงมาทำแพคเกจจิ้งแบบ Tailor-made หรือลงมาดูแลรับฟังปัญหาต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นแบบ SCGP เป็นเรื่องที่ดี ซึ่งเรื่องแพคเกจจิ้งสำหรับเราเป็นเรื่องใหญ่ หลายโรงงานอาจไม่ยอมทำ Custom ให้เรา หรือต้องมาใส่ใจดูแลเราเหมือนที่ SCGP ทำ ซึ่งเราประทับใจมาก

“กล่องสำหรับใส่เมนูปลากะพงเป็นเคสที่ผมประทับใจมาก เราจะใช้ปลาขนาดมาตรฐานคือ ยาวประมาณ 11-12 นิ้ว ซึ่งคุณไม่สามารถหากล่องขนาดที่จะใส่กับปลาไซซ์นี้ได้ตามท้องตลาด เราต้องตัดทางปลาออกเพื่อใส่กล่องให้ได้ ซึ่งสำหรับเราที่เน้นเรื่องคุณภาพและความสวยงามมันดูไม่น่าทาน

“จนกระทั่งเรามีโอกาสทำงานร่วมกับ SCGP พัฒนาร่วมกันจนได้กล่องใส่ปลาที่มีขนาดพอดี นอกจากได้ขนาดกล่องแล้ว เราพัฒนาให้มีตัวล็อกและความแข็งแรงเพิ่ม เพื่อไม่ให้ปลาเสียหายและสะดวกต่อการจัดส่ง ดิลิเวอรี เพราะกล่องปลามีขนาดใหญ่ เวลาจัดส่งให้ลูกค้า กล่องปลามักจะถูกวางเป็นฐาน SCGP ก็รับใจเราไปคิดว่า ควรใช้กระดาษหนาเท่าไร เคลือบด้วยอะไร จนออกมาเป็นกล่องที่ตอบโจทย์การใช้งานในทุกวันนี้ เป็นตัวอย่างที่ประทับใจมาก เพราะในช่วงโควิด 19 ร้านอาหารทุกร้านต้องปรับตัวกับการดิลิเวอรีอย่างมาก จากยอดขาย 10-20% เพิ่มสูงขึ้นเป็น 50-60% ผมคิดว่าการพัฒนาสินค้าร่วมกันระหว่างบ้านส้มตำกับ SCGP น่าจะมีอีกหลายทางมาก เพราะ SCGP มีความเข้าใจลูกค้า ช่วยหาทางลดต้นทุนให้กับผู้ประกอบการ และเรื่องสิ่งแวดล้อมที่เราใส่ใจ ทั้งสองประเด็นนี้จะทำให้การใช้แพคเกจจิ้งของเรายั่งยืนในอนาคต ทั้งด้านธุรกิจและด้านสิ่งแวดล้อมด้วยครับ”





“ผมคิดว่าการพัฒนาสินค้าร่วมกันระหว่างบ้านส้มตำกับ SCGP น่าจะมีอีกหลายทางมาก เพราะ SCGP มีความเข้าใจลูกค้า ช่วยหาทางลดต้นทุนให้กับผู้ประกอบการ และเรื่องสิ่งแวดล้อมที่เราใส่ใจ”

“Baan Somtum is looking forward to developing more things with SCGP because this partner has understood our hope to lower cost as well as environmental impacts.”

## FAMILY TIME: INSPIRED BUSINESS

“Just like many other businesses, Baan Somtum has grown from a humble origin. We started off just as a small eatery inside two rowhouses. Before that, my mom discussed with family members about what to do next as she wanted to quit being an office worker. As our family usually enjoyed Isan food together, my mom decided to set up an Isan restaurant on Phutthamonthon Sai 2 Road in 2005. We have then gradually added more branches until we now have operated 11 outlets,” Mr. Peeranat said.

Graduating and working in communication-design field, he recognized that he would need to play an entirely different role as soon as he jumped into his family’s restaurant business. Yet, he agreed to build further on what his mother had started.

“Since my secondary-education years, I have seen two sides of things. One is about my passion and the other funds my passion. So, I decided to leave my job and help with my family’s business. In the beginning, I focused on tasks matching my expertise, such as designing new menus and taking photos. I initially handled just Marketing and Sales. But over time, I have overseen everything,” Mr. Peeranat added.

“My mom had already done a lot for Baan Somtum. What I need to do is just building up further success based on her foundation. In the beginning, we seemed to have different opinions. But we have already patched things up because the bottom line is that we have seen eye to eye about what will be good for our business.”

## BRINGING SPICY DELICIOUSNESS TO ALL CORNERS OF TOWN

During Baan Somtum’s growth, it has beaten several challenges while being well focused on food quality. Therefore, it has managed to become a top-of-mind brand among urban consumers.

“For example, just one year after we opened our first branch, road construction began in front of it. Then after we launched our Phra Nangklao branch in 2011, big floods struck. Things have fallen into place only after we opened our Sathon branch. Via that outlet, our brand becomes widely recognized among Bangkokians and foreigners,” Mr. Peeranat said.

“Our strengths are easy-to-enjoy Isan dishes, pleasant decor that suits families, and consistent taste. No matter which of our branches you drop into, you get the same taste. We have a central kitchen to uphold quality and standard.

“As the COVID-19 situation has eased and tourists have returned, we now consider opening more branches. To support our business expansion, we have paid attention to suppliers and farmers too. Without empowering the supply chain, some ingredients could become unavailable. Our supplier of traditionally-made Palmyra palm sugar once told us that supply could be exhausted because it was getting so difficult to find someone to climb high trees to collect palm fruit. So, we explored solutions together and successfully found the right innovation. To get quality ingredient and support mutual growth, we are willing to go that far.”

## PACKAGING SOLUTIONS

“Baan Somtum has worked with SCGP since the time my aunt was in charge of procurements. After I stepped in, I too get impressed. SCGP listens to our pain points and develops tailor-made packaging for us,” Mr. Peeranat revealed.

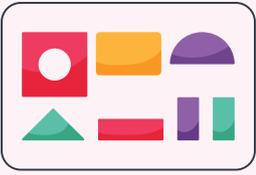
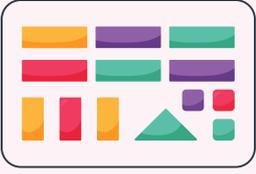
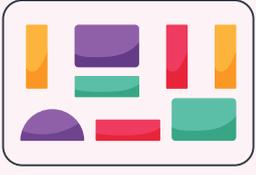
“For example, our box for snapper dishes is customized to fit our standard fish length of between 11 and 12 inches. Boxes available in the market are usually 10 inches long only. If we use the 10-inch box, we will have to cut the tail of the fish and the dish will not look as nice.

“Thanks to SCGP, not only that we get the right length, but we also get a stronger and more efficient container to protect our fish item. SCGP intentionally adds extra durability and lid lock after hearing from us that such big boxes are usually put at the bottom in delivery vehicles. I am very happy with the box SCGP has produced. Today, food packaging is important because delivery sales now account for between 50 and 60 percent of our sales. Baan Somtum is looking forward to developing more things with SCGP because this partner has understood our hope to lower cost as well as environmental impacts. Such focus promises to ensure the sustainability of both our business and the environment.” **P**

# MATCHING GAME

ชวนเพื่อน ๆ ทดสอบสายตาและความแม่นยำกัน ลองแถมช้ดูว่า ชิ้นส่วนที่อยู่ด้านขวา เมื่อประกอบกันแล้วจะเป็นภาพใดในด้านซ้าย

Let's check how sharp are your eyes and brain. Draw lines to match the left and right pictures.

	1	A	
	2	B	
	3	C	
	4	D	

Need Help?



สแกน QR ตอบได้เลย  
Scan this QR code to send your answers.



สำหรับท่านที่ทราบคำตอบแล้ว อย่ารอช้า รีบสแกน QR ส่งคำตอบภายในวันที่ 15 พฤศจิกายน พ.ศ. 2565 ผู้โชคดีรับไปเลยถ้วนน้ำเท็บความเย็น SCGP จำนวน 10 ใบ

After you have got your answers, scan this QR code to send your answers by 15 November 2022. 10 lucky winners will get an SCGP thermal cup as a prize. 

สำหรับผู้โชคดีที่ตอบคำถามถูกต้องใน a LOT ฉบับที่ 26 ได้แก่  
Lucky winners from a LOT Vol. 26 are:



- |                        |                           |
|------------------------|---------------------------|
| 1. สุรัตน์ ศิริมงคลทอง | 6. Somying Praditdaung    |
| 2. บุษบา หวังสุข       | 7. ศรัววรรณ จิรานันตรัตน์ |
| 3. นภาพร ธนทรัพย์สิน   | 8. โอयरวิญ จารุกำร        |
| 4. ชัยเดช ภักทวารีกุล  | 9. เบลญญาภา เพ็ชรพิริยะ   |
| 5. นวลักษณ์ ชารวัชรา   | 10. ทยาวัฒน์ สุขพัฒน์     |





# Real-Time Marketing อาวุธทางการตลาด

## หรือแค่ตามกระแส? Practical Tool or Fad?



Real-Time Marketing กับการเกาะกระแสสังคมของแบรนด์ต่างๆ จนกลายเป็นไวรัลที่เรียกความสนใจได้ไม่น้อย แต่ความจริงแล้ว แนวทางที่ว่านี้มีผลดีผลเสียอย่างไร น่าลงทุนลงแรงแค่ไหน ดร.เอกก์ ภทรธนกุล จะมาให้คำแนะนำดี ๆ เพื่อให้ใช้อาวุธทางการตลาดนี้ได้อย่างมีประสิทธิภาพสูงสุด

Real-Time Marketing has often caused sensations. But such marketing tool in fact has both pros and cons. Dr. Ake Pattaratanakun is here to guide you about how best to leverage it.

### 3 ทดาก่อนเริ่มเกาะเทรนด์

อ.เอกก์แนะนำให้เน้นการตลาดวิเคราะห์แบรนด์ของตัวเองก่อนที่จะเริ่มต้นกิจกรรมทางการตลาด ผ่านคาถา 3 ข้อด้วยกัน

#### คาถาที่ 1 กับกระแส

ต้องรู้ว่าตอนนี้สังคมกำลังพูดถึงเรื่องอะไร และเกี่ยวกับแบรนด์อย่างไร สิ่งที่ต้องคอยดูอยู่เสมอคือ ต้องทันเทรนด์ นักการตลาดปัจจุบันต้องอยู่ในแพลตฟอร์มที่รวบรวมเทรนด์ปัจจุบัน เพื่อเป็นข้อมูลสำหรับแบรนด์ เช่น Wisersight Trend ที่มีการรวบรวมเทรนด์ต่าง ๆ ในโซเชียลมีเดียเอาไว้ว่าตอนนี้อะไรกำลังดังใน Twitter อะไรกำลังถูกพูดถึงใน Facebook หรืออะไรกำลังเป็นที่สนใจใน YouTube เราอาจต้องเปลี่ยนจากการอ่านหนังสือพิมพ์รายวันมาติดตามช่องทางเหล่านี้ ดังนั้นนักการตลาดต้องมีสกอร์บอร์ดเป็นของตัวเองว่าตอนนี้เทรนด์อะไรกำลังมา

#### คาถาที่ 2 ดูให้แน่ใจว่าใช่เราหรือไม่

ยกตัวอย่าง #คนธรรมดา ที่หลายแบรนด์ใช้ หากแบรนด์เสื้อผ้าหรือร้านอาหารแพรรี่เมียมหยิบเอาเทรนด์นี้มาใช้ก็อาจเกิดผลด้านลบได้ ดังนั้นแบรนด์ไม่จำเป็นต้องตามทุกเทรนด์ แต่เลือกเฉพาะเทรนด์ที่ใช้เราเท่านั้น

#### คาถาที่ 3 เอ๊ะ!

ตั้งคำถามก่อนว่า หากใช้แล้วจะมีข้อเสียไหม บางครั้งเกี่ยวข้องกับการเมืองหรือความเชื่อบางอย่าง ก็อาจส่งผลเสียต่อแบรนด์ได้ และอีกอย่างที่ต้องเอ๊ะคือ ถ้าไม่เข้าร่วมจะเสียโอกาสไหม แบรนด์ต้องวิเคราะห์ให้พอ เพราะบางครั้งการทำงานที่ง่ายที่สุดคือ การไม่ทำ

### การตลาดสำคัญที่ความต่อเนื่อง

Real-Time Marketing มีทั้งข้อดี ข้อเสีย ไม่ต่างจากวิธีการอื่น ๆ และที่สำคัญต้องทำอย่างต่อเนื่อง ข้อดีอย่างแรกที่จะเกิดต่อแบรนด์คือ ความสด ทันสมัย ทันเหตุการณ์ หลายแบรนด์ที่เป็นที่รู้จักมานานมักสร้างภาพลักษณ์แบรนด์ให้ดูทันสมัยด้วยกลยุทธ์นี้ หากสังเกตให้ดีในเมืองไทยจะมีแบรนด์ที่จับกระแสได้อย่างมีประสิทธิภาพมาก เช่น KFC หรือ TOPS Supermarket ซึ่งเป็น

ตัวอย่างที่ดีในการทำ Real-Time Marketing ขณะเดียวกันเมื่อความทันสมัยเกิดขึ้นแล้ว ยังมีการดึงดูดความสนใจจากลูกค้าใหม่ ๆ และการทำให้ลูกค้าที่อยู่กับแบรนด์มานานไม่ไปหาคู่แข่ง

ย้อนกลับไปตัวอย่าง #คนธรรมดา ที่เป็นไวรัลอยู่ในช่วงก่อนหน้านี้ ก็เป็นการกระโดดเข้ามาของแบรนด์เก่าแก่ในไทย ทั้งนี้ยัง ห่านคู่ หรือยาหม่องตราถ้วยทอง ที่ทำให้คนรุ่นใหม่สนใจแบรนด์เหล่านี้มากขึ้น ขณะเดียวกันกลุ่มลูกค้าเดิมที่หลงลืมไปแล้วว่าเคยสัมผัสกับผลิตภัณฑ์ของแบรนด์เหล่านี้ได้กลับมาฟื้นความสัมพันธ์กันอีกครั้ง

อ.เอกก์เปรียบเทียบ Real-Time Marketing คล้ายกับการโบกธงหรือทริตเมนต์ผิวหน้า ที่ความสดใสสวยงามทำให้คนรอบข้างหันมาสนใจได้ แต่ก็อยู่ไม่นาน ดังนั้นแบรนด์ต้องทำอย่างต่อเนื่อง “ไม่ใช่เข้าไปทริตเมนต์หน้ามาแล้วไม่ออกกำลังกาย ไม่พักผ่อนให้เพียงพอ ไม่กินอาหารที่ดี ความสวยงามก็อยู่ได้ไม่นาน เพราะฉะนั้นหากทำสำเร็จ แบรนด์ต้องไม่ยึดติดกับ Real-Time Marketing เพราะความสำเร็จจะอยู่ไม่นาน และจะมีคนทำตามอีกจำนวนมาก เนื่องจากการตลาดแบบนี้ไม่ได้มีการปูเรื่องรวมาก่อน พอตั้งเบรียงขึ้นมาแบรนด์อื่นก็หันมาจุดพลุบ้าง จนคนไม่รู้ว่าจะกระแสนั้น ๆ เกิดขึ้นมาจากที่ไหน”

อย่างไรก็ตาม การเกาะกระแสตามเทรนด์อย่างรวดเร็วมีโอกาสเกิดผลลัพธ์ทั้งแง่บวกและแง่ลบ เหมือนหลายตัวอย่างที่เราได้เห็นกันในโซเชียลมีเดีย ดังนั้นหากทำแล้วเกิดวิกฤติขึ้น การแก้ไขสถานการณ์ของแบรนด์ก็ต้องทำอย่างมีประสิทธิภาพด้วยเช่นกัน

### บันได 6 ขั้น เมื่อเกิดวิกฤติกับแบรนด์

- **ขั้น A1 – Anticipate** คือ คาดการณ์ว่ามีอะไรที่เป็นความเสี่ยงบ้าง เพราะวิธีการแก้วิกฤติที่ดีที่สุดคือ พยายามทำให้ไม่เกิดวิกฤติ แบรนด์ต้องคิดว่า Worst Case จะเป็นอย่างไร คู่แข่งหรือไม่ เพราะวิธีการแก้วิกฤติที่ดีที่สุดคือไม่ให้เกิดวิกฤติตั้งแต่ต้น

- **ขั้น A2 – Accept** คือ ยอมรับ ทั้งการยอมรับจากข้างในองค์กร โดยส่วนมากคนข้างในเวลาที่ทำผิดมักไม่ยอมรับ แต่จะโยนให้คนอื่นชื่ออย่างนี้

เกิดขึ้นในกรณีลาซาต้า เพราะหากคนข้างในไม่ยอมรับ คิดว่าไม่ใช่ความผิดตัวเอง จะทำให้องค์กรไม่มีการแก้ไขต่อ นอกจากนั้นต้องยึดถ้อยยอมรับข้างนอกด้วย เพราะการยอมรับจะทำให้สาธารณชนรู้สึกว่าเป็นคนใจกว้างพอและจะยอมรับฟังคำขอโทษมากขึ้น

- **ขั้น A3 – Apologize** คือ การขอโทษอย่างจริงใจและเต็มกำลัง
- **ขั้น A4 – Assure** คือ เมื่อขอโทษแล้ว ต้องยืนยันว่าจะไม่เกิดขึ้นอีกในอนาคต โดยจะใช้กระบวนการตรวจสอบอย่างหนึ่งอย่างใด เพื่อสร้างความเชื่อมั่นแก่สังคม
- **ขั้น A5 – Allow** คือ ยอมให้มีการตำหนิหรือร้องเรียน โดยการเปิดช่องทางในการรับฟัง เช่น กรณีเครื่องบินตก สายการบินจะเปิด Hotline เพื่อรับคำร้องเรียนปัญหาที่เกิดขึ้น ไม่ให้การตำหนิรุนแรงหลุดไปช่องทางอื่นที่ควบคุมไม่ได้ เพื่อบรรเทาวิกฤติให้น้อยลง และยังมีข้อดีคือ ได้รวบรวมข้อมูลเอาไว้ป้องกันปัญหาในอนาคตอีกด้วย
- **ขั้น A6 – Action** คือ ลงมือทำบางสิ่งบางอย่าง เช่น ลงโทษผู้เกี่ยวข้องอย่างในกรณีลาซาต้ามีการลงโทษพนักงาน ลงโทษเอเจนซี่ หรือในหลายองค์กรขอลงโทษตัวเองด้วยการปิดการขาย 3 วัน เพื่อแก้ไขระบบ เป็นต้น ช่วยให้คนรู้สึกว่ายากโทษให้ได้ง่ายขึ้น นอกจากนี้อาจมีการมอบรางวัลให้แก่ผู้ที่ออกเสียงตำหนิองค์กร เพื่อเป็นการขอบคุณที่ทำให้องค์กรได้พัฒนาการทำงานในอนาคต

ทั้งนี้ อ.เอกก็ทิ้งท้ายเอาไว้ว่า เมื่อเกิดวิกฤติขึ้น ต้องไม่ประเมินระดับปัญหาอย่างผิวเผิน สิ่งสำคัญคือการใช้เครื่องมือ Social Listening นำข้อมูลที่เกิดขึ้นบนออนไลน์มาวิเคราะห์อย่างละเอียด เพื่อให้เห็นถึงระดับของวิกฤติและเข้าสู่กระบวนการแก้ไขที่เหมาะสมที่สุด



นักการตลาดปัจจุบันต้องอยู่ในแพลตฟอร์มที่รวบรวมเทรนด์ปัจจุบัน เพื่อเป็นข้อมูลสำหรับแบรนด์

Check out similar platforms to identify what is holding public interest.



### 3 MAGICAL TIPS

Dr. Ake explains that before embarking on Real-Time Marketing, do the followings:

#### 1. Keep Pace with Trend

Marketers must know what is in and how relevant it is to their brand. Check out wisersight trend or similar platforms to identify what is holding public interest. Instead of reading dailies, monitor popular social media like Twitter, Facebook, and YouTube. Prepare a scoreboard to list what is trending.

#### 2. Can the hot trend connect to your brand?

Several brands have recently rolled out #weareordinary campaigns with immense success. Yet, such viral theme will not work for luxury fashion labels and premium cafes. The bottom line is to not jump at all hot trends. Choose wisely for the trends that suit your brand image.

#### 3. Eh?

Ask yourself if your planned Real-Time Marketing campaign can backfire. Remember that trends related to some political/religious convictions may cause harm. Yet, ask yourself too if your brand will lose something if you do not ride on trendy fads.

## CONTINUITY MATTERS IN MARKETING

Just like other marketing techniques, Real-Time marketing may deliver benefits or damages. Anyway, if you embrace Real-Time Marketing, make sure you do it on a continued basis. In Thailand, KFC and TOPS Supermarket have managed to stay fresh and modern because of continuous Real-Time Marketing. Thanks to their strategies, they can retain current customers and attract new ones all at the same time.

#weareordinary trend, meanwhile, proves, magic for old Thai brands like Nanyang, Double Goose, and Golden Cup Thailand. Many customers who miss the good old days have reconnected with the brand.

Dr. Ake compares Real-Time Marketing to facial treatments, which adds temporary appeal. To stay attractive at all times, such technique must be implemented on a continued basis. A successful Real-Time Marketing campaign will not last for eternity because soon later other brands will jump on the same bandwagon. “Consumers then will not be able to tell which brand started that interesting theme,” the guru points out.

While fast responding to a trend for marketing purposes can offer good business opportunities, a wrong move may cause a crisis. If big problems occur, brand owners must be swift in controlling damages and restoring good image.

## 6-STEP CRISIS MANAGEMENT

- **A1 – Anticipate:** Identify risks. When it comes to crisis management, the best approach is to prevent it. Before launching a marketing campaign, imagine the worst-case scenario and determine if it is worth the risk.
  - **A2 – Accept:** Often, internal staff will not accept the responsibility for things that have gone wrong. For example, Lazada has mainly blamed an agency for its controversial ads. Denying responsibility, however, means there is no effort to solve or prevent the problem in the future. The public will also see the brand as being narrow-minded and arrogant.
  - **A3 – Apologize:** A crisis-hit brand should issue sincere and heartfelt apology.
  - **A4 – Assure:** It is necessary to create assurances, possibly in the form of a review process, that similar mistakes will not happen again.
  - **A5 – Allow:** When a crisis occurs, brand owners should allow affected consumers to complain. For example, an airline will quickly set up a hotline following a plane crash to prevent complaints from spilling into other channels and causing uncontrollable damages. Listening directly to complainants also provides data that can be used to prevent problems in the future.
  - **A6 – Action:** A crisis-hit brand should take action against wrongdoers. For example, Lazada has punished both staff and agency for recent controversial ads. Some brands will go as far as shutting down their selling platform for three days. The public will then find it easier to forgive the brands. In some cases, crisis-hit brands reward complainants as their complaints pave way for improvement.
- Dr. Ake emphasizes that crisis management should deploy Social Listening for detailed analyzes so that the best response plan can be prepared. Superficial listening will not lead to a great solution. **P**



# ชวนพักผ่อน ในเมืองกรุงฯ

## RESTFUL PLACES IN THE HEART OF BANGKOK

เวลาเิบเปิบเดียวก็ถึงกลางปี 2565 แล้ว a LOT เล่มนี้ชวนเบรกจากงานกันสักพัก ขอแนะนำที่พักชิล ๆ ที่ไม่ต้องเดินทางไกล แต่ก็ใกล้ชิดธรรมชาติ ติดริมน้ำ บรรยากาศดีแบบจัดเต็ม เหมือนกำลังนั่งพักผ่อนอยู่ต่างจังหวัดเลยก็ด้วย

Time flies so fast. Now, we are in the middle of 2022 already. So, a LOT would like to recommend that you take a short break to get close to nature and indulge in wonderful canal-side setting. Such getaway is possible without the need to leave Bangkok at all.



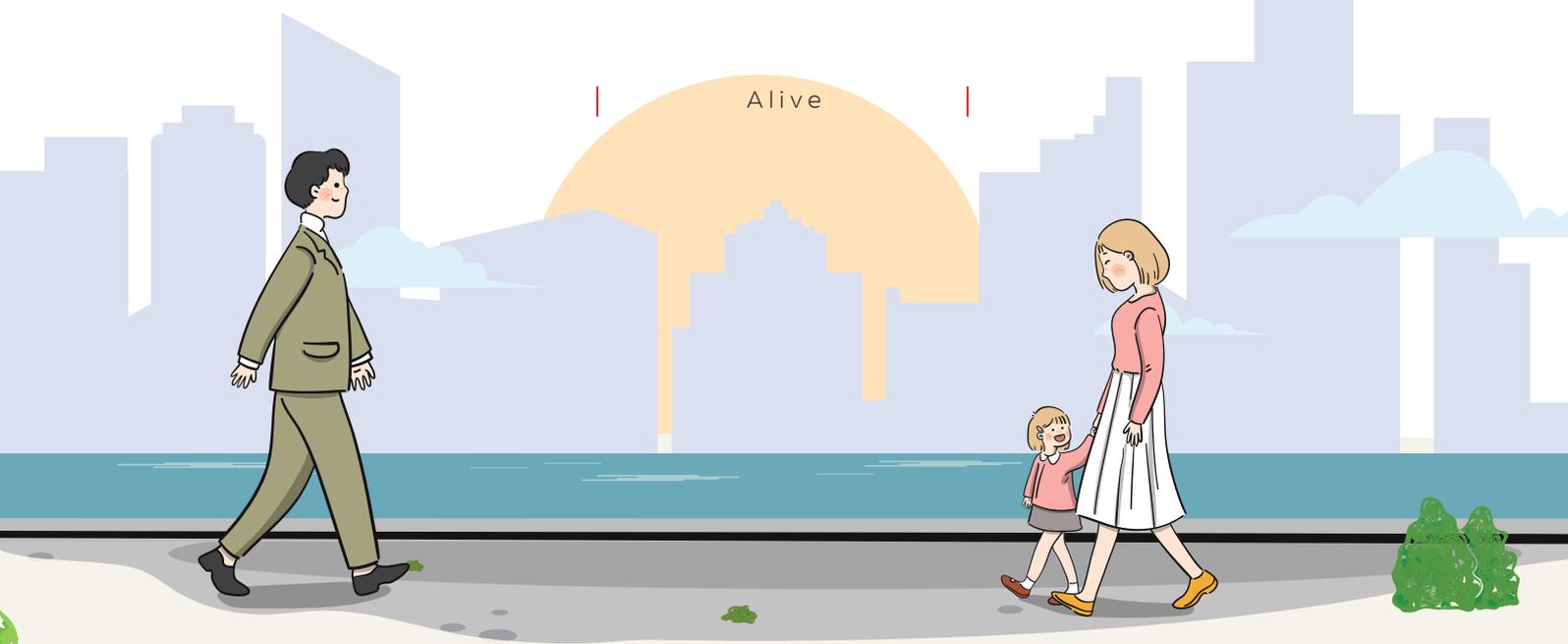
### สิริ ศาลา / SIRI SALA

ชมพระอาทิตย์ตกท่ามกลางสวนอันร่มรื่นในบรรยากาศเรือนไทยที่สิริ ศาลา วิลล่าริมคลองบางกอกน้อย “แห่งแรกของกรุงเทพฯ” เจ้าของตั้งใจบูรณะเรือนไทยให้สวยและร่วมสมัยมากขึ้น พร้อมเลือกสรรของตกแต่งจากดีไซน์เนอร์และศิลปินชาวไทยให้นักท่องเที่ยวได้ชื่นชมไฮไลต์ของที่นี่คือการแปลงโฉมเรือนปั้นหย่าเป็น Heritage Bar ให้ทุกคนได้พักผ่อน จิบเครื่องดื่ม คอเพลงเพราะ ๆ หรือถ้าใครชอบทำเวิร์กช็อปที่ได้สัมผัสวิถีชีวิตของชุมชน ที่นี่ก็มีให้เลือกทั้งการพับดอกบัว นวดแผนไทย เรียนมวยไทย หรือล่องเรือสำรวจคลองบางกอกน้อย บอกเลยว่า จะมาคนเดียวหรือพากับมาทั้งครอบครัวก็รื่นรมย์แน่นอน

Being the first Bangkok-based operator to offer a lovely villa stay by Bangkok Noi Canal, this place has pleasant shades and traditional Thai villas with a modern touch to offer. Guests thus enjoy beautiful decor as well as impressive sunset here. Its highlight, Heritage Bar, operates inside a vintage home with music for people to wind down. Guests may also attend classes on lotus folding, Thai massages, and Thai kickboxing, or jump on a boat to explore Bangkok Noi Canal. Siri Sala is a perfect destination for both solo travelers and families.

ที่ตั้ง / Where: 28/8 ซอยอารีย์สุนิวทวงศ์ 34 แขวงอรุณอมรินทร์ เขตบางกอกน้อย กรุงเทพฯ 28/8 Soi Charan Sanitwong 34, Arun Amarin, Bangkok Noi, Bangkok  
เว็บไซต์: [www.sirisala.com](http://www.sirisala.com), Facebook: Siri Sala Private Thai Villa





## ชาน บางกอกน้อย / CHANN BANGKOK-NOI

ชวนทุกคนมานั่งเล่น สัมผัสบรรยากาศริมน้ำกับที่พักริมน้ำแห่งใหม่ ชาน บางกอกน้อย ตั้งอยู่ปากคลองบางกอกน้อย ที่นี่เป็นบ้านไม้สองชั้น 4 หลัง ที่ทุกหลังจะมีชานกว้าง ๆ เป็นศูนย์กลางแห่งการพักผ่อนหย่อนใจในบรรยากาศสุดแสนอบอุ่น ด้วยการตกแต่งในรูปแบบ Mid-Century Modern ที่ไม่เพียงชวนตัวอยู่อย่างกลมกลืนกับชุมชนวัดดุสิตารามแล้ว แต่ยังมีคอนเซ็ปต์ Simply at Ease ผ่านการนำเสนอเมนูที่มีกลิ่นอายของชุมชนมัสยิดหลวงอย่างสลัดแขก ก๋วยเตี๋ยวแกง ยำส้มโอ มีส้มไม้ไก่ ให้ได้ชิมกันอีกด้วย เรียกได้ว่ารสชาติอาหารถูกใจวิวก็สุดแสนจะปัง

Located at the mouth of Bangkok Noi Canal, this new place has just opened with four two-story houses. Each of them has an expansive balcony for guests to chill out. The view here is terrific. Its decor is homey, warm, and Mid-Century Modern. Blending well into Wat Dusitaram Community, Chann Bangkok-Noi embraces “Simply at Ease” concept. Its menu includes local dishes from a nearby Muslim community too. Its highlight dishes “Muslim Salad”, “Noodle Curry”, and “Chicken Massaman” are super tasty. 

ที่ตั้ง / Where: 30/1 ซอยสมเด็จพระปิ่นเกล้า (หลังวัดดุสิตาราม) กรุงเทพฯ  
30/1 Soi Somdet Phra Pinklao (behind Wat Dusitaram), Bangkok  
เว็บไซต์: [www.channbangkoknoi.com](http://www.channbangkoknoi.com), Facebook: CHANN Bangkok-Noi



# SCGP ได้รับ CIRCULAR MARK

เป็นกลุ่มแรกของประเทศไทย

SCGP IS CERTIFIED CIRCULAR MARK AS FIRST GROUP IN THAILAND

SCGP 1 ใน 30 บริษัทแรกในประเทศไทยที่ได้รับการรับรองฉลากสิ่งแวดล้อมสำหรับผลิตภัณฑ์หมุนเวียน (CIRCULAR MARK) เป็นกลุ่มแรกของประเทศไทย โดยมี 5 ผลิตภัณฑ์นำร่องจาก SCGP ที่ผ่านการรับรอง CIRCULAR MARK ภายในงาน CIRCULAR MARK “Circular Economy in Action”

SCGP is in the first group of companies to have received Thailand’s CIRCULAR MARK at the CIRCULAR MARK “Circular Economy in Action” event.



## CIRCULAR MARK การันตีผลิตภัณฑ์คุณภาพ ตามหลักเศรษฐกิจหมุนเวียน

CIRCULAR MARK สัญลักษณ์ที่ถูกพัฒนาขึ้นเพื่อรับรองคุณภาพผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ที่ออกแบบโดยคำนึงถึงหลักเศรษฐกิจหมุนเวียน มีกระบวนการผลิตที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม มีคำแนะนำการใช้งานจัดเก็บวัสดุเหลือใช้หลังหมดอายุการใช้งานและส่งกลับสู่กระบวนการที่เหมาะสม คำนึงถึงการใช้ทรัพยากร ลดการสร้างขยะและปล่อยก๊าซเรือนกระจกตลอดอายุผลิตภัณฑ์ ยิ่งไปกว่านั้น สัญลักษณ์นี้ยังสร้างมูลค่าเพิ่มให้แก่แบรนด์สินค้า เพิ่มความสามารถในการแข่งขัน การันตีความเป็นผู้นำด้านเศรษฐกิจหมุนเวียนของผู้ประกอบการทั้งในประเทศและต่างประเทศ โดยกลุ่มอุตสาหกรรมบุกเบิกที่ได้ฉลาก CIRCULAR MARK 5 กลุ่ม ได้แก่ 1. เกษตรอาหาร 2. วัสดุก่อสร้าง 3. พลาสติก 4. บรรจุภัณฑ์ และ 5. แพชั่นไลฟ์สไตล์

## ร่วมมือเพื่อความยั่งยืน

CIRCULAR MARK ดำเนินการพัฒนาภายใต้โครงการวิจัย เรื่อง “การพัฒนา ระบบฉลากสิ่งแวดล้อมสำหรับผลิตภัณฑ์หมุนเวียนอื่นเป็นการส่งเสริม การหมุนเวียนวัสดุเพื่อขับเคลื่อนนโยบายเศรษฐกิจหมุนเวียนของ ประเทศไทย” โดยมี รศ. ดร.รัตนาวรรณ มั่งคั่ง ผู้อำนวยการวิกรีน คณะสิ่งแวดล้อม มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ เป็นหัวหน้าโครงการฯ

ทั้งนี้ได้ทำงานร่วมกับมูลนิธิสถาบันสิ่งแวดล้อมไทย พร้อมกับหน่วยงาน ภาครัฐ ได้แก่ กระทรวงอุตสาหกรรม สภาอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย รวมถึงโครงการความร่วมมือภาครัฐ ภาคเอกชน และภาคประชาสังคม เพื่อจัดการพลาสติกและขยะอย่างยั่งยืน หรือกลุ่ม PPP Plastics



## CIRCULAR MARK: QUALITY WARRANTY ON CIRCULAR ECONOMY CONCEPT

Developed to certify circular products/packaging, CIRCULAR MARK focuses on its Circular-Economy concept, environmentally-friendly manufacturing process, usage instructions, and after-use disposal guideline to ensure resources can be properly reused or recycled in the way that reduces both waste and greenhouse-gas emissions. CIRCULAR MARK, therefore, adds value to brands and raises their competitiveness. Certifying leadership in circular economy for entrepreneurs both in Thailand and abroad, CIRCULAR MARK has now been granted to five types of Thai products: 1) Agro-Food; 2) Building materials; 3) Plastics; 4) Packaging; and 5) Fashion & Lifestyle products.

## COLLABORATION FOR SUSTAINABILITY

CIRCULAR MARK has been developed under a research project entitled “Development of an Environmental Label System for Renewable Products to promote efficient management of materials in support of Thailand’s Circular Economy policy.” Heading the project is Assoc. Prof. Dr. Rattanawan Mangkang, Director of VGREEN, Faculty of Environment, Kasetsart University.

The Thailand Environment Institute is also a key player in the project. Other partners include the Ministry of Industry, the Federation of Thai Industries, and the Public Private Partnership for Sustainable Plastics and Waste Management. 

# 5

ผลิตภัณฑ์นำร่องจาก SCGP ที่ผ่านการรับรอง CIRCULAR MARK CERTIFIED CIRCULAR MARK PILOT PRODUCTS BY SCGP



กระดาษถ่ายเอกสารไอเดียกรีน  
IDEA GREEN COPIER PAPER



ถุงกระดาษสำหรับสินค้าอุปโภคบริโภค  
CONSUMER PAPER BAG



บรรจุภัณฑ์เฟสท์ ไบโอบีโอสถภัณฑ์  
FEST BIO PACKAGING



ถุงพลาสติกชนิดอ่อนตัวแบบ LAMINATED MONO-MATERIAL (R1) FLEXIBLE PACKAGING



ขวดแชมพูสำหรับกลุ่มสัตว์เลี้ยงที่ผลิตจากพลาสติกใช้แล้ว PCR 100% ประเภท HDPE  
SHAMPOO BOTTLES FOR PETS MADE FROM 100% RECYCLED HDPE (rHDPE)

# ดนตรีดีต่อสมอง มาร้อง เล่น เต้น ฟังกันเถอะ!

MUSIC IS GOOD FOR YOUR BRAIN  
LET'S PLAY, LISTEN, OR DANCE TO FAVORITE TUNES!

การกลับมาปลุกกระแสดนตรีให้คนฟังได้คึกคักกันอีกครั้ง ไม่ว่าจะเป็นดนตรีในสวน หรือน้อง ๆ วงดนตรีปิดหมวกที่เล่น  
กลางสยามสแควร์ที่เราเห็น นอกจากความเพลิดเพลินแล้ว ยังดีต่อสมองด้วยนะ

Live musical performances have lately returned to many areas like public parks and even Siam Square.  
Not only that such shows offer entertainment, but they also work magic to your brain.



## ว้าว! ดนตรีช่วยให้เกิด พลุเจิดจ้าในสมอง

2 - 3 ศตวรรษที่ผ่านมา นักประสาทวิทยาได้ค้นพบเรื่องยิ่งใหญ่ในการ  
ทำความเข้าใจว่า สมองทำงานอย่างไร โดยใช้เทคโนโลยีติดตามแบบ  
เรียลไทม์อย่าง fMRI (functional MRI) เป็นการนำภาพ MRI มาดัดแปลง  
ด้วยคอมพิวเตอร์ให้แสดงผลเป็นสีต่างกัน โดยแต่ละสีจะบ่งบอกว่าสมอง  
ส่วนนั้นทำงานปกติหรือลดลง นอกจากนี้ยังใช้ PET Scan (Positron  
Emission Tomography Scan) ซึ่งเป็นการตรวจทางเวชศาสตร์นิวเคลียร์  
ที่ใช้ศึกษาการทำงานของอวัยวะเป้าหมายที่ต้องการ

เมื่อนักวิจัยให้ผู้เข้าร่วมทดสอบฟังเพลง เพียงเสี้ยววินาทีที่ได้ยินเสียงเพลง  
ผลการทดสอบก็บ่งชี้ว่าพวกเขาเห็นพลุเล็ก ๆ ถูกจุดสว่างขึ้นทันที (นั่นคือ  
ตอนที่เรายกศีรษะ หรือยกเท้าไปตามจังหวะเพลง) แต่ที่น่าทึ่งกว่านั้นคือ  
เมื่อนักประสาทวิทยาทดสอบสมองของนักดนตรี กลับเห็นพลุถูกจุด  
อย่างยิ่งใหญ่ราวกับงานเฉลิมฉลอง เพราะการเล่นดนตรีเท่ากับสมอง  
ทั้งหมดได้ออกกำลังกายนั่นเอง

## WOW! MUSIC SPARKS FIREWORKS IN YOUR BRAIN

Neurologists have made a big discovery. Thanks to modern  
technologies like fMRI (functional MRI) and PET Scan (Positron  
Emission Tomography Scan), they can now monitor brain activities  
real time. Colors on the screen reflect what is going on inside  
one's brain.

While listening to music, monitored people's brains have plenty  
of small fireworks going off (the moment you tilt your head and  
move your feet to the tune of music). Grand fireworks, moreover,  
are visible in the brains of musicians. Apparently, music has given  
you brain exercises.

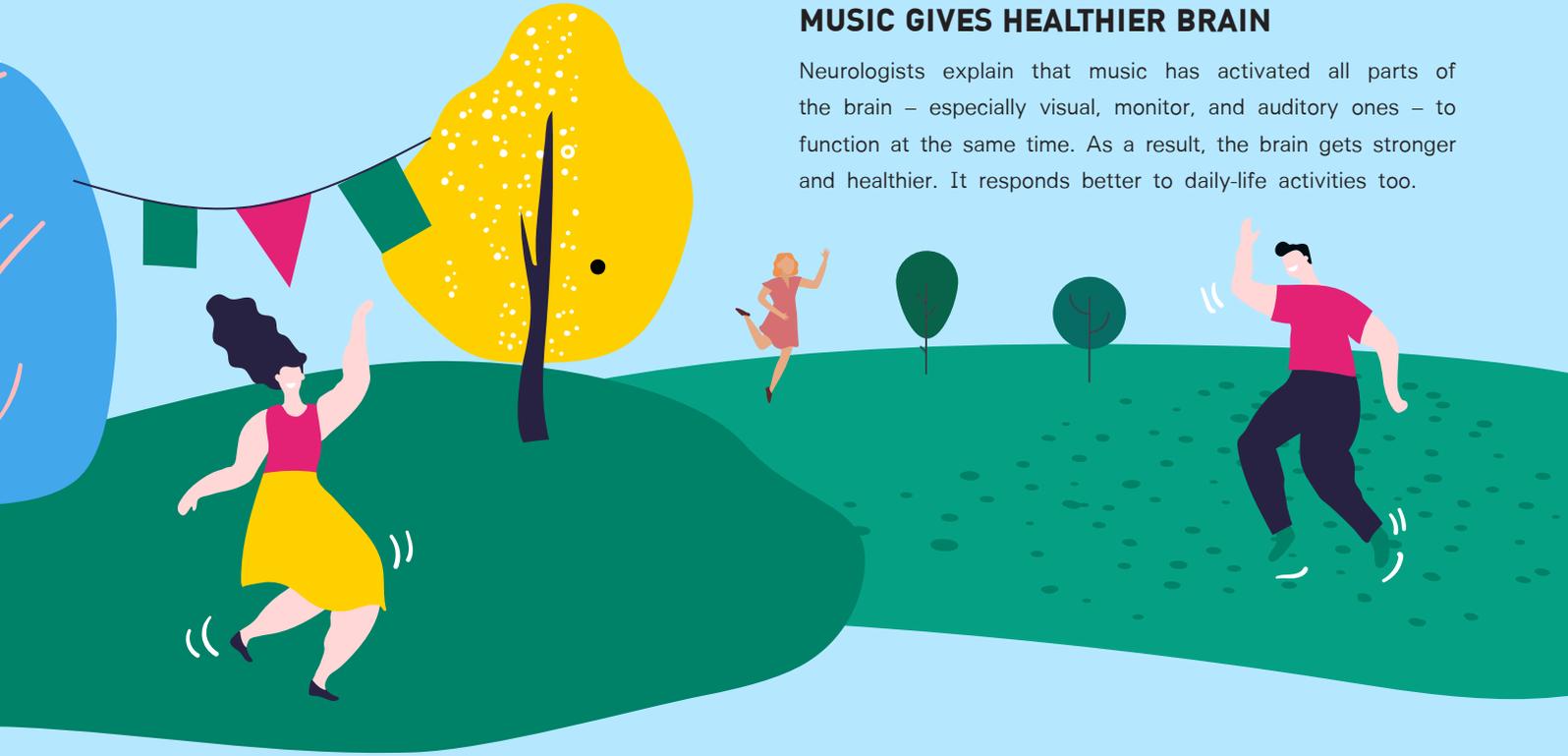
## สมองแข็งแรงเพราะดนตรี

นักประสาทวิทยาให้แนวคิดว่าการเล่นดนตรีทำให้สมองส่วนต่าง ๆ ทำงานพร้อมกัน โดยเฉพาะส่วนที่เกี่ยวข้องกับการมองเห็น การฟัง และการเคลื่อนไหว สมองจึงแข็งแรงและเชื่อมโยงกับการทำสิ่งอื่น ๆ ในชีวิตประจำวันได้อีกด้วย



## MUSIC GIVES HEALTHIER BRAIN

Neurologists explain that music has activated all parts of the brain – especially visual, motor, and auditory ones – to function at the same time. As a result, the brain gets stronger and healthier. It responds better to daily-life activities too.



## ดนตรีมีข้อดีมากมาย / BENEFITS OF MUSIC



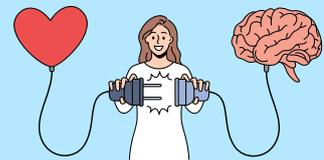
ช่วยให้สมองฝั่งขวา (ด้านความคิดสร้างสรรค์) ทำงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ

It enhances right-brain (related to creativity) efficiency.



ช่วยให้สามารถบริหารจัดการสิ่งต่าง ๆ ได้ดี ทั้งการวางแผน การวางนโยบาย โดยเฉพาะเรื่องที่ต้องวิเคราะห์อย่างฉับพลัน

It enables good planning and quick analytical thinking.



เชื่อมโยงการทำงานของสมองทุกส่วนไว้ด้วยกัน จึงเรียกความทรงจำได้รวดเร็วและมีประสิทธิภาพ

It connects all brain functions, thus allowing the fast and efficient retrieval of memories.

อย่าลืมหาเวลาว่างผ่อนคลายด้วยการร้อง เล่น เต้น หรือฟังดนตรี เพราะให้ทั้งความเพลิดเพลิน แถมยังได้บริหารสมอง และช่วยให้ชีวิตไฟลว์ขึ้น เหมือนกับเสียงดนตรีที่คลื่นใหลเพราะนั่นเอง

As music does magic for the brain, don't forget to play, listen, or dance to the music in your free time.

Exercise your brain for a smoother life.

ส่งต่อ  
PASSION ที่ดี  
เริ่มต้นที่  
MINDSET

---

SPREAD POSITIVE  
PASSION, START  
WITH MINDSET



ผ่านมาถึงไตรมาส 2 ของปี 2565 อย่างรวดเร็ว SCGP Town Hall ยังคงอัปเดตสถานการณ์และสื่อสารอย่างต่อเนื่อง นำโดยพี่ชายจิตร์ภักดี ประธานเจ้าหน้าที่บริหาร SCGP

เริ่มต้นด้วยคลิปวิดีโอ Culture Contact “Feedback is power. Listening to every voice.” แรงแบบดาลใจดี ๆ จากเพื่อนพนักงาน SCGP ในการคิดถึงประสบการณ์ของลูกค้า ความต้องการของลูกค้า เพื่อพัฒนาสินค้าหรือบริการที่สามารถตอบโจทย์ลูกค้าได้ดีที่สุด รวมถึงการ Collaboration กันภายในองค์กรที่จะช่วยผลักดันให้เกิดขึ้นจริงได้ และ Passion ในการทำงานที่สามารถสร้างและส่งต่อให้กับเพื่อนรอบข้าง

ในช่วง People Passionate Experiences เริ่มต้นด้วยตัวแทน Passionate People 3 คนมาร่วมแชร์แนวคิดการทำงานส่วนตัว ต่อด้วยพี่ชายกล่าวถึงแนวคิดการมองลูกค้าทั้งภายนอกและภายในองค์กร Passion to Customers & Consumers ใน 3 เรื่องสำคัญ คือ 1. เริ่มที่ความคิด (Start with mindset) ให้คิดถึงคุณค่าที่จะส่งมอบให้ลูกค้า เพราะสิ่งนี้จะเป็นตัวกำหนดการกระทำ เพียงเราคิดว่าสิ่งนั้นทำได้ ตัวเราก็จะพยายามหาวิธีการทำสิ่งนั้น ๆ ให้สำเร็จ ทุกอย่างจึงต้องเริ่มที่ความคิด 2. โกล้ซิด เข้าใจ (Have empathy) คือ การเข้าใจเขา เข้าใจเรา สร้างความใกล้ชิดและเข้าใจซึ่งกันและกัน รั้งฟังกันอย่างตั้งใจ ให้คำแนะนำอย่างจริงใจด้วยข้อมูล และเก็บเกี่ยวข้อมูลเกี่ยวกับเรื่องงานที่ทำอยู่เสมอไม่หยุดนิ่ง 3. ให้ตามสัญญา (Deliver as promised) คือ คำมั่นสัญญาที่ให้กัน

Passion จะสามารถส่งมอบสิ่งที่มีคุณค่า  
ต่อกันได้ เพราะเราจะคิดเสมอว่าทำได้  
และปรับปรุงได้

Passion will be translated into value  
when ones believe ones can do it.

ช่วง Financial & Business Updates พี่ชายได้เล่าถึงภาพรวมสถานการณ์โลก ทั้งวิกฤติโควิด 19 และสงครามระหว่างรัสเซียกับยูเครน ที่ส่งผลกระทบต่อต่อเนื่อง โดยเฉพาะอย่างยิ่งในเรื่องราคาพลังงาน โดยในไตรมาสที่ 2 ของปี 2565 สิ่ง queเพิ่มเติมเข้ามาคือ เรื่องการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของผู้บริโภคด้านสิ่งแวดล้อม และหันมาใช้อีคอมเมิร์ซในการเลือกซื้อสินค้าเพิ่มสูงขึ้นต่อเนื่อง

จากปัจจัยทั้งภายในและภายนอกที่ส่งผลกระทบต่อบริษัทในหลายด้าน พี่ชายได้สรุปแนวทาง 4 ข้อด้วยกัน คือ 1. **Maintaining liquidity** การบริหารจัดการสภาพคล่อง ขอให้ช่วยกัน เมื่อสิ่งเล็ก ๆ ที่ทุกคนทำมารวมกันจะเป็นสิ่งที่ยิ่งใหญ่แก่บริษัทได้ 2. **Balance growth and stabilities** การรักษาสมดุลให้การเติบโตเป็นไปอย่างมีเสถียรภาพ 3. **Stabilizing supply chain** การปรับปรุงซัพพลายเชน ปรับเปลี่ยนให้ทันต่อตลาดหันมาใช้วัตถุดิบในประเทศมากขึ้น เพื่อลดค่าใช้จ่ายในด้านการขนส่งรับมือความผันผวน และลดความเสี่ยงทางการผลิต 4. **Exploiting the advantage of cross-functional teamwork** การสร้างความร่วมมือภายในองค์กรให้ไร้รอยต่อมากยิ่งขึ้น และเชื่อว่า ทั้ง Mindset และ Culture ที่แข็งแกร่งของบริษัทจะช่วยให้เกิดการเติบโตไปตามแนวทางที่วางไว้ได้

ปิดท้ายด้วยช่วง Q&A พี่ชายตอบคำถามที่พนักงานส่งเข้ามาอย่างเป็นกันเอง เพื่อแลกเปลี่ยนมุมมองที่เป็นประโยชน์ต่อการทำงานในอนาคตของทุกคน เรียกได้ว่า SCGP Town Hall เป็นช่องทางการสื่อสารที่เข้าถึงพนักงาน SCGP อย่างใกล้ชิดและต่อเนื่อง ที่ทุกคนรอคอยและติดตามในทุกไตรมาส



To mark the second quarter of 2022, Mr. Wichan Jitpukdee, CEO, SCGP, returned to SCGP Town Hall.

The event started with Culture Contact. Celebrating under the theme of “Feedback is power. Listening to every voice”, the clip featured SCGP staff’s inspiring interviews about customer experience, product/service development, collaborations, and importantly passion.

During the People Passionate Experiences session, three Passionate People took the stage to share their work mindset. Mr. Wichan then added that the **Passion to Customers & Consumers** journey had three core elements, namely: 1) **Start with mindset**, which focused on creating value for customers; 2) **Have empathy**, which included deep listening and frank sharing of information; and 3) **Deliver as promised**.

For Financial & Business Updates, Mr. Wichan talked about not just the COVID-19 crisis but also the Russian-Ukraine war that has caused severe impacts including soaring energy prices. In addition, Q2/2022 saw consumers’ growing environmental focus and e-commerce usage.

To cope with impacts from both external and internal factors, the CEO recommended: 1) **Maintaining liquidity**, which could be done by all of us through small steps; 2) **Balancing growth and stability**; 3. **Stabilizing supply chain** with a stronger emphasis on local materials to lower transportation costs and curb risks; and 4) **Exploiting the advantage of cross-functional teamwork**. Proper mindset and corporate culture promise to drive SCGP growth in line with plans.

Mr. Wichan then concluded the event by answering questions raised by SCGP members. SCGP Town Hall is indeed a forum whereby SCGP staff can communicate closely with their CEO on a continued basis.

# PASSIONATE EXPERIENCES

## PASSION TO CUSTOMERS & CONSUMERS



ทศพล สมบูรณ์สุทธิ์  
TOSAPOL SOMBOONSUT

Metropolitan – Foodservice  
Packaging Section Manager,  
Fibrous Business

“เรื่อง Passion ต้องเริ่มที่ Mindset ก่อน การเป็นพนักงานมืออาชีพจะต้องทำงานตามที่ได้รับมอบหมายให้สำเร็จ อย่างงานขาย เป้าหมายค่อนข้างชัด ทั้งรายเดือนและรายปี สิ่งที่ต้องทำเพื่อให้เป้าหมายสำเร็จได้ง่ายขึ้นคือ ทำให้ลูกค้าได้รับสิ่งที่ต้องการและพึงพอใจ ส่วนลูกค้าภายในอย่างพี่ๆ ฝ่ายผลิต เราก็ต้องร่วมมืออย่างใกล้ชิด เพื่อส่งข้อมูลให้เขา ได้ทราบว่าคุณค่าต้องการอะไร Pain Point ของลูกค้าคืออะไร สร้างการทำงานเป็นทีม ให้มากขึ้น เพราะบางครั้ง Passion ของเรานั้นคนเดียวอาจยังไม่พอ ต้องช่วยกันทุกฝ่าย”

“Passion starts with mindset. If you are professional, you must be able to fulfill targets. If you make your customers happy, it is going to be easier to meet targets too. Regarding internal customers, we focus on collaborations. We share with the manufacturing team what customers' pain points are. Teamwork matters because it will take our passions far.”



สันติ มวลกิจนิตยชัย  
SANTI MUALKIJNITAYACHAI

Customer Science  
Department Manager, SCGP

“Passion คือการมี Mindset หรือ Attitude ที่อยากนำเสนอโซลูชันเพื่อตอบโจทย์ลูกค้า รวมถึงการพัฒนาสินค้าใหม่ตามเทรนด์ต่างๆ และวางตัวเราให้เป็น Trendsetter เพื่อให้ลูกค้ามีความเชื่อมั่นและไว้วางใจ Mindset ของผมคือ การรับเอา Feedback ต่างๆ ทั้งจากลูกค้าภายในและภายนอกมาปรับปรุงแก้ไข เพื่อให้งานครั้งถัดไปดียิ่งขึ้น และตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้มากขึ้น”

“Passion is about mindset or attitude that drives us to answer to customers' needs and develop new products in line with trends. We also must be the trendsetter to win customers' confidence and trust. At work, I listen to the feedback of both internal and external customers so as to better respond to customers.”



ปฐิธา อิวสวัสดิ์  
PURIDA AEWSAWAD

Supervisor – Packaging Materials  
Technical Solutions, CIP Business

“หน้าที่หลักของฝ่ายเราคือ การรับปัญหา และข้อร้องเรียนต่างๆ ฉะนั้น Mindset ในการทำงานของเราคือ การรับฟังปัญหาจากลูกค้าอย่างจริงใจ และ Quickly response รับรู้ความต้องการของลูกค้าให้ได้มากที่สุด เร็วที่สุด ระหว่างที่รับฟังลูกค้า เราจะคิดโซลูชันตามลำดับขั้นที่ แม้เราจะทำงานอยู่กับปัญหาตลอดเวลา แต่ในขณะเดียวกันก็มีอะไรใหม่ๆ ให้เรียนรู้ทุกวันเหมือนกัน พอเรามองมูมกลับก็จะสามารถทำงานแต่ละวันได้อย่างแฮปปี้ค่ะ”

“Our job is mainly about listening to complaints. Our mindset must be tuned for sincere listening and quick response to customers' needs. As we are listening to customers, we must think of solutions that can be of help. Every day, we learn new things. With the right perspectives, we can work happily even though we have to deal with problems all the time.” **P**



## S'MORE COOKIES

# อร่อยง่าย แค่ 1 นาที

### GREAT TASTE IN 1 MINUTE

ขนมหวานสัญชาติอเมริกันที่ง่ายมากๆ แถมยังชวนเด็กๆ มาทำด้วยกันก็ได้ ใช้เวลาแค่ 1 นาทีก็ได้ชิม S'more หอม ๆ แล้ว จะเสิร์ฟเป็นของหวานหลังมื้ออาหาร ของว่างระหว่างวัน หรือจะใช้เป็น finger food ในปาร์ตี้ก็แสนเก๋เวิร์กทีเดียว

This American dessert is not just delicious but also easy to make. You can invite kids to join the fun cooking too because the process will take just about one minute. Fragrant S'more cookies are great for serving after or between meals. If you hold a party, they are also fantastic finger food.

#### ส่วนผสม

1. มาร์ชเมลโลว์
2. แครกเกอร์ (สามารถใช้รูปทรงต่าง ๆ ได้)
3. ช็อกโกแลตบาร์

#### Ingredients

1. Marshmallow
2. Crackers (any shape is fine.)
3. Chocolate bars



#### วิธีทำ / INSTRUCTIONS



1. นำแครกเกอร์ ช็อกโกแลต และ มาร์ชเมลโลว์ วางเรียงซ้อนกันบนถาด โดยเผื่อระยะห่างไว้ให้มาร์ชเมลโลว์ พองตัว

Place crackers, chocolate bars, and marshmallow on top of one another in a tray with distance between crackers.



2. นำเข้าเตาอบที่อุณหภูมิ 150 - 180 องศาเซลเซียส ประมาณ 30 วินาที ถึง 1 นาที ให้มาร์ชเมลโลว์และ ช็อกโกแลตละลาย

Put the tray in an oven. Heat it at 150 to 180 degrees Celsius for 30 seconds or up to one minute for chocolate and marshmallow to melt.



3. นำแครกเกอร์อีกแผ่นมาประกบแล้ว กดเบา ๆ ให้มาร์ชเมลโลว์หลอมเข้ากับช็อกโกแลต แค่นี้ก็พร้อมเสิร์ฟแล้ว!

Place another cracker on top of each piece. Then, S'more cookies are ready to be served! **P**

## สิงโตนำโยก สืบสานเอกลักษณ์ ผสานความทันสมัย

### DANCING LION SUSTAINS TRADITION WITH MODERN TOUCH

หัวสิงโตดีไซน์ร่วมสมัยถูกเชิดด้วยศิลปะล้านนา ลวดลายเข้าถึงผู้ชม แต่ยังคงความสง่างาม ที่สำคัญคือ “ผู้หญิงเป็นคนเชิด!” นี่คือเอกลักษณ์อันโดดเด่นของคณะสิงโตมังกรหยกสามพรานอายุกว่า 70 ปี ที่คุณเกี้ยว - ภัฏญารัตน์ เกริญเกียรติ์น กายากรุ่นสาม ฝ่าทุกด่านความท้าทาย โดยเปลี่ยนความรัก ความอดทน ความทุ่มเท เป็นพลังแปลงทุกภาพที่เคยฉาบไว้ให้เกิดขึ้นจริง จนได้ฉายา “หญิงแกร่งแห่งคณะสิงโตมังกรหยกสามพราน” ที่มีผลงานเชิดสิงโตอันโดดเด่นในงานเปิดตัวรถไฟฟ้าใต้ดินสถานีวัดมังกร หรืองานคอนเสิร์ตในคอนเซ็ปต์ “สิงโตนำโยก” ที่ร่วมเดินกับเหล่าศิลปินที่เทศกาลดนตรีบิกิเมาน์เทน เขาใหญ่

A contemporary yet elegant lion head proves so appealing to the audience. Even more fascinating in the eyes of the beholder is the fact that the “artist in this lion-dance costume is a woman!” Ms. Kanyarat “Gyo” Kriangkrait has been a new signature of Mongkornyok Sampran lion-dance troupe, which was founded by her family more than 70 years ago. As the third-generation head of the troupe, she has overcome several challenges with love, patience, and dedication. Dubbed the “Iron Lady of Mongkornyok Sampran”, she has led her troupe to show at many important ceremonies including the official opening of Wat Mangkon Station. Under her leadership, the troupe’s concept is “dance-leading lion.”

#### นับหนึ่งใหม่ กับภาพใหญ่ในฝัน

“เราคลุกคลีอยู่กับคณะสิงโตมาตั้งแต่เด็ก ตามเตี้ยไปช่วยเก็บอั้งเปา ไม่ได้มีหน้าที่อะไรเป็นหลัก จนวันที่เตี้ยเสีย กิจการทุกอย่างจำเป็นต้องหยุด เพราะในตอนนั้นเรายังเรียนอยู่และไม่มีใครสานต่อธุรกิจตรงนี้ คนในคณะก็แยกย้ายไป พอเราเรียนจบ ทำงานได้ระยะหนึ่งก็อยากกลับบ้านมาอยู่กับแม่ พอได้กลับบ้านเห็นหัวสิงโต อุปกรณ์ต่าง ๆ ก็เกิดแรงบันดาลใจอยากกลับมาทำ เรียกว่าเป็นจุดเปลี่ยนเลยก็ว่าได้ ตอนนั้นจึงตัดสินใจลาออกจากงาน เริ่มฝึกฝนทุกอย่าง เรียนรู้ใหม่หมด เพื่อแสดงศักยภาพของตัวเอง เริ่มจากโชว์ให้ทีมเห็นก่อนว่า เราก็งี้ เราก็งี้มีดีนะ สเต็ปต่อมาคือ โชว์ให้ลูกค้าดู”

#### “ลุยอีกสักตั้ง” ใส่พลังสร้างสรรค์ด้วยสิงโตนำโยก

“เริ่มจากคุยกับพี่ ๆ ที่อยู่มาตั้งแต่รุ่นเตี้ยว่า มาลุยกันอีกสักตั้งหนึ่ง ตอนแรกยังไม่มีการเปลี่ยนแปลงอะไร งานที่เข้ามาก็มาจากลูกค้าเก่าของเตี้ย พอเราปรับเปลี่ยนรูปแบบคณะสิงโต เข้าไปหาลูกค้า เริ่มมีลูกค้ากลุ่มมอริกันเฮอร์มากขึ้น เป็นงานในห้าง ทำโชว์การแสดง มีแพตเทิร์นที่ไม่เหมือนการเชิดไหว้ตามศาลเจ้าหรืองานอวยพรตามบ้านต่าง ๆ เราปรับเปลี่ยนรูปแบบโชว์ให้เข้ากับยุคสมัย แรก ๆ ทุกคนในทีมก็สับสน พี่บางคนไม่พอใจที่เราออกคำสั่ง เพราะเขาเคยเชิดในแบบของเขามาก่อน

“โชว์ที่เราทำ เราให้พี่ ๆ เชิดอวยพรอย่างที่เขาเคยเชิดมา ส่วนเราขึ้นไปบนเวทีเป็นสิงโตนำโยก สิงโตเด่นประกอบเพลงฮิตเข้ากับยุคสมัย เมื่อเขาเห็นว่าเราไม่ได้ด้อยค่าสิงโต แต่ทำให้สิงโตมีคุณค่า คนดูชม บางคนเข้ามาเต้นด้วยเพราะสิงโตน่ารัก ไม่ได้ดูตัน พี่ ๆ ก็ยอมรับ และกลายเป็นกลยุทธ์ที่ทำให้เราขายงานได้ เรียกว่ากว่าจะมาถึงวันนี้ต้องใจเย็นมาก พิสูจน์ให้เขาเห็นว่าเราทำได้”

#### แมตซ์แฟชั่น สร้างอัตลักษณ์คณะสิงโต

“ด้วยความที่เรียนจบแฟชั่นดีไซน์มา เราจึงคิดทุกอย่างใหม่ ตั้งแต่รูปแบบโชว์ การออกแบบเครื่องประดับ เสื้อผ้านักแสดง และอุปกรณ์ใหม่ที่สมัยอาจไม่มี โดยเฉพาะหัวสิงโตทุกหัวจะเป็น Custom-made ทั้งหมด ยกตัวอย่างหัวสิงโตจักรพรรดิเขามังกร เราครีเอตสี เลือกคริสตัลที่ใช้ปักดีไซน์หยักโค้ง ริมบั้นทองที่มีหลายเฉด ใช้ความรู้ที่เรียนมาควบคู่กับการปรึกษาอาจารย์ที่เป็นคนทำหัวสิงโตตั้งแต่รุ่นเตี้ยว่า สิ่งที่เราคิดมามีอะไรที่ทำได้หรือไม่ได้บ้าง จนได้ออกมาเป็นหัวสิงโตที่มีเอกลักษณ์เฉพาะตัวและสะท้อนอัตลักษณ์ของคณะสิงโตมังกรหยกที่เราภูมิใจ”

## หงส์คู่มังกร

“สิ่งที่แสดงถึงตัวตนของมังกรหยกคือ สวยและแข็งแกร่ง โชว์ใหม่ของเราคือโชว์หงส์คู่มังกร เป็นคอนเซ็ปต์เรื่องความเท่าเทียม ไม่ว่าจะหญิงหรือชาย เราสามารถเรียนรู้ ฝึกฝนได้เหมือนกันทุกอย่าง เปรียบผู้หญิงเป็นหงส์ขึ้นไปอยู่กับมังกร เพราะเราโดนคนมองว่าเป็นผู้หญิงไม่เหมาะที่จะดูแลคณะสิงโต ที่ผ่านมามีแต่ผู้ชายทำ แต่เราไม่คิดแบบนั้น เพราะถึงแม้เราเป็นผู้หญิง แต่ถ้าเราตั้งใจที่จะทำ ตั้งใจที่จะศึกษาเรียนรู้ อยากรู้อะไรก็ทำได้”

## ข้อเสีย เทกใจให้ถูกราบ

“คำพูดที่เตี้ยสอนอยู่บ่อย ๆ คือ เรื่องคุณธรรมและความซื่อสัตย์ ทั้งต่อตัวเอง ลูกน้อง และลูกค้า เพราะลูกค้าอาจจะไม่รู้ว่าเราคิดสิงโตจริง ๆ เป็นแบบไหน แต่เรารู้ ดังนั้นเราต้องทำงานด้วยความจริงจัง ซื่อสัตย์ และใส่หัวใจลงไปในงานร้อยเปอร์เซ็นต์”

## FRESH START FOR BIG DREAM

“I grew up with the lion-dance troupe. I followed my dad and his troupe everywhere, though without any official duty. The curtains once came down for our troupe because of my dad's passing. Back then, I was still a student. So, there was no one to hold troupe members together. After my graduation. I also worked elsewhere. By the way, after a while, I really wanted to go back to my hometown and live with my mom. When I came back, lion heads and relevant tools around my home inspired me to regroup troupe members. The inspirations were so strong that I left my job and started lion-dance training. I wanted to prove my potential to lion dancers who used to work for my dad and also to prospective customers,” Ms. Kanyarat said.

## “GO FOR IT!” WITH CREATIVITY

“In the beginning, our customers were from my dad's customer base. But after I modernized our troupe's lion dances, we could attract new groups of customers such as organizers. Our shows were different from traditional lion dances at Chinese shrines,” Ms. Kanyarat said about her troupe's transformation.

“There was internal opposition to my initiative at first. Some members were not happy that I changed the tradition. But after



I proved that my contemporary lion dance, which was in sync with modern tunes, got good response, they agree to play along. Our lion figures look adorable and approachable to the audience. Thanks to such concept, we have got many jobs. I needed to be very patient during my efforts to prove myself and my idea,” the strong woman said.

## FASHIONABLE FLAIR FOR LION DANCERS

“Studying fashion design, I created new costumes and accessories for my troupe's lion dancers. There are many new items, something unseen in my grandpa's time. All lion heads are custom-made. The Lion Emperor, for example, has colorful-ribbon and crystal decorations. All these designs are done through consultation with traditional experts to ensure that I won't break key traditions. The new creations therefore still resonate with old identity while being so unique and original,” she elaborated.

## SWAN-DRAGON MATCH

“Mongkornyok's signature lies with beauty and strengths. Our latest show takes the theme of Swan and Dragon. It presents gender equality and highlights the fact that with similar training, men and women can do the same thing. Women are compared to Swan, which can rise as high as Dragon. In the past, I was seen as unqualified to lead the lion-dance troupe just because I was a woman. But I have proven that with determination and hard work, I can do it too,” she proudly continued.

## HONESTY PLUS DEDICATION

“My dad taught me about ethics and honesty. I am thus true to myself, my team members, and my customers. I have always worked to the fullest of my abilities even though most customers do not know how far lion dancers can go,” she said. **P**

## เปิดโลกกว้าง สร้าง Passion

“ที่ผ่านมามีช่วงที่เฟื่องฟูเหมือนกัน โดยเฉพาะตอนโควิด 19 ที่คิดอะไรไม่ออก ไม่มี Passion แต่ช่วงนี้เริ่มกลับมาเริ่มงานได้ เริ่มพาตัวเองออกไปเจอสิ่งใหม่ ๆ ทั้งไปดูโรงงานที่ต่างประเทศ ไปเจอไปคุยกับอาจารย์ที่มีความรู้เกี่ยวกับคณะสิงโต ไปเห็นไปดูเยอะ ๆ พอได้ไปเห็นก็อยากทำ อยากเป็น ถือเป็นการเติมไฟที่ดีมากๆ แล้ว Passion ก็กลับมา”

## Explore Wild World with Passion

“Sometimes, my passion was gone. During the COVID-19 crisis, I really had no idea what to do and even lost my passion. But I have already revived it by traveling and exploring new things. I headed overseas to talk to lion-dance experts there. That way, I come back full of passion and energy,” she concluded.



**เบญญาภา พยมพฤษ์**

CSR Officer

บริษัทสยามคราฟท์อุตสาหกรรม จำกัด

**BENYAPA PAYOMPLUK**

CSR Officer

Siam Kraft Industry Company Limited



Scan QR Code  
เพื่อชมวิดีโอสัมภาษณ์  
Scan QR Code for  
the interview

## “เอาใจเขา มาใส่ใจเรา” ACT ดี ๆ ที่เชื่อม SCGP และชุมชนไว้ด้วยกัน

“POWER OF EMPATHY” CARING ACT CONNECTS SCGP WITH COMMUNITIES

การอยู่ร่วมกับชุมชนอย่างมีความสุขเป็นหนึ่งในเป้าหมายหลักที่ SCGP ให้ความสำคัญอย่างต่อเนื่องในทุกพื้นที่ที่โรงงานตั้งอยู่ เราใช้โอกาสนี้ตามติดพี่นิ - เบญญาภา พยมพฤษ์ CSR Officer บริษัทสยามคราฟท์อุตสาหกรรม จำกัด โรงงานวังศาลา ลงพื้นที่ปฏิบัติงานกิจกรรมชุมชนสัมพันธ์ในพื้นที่รอบโรงงานวังศาลา พร้อมทั้งเก็บเกี่ยวแนวคิดและ Mindset ดี ๆ มาบอกต่อ เพื่อสร้าง Passion ในการทำงานให้เพื่อนๆ ได้นำไปปรับใช้กัน

Happy co-existence with communities is one of SCGP's main goals. All its plants, therefore, have operated with locals in their mind. Benyapa “Ni” Payompluk, CSR Officer of Siam Kraft Industry Company Limited, Wangsala Plant, has recently taken Passionate Experiences team with her on her recent trips to show what her Passion and Mindset do for communities in the plant's neighborhood.

“พี่เป็นเจ้าหน้าที่ชุมชนสัมพันธ์ที่บริษัทสยามคราฟท์อุตสาหกรรม จำกัด 30 ปีแล้ว ชุมชนแถวนี้จะคุ้นเคยกับพี่ในชื่อนี้นะ หน้าที่ของพี่คือสร้างความสัมพันธ์กับชุมชน โดยชุมชนที่พี่ดูแลอยู่ในรัศมี 5 กิโลเมตร รอบโรงงานมีประมาณ 55 หมู่บ้าน

“เราต้องสร้างความคุ้นเคย ต้องรู้จักเขา และเขาก็จะรู้จักเรา ต้องเรียนรู้วิถีชีวิต ขนบธรรมเนียมในชุมชน คอยสังเกตและเชื่อมโยงประสบการณ์ตลอดจนสร้างการมีส่วนร่วม โดยออกแบบกิจกรรมต่าง ๆ ร่วมกันพยายามค้นหาความต้องการหรือความคาดหวังของเขา และกำหนด

บทบาทของ SCGP ที่เหมาะสม คอยดูว่าเราให้ความช่วยเหลืออะไรได้บ้าง เพื่อให้เขาอยู่รอบโรงงานเราได้อย่างมีความสุข

“ความท้าทายของงานพีคือ ไม่มีสูตรสำเร็จตายตัว คาดเดาไม่ได้ว่าเราจะต้องเจอสถานการณ์แบบไหน แต่เราต้องพร้อมรับมืออยู่เสมอ เราจึงต้องมี Mindset ในเรื่อง ‘การเอาใจเขา มาใส่ใจเรา’ อยู่ตลอดเวลา การไปทำงานกับชุมชน เราต้องเอาใจเขามาแทนที่ในใจเราให้ได้ เมื่อรู้ความต้องการที่แท้จริงแล้ว ก็เอาข้อมูลเหล่านั้นมาออกแบบวิธีการทำงาน เราต้องคิดถึงผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทั้งหมด เพราะจะทำให้งานดำเนินไปได้อย่างราบรื่นและตรงตามความคาดหวังของเขาทั้งหมดนี้เป็นส่วนหนึ่งในความสำเร็จของงานพี หากงานพีที่ได้รับการยอมรับจากชุมชนเป็นอย่างดี ก็จะส่งผลดีต่อบริษัท ด้วยตัวพีทำงานด้วยแนวคิดแบบนี้จนเป็น Our Act ของเราไปแล้ว ทำให้พีทำงานด้วยแนวคิดแบบนี้จนวันหนึ่งเรามองย้อนกลับมาจึงเห็นว่า นี่คือการที่เราทำมาตลอด 30 ปีเลย

“สำหรับ Passion ในการทำงาน พีเป็นคนกระตือรือร้น อยากทำงานทุก ๆ วัน พี่มองว่างานพีที่ทำอยู่นั้นเป็นงานของเราเอง เราคือเจ้าของกิจการ ทุกคนที่เกี่ยวข้องคือลูกค้าทั้งหมด มันก็จะช่วยให้เราใส่ใจและเต็มที่กับทุกงาน ผลลัพธ์ที่ได้จากการทุ่มเทแรงกายแรงใจลงไป ทำให้พีไม่รู้สึกเสียดาย ไม่ว่าจะเดินไปตามเป้าหมายหรือไม่ ก็คิดว่ามันเป็นโอกาสที่ได้รับมอบหมาย และเราได้ทำเต็มที่แล้ว พีจะพยายามมองหาสิ่งดี ๆ ที่เกิดขึ้นในทุก ๆ งาน เพราะอย่างน้อยจะมีสักหนึ่งอย่างที่เกิดจากความพยายามของเราและทำให้งานนั้นสำเร็จ”

“As I have worked in this position for 30 years already, I am quite close to locals. Under my care are 55 villages within the 5-kilometer radius from the plant,” she revealed.

“My job is about familiarizing with locals, their way of life, and traditions. I have observed them to identify their needs and expectations so that SCGP can play a proper role in their communities. We seek to help where we can and engage them in activities that are useful to them in hopes of making them happy.

“The key challenge is that there is no fixed success recipe. I cannot tell what will happen next. So, I must be ready to tackle whatever. ‘Empathy’ is crucial to my work. Only when I put myself in locals’ shoes, I can know what they really want. When we understand all stakeholders, our operations will be smooth. My Mindset complies with SCGP’s Our Act and supports its success.

“On Passion, I am an energetic type. I am keen to work every single day. I always work like I am the firm’s owner and stakeholders are my customers. I give my all to every task I am assigned to. After working to the fullest of my abilities, I also look for good things about every task I have completed. That’s when I can notice that my efforts really contribute to the successful operation.”



## กักกอสายใย สานใจชุมชน CONNECTING WITH COMMUNITIES

ตัวอย่างที่ SCGP ส่งเสริมอาชีพให้กับชุมชนคือ “งานหัตถกรรมจักสานจากเส้นเทป Paper Band” ซึ่งเกิดขึ้นจากการคำนึงถึงชุมชนในทุกมิติ ทั้งเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม โดยนำเศษวัสดุที่เหลือจากกระบวนการผลิตเป็นวัตถุดิบในการจักสาน ผสานกับภูมิปัญญาท้องถิ่น จนสามารถสร้างอัตลักษณ์ของสินค้าที่แตกต่างจากท้องตลาด และสร้างยอดขายได้มากกว่า 1 ล้านบาทในปี 2562

“เราคิดว่า เศษวัสดุที่เหลือใช้ในกระบวนการผลิตจะสามารถนำไปต่อยอดขยายผล สร้างเศรษฐกิจให้เกิดขึ้นในชุมชนได้อย่างไร การทำงานนี้จึงเป็นการสานความร่วมมือ สานความสัมพันธ์ สานความคิด จนเกิดเป็นผลงานหัตถกรรมที่ใช้งานได้จริง และตลาดก็ตอบรับดี การทำงานนี้ถือว่าชุมชนลงทุนแรงกายแรงใจ SCGP ลงทุนวัตถุดิบ ทุกคนมีส่วนร่วมในงานนี้หมด นอกจากนี้เรายังมีแผนในอนาคตที่จะพาชุมชนไปเรียนรู้เกี่ยวกับแพชชั่นใหม่ ๆ เพื่อนำกลับมาพัฒนาสินค้าให้ตอบโจทย์กลุ่มลูกค้าใหม่ ๆ ได้มากขึ้น เช่น มีสีสันทันสวยงาม และเป็นไปตามยุคสมัย”

Occupational promotion ranks among activities SCGP has conducted for communities. On this front, SCGP, for example, promotes “Paper Band” for communities’ economic, social, and environmental benefits. As part of the promotion, scrap materials from SCGP manufacturing operations become raw materials for woven products. As local wisdom blends with paper bands, distinct products are developed and launched into markets. In 2019, these products generated sales of over 1 million baht.

“We started this initiative after we considered how to make good use of scrap materials. The initiative represents a collaboration that has brought good ideas forward and communities closer. Handicrafts from the initiative are functional and get good response from the market. Under this collaboration, locals put in physical energy while SCGP puts forward raw materials. Now, we also plan to introduce locals to new fashions so that they can develop products further, such as colorful and contemporary touch and appeal to more customers.” P





# ของเล่นของใช้ เอาใจน้องเหมียว

รวมไอเทมสุด Cute ที่ทาสแมวต้องมี !!



# :Doozy

by SCGP

เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม  
และน้องแมว

ฟังก์ชันครบ  
ดีไซน์ไม่ซ้ำใคร



ช่องทางสำหรับติดตามสินค้า  
และโปรโมชั่นเพิ่มเติม

Line @doozylifestyle

