

20
3/2020

a SCG Packaging Newsletter

LOT

*Ready for
a Next Normal*



**SCG
PACKAGING**

SOCIAL DISTANCING
#ช่วยกันดูแลกัน #CareTogether

CONTENTS

20
3/2020

13

32



28

39

02 Start Right Here

เอสซีจี แพคเกจจิ้ง มอบนวัตกรรมและบรรจุภัณฑ์ป้องกันโควิด-19

05 Packaging Spotlight

นวัตกรรมต้อนรับวิถีใหม่

08 Unbounded

BioPack ปลุกต้นกล้าจากแผงโซลาร์

10 The Big Idea

New Normal ชีวิตวิถีใหม่ อะไรก็เกิดขึ้นได้

13 P-DNA

INVESTOR RELATIONS

สร้างความเชื่อมั่นด้วยบทบาท Factual Storytelling

16 Digital Planet

Digital Yuan วิถีใหม่ทางการเงินของแดนมังกร

18 Your Answers

4P คู่ 4T หลักการตลาดใหม่ New Normal: Back to Basics

20 Safety

Care for Self ความปลอดภัยเริ่มที่ตัวเรา

22 Lift Up Your Voice

PHOENIX LAVA

ซาลาเปาแห่งการให้ ใส่ใจทุกประสบการณ์ของลูกค้า

25 a LOT of Ideas

แต่งตัวให้ทันสมัย

26 Alive

แหล่งเรียนรู้วิถีปลูกผัก กิจกรรมน่ารักทำได้ทั้งครอบครัว

28 Circular Way

มูลนิธิศุภนิมิตแห่งประเทศไทย x เอสซีจี แพคเกจจิ้ง
โต๊ะกระดาษ 3 in 1: ส่งมอบโอกาส สานต่อความยั่งยืน

30 Your Healthy Hub

2 ร้านขนมปังสุดแนวสำหรับสายคาเฟ่ที่ชอบหลง

32 WJ Walk

Walk the Talk Streaming พบเพื่อนพนักงานแบบวิถีใหม่

35 Relax & Have Fun

ตอบคำถามสนุก ๆ ลุ้นรับของรางวัล

36 Spark Your Passion

Exercise Mindset จูนจิตใจ ยังไงก็พร้อม

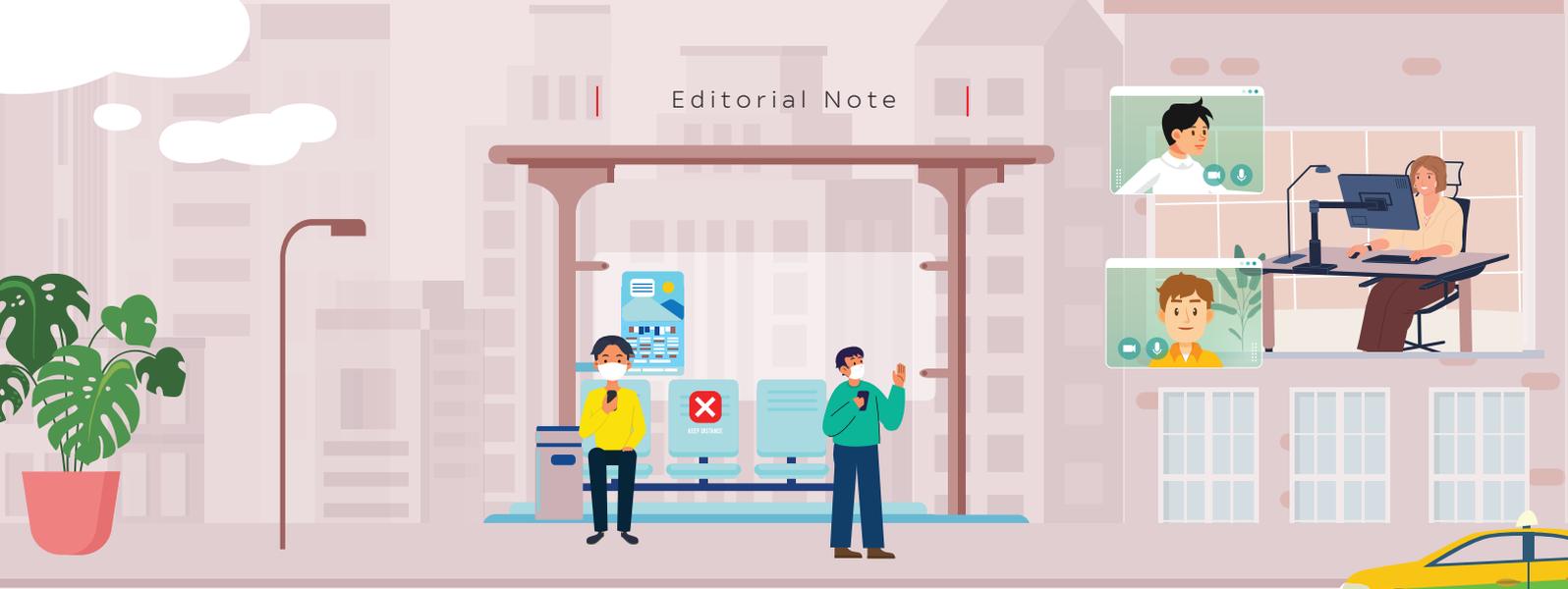
38 English Chit Chat

แพลตฟอร์มออนไลน์ เรียนภาษาได้ทุกที่ ทุกเวลา

39 Unbounded Way

DATA | SYSTEM | COLLABORATION

สร้างความแข็งแกร่ง พาก้าวไปด้วยกัน



Living a New Normal, Ready for a Next Normal ปรับวิถีใหม่ ก้าวให้ไว เตรียมให้พร้อม

ต้องยอมรับว่าวิกฤติโควิด-19 ทำให้เราได้เรียนรู้และปรับตัวทั้งรูปแบบการทำงาน การใช้ชีวิตประจำวัน... พุดง่าย ๆ ว่า หากมองอีกมุม วิกฤติครั้งนี้เข้ามาช่วยทำให้เราได้ตื่นตัว พร้อมรับมือทุกสถานการณ์มากขึ้น

ในช่วงที่บางธุรกิจจำเป็นต้องชะตาคงกะทันหัน บางธุรกิจต้องเปลี่ยนรูปแบบการขายมาเป็นเดลิเวอรี่ เพื่อให้ลูกค้าใช้บริการได้โดยไม่ต้องออกจากบ้าน เปลี่ยนจากการจ่ายเงินสดเป็นการสแกนจ่ายเพื่อลดการติดเชื่อจากการสัมผัสเหรียญและธนบัตรร่วมกัน

ยิ่งไปกว่านั้น เรายังได้เห็นการทำการตลาดผ่านช่องทางออนไลน์มากขึ้น ทำให้บางธุรกิจสามารถสร้างกำไรจากช่วงสถานการณ์โควิด-19 ได้มากกว่าสถานการณ์ปกติเสียอีก เรียกว่าของก็ขายได้ รายจ่ายก็น้อยลง นับว่าวิกฤตินี้นำมาซึ่งโอกาสให้หลาย ๆ ธุรกิจ

จะเห็นได้ว่า แนวทางในการปรับตัวของธุรกิจแต่ละประเภทมีความแตกต่างกันไป แต่สิ่งหนึ่งที่เปรียบเสมือนกุญแจสำคัญในการรับมือช่วงวิกฤติคือ “การวางแผนที่ดี” เพราะไม่ว่าวิกฤติจะเกิดขึ้นเวลาใดและต้องใช้เวลานานแค่ไหน ขอเพียงวางแผนรับมืออย่างรัดกุมและเหมาะสมกับประเภทธุรกิจ แผนสำรองที่วางไว้จะกลายเป็นตัวช่วยที่ดี นอกเหนือจากการวางแผนรับมือแล้ว “สติ” และ “ความรวดเร็ว” ก็เป็นสิ่งสำคัญไม่แพ้กัน เมื่อใดที่เกิดวิกฤติ ขอเพียงตั้งสติรับมือให้เร็วที่สุดเท่าที่จะทำได้ ก็จะทำให้ธุรกิจดำเนินได้อย่างต่อเนื่อง ไม่สะดุด

ส่วนสถานการณ์ที่เหลือในอนาคตจะเป็นอย่างไร Next Normal หรือ ความปกติลำดับถัดไปจะเป็นอย่างไร ขอแค่เดินหน้าลุยกับทุกปัญหา ปรับแผนไปตามสถานการณ์โดยไม่ประมาท เท่านั้นคุณก็สามารถก้าวข้ามขั้นแรกของวิกฤติได้แล้ว... อ้อ อย่าลืมสวมหน้ากากอนามัย พกเจลแอลกอฮอล์ติดตัวก่อนออกจากบ้าน ล้างมือบ่อย ๆ ด้วยนะค่ะ

แล้วเราจะผ่านวิกฤตินี้ไปด้วยกันค่ะ

ปอแก้ว ทิพยมงคล

(Porkaew Tippayamontol)

บรรณาธิการบริหาร (Editor-in-chief)

The COVID-19 crisis has forced all of us to learn new things, change our lifestyles, and adjust our way of working... But from another perspective, this fact means the crisis has made us alert and better prepared to deal with whatever situation that may arise.

Some businesses, for example, have quickly focused on delivery services as soon as their physical outlets were suddenly closed. By delivering their services or products to customers' places, they can do business even when people refuse to leave home. Digital payments now enable cashless payment and reduce the risk of COVID-19 transmissions over coins/banknotes.

Also, we must have seen the growth of online marketing. With these techniques, some businesses achieve better operating results during the COVID-19 outbreak thanks to the fact that their sales stay the same but their cost reduces significantly.

Businesses have clearly adapted to the COVID-19 situation differently. But the key to crisis management for all is “good planning.” No matter what crisis erupts and how long it lasts, a well-designed plan that suits your business will help. On top of the plan, one must also stay “calm” and “act fast.” It is best to ensure your business continuity in times of a crisis.

The situation may keep changing and no one can predict what the Next Normal looks like. But for as long as you have the courage to face what will come and carefully adjust your plan, you have already beaten the first obstacle of the crisis... Last but not least, don't forget to wear a face mask, carry an alcohol gel around, and wash your hands frequently.

We will get through this crisis together.

เจ้าของ: บมจ.เอสซีจี แพคเกจจิ้ง สำนักงานใหญ่ ถนนปิ่นเกล้าฯ กรุงเทพฯ 10800 โทรศัพท์: 0-2586-5240 E-mail: scgpackaging@scg.com Homepage: www.scgpackaging.com จัดทำโดย: Brand Communications, Brand Management Office ที่ปรึกษา: โอบบอญ ยัมศิริกุล บรรณาธิการบริหาร: ปอแก้ว ทิพยมงคล รองบรรณาธิการบริหาร: กมลรัตน์ จรรย์วานิชย์ กองบรรณาธิการ: สุวรรณี เดชขอมรอนกิจ พิมพ์ภาดา บริพันธ์ ณัฐยา นัยประยูร วิชระพล ลักชีพิณสกุล ปานใจ เลิศเด่นธรรม ศศิณี อมรรัตนภกุล ออกแบบโดย: ฝ่าย The Creatia บริษัทอมรินทร์พริ้นติ้งแอนด์พับลิชชิ่ง จำกัด (มหาชน) 376 ถนนชัยพฤกษ์ เขตตลิ่งชัน กรุงเทพฯ 10170 โทรศัพท์: 0-2422-9000 ต่อ 1337, 1338 โทรสาร: 0-2422-9091 E-mail: aprint@amarin.co.th แยกสีและพิมพ์ที่: สายงานโรงพิมพ์และบรรจุภัณฑ์ บริษัทอมรินทร์พริ้นติ้งแอนด์พับลิชชิ่ง จำกัด (มหาชน) 376 ถนนชัยพฤกษ์ เขตตลิ่งชัน กรุงเทพฯ 10170 โทรศัพท์: 0-2422-9000, 0-2882-1010 โทรสาร: 0-2433-2742, 0-2434-1385 E-mail: aprint@amarin.co.th Homepage: http://www.amarin.com

Owner: SCG Packaging PLC, Siam Cement Rd., Bangsue, Bangkok 10800, Thailand Tel: +66-2586-2596 E-mail: scgpackaging@scg.com Homepage: www.scgpackaging.com Production Coordinator: Brand Communications, Brand Management Office Advisor: Aobboon Yamsirikul Editor-in-chief: Porkaew Tippayamontol Assistant Managing Editor: Kamornrat Chanyavanich Editorial Staff: Suwannee Taecha-Amornatanakij, Pimmada Boripon, Natthaya Naiprayoon, Wajchalapon Lukkepinikun, Panjai Lertdentam, Sasinee Amorrattanakornkul Design: The Creatia, Amarin Printing and Publishing Public Co., Ltd. 376 Chaiyaphruk Rd., Taling Chan, Bangkok 10170 Tel: +66-2422-9000 Ext. 1337, 1338 Fax: +66-2422-9091 E-mail: aprint@amarin.co.th Printed by Printing and Packaging Division, Amarin Printing and Publishing Public Co., Ltd. 376 Chaiyaphruk Rd., Taling Chan, Bangkok 10170 Tel: +66-2422-9000, +66-2882-1010 Fax: +66-2433-2742, +66-2434-1385 E-mail: aprint@amarin.co.th Homepage: http://www.amarin.com

เอสซีจี แพคเกจจิ้ง มอบนวัตกรรมและบรรจุภัณฑ์ป้องกันโควิด-19 SCG Packaging Donates Innovations & Equipment to Back Battles against COVID-19

เอสซีจี แพคเกจจิ้ง สัมมอบความช่วยเหลืออย่างต่อเนื่องด้วยนวัตกรรมและบรรจุภัณฑ์ เพื่อป้องกันการแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 ให้แก่บุคลากรทางการแพทย์ โรงพยาบาล และชุมชนต่าง ๆ เพื่อเป็นส่วนหนึ่งในการสนับสนุนและช่วยเหลือสังคมให้ก้าวผ่านวิกฤตินี้ไปด้วยกัน



SCG Packaging has supported innovations and packagings to medical workers, hospitals, and communities to reduce COVID-19 infection risks.



นวัตกรรมห้องแยกป้องกันเชื้อความดันลบเคลื่อนที่โดยมูลนิธิเอสซีจี ให้แก่โรงพยาบาลบ้านโป่ง จังหวัดราชบุรี เพื่อลดความเสี่ยงและป้องกันการติดเชื้อไวรัส

SCG Foundation donated Negative Pressure Isolation Rooms to medical workers at Ratchaburi's Banpong Hospital to reduce infection risks.



ถุงซักผ้าละลายน้ำได้ จำนวน 8,000 ถุง ให้แก่โรงพยาบาลศิริราชและสถาบันบำราศนราดูร เพิ่มความปลอดภัย ลดการสัมผัสเสื้อผ้าติดเชื้อฟิล์มบรรจุภัณฑ์ละลายได้เอง โดยไม่ต้องเปิดในระหว่างการซักและไม่เหลือสารตกค้าง

A total of 8,000 soluble laundry bags were given to the Siriraj Hospital and the Bamrasnaradura Infectious Diseases Institute. With these bags, hospital staff do not have to remove laundry from bags and thus can avoid the risk of being infected via laundry. In addition, these bags are dissolved in water during machine washing.



ฟิล์มใส จำนวน 50 ม้วน ความยาวรวม 5,000 เมตร ให้แก่ 8 โรงพยาบาลในจังหวัดระยอง เพื่อนำไปใช้เป็นวัสดุสำหรับประกอบชุด DIY Aerosol Guard ของเอสซีจี หรือชุดอุปกรณ์ป้องกันเชื้อฟุ้งกระจายแบบถอดประกอบได้ด้วยตนเอง ทั้งแบบ Full Body และ Head Guard

A total of 50 LLDPE film rolls with the combined length of 5,000 meters were given to eight hospitals in Rayong province. These hospitals use the material for assembling SCG's DIY Aerosol Guard. Designed to prevent disease diffusion, the products are available in two versions – Full Body and Head Guard.





บรรจุภัณฑ์อาหารปลอดภัยเฟสต์ ให้แก่โรงพยาบาลศิริราชและมูลนิธิรามธิบดี เพื่อใช้บรรจุอาหารสำหรับผู้ป่วยติดเชื้อและผู้เฝ้าระวังอาการ

Fest food safety packaging was given to the Siriraj Hospital and Rama Foundation, which had to arrange food for COVID-19 patients and patients under investigation.



บรรจุภัณฑ์อาหารปลอดภัยเฟสต์และถุงกระดาษ สำหรับบรรจุอาหารส่งมอบให้ถึงมือแพทย์และบุคลากรของโรงพยาบาลจุฬาลงกรณ์ สภากาชาดไทย โรงพยาบาลรามธิบดี โรงพยาบาลศิริราช โรงพยาบาลรามธิบดีจักรีนฤพดินทร์ บางพลี โรงพยาบาลสมุทรปราการ โรงพยาบาลพระมงกุฎเกล้า โรงพยาบาลสิรินธร สถาบันบำราศนราดูร และโรงพยาบาลบ้านโป่ง จังหวัดราชบุรี โดยร่วมมือกับผู้ประกอบการร้านอาหารชั้นนำ ได้แก่ ไชน่า พาเลซ สีพระยา และไนน์ คาเฟ่ อำเภอบ้านโป่ง จังหวัดราชบุรี

Fest food safety packaging and paper bag were sent to the King Chulalongkorn Memorial Hospital, the Thai Red Cross Society, the Ramathibodi Hospital, the Siriraj Hospital, the Ramathibodi Chakri Naruebodindra Hospital, the Samut Prakan Hospital, the Phra Mongkutklao Hospital, the Sirindhorn Hospital, the Bamrasnaradura Infectious Diseases Institute, the Banpong Hospital. Such packaging is provided through SCG Packaging's collaboration with leading eateries namely Bangkok-based China Palace and Ratchaburi-based Nine Café.



บรรจุภัณฑ์อาหารปลอดภัยเฟสต์ ให้แก่โครงการข้าวกล่อง CHEFHUG เพื่อร่วมแบ่งปัน และบรรเทาความเดือดร้อนแก่ผู้มีรายได้น้อยที่อาศัยใน 50 ชุมชนต่าง ๆ ในกรุงเทพมหานคร

Fest food safety packaging was donated to "CHEFHUG rice box" project. Under the project, low-income earners in 50 communities of Bangkok receive free food as they are adversely affected by COVID-19 crisis.



หน้ากาก Paper Face Shield จำนวน 38,000 ชิ้น จากบริษัท ศรีเจริญภัณฑ์ พรินท์แอนด์แพ็ค จำกัด ให้แก่โรงพยาบาล โรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพ ตำบล หน่วยงานทางการแพทย์และชุมชนรอบโรงงาน

A total of 38,000 Paper Face Shields, which are manufactured by SCG Packaging's partner Srichaloenphan Print & Pack Company Limited, were donated to hospitals, subdistrict health promotion hospitals, and communities around SCG Packaging Plants.



บรรจุภัณฑ์สำหรับบรรจุแอลกอฮอล์เจล ที่ผลิตโดยบริษัทคอนิเมก จำกัด ให้แก่ คณะเภสัชศาสตร์ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ รวม 8 รูปแบบ จำนวนกว่า 10,000 ชิ้น เพื่อ แจกจ่ายในพื้นที่ต่าง ๆ ของภาคใต้

More than 10,000 packages in eight formats were given to the Prince of Songkla University's Faculty of Pharmaceutical Sciences so that it could fill them with alcohol gel and distribute them among southerners. The packages are manufactured by Conimex Company Limited.



เจลแอลกอฮอล์ทำความสะอาดมือ ผลิตโดย ศูนย์พัฒนาผลิตภัณฑ์และเทคโนโลยี เอสซีจี แพคเกจจิ้ง จำนวน 22,500 มิลลิลิตร และ หน้ากากผ้า จำนวน 500 ชิ้น ให้แก่มูลนิธิศุภนิมิต แห่งประเทศไทย เพื่อนำไปจัดสรรให้กับเยาวชน และเจ้าหน้าที่ของมูลนิธิฯ รวมถึงหน่วยงาน เครือข่ายในชุมชน



A total of 22,500 liters of alcohol gel and 500 fabric masks, which are manufactured by SCG Packaging's Product and Technology Development Center, were

given to the World Vision Foundation of Thailand for distribution among its staff and youth/units under its care. 



นวัตกรรม ต้อนรับ วิถีใหม่



Innovations for New Normal

พฤติกรรมและไลฟ์สไตล์ของคนยุคนี้เปลี่ยนไป ไม่ว่าจะเป็นการเดินทาง การทำงาน หรือการใช้ชีวิตประจำวันต่าง ๆ ทำอะไรต้องรักษาระยะห่าง (Physical Distancing) อยู่เสมอ กลายเป็นวิถีใหม่ที่ทุกคนเริ่มปรับตัวและคุ้นชินกันมากขึ้น

คอลัมน์ Packaging Spotlight ฉบับนี้ขอแนะนำนวัตกรรมที่คิดค้นเพื่อรับมือกับวิถีใหม่ ได้แก่ ฉากกั้น U-Space by Doozy Pack ฉากกั้นที่ทำจากกระดาษลูกฟูก กับกระดาษอนามัยสำหรับคลุมตัดแต่งทรงผม สองตัวช่วยที่จะช่วยให้เราใช้ชีวิตประจำวันได้อย่างสบายใจ รักษาระยะห่างและลดการแพร่เชื้อด้วย

As Physical Distancing has become a new norm, Packaging Spotlight would like to recommend innovations for new lifestyles. U-Space by Doozy Pack, which is corrugated-paper partition, and a paper hairstyling cape promise to help consumers stay away from infections.

จากกัน

SPACE by :DOOZY PACK

ออกแบบให้มีหลายขนาดและหลายรูปแบบ (ตั้งทรงตัวยู ตัวแอล และตัวไอ) สามารถนำไปใช้ได้ในทุกพื้นที่อย่างไม่จำกัด

This partition is available in various sizes and shapes (U, L, and I shapes). It can fit into all kinds of spaces.



ขนย้ายสะดวก
Easy-to-move-around



ประกอบง่าย
ติดตั้งได้เอง
Easy-to-install



น้ำหนักเบา
Lightweight



L shape



มีลายพิมพ์หลากหลาย
สีสันสวยงาม
Having a variety of
colorful patterns for
consumers to choose



พับเก็บได้
ไม่เปลืองพื้นที่
Foldable



เป็นมิตร
ต่อสิ่งแวดล้อม
Eco-friendly



U shape



I shape

กระดาษอนามัย

สำหรับคลุมตัดแต่งทรงผม

Paper Cape



ลดความเสี่ยงในการแพร่เชื้อระหว่างการตัดผม ด้วยการใส่กระดาษอนามัยสำหรับคลุมตัดแต่งทรงผมแบบใช้ครั้งเดียวทิ้ง

เพียงคลี่กระดาษตามรอยพับออก แล้วคลุมปรับให้กระชับ และติดเทปกาวหรือตัวหนีบเพื่อประจบขอบกระดาษด้านหลัง

This innovation is a disposable cape. Put it on and adjust it to your figure with a clip or an adhesive tape. 



30 mins

ทนการซึมน้ำ
ได้นาน 30 นาที

Water resistance
for 30 minutes



ย่อยสลายได้ เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม
Biodegradable & eco-friendly



ผลิตจากเยื่อกระดาษที่มีคุณภาพ
สะอาดด้วยเยื่อกระดาษใหม่ 100%
Made of 100% virgin pulp



BioPack

Growing Peas from Egg Packaging ปลูกต้นถั่วจากแผงไข่

บรรจุภัณฑ์หลังการใช้งานที่กลายเป็นขยะ ต้องนำไปรีไซเคิล ผ่านกระบวนการหลายขั้นตอน ทั้งการขนส่ง การคัดแยก การแปรรูป ฯลฯ และบางครั้งยังพบว่าบรรจุภัณฑ์บางประเภทต้องใช้ระยะเวลาหลายปีกว่าจะย่อยสลายตามธรรมชาติได้

Recognizing that recycling process itself is complicated with waste separation, transportation, processing and more, Greek designer George Bosnas has come up with a new idea. Why don't we invent packaging that is eco-friendly but needs no recycling?



GEORGE BOSNAS

ดีไซเนอร์ชาวกรีก George Bosnas จึงได้ออกแบบบรรจุภัณฑ์ทางเลือกใหม่ “BioPack” ที่มีความเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม เพื่อตอบโจทย์การจัดการปัญหาขยะบรรจุภัณฑ์หลังการใช้งานที่มีปริมาณเพิ่มสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง

BioPack เป็นแผงไข่กระดาษที่ช่วยป้องกันไม่ให้ไข่แตก ทำจากเยื่อกระดาษและแป้ง แต่มีเมล็ดพันธุ์พืชตระกูลถั่วฝังอยู่ในนั้น โดยออกแบบให้มีหลุมใส่เมล็ดพันธุ์พืช 4 หลุม เมื่อไข่ถูกใช้ไปหมดแล้ว เพียงนำแผงใส่ไข่ BioPack ไปฝังดิน และหมั่นรดน้ำเป็นประจำประมาณ 30 วัน เมล็ดพันธุ์จะเติบโตงอกขึ้นมาสามารถนำไปรับประทานได้

นอกจาก BioPack จะช่วยแก้ปัญหาการจัดการขยะและการรีไซเคิลที่มีกระบวนการหลายขั้นตอนแล้ว ยังสามารถย่อยสลายในดินได้ง่าย เพิ่มความอุดมสมบูรณ์และรักษาสมดุลค่า pH ของดินด้วย เรียกว่าลึ้มการรีไซเคิลขยะบรรจุภัณฑ์แบบเดิม ๆ ไปได้เลย

ในอนาคต BioPack อาจมีการวิจัยและพัฒนาเพิ่มมากขึ้น เพื่อให้เกิดความคุ้มค่าทางเศรษฐศาสตร์ สามารถเข้าถึงกลุ่มผู้ประกอบการรายใหญ่เพื่อนำมาใช้ในเชิงพาณิชย์ และมีการใช้งานอย่างแพร่หลายมากขึ้นต่อไป

BioPack จะช่วย
แก้ปัญหาการจัดการขยะ
และการรีไซเคิลที่มี
กระบวนการหลายขั้นตอน



His invention, “BioPack,” looks set to be a brilliant answer to the growing mountains of discarded packages.

Designed to hold four eggs, BioPack is made of paper, flour, and ready-to-grow seeds. So, after the pack is emptied, users can just bury it and then water the spot. Within 30 days, seeds will grow into edible plants. BioPack, in all, promises to ease the hassle of waste management and recycling. Not only that this green packaging is biodegradable, but it also has the power to nourish soil and maintain proper pH value.

If further studies on BioPack are conducted, it has the potential to be a cost-effective choice for large enterprises’ commercial operations too. 

BioPack, in all,
promises to ease
the hassle of waste
management
and recycling.



Anything Can Happen in New Normal!

ในช่วงไม่กี่เดือนที่ผ่านมา เราคงได้ยินคำว่า New Normal จนติดหู และเริ่มรู้จักคำนี้เป็นอย่างดี ในระยะเวลาไม่นาน นั้นเป็นเพราะชีวิตวิถีใหม่ หรือ New Normal ไม่ใช่แค่คำธรรมดาที่คนเรียกกันติดปาก หากแต่เป็นวิธีการปฏิบัติตัวแบบใหม่ ที่จะทำให้คนไทยและประชากรโลกห่างไกลจาก โควิด-19 ซึ่งเป็นการระบาดของไวรัสครั้งใหม่ที่แพร่กระจายไปในหลายประเทศทั่วโลก

Everyone must have been familiar with New Normal by now. This term is no longer a jargon. In the face of COVID-19, it practically affects people all over the world.



ชีวิตวิถีใหม่ อะไรก็เกิดขึ้นได้

New Normal Lifestyle เป็นอย่างไร

เริ่มจากเรื่องใกล้ตัวของเราก่อน ลองนึกดูเล่น ๆ ตั้งแต่มีการระบาดของโควิด-19 และเริ่มมีการ Lockdown ชีวิตของเราเปลี่ยนไปอย่างไรแน่นอนว่า เราเริ่มมีเพื่อนคู่ใจอย่างหน้ากากอนามัยและเจลล้างมือ เรากลายเป็นคนอยู่ติดบ้าน ชอบทำกับข้าว และรักต้นไม้ เชื้อหรือไม่ว่าในช่วงที่เรากักตัวอยู่บ้าน เราค้นหาคำว่า “หม้อทอดไร้น้ำมัน” เพิ่มขึ้น 2,400% ค้นหา “คอร์สเรียนออนไลน์ ได้รับเกียรติบัตร” เพิ่มขึ้น 25 เท่า ในต่างประเทศ เทรนด์การใช้ชีวิตติดบ้านก็มาแรงไม่แพ้กัน เมื่อแพลตฟอร์มสตรีมมิ่งระดับโลกอย่าง Netflix ได้เปิดเผยผลประกอบการไตรมาสแรก ของปี 2020 มีผู้สมัครใช้งานทั่วโลกเพิ่มขึ้น 15.77 ล้านบัญชี และเพิ่มขึ้นอีกราว 10 ล้านบัญชีในไตรมาสที่สอง รวมครึ่งปีมียอดสมาชิกใหม่ประมาณ 26 ล้านบัญชี ขณะที่ยอดสมาชิกตลอดปี 2019 อยู่ที่ 28 ล้านบัญชี จะเห็นว่าช่วงที่มีการระบาดของโควิด-19 ผู้คนมีวิถีชีวิตเปลี่ยนไป เริ่มปรับตัวหาหม้อทอดใหม่ ๆ ค้นหาคอร์สเรียนออนไลน์และหันมาใช้บริการความบันเทิงออนไลน์มากขึ้น

อย่างไรก็ดี New Normal ทำให้เราเริ่มหันมาใช้เทคโนโลยีในชีวิตประจำวันเพิ่มขึ้น เพื่อลดการสัมผัสที่เป็นสาเหตุหลักของการแพร่กระจายเชื้อโรค เป็นที่มาของการใช้ Mobile Banking ที่เพิ่มขึ้นและการเติบโตของธุรกิจ e-Commerce ที่คาดว่าจะปีนี้เติบโตขึ้น 19% ต่างจากปีก่อนที่เติบโตขึ้นเพียง 9% ซึ่งวิถีชีวิตของผู้คนที่เปลี่ยนไปนี้เอง กำลังจะส่งผลให้ภาคธุรกิจและห้างร้านต่าง ๆ ต้องหันมาทำธุรกิจเพื่อตอบสนองการใช้ชีวิตวิถีใหม่มากขึ้นไปด้วย

วิถีชีวิตของผู้คนที่เปลี่ยนไปนี้เอง กำลังจะส่งผลให้ภาคธุรกิจ และห้างร้านต่าง ๆ ต้องหันมาทำธุรกิจเพื่อตอบสนองการใช้ชีวิตวิถีใหม่มากขึ้นไปด้วย



สำหรับภาคธุรกิจขนาดใหญ่ New Normal ของบริษัทเหล่านี้ คงหนีไม่พ้นการ Work from Home ซึ่งบริษัทจำเป็นต้องใช้ เทคโนโลยีขับเคลื่อนองค์กรอย่างเต็มรูปแบบ เพราะการทำงานที่บ้าน อย่างมีประสิทธิภาพจะต้องมีช่องทางการติดต่อสื่อสารที่สะดวก ระบบงานที่มีแบบแผนและทันสมัย รวมทั้งความปลอดภัยของข้อมูล ที่รับส่งกันผ่านอินเทอร์เน็ต การให้พนักงาน Work from Home จึงไม่ใช่แค่การส่งอีเมลหรือใช้แอปพลิเคชันในการประชุมทีมเท่านั้น แต่ยังต้องพัฒนาระบบ SharePoint ที่ป้องกันการรั่วไหลของข้อมูล อย่างเช่นการใช้ VPN ในการเข้าถึงข้อมูลส่วนกลางของบริษัท หรือแม้แต่การให้ความรู้พนักงานเกี่ยวกับการใช้เทคโนโลยีทำงาน อย่างถูกวิธีด้วย และที่สำคัญคือ ช่องทางและวิธีการสื่อสารในที่ม อย่างสม่ำเสมอเพื่อรักษาความสัมพันธ์ระหว่างกันและประสิทธิภาพ ในการทำงาน

แม้ว่าแนวทางแบบ New Normal จะเน้น ให้เราพึ่งพาตัวเองและเพิ่มระยะห่างทางสังคม ให้มากขึ้น แต่เราต้องไม่ลืมว่าการก้าวข้าม วิกฤติระดับโลกจะต้องอาศัยความร่วมมือกัน ตั้งแต่วิถีบุคคล สังคม และประเทศชาติ



นโยบายระดับชาติ ในมาตรฐาน New Normal

ความปกติใหม่ หรือ New Normal ไม่ได้จำกัดอยู่ที่รูปแบบ การดำเนินชีวิตและธุรกิจเท่านั้น แต่ยังรวมถึงการออกนโยบาย ระดับประเทศที่เปลี่ยนไปจากเดิม ตัวอย่างชัดเจนคือการมุ่งเน้น กระตุ้นเศรษฐกิจภายในประเทศและระดับประเทศองธุรกิจ ขนาดเล็กให้อยู่รอด ถือเป็นนโยบายที่หลายประเทศให้ความสำคัญ ในประเทศจีนมีการอัดฉีดเงินในโครงการสาธารณสุขโลกเพื่อสร้างงาน ให้กับประชาชน ประเทศญี่ปุ่นที่เพิ่งประสบผลสำเร็จการใช้จ่าย ภาครัฐเอกชน และมอบเงินให้รัฐบาลท้องถิ่นเสริมสร้างเศรษฐกิจ ในชุมชนให้เข้มแข็ง ประเทศอังกฤษก็มีการให้บช่วยเหลือธุรกิจ Startup ไม่ต่างจากสหรัฐอเมริกาที่ตั้งงบประมาณเพื่อสนับสนุน ธุรกิจเอสเอ็มอีเช่นกัน สำหรับในบ้านเราที่มีรายได้หลักมาจาก อุตสาหกรรมท่องเที่ยว ภาครัฐก็ดำเนินนโยบายกระตุ้นให้คนไทย ท่องเที่ยวในประเทศมากขึ้น พร้อมทั้งวางมาตรการควบคุมโรค เพื่อสร้างความเชื่อมั่นให้กับนานาประเทศด้วย

ดำเนินธุรกิจ ด้วยวิถีคิดแบบ New Normal

เมื่อวิถีชีวิตของผู้บริโภคเปลี่ยนแปลงไป บรรดาภาคธุรกิจน้อยใหญ่ ก็ต้องปรับปรุงรูปแบบสินค้าและบริการให้โดนใจลูกค้ามากยิ่งขึ้น นี่คือช่วงเวลาที่เราปรับตัวไวกว่าก็ทำกำไรได้มากกว่า สังเกตเห็น ได้จากร้านค้าที่ต้องใช้บริการที่ร้าน โดยเฉพาะร้านอาหาร ร้านบุฟเฟต์ ที่คนไทยนิยมกันมาก ก็ลุกขึ้นมาสร้างสรรค์เมนูใหม่ จัดชุดสุดอร่อย ไปส่งถึงบ้าน หรือแม้แต่การขายอาหารพร้อมอุปกรณ์การปรุง ก็เป็นที่นิยมจนต้องสั่งจองกันล่วงหน้า ฟากแบรนด์ใหญ่ ๆ ก็เน้น ขยายช่องทางออนไลน์อย่างเต็มตัว เพื่อเรียกลูกค้ามาจับจ่าย ทดแทนรายได้จากหน้าเคาน์เตอร์หรือในห้างสรรพสินค้า ถือเป็น การนำพาธุรกิจออกไปค้นหา Safe Zone แห่งใหม่ เนื่องด้วย รูปแบบการใช้ชีวิตวิถีใหม่และความไม่มั่นใจในสถานการณ์ของ โครonavirus การเข้าถึงลูกค้าในช่องทางออนไลน์จึงเสมือนเป็น New Normal ของภาคธุรกิจที่หลีกเลี่ยงไม่ได้

แม้ว่าแนวทางแบบ New Normal จะเน้นให้เราพึ่งพาตัวเอง และเพิ่มระยะห่างทางสังคมให้มากขึ้น แต่เราต้องไม่ลืมว่าการก้าวข้าม วิกฤติระดับโลกจะต้องอาศัยความร่วมมือกันตั้งแต่วิถีบุคคล สังคม และประเทศชาติ การเปลี่ยนแปลงของทุก ๆ องค์ประกอบ จะทำงานร่วมกันบนความปกติใหม่ ที่อาจไม่เหมือนเดิมอีกต่อไป

ไม่ว่าวิกฤติจะเกิดขึ้นบ่อยแค่ไหนและรุนแรงเพียงใด ขอเพียงตั้งสติ วางแผนพร้อมรับมือทุกสถานการณ์ แล้วเราก็จะสามารถก้าวข้าม เหตุการณ์ต่าง ๆ ไปได้ด้วยดี

What is New Normal Lifestyle?

Ever since COVID-19 outbreak started, face masks and alcohol gel have become our constant companions. We now go out less and spend more time at home. During lockdown, we have developed the love of spending time at home, cooking, and gardening, etc. Online searches for “air fryers” has jumped by 2,400% and searches for “online courses with certificates” has increased 25 times. Overseas, Stay Home trend has also been all the rage as reflected by Netflix’s significant business growth. In 2019, there were 28 million accounts on Netflix. But the number of accounts soared by 15.77 million in the first quarter and by 10 million more in the second quarter of this year. Apparently, people have been adjusting their lifestyle to deal with COVID-19.

Not only that New Normal involves more time at home, but it also encourages people to use online services more. By not touching coins/banknotes, infection risks are lower. Forecast suggests that demand for mobile banking and e-Commerce will grow significantly. As people have already embraced New Normal, businesses will have to keep pace.

New Normal-Driven Business Operations

In response to consumers’ changing lifestyles, businesses – both big and small – have redesigned their products/ services. The faster their move, the greater chance for success. Buffet restaurants, for example, have adjusted to New Normal by offering generous food sets and delivery services. Some eateries have even included cooking utensils like pots. Big brands have now seriously bolstered their online distribution channels too in hopes that online sales will compensate for their physical outlets’ falling sales. In embracing New Normal, all businesses have left their comfort zone and explored new territories.

New Normal has also prescribed the new way of working at many big offices. As Work from Home becomes a new norm, various firms have been driving their organizations with technologies. To enable their staff to work from home with efficiency, they prepare convenient communication channels, clear and modern work systems, plus security solutions for

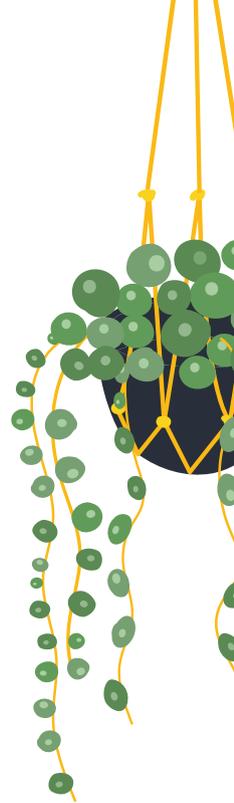
data transmitted over internet. Firms should prepare virtual private network when staff access central database and educate their staff about how to properly use technologies for data-security reasons. Importantly, firms also must communicate with their workforce on a regular basis so as to maintain ties and work efficiency.

National Policies in New Normal

At present, New Normal has already affected national policies with so many governments focusing on stimulating domestic economy and sustaining small businesses. The Japanese government has spurred spending in the private sector and given budget for local authorities to strengthen community economy. In Britain, the government has approved budgets to help startups while the US government has set up a fund in support of SMEs. As Thai tourism is a main economic driver, the Thai government has now been encouraging Thais to make domestic trips and implementing strict disease-control measures.

While New Normal calls for self-reliance and social distancing, it takes cooperation at all levels to beat such a global crisis. All sides thus should collaborate in dealing with changes that have been happening. No matter what crisis comes, be calm and plan well. Take actions based on this rule and we will be able to pull through for sure. 

While New Normal calls for self-reliance and social-distancing, it takes cooperation at all levels to beat such a global crisis





INVESTOR RELATIONS

Boost Confidence via Factual Storytelling
สร้างเชื่อมั่นด้วยบทบาท Factual Storytelling

จากการที่เอสซีจี แพคเกจจิ้ง เตรียมความพร้อมเพื่อเสนอขายหุ้น IPO เข้าตลาดหลักทรัพย์ฯ แน่ใจว่ารายละเอียดที่นักลงทุนรวมถึงผู้มีส่วนได้ส่วนเสียต้องการทราบ จำเป็นจะต้องถูกสื่อสารออกไปอย่างทันท่วงที นั่นคือจุดที่ทำให้ทีม Investor Relations (IR) เข้ามาจับบทบาทสำคัญ a LOT เล่มนี้จึงชักชวนพี่โต้ง - วัชร- เอี่ยมสกุล Investor Relations Director ฝ้าย - วิกร พงศ์ร บิ - ปณิตดา สุขพันธุ์ถาวร และเปิ้ล - วิมลมาลย์ กฤษณะกลิน Investor Relations Associate Director มานั่งคุยกัน ทั้งสี่จะช่วยให้เรารู้จักกับหน่วยงานนี้ดียิ่งขึ้น

As SCG Packaging is officially on its way into the Thai stock market, it is now preparing itself for initial public offering (IPO). At such crucial juncture, it is necessary for the firm to communicate efficiently with investors/stakeholders. The firm's Investor Relations (IR) team, therefore, has got a big role to play. In this volume, a LOT interviews the firm's Investor Relations Director Wachara Iamsakun and Investor Relations Associate Directors Vikorn Phongsathorn, Panadda Sukpanthavorn and Vimomarn Krishnakalin to get to know more about their unit.

Investor Relations – บทบาทและความท้าทาย

ทีม IR เริ่มต้นแล้วว่า การเสนอขายหุ้น IPO ก็คือการนำบริษัทเข้าตลาดหลักทรัพย์เพื่อนำเงินของนักลงทุนที่สนใจมาขยายธุรกิจให้เติบโตในอนาคต ซึ่งภารกิจหลักของทีม IR คือการสร้าง ความเข้าใจและความรับผิดชอบต่อการเปิดเผยข้อมูลที่สำคัญบนพื้นฐานการให้ข้อมูลที่ถูกต้องและครบถ้วน แก่นักลงทุน นักวิเคราะห์ หรือผู้ที่เกี่ยวข้อง เช่น ข้อมูลด้านการดำเนินธุรกิจ ความหลากหลายของผลิตภัณฑ์และบริการ ความสามารถในการแข่งขัน รวมถึงศักยภาพการเติบโตของธุรกิจ เป็นต้น เพื่อเป็นข้อมูลประกอบการตัดสินใจของนักลงทุน

ความท้าทายของทีมคือ การสร้างความเข้าใจกับคนภายนอก “IR เปรียบเสมือนสะพานเชื่อมระหว่างบุคคลภายนอกกับบริษัทฯ ซึ่งโจทย์ที่สำคัญไม่เพียงแค่ว่าเราจะสื่อสารเรื่องราวของบริษัทให้คนภายนอกเข้าใจได้อย่างไร ยิ่งไปกว่านั้นคือ การสื่อสารสองทาง (Two-way Communication) นั้นทำให้ทีมต้องบาลานซ์ระหว่างคนในบริษัทกับบุคคลภายนอก เรารับฟังความคิดเห็นจากคนภายนอกและนำมาสะท้อนให้กับบริษัท เพื่อประโยชน์ในการพัฒนาด้านต่าง ๆ ภายในบริษัทให้ดีขึ้นยิ่งขึ้น” ปีเสริม



ฉ้าย - วิชน พงสธร (Vikorn Phongsathorn)
Investor Relations Associate Director

รู้จักบริษัท – เข้าใจนักลงทุน

ฝ่ายอธิบายกลยุทธ์ในการเล่าเรื่องให้น่าสนใจว่า ทีม IR นิยามวิถีการเล่าเรื่องให้บุคคลภายนอกรู้จักบริษัทเราว่าจะต้อง “เล่าให้เห็นภาพและเข้าใจได้ง่าย” เพื่อให้ทันกับยุคสมัยที่มีการเปลี่ยนแปลงและพฤติกรรมของผู้บริโภคที่เปลี่ยนไป เล่าเรื่องให้น่าสนใจคืออะไร? “เหมือนเวลาเราไปตัดสูททุกตัวจะไม่เหมือนกัน เช่นเดียวกัน เวลาที่เรา Customize ตัวกล่องให้กับลูกค้า ทุกกล่องทุกแบบก็จะไม่เหมือนกันแล้วแต่ความต้องการของลูกค้า”

ประเด็นเดียวกันนี้ ปีเสริมว่า “กลยุทธ์ในการสื่อสารกับบุคคลภายนอก ท้ายที่สุดแล้วจะสะท้อนให้เห็นมูลค่าที่แท้จริงของบริษัท ทีม IR เป็นคนนำโจทย์ที่คนภายนอกอยากรู้มาหาคำตอบเพื่อสื่อสารกลับออกไป ซึ่งเขาจะสามารถสะท้อนมูลค่าที่แท้จริงของบริษัทได้”



พี่ไต้ - วัชร เยี่ยมสกุล (Wachara Iamsakun)
Investor Relations Director

ยืดหยุ่น รับทุกสถานการณ์

จากสถานการณ์ช่วงโควิด-19 แม้จะมีการเปลี่ยนแปลงการทำงานไปพอสมควร แต่ทีมมองข้ามอุปสรรคหรือข้อจำกัดที่เกิดขึ้นและเดินหน้าต่อไป เพราะทุกคนสามารถทำงานได้ทุกที่ มีความยืดหยุ่นสูง และปรับตัวเข้ากับทุกสถานการณ์ได้อย่างรวดเร็ว

ปีเสริมเรื่องการปรับตัวว่า สิ่งสำคัญคือ Flexibility และ Teamwork รวมถึงเรื่องการสื่อสาร สถานการณ์วิกฤติเข้ามาเป็นตัวเร่งให้ทุกอย่างเปลี่ยน การปรับตัวให้เข้ากับสถานการณ์จึงกลายเป็นเรื่องเร่งด่วน เพราะไม่มีใครรู้แน่ชัดว่าอนาคตจะเกิดอะไรขึ้นอีกบ้าง

“ทุกคนต้องมี Dynamic และสามารถทำงานได้ทุกที่ เพราะปัจจุบันมีทั้งสมาร์ตโฟนและอินเทอร์เน็ตที่ช่วยสร้างความสะดวก ความท้าทายคือเราพยายามปรับเปลี่ยนให้มีความยืดหยุ่น งานอีเว้นต์ใหญ่ ๆ ที่ยังไม่สามารถทำได้ ก็ปรับมาใช้รูปแบบ Virtual Meeting มากขึ้น” ฝ่ายเสริม

แตกต่างอย่างกลมกล่อม

“ความแตกต่าง เมื่อมารวมกันมันอร่อยกลมกล่อมขึ้น” พี่ไต้กล่าว นอกจากความรู้ความสามารถเฉพาะตัวของทุกคนในทีมจะเอื้อประโยชน์ต่อการทำงานแล้ว คุณสมบัติที่แตกต่างกันของพวกเขายังเป็นตัวขับเคลื่อนให้ทีมทำงานได้อย่างราบรื่นอีกด้วย

ปีเสริม “จุดเด่นของเราคือการ Open and Challenge หรือการเปิดใจ รวมถึง Positive Thinking ด้วย ไม่ใช่โลกสวยนะ แต่มองโลกตามความเป็นจริง ทั้งยังมีเรื่องของ Teamwork และ Handle with Care ที่ช่วยให้เราทำงานกันอย่างมีความสุข”

ฝ่ายเพิ่มเติมในเรื่องของคนว่า ลักษณะทั่วไปของคนที่มีมุมมองหาต้องเป็นคน Outgoing และยินดีที่จะ Engage คนใหม่ ๆ จุดสำคัญคือทีมต้องมี Diversity เพราะจะช่วยสร้าง Dynamic ที่ดี

“ทุกคนช่วยเสริมกัน เหมือนสร้างบ้านด้วยเลโก้ แต่ละชิ้นไม่เหมือนกัน แต่พอมารวมกันมันกลายเป็นบ้านครับ” พี่ไต้ปิดท้าย

Investor Relations is a link between outsiders and the firm. We have to engage in two-way communications with the right balance.



ปิ - ปันดดา สุขพันธ์ถาวร (Panadda Sukpanthavorn)
Investor Relations Associate Director

Investor Relations – Roles and Challenges

The IR team says the firm’s shares will be sold at IPO so as to raise fund for its business growth. In this regard, IR team is responsible for releasing accurate and complete key information such as information on SCG Packaging’s business operations, products and services, competitiveness, and potential for investors, analysts, and stakeholders to make a decision.

Major challenges for the task surround the mission to promote the right understanding among outsiders. “IR is a link between outsiders and the firm. We have to engage in two-way communications with the right balance. We communicate with both outsiders and our own staff. Information received from others must be communicated to SCG Packaging so that the firm can make improvements,” Panadda explains.

Knowing SCG Packaging & Understanding Investors

Vikorn says IR team focuses on “giving information in an easy-to-understand way, making listeners see the picture,” and keeping pace with trends and consumers’ changing behaviors.

“We have also customized our delivery of information to suit the needs of each target,” he reveals.

Vimonmarn adds that, “Communications with outsiders let us see the actual value of our own firm. When outsiders have questions, we will find out answers for them.”

Flexible & Ready for Anything

COVID-19 has changed the IR team’s way of working significantly. Team members, however, have overcome emerging obstacles on the basis of flexibility and ability to adapt fast to new circumstances.

Panadda considers flexibility, teamwork and communication skills as key factors to keep works going during COVID-19 situation.

“Everyone must be dynamic and able to work from anywhere. We may not be able to host any big events these days. But with internet and smartphones, we can organize virtual meetings,” Vikorn says.

Mellow Blend of Differences

All members of the IR team have abilities and knowledge useful to its mission. Although they are not similar in all aspects, their differences prove to be assets.

“Differences, when blended, are mellow,” Wachara says. Panadda, meanwhile, says her team members are open-minded, ready to take up challenges, and have positive thinking.

“Teamwork and Handle with Care makes us work so happily,” she quips.

Vikorn says the IR team looks for diversity and outgoing personality from its members too.

“Our members can come together, like different LEGO pieces, and form a formidable structure,” Wachara says. 



ปิ๊ - วิมลมาลย์ กฤษณะกัลลิน (Vimonmarn Krishnakalin)
Investor Relations Associate Director

Giving information in an easy-to-understand way, making listeners see the picture, and keeping pace with trends and consumers’ changing behaviors.



DIGITAL อนุคน

China's Financial New Normal

วิถีใหม่ทางการเงินของแดนมังกร

ในช่วงวิกฤติการณ์แพร่ระบาดของ COVID-19 เทคโนโลยีเข้ามาเปลี่ยนแปลงรูปแบบการดำเนินชีวิตของผู้คนมากขึ้น ระบาดและเหรียญตกเป็นจำเลยของการแพร่ระบาดของโรค ทำให้หลายประเทศปรับตัวและเริ่มเข้าสู่สังคมไร้เงินสดกันมากขึ้น กว่าพีพีใหญ่แห่งภูมิภาคเอเชียอย่างจีน กลับก้าวแซงหน้าหลายประเทศไปอีกขั้นด้วยการเปิดตัว “หยวนดิจิทัล” ซึ่งเป็นสกุลเงินดิจิทัลอย่างเต็มรูปแบบของประเทศจีน

During COVID-19 outbreak, technology has played a bigger role in people's lives. Thanks to technologies, it is possible for many societies to go cashless with people keen to avoid the risk of touching potentially-contaminated coins/banknotes. China has outshined others, though, with the full-scale launch of digital yuan.

จากสังคมไร้เงินสด สู่สกุลเงินหยวนดิจิทัล

ประเทศจีนเข้าสู่การเป็นสังคมไร้เงินสดมาตั้งแต่ COVID-19 ยังไม่แพร่ระบาด ประชาชนจีนกว่า 500 ล้านคนมี e-wallet เพื่อชำระเงินผ่านทางมือถือเป็นเรื่องปกติ โดยผู้ให้บริการรายใหญ่ก็หนีไม่พ้น Alipay จากค่าย Alibaba ครองส่วนแบ่งสูงสุด 55% และ TenPay ซึ่งเป็นความร่วมมือระหว่าง Tencent กับ WeChat ครองส่วนแบ่ง 40% อีก 5% จากผู้ให้บริการรายย่อย ความล้ำหน้าของเทคโนโลยีรูปไปถึงการพัฒนาระบบชำระเงินผ่านการตรวจจับใบหน้า (Facial Recognition) ผู้ใช้ที่เคยยืนยันตัวตน เก็บข้อมูลไว้กับธนาคารสามารถสแกนใบหน้าผ่านเครื่องรับชำระเงินได้แบบไม่จอสมาาร์ทโฟน

แน่นอนว่าการใช้จ่ายผ่าน e-wallet มีความสะดวกและปลอดภัยกว่าการพกธนบัตร แต่ที่ยิ่งไปกว่านั้นคือ การเก็บข้อมูลผู้ใช้งานที่ตรวจสอบแหล่งที่มาของเงิน เส้นทางกาใช้จ่าย รวมทั้งวิเคราะห์ข้อมูลผู้บริโภคได้ต่างจากเงินสดที่เราไม่มีทางรู้ว่าเงินจำนวนนั้น ๆ อยู่ในมือใครบ้าง นี่เองคือที่มาที่รัฐบาลจีนตั้งเป้าพัฒนาเงินดิจิทัลของตัวเองอย่างจริงจัง ถึงขั้นกำหนดเป็นยุทธศาสตร์ระดับชาติ เพื่อหวังใช้เป็นกลไกขับเคลื่อนเศรษฐกิจและวางนโยบายการเงินการคลังของประเทศ

“หยวนดิจิทัล” ไม่ใช่สกุลเงินในโลกออนไลน์

ย้อนไปเมื่อราวปี 2009 โลกได้รู้จักกับสกุลเงินดิจิทัลเป็นครั้งแรกในชื่อ Bitcoin ด้วยไอเดียที่ต้องการลดการรวมศูนย์ของระบบการชำระเงินผ่านสถาบันการเงิน ทว่าไอเดียของสกุลเงินดิจิทัลในรูปแบบนี้กลับตรงกันข้ามกับแนวคิดการพัฒนาสกุลเงินหยวนดิจิทัลโดยสิ้นเชิง เพราะสกุลเงินหยวนดิจิทัลนี้สร้างขึ้นเพื่อรวมศูนย์การเงินภายในประเทศมาที่ธนาคารกลางของจีน เพื่อให้รัฐบาลรู้ข้อมูลการเคลื่อนไหวของเงิน รวมทั้งสถานะทางการเงินของประชาชนในประเทศ เป็นการทลายข้อจำกัดของธนบัตรในรูปแบบเดิม ๆ ที่ไม่รู้ว่ามีใครครอบครองเงินเป็นใคร หรือเส้นทางการเงินเป็นอย่างไร

ในด้านรูปแบบและความปลอดภัย ค่าเงินหยวนดิจิทัลจะอ้างอิงโดยตรงกับสกุลเงินหยวนแบบ 1:1 หรือเรียกว่ามีมูลค่าเท่ากับธนบัตรปกติ ต่างจากสกุลเงินดิจิทัลบางประเภทที่ไม่มีสินทรัพย์อ้างอิง ส่วนเรื่องการใช้งานคาดว่าจะทำได้สะดวกและง่ายตายไม่ต่างจาก e-wallet ที่ใช้ในประเทศจีนปัจจุบัน ผู้ใช้สามารถใช้งานผ่านแอปพลิเคชัน DCEP หรือ Digital Currency Electronic Payment ที่ออกแบบมาให้สามารถเชื่อมธุรกรรมต่าง ๆ และอำนวยความสะดวกในการจัดการด้านการเงิน หรือใช้งานผ่านแพลตฟอร์มที่ชาวจีนรู้จักกันดีอยู่แล้วอย่าง Alipay หรือ TenPay ก็ได้ ส่วนเรื่องความน่าเชื่อถือและความปลอดภัย การันตีได้เพราะมีรัฐบาลเป็นประกัน

“หยวนดิจิทัล” กับการเป็นมหาอำนาจการเงิน

ใครที่คิดว่าสกุลเงินหยวนดิจิทัลเป็นแค่การเปลี่ยนเงินกระดาษมาไว้บนโลกออนไลน์อาจต้องคิดดูใหม่ เพราะหยวนดิจิทัลถูกพัฒนาเพื่อให้ธนาคารกลางของจีนมีสิทธิ์ควบคุมและกำหนดนโยบายทางการเงินได้เต็มที่ และเหมาะสมกับประชาชนทุกระดับ ธนาคารจีนสามารถกำหนดอัตราดอกเบี้ยสำหรับผู้ถือเงินแต่ละกลุ่มโดยไม่ต้องผ่านกลไกของธนาคารพาณิชย์ ช่วยให้การกระจายเงินอุดหนุนในสถานการณ์วิกฤติทำได้ง่ายและรวดเร็วที่สำคัญ การได้รับรู้เส้นทางการเงินทุกหยวนในระบบจะช่วยป้องกันการฟอกเงินและการทุจริตได้อย่างมีประสิทธิภาพ เหล่านี้คือการเปลี่ยนแปลงเชิงนโยบายภายในประเทศ

สำหรับความเปลี่ยนแปลงต่อระบบการเงินโลก หากสกุลเงินหยวนดิจิทัลถูกนำมาใช้ทั้งระบบ อาจเข้ามามีบทบาทมากขึ้นในเวทีนานาชาติ จากคุณสมบัติของหยวนดิจิทัลที่มีเสถียรภาพ บรรดาการค้ากับประเทศจีนจึงไม่ต้องกังวลเรื่องความผันผวนของค่าเงิน และมีความเป็นไปได้ว่า เราอาจต้องเปลี่ยนมาใช้สกุลเงินหยวนดิจิทัลในการชำระค่าสินค้าและบริการกับประเทศจีน แทนการใช้ดอลลาร์สหรัฐ ซึ่งเป็นสกุลเงินหลักของโลก หรือหากมองในมุมที่ใกล้ตัวมากขึ้น การเปลี่ยนแปลงระบบทางการเงินของหยวนดิจิทัลจะช่วยลดต้นทุนการทำธุรกรรมทางการเงินระหว่างประเทศลงไป จากเดิมที่การซื้อขายต้องมีระยะเวลาในการแปลงสกุลเงินและมีค่าใช้จ่าย ขั้นตอนส่วนนี้จะหมดไป กลายเป็นประโยชน์โดยตรงกับผู้ที่ติดต่อกับการค้าขายกับประเทศจีน ตั้งแต่ระดับประเทศ องค์กรขนาดใหญ่ หรือผู้ค้ารายย่อย ดังนั้น ประเทศไทยจึงต้องเตรียมตัวเปิดรับเงินสกุลนี้ ไม่ต่างจากที่เราเปิดรับระบบชำระเงินผ่าน Alipay หรือ TenPay ให้ชาวจีนที่เข้ามาในบ้านเรา

ไม่น่าเชื่อว่า แค่เปลี่ยนเงินกระดาษขึ้นมาสู่ระบบออนไลน์จะสร้างความเปลี่ยนแปลงแบบพลิกหน้ามือเป็นหลังมือได้ขนาดนี้ และนี่คือตัวอย่างของการก้าวสู่โลกเทคโนโลยีของประเทศมหาอำนาจที่อาจส่งแรงกระเพื่อมไปในระดับโลก และถือเป็น New Normal ทางการเงินของประเทศจีนที่ประชาชนและสังคมโลกต้องพร้อมปรับเปลี่ยนไปด้วย

From Cashless Society to Digital Yuan

China has gone cashless even before COVID-19 outbreak. More than 500 million Chinese people have an e-wallet. It is very common in China to make mobile payments. Alipay by Alibaba is the biggest service provider in regard to mobile payment services, accounting for 55% of the market's value. TenPay, a collaboration between Tencent and WeChat, accounts for 40%, while the remaining 5% rests with small operators. Payment systems in fact go so advanced that some do not need a mobile device now, because they are already equipped with facial-recognition features.

When compared with the need to carry cash, an e-wallet delivers much greater convenience and security. On top of this, e-transactions allow relevant organizations to trace through financial routes and to compile useful data. The Chinese

government has thus integrated digital currency into its national strategy in hopes that it will drive the economy and support the country's fiscal policies.

Differences between “Digital Yuan” and Other Digital Currencies

The world's first digital currency, Bitcoin, emerged in 2009 based on the idea to decentralize payment systems that were tightly controlled by banks. Digital Yuan, however, has worked for an entirely different concept because it is created to give China's central bank the firm grip of financial affairs. The use of digital yuan means the government knows financial movements and financial status of people. Banknote usage does not give the government such privilege.

Digital yuan's value is exactly the same as Yuan at the rate of 1:1. Most other digital currencies do not have such clear reference asset. Users can check transaction records via Digital Currency Electronic Payment or Alipay/TenPay platform too. Guaranteed by the Chinese government, users do not have to worry about security issues at all.

“Digital Yuan” & China's Financial Power

Do not look at digital yuan as just something to bring paper-based yuan online. In essence, China's central bank acquires much more power when digital yuan comes to play. Suddenly, it is possible for the central bank to set appropriate interest rates for each group of people without the need to rely on commercial banks' mechanisms. In times of a crisis, digital yuan allows the central bank to distribute subsidies to eligible people fast. Digital yuan, moreover, will help curb corruption and money laundering.

At the international level, digital yuan may encourage China's trade partners to stop paying for its goods in US dollar. Given that digital yuan is stable enough, there is no need to first convert their currency into US dollar – which is considered a main currency in the world – and shoulder exchange-rate fees. Transactions will be done even faster at a lower cost when digital yuan becomes widespread. Thailand, on its part, thus will have to prepare for the use of digital yuan now.

The impacts of digital yuan are unbelievable. They also provide clear examples of how much the world will be affected when a superpower embraces a new technology and sets a new normal. The impacts go to the point that the whole world will have to adjust itself. 



4P สู่ 4T

หลักการตลาดใหม่

Marketing Mix Shifts from 4Ps to 4Ts

New Normal: Back to Basics

โรค COVID-19 ทำให้คำว่า New Normal หรือวิถีปกติแบบใหม่เกิดขึ้น ซึ่งหลายคนเริ่มคุ้นเคยกันบ้างแล้ว หลักการตลาด 4P แบบเดิม ซึ่งประกอบด้วย Product ผลิตภัณฑ์ Price ราคา Place ช่องทางจำหน่าย และ Promotion การส่งเสริมการขาย เริ่มไม่ใช่คำตอบสุดท้ายของหลักธุรกิจ “เพราะเมื่อวิถีชีวิตเปลี่ยนลูกค้าไม่เหมือนเดิม การตลาดย่อมไม่เหมือนเดิม จึงต้องปรับเปลี่ยนและปรับตัวกันตั้งแต่ฐานวิถีคิด” คอลัมน์ Your Answer ฉบับนี้มาบอกเล่ากลยุทธ์การตลาดในยุค New Normal ที่ต้องปรับตัวกันใหม่ที่ระบบ!

Because of COVID-19 outbreak, New Normal has materialized. The traditional marketing mix of 4Ps namely Product, Price, Place, and Promotion, as a result, has started losing its effectiveness. As customers' life changes, “marketing cannot be the same. It must change to its core.” Your Answer hereby reveals what marketing strategies should be like in the New Normal age!

4P สู่ 4T ความเบสิกที่แปลกใหม่

เมื่อความไม่แน่นอนเกิดขึ้น ลูกค้าเริ่มเกิดความกลัว ปัจจัยในการพิจารณาเลือกซื้อสินค้าและบริการของลูกค้ามุ่งเน้นไปที่ความจำเป็น ความสะอาด และความปลอดภัย เพื่อความเชื่อมั่นและสบายใจ การตลาดจึงต้องปรับกลยุทธ์ให้ตอบสนองความต้องการสามัญ หรือ Back to Basics หลัก 4P เดิมจึงกำลังถูกแทนที่ด้วย 4T

1. Tangible Solutions

การแก้ปัญหาที่จับต้องได้ เช่น การรับบัตรจอดรถที่ห้างสรรพสินค้า แม้จะมีป้ายแจ้งชัดเจนว่า บัตรทุกใบผ่านการฆ่าเชื้อโรคแล้ว แต่ Tangible Solutions หมายถึงต้องฆ่าเชื้อโรคให้ลูกค้าเห็นตรงนั้นเลย เพื่อความสะอาดที่ “จับต้องได้” สบายใจและเชื่อมั่นร้อยเปอร์เซ็นต์ เป็นต้น

2. Transparent Price

การตั้งราคาอย่างโปร่งใส เพราะลูกค้ารู้ข้อมูลต้นทุนสินค้าและบริการมากขึ้นจากการลงมือทำสิ่งต่าง ๆ ด้วยตนเองในช่วงกักตัว เช่น ทำอาหาร ทำขนม ฯลฯ การตั้งราคาแบบใสเรื่องราวสร้างคุณค่าลง ๆ จึงเป็นอันตราย ต้องตั้งราคาอย่างโปร่งใส ถ้าจะมองอีกมุมหนึ่ง การใส่ความพรีเมียมหรือลูกเล่นเพื่อให้สินค้าและบริการมีราคาสูงจะทำให้ยากขึ้น

3. Timely

การจัดส่งสินค้าตรงเวลาสำคัญกว่าเรื่องสถานที่และความสะอาดสบายอื่น ๆ เพราะวิกฤติโรคระบาดทำให้ความปลอดภัยต้องมาก่อน เช่น

สั่งซื้อสินค้าออนไลน์ ขอเพียงตรงเวลาแล้วแขวนไว้ที่หน้ารั้ว ลูกค้ายอมเดินออกมารับจะสบายใจกว่า ไม่จำเป็นต้องถึงชั้นสะดวกสุด ๆ ส่งถึงในบ้านในห้องเสมอไป

4. Truth

เมื่อลูกค้าเริ่มหาข้อมูลมากขึ้น และเข้าใจข้อมูลลงมากขึ้นในช่วงกักตัวที่ผ่านมา การสื่อสารการตลาดจึงต้องใช้ความจริงในทุกมิติของสินค้าและบริการนั้น ๆ เพื่อความเชื่อมั่น การสร้าง Story ที่ไม่จริง อาจทำให้ลูกค้าไม่พอใจอย่างรุนแรงและถูกจับได้ง่ายมากกว่าแต่ก่อน

เห็นได้ว่า หัวใจของ 4T ล้วนเป็นความต้องการพื้นฐานในสินค้าและบริการ “นักการตลาดต้องเผื่อใจด้วยว่า กลยุทธ์การตลาดจะไม่ได้ก้าวไปข้างหน้าเท่านั้น แต่อาจเป็นการย้อนกลับ หรือ Back to Basics ด้วยก็ได้”

ธุรกิจบรรลุภัณฑ์ต้องเบสิก อย่างมีนวัตกรรม

เมื่อก่อนดีไซเนอร์ ๆ และฟังก์ชันในบรรจุภัณฑ์อาจเป็นสิ่งสำคัญ แต่ปัจจุบันไม่ใช่แล้ว การ Back to Basics ทำให้ลูกค้ารู้สึกว่าคุณเล่นดูดีก็จริง...แต่ถ้าไม่มี ราคา ก็จะลดลงได้ แล้วหันมาให้ความสำคัญกับหน้าที่ของบรรจุภัณฑ์ซึ่งก็คือการปกป้อง (Protection) สิ่งที่อยู่ด้านใน

นวัตกรรมซึ่งเป็นลูกเล่นที่ส่งผลต่ออารมณ์ (Emotion) จะลดลง เพราะไม่จำเป็น แต่นวัตกรรมด้านประโยชน์ใช้งาน (Functions) จะสำคัญมาก เช่น บรรจุภัณฑ์ที่ถนอมอาหารได้นานขึ้น ปกป้องได้ ทั้งกลิ่นและความสมบูรณ์ของหน้าตาอาหาร ปลอดภัยในการจัดส่ง ระยะไกล เป็นต้น นี่คือการเบสิก (Basic) ที่ถูกเพิ่มนวัตกรรมเข้าไป ซึ่งลูกค้าจะให้ความสำคัญมาก

เปลี่ยนแปลงเก่ง รวดเร็ว และหลากหลาย = อวูรการตลาดในยุค New Normal

ต่อจากนี้ทุกอย่างไม่เหมือนเดิมแล้ว ไม่มีใครรู้ว่าพฤติกรรมลูกค้า จะเปลี่ยนไปอย่างไรอีก ตัวลูกค้าเองก็ไม่รู้เหมือนกัน นักการตลาด จึงต้องเปลี่ยนแปลงเก่งมาก และต้องเร็วมากด้วย 2A (Adaptation + Agility) บริษัท องค์กร หรือเจ้าของกิจการ จากเมื่อก่อนอาจจะรู้สึก และเชี่ยวชาญเรื่องใดเรื่องหนึ่ง แต่ตอนนี้ต้อง Diversify รู้ลึกและ เชี่ยวชาญหลายเรื่อง กล่าวง่าย ๆ คือ ต้องทำธุรกิจหลายอย่างสำรองไว้ เพื่อลดความเสี่ยงหากเกิดวิกฤติที่คาดการณ์ไม่ได้ อย่าง COVID-19 เพราะถ้าธุรกิจตัวใดพึ่งไป ก็ยังมีตัวอื่นสำรองและประกอบธุรกิจ ต่อไปได้ เหมือนได้ฉีดวัคซีนอีกชั้นเพื่อป้องกันธุรกิจของท่าน

Unprecedented Shift from 4Ps to 4Ts

When customers' fear arises in times of uncertainties, key factors behind their purchase decisions are no longer the same. These days, their focus is on necessity, cleanness, and safety. To keep pace with such trend, marketers must go back to basics. The key is now on 4Ts, not 4Ps.

1. Tangible Solutions:

There is a solid example at department stores where boards go up to inform customers that every parking ticket has been disinfected. But for customers to be fully assured, it is better to let customers see “disinfecting process on spot.”

2. Transparent Price:

These days, customers know more about the cost of products/services after spending much time doing various things including food and dessert on their own during lockdowns. This means they will not agree to be charged extra for abstract values. It will be difficult to raise prices just for gimmicks.

3. Timely:

Customers care more about timely deliveries than convenience now.

4. Truth:

As lockdowns gave customers much time to gather product/service information, they know what is true and what is false. Marketers therefore should use only accurate information, or else they may face customers' outrage.

It should be noted that 4Ts address the basic needs for products/services. It is time marketers understand that marketing does not necessarily move ahead all the times. Back to Basics can also work fine.

It is time marketers understand that marketing does not necessarily move ahead all the times. Back to Basics can also work fine.



Basic Packaging with Innovations

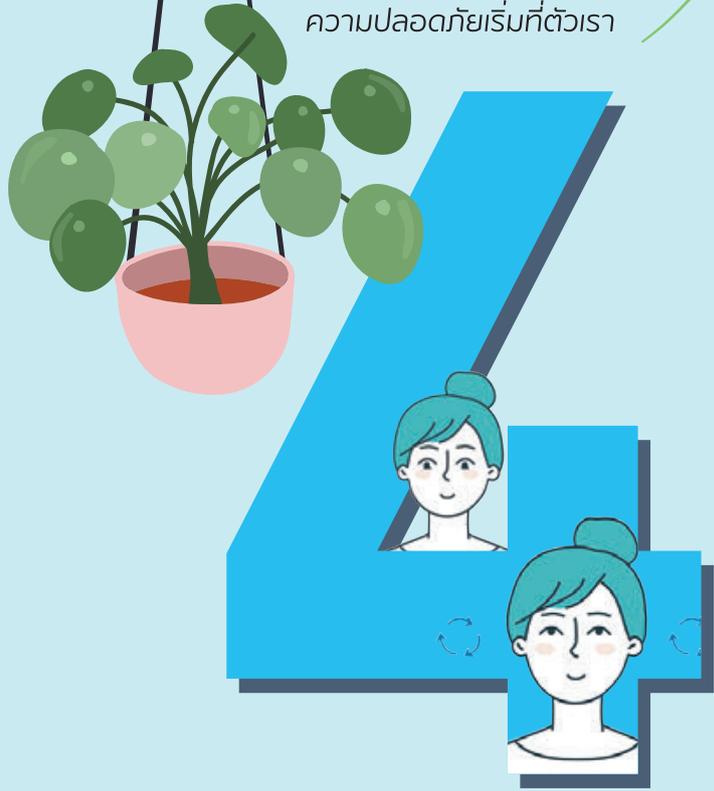
Stylish packages were considered important in the past, but not anymore. As Back to Basics is now the trend, customers acutely recognize that gimmicks that look nice may cost them more. So, there is no need to use gimmicks to play with their emotions. They want only functional gimmicks or innovations these days. For example, they still appreciate packages that can keep food fresh longer or protect food better during deliveries.

Being Adaptable & Agile = Weapon in New Normal Age

Because the New Normal has started, consumer behaviors may keep changing. Marketers therefore must be fast in adapting and staying agile. Entrepreneurs and companies, meanwhile, must place an emphasis on diversification rather than specialization. By diversifying their businesses, they will have a stronger immunity against COVID-19 impacts. 📌

Care for Self

ความปลอดภัยเริ่มที่ตัวเรา



ท่าบริหารดวงตา คลายความเมื่อยล้า

ในช่วง New Normal หลายคนต้องปรับเปลี่ยนวิธีการทำงานมาเป็น Work from Home แม้จะช่วยลดความเหน็ดเหนื่อยจากการเดินทาง แต่ต้องใช้เวลาอยู่กับหน้าจอมากกว่าเดิม เนื่องจากการต้องนั่งหน้าคอมพิวเตอร์ทำงานและประชุมติดต่อกันตลอดทั้งวัน อาจเกิดอาการตาล้า ปวดตาลามไปจนถึงเวียนศีรษะตามมา

เพราะเราใส่ใจในความปลอดภัยและสุขภาพของทุกคน วันนี้เรามีวิธี Care for Self ดูแลดวงตาของคุณมาแนะนำ สามารถทำได้ง่าย ๆ ด้วยตัวของตนเอง กับ 4 ท่าบริหารกล้ามเนื้อตา ที่นอกจากจะช่วยผ่อนคลายแล้ว ยังช่วยถนอมสายตาเพื่อการมองเห็นที่ดีขึ้นและนานขึ้น

In New Normal era, many people have shifted into Work-from-Home mode. While the new way of working removes the hassle of commuting, it comes with longer time in front of screen. Long hours of screen time, more often than not, causes eye strain, eye pain, or dizziness.

Because we care about your health, we have prepared 4 Care for Self tips to take care of your eyes. Not only that they will relax your eyes, but they will also prolong your good eyesight.





ท่าที่ 1 กลอกดวงตาขึ้น-ลง

1st Exercise: Roll Your Eyes Up and Down

หน้าตั้ง คอตรง ไม่แหงน เหลือบลูกตามองขึ้นไปด้านบนสุด และมองลงมาล่างสุด ทำสลับกัน 4 ครั้ง จากนั้นให้กะพริบตาเร็ว ๆ ต่อเนื่องกัน 20 ครั้ง

Sit or stand straight. Then, roll your eyes up and down four times. Next, blink swiftly for 20 consecutive times.



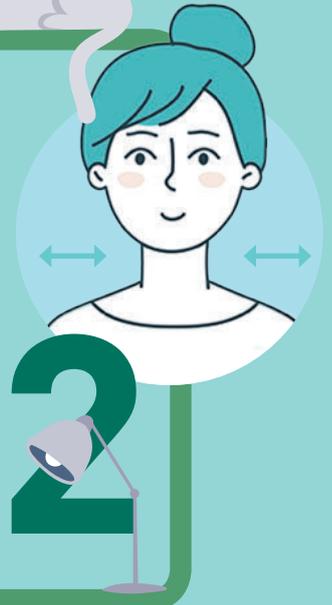
ท่าที่ 2 กลอกดวงตาซ้าย-ขวา

2nd Exercise: Roll Eyes to the Left and to the Right

หน้าตั้ง คอตรง สันตา กลอกลูกตามองไปทางซ้ายสุด และมองมาทางขวาสุดเท่าที่จะทำได้ ทำสลับกัน 4 ครั้ง จากนั้นให้กะพริบตาเร็ว ๆ ทำต่อเนื่องติดต่อกัน 10 ครั้ง แล้วหลับตาเพื่อเป็นการพักสายตา ก่อนทำาบริหารต่อไป

*สามารถใช้ดินสอหรือยี่หิ้วมือมาวางไว้ด้านหน้าในระดับเดียวกับสายตา เพื่อใช้เป็นเกณฑ์ในการมอง
Sit or stand straight. Then, roll your eyes to the farthest left and then to the farthest right. Do this four times before blinking fast for 10 consecutive times. Then, it is time to close your eyes for a while before beginning the next exercise.

*You may hold a finger or a pencil in front of you to determine your eye position.



ท่าที่ 3 ปิดตาให้สนิท

3rd Exercise: Close Your Eyes Tightly

หลับตาให้สนิทที่สุดเท่าที่จะทำได้ประมาณ 5 วินาที แล้วรีบลืมตา

Close your eyes as tightly as possible for five seconds. Then, open your eyes.

ท่าที่ 4 กลอกลูกตาเป็นวงกลม

4th Exercise: Roll Your Eyes Around

หน้าตั้ง คอตรง กลอกลูกตาหมุนเป็นวงกลมวนซ้ายต่อเนื่องกัน 10 ครั้ง แล้วเปลี่ยน วนขวาต่อเนื่องกันอีก 10 ครั้ง

Sit or stand straight. Then, roll your eyes around in counterclockwise direction 10 times. Next, do it in the clockwise position for 10 times.



“Care for self สุขภาพดีเริ่มต้นที่ตัวเรา”
“Care for self: Do it for Our Own Health”



PHOENIX LAVA

ซาลาเปาแห่งการให้
ใส่ใจทุกประสบการณ์ของลูกค้า

Phoenix Lava: Bun of Giving “We Care about Customer Experiences”

จากแบรนด์ “ซาลาเปาลาวา” ที่เกิดขึ้นในฮ่องกง เป็นจุดเริ่มต้นที่ทำให้คุณปริญญ์ สุขสมิทธิ์ เจ้าของและผู้ก่อตั้งร้าน “Phoenix Lava” เกิดแนวคิดและแรงบันดาลใจที่จะทำซาลาเปาแบรนด์ของคนไทย และตั้งเป้าเปิดสาขาทั้งในไทยและต่างประเทศ รวมถึงขยายแฟรนไชส์ในภูมิภาคเอเชีย

Inspired by Hong Kong’s Chinese steamed buns with lava-fillings, Mr. Parin Suksmith founded Phoenix Lava in Thailand. His vision is to serve Phoenix Lava buns to not just consumers across Thailand but also overseas, through franchising.

ทำไมถึงต้อง Phoenix Lava

คุณปริญญ์ สุขสมิทธิ์ เริ่มต้นเล่าที่มาของซาลาเปา Phoenix Lava ด้วยการพาเราย้อนไปสมัยที่เขาและน้องชายยังทำงานอยู่ที่ประเทศญี่ปุ่น พวกเขาใช้เวลาว่างจากการทำงานปรับสูตรซาลาเปาร่วมกัน รวมถึงศึกษาดูตลาดของประเทศไทยไปพร้อมกัน

หลังจากศึกษาก็พบว่า คนส่วนใหญ่มักซื้อซาลาเปาไปเป็นของฝาก เป็นของว่างในงานจัดประชุม เป็นชุด Snack Box สำหรับงานจัดเลี้ยง ฯลฯ ควบคู่ไปกับการลงพื้นที่สำรวจร้านซาลาเปากว่า 300 ร้านในกรุงเทพฯ ทำให้เขาตัดสินใจวางจุดยืนให้กับแบรนด์ด้วยการเป็น “ซาลาเปาแห่งการให้” ภายใต้ชื่อแบรนด์ “Phoenix Lava” สื่อถึงการเปลี่ยนแปลงของวงการซาลาเปาด้วยนก Phoenix แสดงถึงการเปลี่ยนแปลงและสิ่งใหม่ ๆ

“ผมโชคดีที่น้องชายและทีมมีความรู้ด้าน Food Science เราจึงเริ่มต้นจากการทำซาลาเปาลวกก่อน ต่อมาก็ได้ทำติ่มซำเพิ่ม เพราะถือเป็นอาหารชุดเดียวกับซาลาเปา ก่อนที่จะพัฒนาสินค้าเพื่อตอบโจทย์ผู้บริโภคมากขึ้น เช่น ซาลาเปาที่พร้อมอุ่นทานในไมโครเวฟ”

ปัจจุบันร้าน Phoenix Lava มีสาขาในประเทศไทย 7 สาขา แฟรนไชส์ 3 สาขา และในต่างประเทศอีก 2 สาขา ที่มาเก๊า ประเทศจีน

ใส่ใจในแพคเกจจิ้ง

นอกจากพิธีพินันเรื่องการคัดเลือกวัตถุดิบเพื่อให้ได้รสชาติซาลาเปาที่ดีที่สุดแล้ว Phoenix Lava ยังให้ความสำคัญกับการออกแบบบรรจุภัณฑ์ เพื่อสร้างเอกลักษณ์และการจดจำแบรนด์ด้วย ตั้งแต่การเลือกใช้สีเหลือง ไซ้กล่องที่มีขนาดความยาว 37.5 เซนติเมตรเพื่อให้ใส่ตู้เย็นได้พอดี ติดสติ๊กเกอร์ระบุรสชาติซาลาเปาไว้ที่ด้านหลังซอง เรียกว่าใส่ใจในทุกรายละเอียดเพื่อสร้างประสบการณ์ที่ดีให้แก่ลูกค้า

นอกจากนี้ ยังคำนึงถึงการส่งมอบสินค้าและบริการ เพื่อคงคุณภาพสินค้าเช่นเดียวกับการมาซื้อที่หน้าร้าน โดยบริการส่งสินค้าจะเน้นความรวดเร็วและมีค่าบริการที่คุ้มค่าที่สุด

โควิด-19 ถิ่นยอดฟู

จากสถานการณ์โรคระบาดโควิด-19 สาขาของ Phoenix Lava ที่อยู่ในห้างสรรพสินค้าต้องปิดทำการไป 4 สาขา เพื่อปรับตัวให้ทันต่อสถานการณ์ และเพื่อสร้างยอดขายให้กลับมา เขาจึงใช้วิธีเปิดสาขาขึ้นมาทดแทนด้วยการควบคุมต้นทุนอย่างเข้มงวด

ทางเลือกที่ได้คือการเช่าพื้นที่ในโซนที่ยังไม่มีสาขา และเช่าอาคารพาณิชย์ เพื่อทำเป็น Cloud Kitchen เพื่อกระตุ้นยอดขาย Delivery ซึ่งในปัจจุบัน Phoenix Lava มีสัดส่วน Delivery มากถึง 45 เปอร์เซ็นต์ การมีหน้าร้านในทำเลเช่นที่มีคนผ่านเยอะอาจไม่ใช่คำตอบสุดท้ายอีกต่อไป เมื่อเทียบกับการมีหน้าร้านในทำเลที่ค่าเช่าพื้นที่ถูกลง สร้างยอดขายหน้าร้านได้ระดับหนึ่งแต่สามารถ Delivery ให้ลูกค้าในโซนนั้น ๆ ได้อย่างกว้างขวางกว่า

เป้าหมายของการทำธุรกิจในปีนี้เป็น คือ การช่วยให้ลูกค้าในพื้นที่กรุงเทพฯ และปริมณฑลสามารถสั่งซื้อ Phoenix Lava ด้วยค่าส่งเพียง 10 บาท และขยายจุดส่งที่เป็น Cloud Kitchen เพิ่มขึ้น ก่อนที่ในปี 2564 จะขยายแฟรนไชส์ออกไปยังจังหวัดต่าง ๆ เช่น ชลบุรี ระยอง จันทบุรี เป็นต้น

EzySteam™ อีกหนึ่งความใส่ใจ เพื่อแก้ไข Pain Point

คุณปริญญ์เล่าให้ฟังถึงจุดเริ่มต้นในการพัฒนาบรรจุภัณฑ์ร่วมกับเอสซีจี แพคเกจจิ้งว่าเขาและทีมวิจัยของเอสซีจี แพคเกจจิ้งมีแนวคิดที่ตรงกัน คือ ต้องการพัฒนานวัตกรรมเพื่อแก้ปัญหาให้ลูกค้า โจทย์แรกคือการทำถุงบรรจุ



เขาและทีมวิจัยของเอสซีจี แพคเกจจิ้ง มีแนวคิดที่ตรงกัน คือต้องการพัฒนานวัตกรรมเพื่อแก้ปัญหาให้ลูกค้า

ซาลาเปาเพื่อให้ลูกค้านำไปอุ่นในไมโครเวฟได้ โดยยังคงรสชาติเหมือนการนึ่งด้วยไอน้ำ เพราะลูกค้าบางกลุ่มเน้นความสะดวกและรวดเร็ว

“การพัฒนา EzySteam™ ใช้ระยะเวลาประมาณ 6 เดือน กว่าที่จะเป็นถุง EzySteam™ ที่ใช้งานได้ดีอย่างทุกวันนี้ต้องผ่านการพัฒนาขึ้นมาถึงเวอร์ชันที่ 3 และเอสซีจี แพคเกจจิ้งยังคงติดตามผลการใช้งานอย่างต่อเนื่อง ทำให้เห็นถึงความพยายามของทีม ซึ่งเป็นสิ่งที่ผมชื่นชมอย่างมาก”

นอกจาก EzySteam™ แล้ว Phoenix Lava ยังใช้บริการ Dezpax ในการสั่งซื้อบรรจุภัณฑ์ที่มีบริการออกแบบ Custom ได้ในราคาที่เหมาะสม และยังมีสินค้าให้เลือกหลากหลาย ทุกวันนี้บรรจุภัณฑ์สินค้าใหม่ของ Phoenix Lava ใช้บริการ Dezpax แทบทั้งสิ้น

สร้างรายได้จากสิ่งที่มี

“ผู้ประกอบการเอสเอ็มอี ควรสร้างรายได้จากสิ่งที่มีก่อน ไม่ว่าจะเปลี่ยนทรัพยากรหรือทักษะความสามารถ ขณะเดียวกันต้องไม่เพิ่มค่าใช้จ่าย และทดลองทำสิ่งใหม่ ๆ ให้หลากหลาย

“ผมมองว่าคนที่ผ่านวิกฤติมาได้จะก้าวไปได้ไกล ช่วงเวลานี้จึงถือเป็นโอกาสของธุรกิจขนาดเล็กหรือเอสเอ็มอีที่จะเติบโต ขอเพียงแค่ปรับตัวให้รวดเร็ว และรับมือกับวิถี New Normal ให้ทันท่วงที ความสำเร็จก็เกิดขึ้นได้ไม่ยากขอเป็นกำลังใจให้กับทุกคนครับ”

What is Phoenix Lava?

Mr. Parin reveals that while working in Japan, he and his younger brother spent their free time developing bun recipes and studying the Thai market.

Their study shows people usually buy buns to give to others or prepare as snacks for events. After exploring more than 300 bun shops in Bangkok, the two siblings have concluded that they will position their brand as “Bun of Giving.” Phoenix is chosen as the brand name because it represents changes and new things.

“I am lucky to have a brother and a team who know well about food science,” Mr. Parin says. His brand now offers buns with a great variety of fillings and plus dim sum.

“We have now developed our products to ensure they are ready for microwaving too,” he added.

There are now 10 Phoenix Lava branches in Thailand. Three of them belong to franchisees. Overseas, there are 2 branches in Macao.

Attention to Packaging

Phoenix Lava carefully selects ingredients to create the best taste, and pays serious attention to packaging design with aim to promote brand identity and recognition. The brand uses yellow 37.5-cm-long boxes that fit well into a fridge. Every pack of steamed buns has a label showing its fillings as well.

Caring about its customers, the brand also seeks to ensure that its products taste nice even through delivery services.

COVID-19 Pushes up Sales

During COVID-19 crisis, four branches of Phoenix Lava were closed because they were located inside department stores that had to shut down during lockdowns. To deal with impacts, the brand was quick to set up new branches and implement stringent cost control.

The locations for the new branches are chosen from areas where the brand had never had an outlet before. The strategy is to rent shop houses, which can serve as Cloud Kitchen and accommodate delivery orders. Although these places may not be in the busiest corners of the town, their rent is cheaper. They can attract local customers and support deliveries, which now account for 45 percent of the brand’s total sales.

As for its 2020 goals, Phoenix Lava plans to ensure that through branch-network expansion. Next year, the brand will sell its franchises to operators in provinces such as Chon Buri, Rayong, and Chanthaburi.

EzySteam™: Caring Solution to Pain Point

Mr. Parin says he started working with SCG Packaging because of shared commitment to develop innovative solutions

that address customers’ pain points. The first task for the collaboration is to develop microwavable bun bags that can keep the good taste, as microwaving is much more convenient and faster than steaming.

“It takes about six months to develop EzySteam™. The current EzySteam™ bags are our third version. I have much admiration for SCG Packaging’s work. It works hard and constantly checks feedback,” he says.

Phoenix Lava has also used Dezpax, which offers custom-made packaging at reasonable prices. Packaging for most of Phoenix Lava’s new products come from Dezpax.

Generating Revenue from Existing Resources

“SMEs should generate income from existing resources such as assets or abilities. Experiment new things but do not increase cost,” Mr. Parin advises.

“I must say that persons who successfully got out a crisis have potential to fly high. So, SMEs should quickly adjust themselves to the New Normal. You all have my moral support,” he concludes. 📌

He started working with SCG Packaging because of shared commitment to develop innovative solutions that address customers’ pain points.



Scan QR Code เพื่อชมวิดีโอสัมภาษณ์
Scan QR Code for the interview

Dress Up Your Plants

แต่งตัวให้ต้นไม้

เรียนเชิญมิตรรักสายกรีนทุกท่าน มาดีไซน์ถุงผ้าห่อกระถางต้นไม้แสนเก๋กัน จะทำไว้เพื่อประดับตกแต่งสวนน้อย ๆ ในบ้าน หรือนำไปมอบเป็นของขวัญให้คนอื่นก็ได้

If you love plants, why don't you decorate them too? Below is a way to make your plant pots nicer or prepare a unique gift of plant-pot bag for those you care about.

ขั้นตอนการทำ

1. ตัดผ้าลายสวยให้มีขนาดใหญ่กว่าถุงผ้าด้านละ 1 เซนติเมตร จากนั้นพับครึ่งโดยให้ลวดลายอยู่ด้านใน แล้วพับริมผ้าด้านบนลงมา 1.5 เซนติเมตร กลัดด้วยเข็มหมุด
2. เย็บริมฝั่งซ้ายและขวาของผ้าให้เรียบร้อย
3. ตัดหูของถุงผ้าออกทั้งสองเส้น
4. นำผ้าลายสวยที่เย็บเสร็จแล้วมาซ้อนไว้ด้านในถุงผ้า เย็บริมผ้าให้ติดกับปากถุงผ้า

Instructions

1. Cut the fabric with beautiful pattern to the size that is 1 cm bigger than the fabric bag in all sides. Then, fold the fabric top by 1.5 cm and pin the folding.
2. Sew the left and right sides.
3. Cut off the handle of fabric bag.
4. Put the beautiful-pattern fabric inside the fabric bag and sew them together. **P**

อุปกรณ์ / Materials

เข็มหมุด / Pins

เข็มเย็บผ้า / Sewing needle

ถุงผ้า / Fabric bag

ด้าย / Thread

กรรไกร / Scissors

ผ้าลวดลายตามใจชอบ / Fabric with your favorite pattern

ต้นไม้ / Plant



1



2



3



4



LET'S LEARN HOW TO GROW VEGETABLES!

It's Fun for the Whole Family

แหล่งเรียนรู้วิธีปลูกผัก กิจกรรมน่ารักทำได้ทั้งครอบครัว

เปลี่ยนพื้นที่ว่างโล่งของบ้านหรือพื้นที่ขนาดกะทัดรัดริมระเบียงให้เป็นสวนผักขนาดเล็ก และเปลี่ยนเวลาว่างมาเป็นเวลาสนุกได้ทั้งครอบครัว กับกิจกรรมปลูกผักจากแหล่งเรียนรู้ใจดีที่อาสาถ่ายทอดเคล็ดลับการปลูกผักให้ออกงาม เอาไว้เป็นวัตถุดิบปรุงอาหารตามใจชอบ เพื่อไว้เฝ้ารอผักโตหรือไม่วักก็ไม่ต้องกังวลว่าจะไม่มีผักให้กิน

We can easily turn an empty yard or a tiny balcony into our happy vegetable farm where all family members can have fun together. Before we do that, we only need to learn a few tips from great places. Here we go!

Veggie Prince City Farm

บ้านเจ้าชายผัก

ชวนมาเข้าคลาสปลูกผักไม่ใช้สารเคมีที่บ้านเจ้าชายผัก ศูนย์การเรียนรู้การเกษตรและการพึ่งพาตนเองในเมืองของคุณปรีนซ์ - นคร ลิมปคุปตถาวร ที่หลงใหลในการทำเกษตร จนพัฒนาเป็นแหล่งเรียนรู้ที่มีคอร์สอบรมเกี่ยวกับการปลูกผักในบ้าน ที่นี้เราจะได้เวิร์กชอป ฟังบรรยาย ชมการสาธิต และทดลองในหัวข้อต่าง ๆ อาทิ เพาะต้นกล้าผักให้แข็งแรง ปลูกผักในภาชนะ การจัดการระบบนิเวศสวนผัก เป็นต้น เชื่อว่าทุกคนที่มาจะได้เรียนรู้และนำความรู้กลับไปประยุกต์ปลูกผักที่บ้านของตัวเองได้ง่าย ๆ



This City Farm & Self-Reliance Learning Center offers organic-farming classes because its founder Mr. Nakorn "Prince" Limpacuptathavon is so fascinated with agriculture. Participants can join workshops, check out demonstrations, and experiment on a variety of farming things here. Knowledge from the class is truly practical.

Let's go!

9/711 สตรีวิทยา 2 ซอย 3 ลาดพร้าว 71 กรุงเทพฯ
โทร. 09-2956-3994
www.facebook.com/veggieprincecityfarm

9/711 Satri Wittaya 2 Soi 3, Lat Phrao 71, Bangkok
Tel. 09-2956-3994
www.facebook.com/veggieprincecityfarm



Ban Rangsi Rooftop Vegetable Farm By Kru Usa



สวนผักดาดฟ้าบ้านรังษิ โดยครูอุษา

พื้นที่เล็กพื้นที่น้อยจะไม่ใช่ว่าปัญหาของการปลูกผักอีกต่อไปเพราะเราสามารถสร้างสวนครัวเล็ก ๆ ด้วยตัวเองผ่านการเรียนรู้ที่ศูนย์อบรมสวนผักดาดฟ้าบ้านรังษิ โดยครูอุษา บุญยะโทตระ ที่ทำเป็นตัวอย่างให้เห็นด้วยการปลูกผักหมุนเวียนกว่า 50 ชนิดบนดาดฟ้ามาที่นี่เราจะได้ทดลองปลูกผักในกระถาง โดยครูอุษา จะให้ความรู้ตั้งแต่การคัดเลือกพันธุ์ผัก การปรุงดิน การทำปุ๋ยจากการจัดการเศษอาหารในบ้าน ไปจนถึงเรื่องปริมาณแสงแดดที่เหมาะสมกับผักแต่ละชนิด ถือเป็นงานแบ่งปันเคล็ดลับและเป็นแรงบันดาลใจไม่ว่าจะอยู่ตึกสูงแค่ไหนก็ปลูกผักกินเองได้

Don't think you have too little space to fit in a vegetable farm, as Kru Usa Boonyahotara shows by doing how to plant over 50 species of plant on her deck. If you come here, she will teach



you how to select vegetables, nourish soil, make fertilizer from leftover food. She, in all, gives both useful tips and inspirations.

Let's go!

601/3 ถนนประชาราษฎร์บำเพ็ญ แขวงสามเสนนอก
เขตห้วยขวาง กรุงเทพฯ 10310
โทร. 08-5905-5105
www.facebook.com/myveggies601

601/3 Pracharat Bampen Road, Samsen Nok,
Huai Khwang, Bangkok 10310
Tel. 08-5905-5105
www.facebook.com/myveggies601

Grandpa Urban Farm

สวนผักบ้านคุณตา

แต่ชื่อก็ทำให้รู้สึกอบอุ่น นึกถึงบรรยากาศบ้านสวน แต่สวนผักบ้านคุณตาแห่งนี้ตั้งอยู่กลางเมือง โดดเด่นด้วยการนำภาชนะที่ไม่ใช่แล้ว เช่น ถังน้ำมัน ยางรถยนต์ หรือถ้วย แก้ว จาน ชามต่าง ๆ มาดัดแปลงเป็นกระถางสร้างไอเดียให้ผู้มาเยือน โดยที่นี่มีคุณฝน - กฤดี ชินา หุตะแพทย์ หลานของคุณตาเจ้าของบ้าน เป็นผู้ดูแล เปิดสอนหลัก ๆ สามเรื่อง ได้แก่ การปลูกผักปลอดสารพิษ การเพาะกล้า และการทำปุ๋ยหมักชีวภาพจากเศษผัก ผลไม้ พอจบวันก็ล้อมวงแลกเปลี่ยนความคิดเห็นและประสบการณ์สนุก ๆ ที่ได้รับมาตลอดวัน

Its name alone exudes warmth. At this place, discarded oil tanks, tires, glasses, and plates have transformed into flower pots. Ms. Kritchana



“Fon” Hutapaed, a granddaughter of the farm's owner, is on hand to teach organic farming for vegetables, seedling preparations, and making organic fertilizer from veggie leftovers. At the conclusion of the class, participants have fun exchanging their ideas. 

Let's go!

75 ซอยสุขุมวิท 62 ถนนสุขุมวิท แขวงบางจาก เขตพระโขนง กรุงเทพฯ
โทร. 09-5067-2728
www.facebook.com/grandpaurbanfarmTH

75 Soi Sukhumvit 62, Sukhumvit Road, Bang Chak,
Phra Khanong, Bangkok
Tel. 09-5067-2728
www.facebook.com/grandpaurbanfarmTH





มูลนิธิศุภนิมิตแห่งประเทศไทย x เอสซีจี แพคเกจจิ้ง

World Vision Foundation of Thailand x SCG Packaging

โต๊ะกระดาษ 3 in 1: ส่วมมอบโอกาส สานต่อความยั่งยืน
3-in-1 Paper Desk for Opportunities & Sustainability

จากการลงพื้นที่สำรวจวิถีชีวิตของเด็ก ๆ ในท้องถิ่นทุรกันดารของมูลนิธิศุภนิมิตแห่งประเทศไทย พบว่ามีเด็กนักเรียนในพื้นที่ห่างไกลจำนวนมากยังขาดแคลนอุปกรณ์พื้นฐานที่ใช้ในการเรียนและอ่านเขียนหนังสืออย่าง “โต๊ะ” ทั้งที่โรงเรียนและที่บ้าน ทำให้เด็กต้องนั่งก้มตัวอ่านหนังสือหรือนอนราบกับพื้นเพื่อเขียนหนังสือ ซึ่งอาจส่งผลกระทบต่อสุขภาพของเด็กในอนาคต

มูลนิธิศุภนิมิตฯ จึงมองหาโต๊ะเขียนหนังสือที่ใช้อ่าน เขียน และเก็บของได้น้ำหนักเบา พกพาสะดวก และเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม เพื่อส่งมอบให้เด็กนักเรียนในความดูแลของมูลนิธิฯ ทั่วประเทศ จึงได้ประสานความร่วมมือมายังเอสซีจี แพคเกจจิ้ง ที่มีทีมนักออกแบบและเชี่ยวชาญด้านบรรจุภัณฑ์ ให้ช่วยออกแบบและผลิตโต๊ะกระดาษตามโจทย์ความต้องการข้างต้น และนั่นคือจุดเริ่มต้นในการพัฒนาโต๊ะเขียนหนังสือ 3 in 1 เพื่อส่งมอบให้เด็ก ๆ ใช้ประโยชน์และยังสร้างสรรค์ขึ้นภายใต้แนวคิด Circular Economy

“โต๊ะกระดาษ 3 in 1 เพื่อการเรียนรู้” ทำจากกระดาษรีไซเคิลน้ำหนักเบา มีความแข็งแรง คงทน ช่วยอำนวยความสะดวกในการขนส่งไปยังพื้นที่ทุรกันดาร ใช้วัสดุที่สามารถย่อยสลายได้ตามธรรมชาติ และสามารถนำกลับสู่กระบวนการรีไซเคิลได้ทั้งหมด ไม่ก่อให้เกิดขยะที่เป็นมลพิษต่อสิ่งแวดล้อม สามารถประกอบขึ้นรูปได้ง่าย และมีฟังก์ชันในการใช้งานถึง 3 อย่างในตัวเดียว ทั้งเป็นโต๊ะนั่งเขียนและอ่านหนังสือ เป็นที่เก็บของและอุปกรณ์การเรียน และพับเป็นกระเป๋าใส่สมุด หนังสือหิ้วไปใช้งานที่บ้านและโรงเรียนได้ โดยมีคำแนะนำในการใช้งานไว้ให้เด็ก ๆ ได้อ่านและปฏิบัติตามที่ด้านข้างโต๊ะ พร้อมทั้งคู่มือในการประกอบแบบมาให้ด้วย

During its field trips to remote corners of the country, World Vision Foundation of Thailand found that so many students lacked a “desk” both at school and at home. Children in remote areas, more often



than not, had to lie or sit down on the floor and bend their knee to read/write. Such unhealthy positions threatened to cause health problems for children in the future.

WVFT has thus come up with the initial idea of giving versatile desks to impoverished children living in the operation areas throughout the country. The implementation campaign is in collaboration with SCG Packaging who supports their specialist packaging designer to invent an environmentally-friendly and easy-to-carry-around 3-in-1 foldable paper desk which based on the Circular Economy concept.

The “3-in-1 foldable paper desk” is made of recycled lightweight yet durable paper and easy for delivery to rural areas. The desk serves with three unique functions – a desk for reading/writing, a box to contain learning materials, and a bag to carry books around. Moreover, the desk is biodegradable and completely recyclable. It comes with a manual on how to use it, plus instruction that is printed on it.

มูลนิธิศุภนิมิตฯ สั่งผลิตโต๊ะกระดาษก๊วสัน 25,000 ตัวให้เด็กนักเรียนในพื้นที่ต่าง ๆ ทั่วประเทศ โดยเอสซีจี แพคเกจจิ้ง ได้ร่วมสนับสนุนกิจกรรมเพื่อการศึกษา มูลค่ารวม 250,000 บาท

เอสซีจี แพคเกจจิ้ง ร่วมส่งมอบโต๊ะกระดาษ 3 in 1 เพื่อการเรียนรู้ให้แก่เด็กนักเรียน โรงเรียนบ้านท่ามะขาม อำเภอสวนผึ้ง จังหวัดราชบุรี จำนวน 80 คน เมื่อวันที่ 31 กรกฎาคม พ.ศ. 2563 มีทีมนักออกแบบจากเอสซีจี แพคเกจจิ้ง สาธิตการประกอบโต๊ะกระดาษและแนะนำการใช้งานให้เด็ก ๆ ร่วมกับเจ้าหน้าที่ของมูลนิธิศุภนิมิตฯ

World Vision Foundation of Thailand ordered 25,000 foldable paper desks for students across the country and received the support from SCG Packaging valued at 250,000 baht.

SCG Packaging handed over 3-in-1 foldable paper desks to 80 students at Ban Tha Makhham Wittaya School in Ratchaburi province on 31 July 2020. SCG Packaging designers, along with WVFT management and staff, show students how to assemble the desk and using it.



“โจทย์สำคัญของมูลนิธิศุภนิมิตฯ คือการออกแบบโต๊ะที่น้ำหนักเบา พกพาง่าย และใช้งานได้หลากหลาย เราจึงเลือกใช้กระดาษมาพัฒนารูปแบบให้ตรงตามการใช้งานและเหมาะสมกับสรีระของเด็ก สามารถดัดแปลงได้หลายฟังก์ชัน โดยเลือกใช้กระดาษลอนหนา คำนวณจุดรับแรงกดให้ดี เน้นความแข็งแรง และออกแบบโครงสร้างให้เด็กประกอบเองได้ ไม่ซับซ้อน ข้อดีอีกอย่างคือ สามารถสอดแทรกการเรียนรู้ไว้ในตัว เหมือนกับปริศนาที่ให้เด็กได้ทดลองประกอบเป็นของใช้ของตัวเองต้องการ และหลังจากใช้งานจนชำรุดแล้ว วัสดุกระดาษพวกนี้สามารถนำกลับมารีไซเคิล เข้าสู่กระบวนการผลิตใหม่ได้ง่าย ไม่ถูกทิ้งเป็นขยะ กระดาษจึงเป็นตัวเลือกที่เหมาะสมที่สุด และเราก็ตั้งใจเห็นว่าเด็ก ๆ สนุกกับการประกอบโต๊ะกระดาษและนำไปใช้งานได้จริง”

“WVFT challenged us to design a lightweight, easy-to-carry-around, multi-purpose, and versatile desk. Then, we came up using paper as a key material. Ergonomically designed to support children’s physical features, our desk is durable. Children can assemble their desk by themselves. We also integrated learning gimmicks so that children can have fun finding out what they will get from tips given. After the desk is worn out, it can easily go to the recycling process. We are glad to see children enjoy assembling their desk and using it.”

ทีมนักออกแบบ เอสซีจี แพคเกจจิ้ง: ดิเรกซ์ อินสกุล อติกานต์ บุญประกอบ ภูมิภัก พันธ์สี และวันชนะ ศรีไตรรัตน์:
SCG Packaging designers: Mr. Direk Insakul, Ms. Atikan Boonprakong, Mr. Pumipak Punthasee, and Mr. Wanchana Sriirairattana



“เมื่อทางมูลนิธิศุภนิมิตฯ ตัดสินใจจัดหาโต๊ะให้ห้อง ๆ สิ่งแรกที่เราคิดก็คือ วัสดุเบา พกพาง่าย และช่วยรักษาสิ่งแวดล้อมด้วย คำตอบที่ทุกคนคิดตรงกันคือ กระดาษ ดังนั้น เราจึงเลือกร่วมงานกับเอสซีจี แพคเกจจิ้ง ในฐานะที่เป็นผู้เชี่ยวชาญและมีพันธกิจเกี่ยวกับสิ่งแวดล้อมตรงกับเป้าหมายโครงการของเรา ซึ่งเอสซีจี แพคเกจจิ้ง ก็ตอบรับเราอย่างดี ตั้งแต่การร่วมวางแผนและคิดคอนเซ็ปต์โต๊ะกระดาษ ปรับปรุงรูปแบบให้ออกมาดูดี แข็งแรง เด็กเอาไปใช้งานได้จริง โดยเราใช้เวลาทำงานและพัฒนาด้วยกันมาเกือบปี ทำให้เรารู้ว่าเอสซีจี แพคเกจจิ้ง เป็นมืออาชีพด้านการออกแบบจริง ๆ สามารถตีพิมพ์และปรับปรุงจนกลายมาเป็นโต๊ะกระดาษ 3 in 1 สำหรับห้อง ๆ ที่ดีที่สุด ซึ่งเราประทับใจการทำงานกับทางเอสซีจี แพคเกจจิ้ง มาก และหวังว่าจะได้ร่วมงานกันอีกในอนาคตต่อไป”

“After we decided to provide desks for children, we had to concern using the desk that lightweight, portable, and eco-friendly. Then, we collaborated with SCG Packaging who is truly professional in eco-friendly manufacturer and concern about the environment, which they kindly agreed to help. WVFT has a very good opportunity working with SCG Packaging in almost one year, from the beginning of planning on concept and design until the 3-in-1 foldable desk is ready to serve children. We are impressed and looking forward to working with SCG Packaging again.”

ทีมมูลนิธิศุภนิมิตแห่งประเทศไทย: คุณณัฐวิภา สุขภิรมย์เกษม คุณอารุณห์ พึ่งสันติเยะ และคุณวิไลวรรณ จอกนิว
World Vision Foundation of Thailand’s Management team: Ms. Nattaviga Sukphiromkasem, Mr. Athinon Pungsanthia, and Ms. Wilaiwan Jorknew



“ขั้นตอนการประกอบโต๊ะง่ายมาก หนูดูจากเอกสารตัวอย่างก็เข้าใจเลย รู้สึกตื่นเต้นมาก ๆ ที่ได้โต๊ะกลับไปใช้ที่บ้าน หนูจะเอาไปแบ่งให้ห้องใช้ด้วยกันค่ะ”

“It is very easy to assemble the desk, as an instruction is easy to understand. I am excited to get this desk back home where I will share it with my sibling.”

เด็กหญิงพอลเวนด์เย เด็กนักเรียนชั้นประถมศึกษา อำเภอสวนผึ้ง จังหวัดราชบุรี
Miss Polaywanday, student in Ratchaburi’s Suan Phueng district



“ตอนประกอบโต๊ะรู้สึกสนุกเหมือนเล่นเกมตัวต่อเลย ตอนแรกหนูทำเป็นกระเป๋า ก่อนแล้วก็เปลี่ยนเป็นโต๊ะ รู้สึกว่าทำง่ายมาก และยังได้ช่วยเพื่อนประกอบด้วยค่ะ”

“I had fun assembling my desk, just like playing a jigsaw puzzle. I made it as a bag first before transforming it into a desk. I helped my friends do it too.” P

เด็กหญิงสุพรรณยา เด็กนักเรียนชั้นประถมศึกษา อำเภอสวนผึ้ง จังหวัดราชบุรี
Miss Supansa, student in Ratchaburi’s Suan Phueng district

2 HIP BAKERIES FOR CAFE FANS WHO WANT TO TRY SOMETHING NEW!

2 ร้านขนมปังสุดแนว สำหรับสายคาเฟ่ที่ชิลลวง

ขนมปังถือเป็นอาหารยอดนิยมสำหรับคนทุกวัยและกินได้แทบทุกมื้อ เพราะสะดวกง่าย และยังสามารถนำไปสร้างสรรค์ได้หลายเมนู ขนมปังบางชนิดอาจมีสารปรุงแต่งเพื่อยืดอายุของวัตถุดิบ คอลัมน์ Your Healthy Hub ฉบับนี้เราจึงอยากแนะนำ 2 ร้านขนมปังที่มีเอกลักษณ์เฉพาะตัว กัดสรรและใส่ใจในคุณภาพทุกขั้นตอน เพื่อเป็นทางเลือกที่อร่อย แถมยังดีต่อสุขภาพอีกด้วย

Bread is popular among people of all ages, because this staple can be used to create various types of tempting items. Below are two unique bakeries Your Healthy Hub would like to recommend. They pay attention to quality in every step and present healthy alternatives.

CRAFT BREAD



Craft Bread

ร้านขนมปังเล็ก ๆ ที่ทำให้ใครหลายคนตกหลุมรัก ด้วยขนมปังโฮลวีตสูตรสุขภาพดี โดยนำเข้าแป้งโฮลวีตสูตรออร์แกนิก 100% จากประเทศอังกฤษ โยอาหารสูง ส่งผลดีต่อระบบขับถ่าย มาผสมผสานกับวัตถุดิบธรรมชาติ ทั้งน้ำผึ้งธรรมชาติ น้ำมันมะกอกเกรดดี ถั่ว ช็อกโกแลต แครนเบอร์รี่ ชาร์โคล และผลไม้อบแห้งคัดสรร เกิดเนื้อสัมผัสใหม่ที่ลูกค้าหลายคนติดใจ และขึ้นชื่อว่า Craft Bread แล้ว ขนมปังทุกชิ้นจึงนวดด้วยมืออย่างพิถีพิถัน นอกจากขนมปังนำกินสุด ๆ ร้านยังตกแต่งได้น่ารักมาก ๆ อีกด้วย ซอปปขนมปังหอม ๆ เสริ่งแล้ว สามารถนั่งเล่นชิล ๆ หรือลองชิมน้ำผลไม้สดเย็นที่ทางร้านนำมาวางจำหน่ายก็ขึ้นใจแน่นอน



Though small, this bakery has already stolen the hearts of many. Importing organic whole-wheat flour from Britain, it serves healthy high-fiber bread and mixes the ingredient nicely with honey, premium olive oil, pea, chocolate, cranberry, dried fruits, etc. Craft Bread also boasts nice décor. So, customers can come here not just for baked items but also a relaxing atmosphere. The place also serves refreshing cold-press juices.

Healthy Eating!

- ขนมปังใช้แป้งออร์แกนิกโฮลวีต 100%
- ใช้น้ำผึ้งกับน้ำมันมะกอก
- ไม้ใส่เบย นม ไข่
- ไม้ใส่วัตถุกันเสีย / สารเสริม / โซนินทรานส์
- 100% organic whole wheat flour
- Honey & Olive Oil
- Dairy-Free & Egg-Free
- No preservatives / emulsifier / trans fat

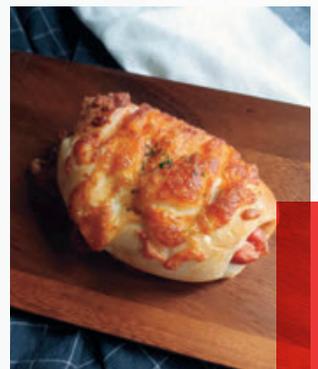
Let's go!

ที่อยู่: 185 ซอยเมนอี หมู่บ้านสัมมากร ถนนรามคำแหง 112 เขตสะพานสูง กรุงเทพฯ
เปิด: เสาร์ - อาทิตย์
เวลา: 10.00 - 18.00 น.
โทร: 08-9691-8242
Facebook: www.facebook.com/craftbread/

Address: 185 Soi Main E, Sammakorn Village, Ramkhamhaeng 112 Road, Saphan Sung District, Bangkok
Open: Sat - Sun
Opening Hours: 10am - 6pm
Tel: 08-9691-8242
Facebook: www.facebook.com/craftbread/



NEIGHBOURHOOD. BAKEROOM



Neighbourhood.bakeroom

เอาใจคนรักขนมปังและคนรักการทำขนมปัง ด้วยขนมปังและเบเกอรี่โฮมเมดสูตรพิเศษที่เจ้าของตั้งใจคิดมาแล้วทุกชิ้น เน้นการคัดสรรวัตถุดิบคุณภาพดี เช่น เนยนำเข้าจากประเทศฝรั่งเศส ช่วยสร้างสรรค์ความอร่อย พิถีพิถันทุกขั้นตอน ไม่ใช้สารปรุงแต่งหรือวัตถุกันเสีย ทั้งยังได้สบตาและทักทายกับเชฟ เพราะในร้านเป็นครัวแบบเปิด หากไม่ได้รีบไปไหนก็สามารถนั่งละเลียดความอร่อยในบรรยากาศแสนอบอุ่นได้เลย

This bakery promises to delight bread lovers with caringly-designed baked items and special recipes. On top of using just premium ingredients like French butter, the place stay clears of additives and preservatives. Because of its see-through kitchen, customers can see chef in action. If you are not in a hurry, relishing great bread here will be a blissful moment. 

Healthy Eating!

- ไม่ใส่สารกันบูด
- ไม่ใส่วัตถุกันเสีย
- No additive
- No preservative



Let's go!

ที่อยู่: 1058/104 ถนนพหลโยธิน เขตจตุจักร กรุงเทพฯ
เปิด: วันอังคาร - อาทิตย์
เวลา: 08.00 - 15.30 น.
โทร: 06-5351-9246
Facebook: www.facebook.com/neighbourhood.bakeroom

Address: 1058/104 Phahonyothin, Chatuchak District, Bangkok
Open: Tuesday - Sunday
Opening Hours: 8am - 3.30pm
Tel: 06-5351-9246
Facebook: www.facebook.com/neighbourhood.bakeroom

Walk the Talk Streaming



พบเพื่อนพนักงานแบบวิถีใหม่ New Way of Communication

WJ Walk ในครั้งนี้ นับเป็นครั้งแรกที่พี่ชาย จิตรภักดิ์ CEO เอสซีจี แพคเกจจิ้ง ได้เปลี่ยนบรรยากาศมาจัด WJ Walk ถ่ายทอดสดจากโรงงานนวนคร พิเศษแบบ New Normal ด้วยการสตรีมมิ่งให้เพื่อน ๆ พนักงานรับชมกิจกรรมกัน ตั้งแต่ต้นจนจบเพื่อรักษาระยะห่างทางสังคมหรือ Physical Distancing

For the first time ever, WJ Walk by CEO-SCG Packaging Mr. Wichan Jitpukdee was broadcast from the firm's Nava Nakorn plant. As the New Normal materialized, streaming was the chosen option for the top executive to meet other SCG Packaging's members while maintaining Physical Distancing.

เริ่มต้นด้วยการเปิดตัวทัวร์ Inspired Solutions Studio สตูดิโอใหม่เอี่ยมของเอสซีจี แพคเกจจิ้ง ที่พร้อมไปด้วยบรรจุภัณฑ์หลากหลายรูปแบบอย่างครบวงจร ครอบคลุมทุกไลฟ์สไตล์ หรือ Packaging in Everyday Life โดยมีพี่วิชาญ จิตรภักดี เปิดประตูต้อนรับ พร้อมเชิญชวนชาวแพคเกจจิ้งทุกคนมาร่วมชมเพื่อจุดประกาย ค้นหาแรงบันดาลใจใหม่ ๆ ในการสร้างสรรค์ผลงานตามมาด้วยพี่วิชาญ เจริญกิจสุพัฒน์ ที่มาแนะนำโซนบรรจุภัณฑ์ที่ตอบโจทย์ความสะดวกในชีวิตประจำวันภายในบ้าน ไม่ว่าจะเป็น Food Safety Packaging, EzySteam™, FybroZeal™ ถัดมากับโซนบรรจุภัณฑ์ละลานตาในซูเปอร์มาร์เก็ตจำลอง โดยมีพี่กรณย์ เตชะเสน พาทัวร์โซนนวัตกรรมใหม่ ๆ ไม่ว่าจะเป็น OptiBreath™, Shelf Ready, Rigid Packaging, Flexible Packaging, Smart Packaging พร้อมบอกเล่าข้อมูลคุณสมบัติอย่างที่เราเรียกว่าตัวจริงมาเอง และปิดท้ายความครบวงจรด้วยพี่สุชัย กอประเสริฐศรี ที่พาไปดูในโซนบรรจุภัณฑ์และโซลูชันอื่น ๆ ไม่ว่าจะเป็น Logistics Packaging, e-Commerce, Marketing Event Solutions รวมไปถึงพามา Design Space ของเหล่านักออกแบบผู้อยู่เบื้องหลังการออกแบบ พัฒนาบรรจุภัณฑ์และโซลูชันมากมายให้กับลูกค้า

ต่อด้วยช่วง Executive Sharing: Living a New Normal โดยพี่แสงชัย วิริยะอำไพวงศ์ พี่दनัยเดช เกตุสุวรรณ พี่กุลชฎัญ ธาราจันทร์ และพี่สุรศักดิ์ อัมมวรรณ มาร่วมกันแชร์ประสบการณ์ในการบริหารจัดการทั้งในด้านการดำเนินงานและคนช่วงที่ผ่านมา โดยทุกฝ่ายทำงานกันอย่างสอดประสาน นำเครื่องมือเทคโนโลยีด้านไอทีมาปรับใช้ในการทำงานให้ราบรื่นและคล่องตัว รวมไปถึงวิธีการในการสร้าง Team Engagement ให้ได้ท่ามกลางข้อจำกัดด้านระยะทาง เรียกได้ว่าเป็นการยกระดับการทำงานแบบ Hybrid Workplace ให้ธุรกิจสามารถดำเนินไปได้อย่างต่อเนื่องและมีประสิทธิภาพ



“
**พวกเราต้องรักษาระยะห่าง
 (Physical Distancing)
 ด้วยการทำงานแบบ Hybrid
 และวางแผนการทำงานอย่าง
 รัดกุมและมีประสิทธิภาพ
 ส่งผลให้การดำเนินงานของเรา
 ก็ผ่านมายังอยู่ในระดับดี**
 ”

เข้าสู่ช่วง WJ's Communication เหมือนทุกครั้ง พี่วิชาญ จะย้ำเรื่องความปลอดภัยในการทำงานเป็นอันดับแรก โดยกล่าวถึงช่วงเวลาอันท้าทายที่เกิดขึ้นกับเศรษฐกิจทั่วโลกจากผลกระทบของ COVID-19 ซึ่งพวกเราต้องรักษาระยะห่าง (Physical Distancing) ด้วยการทำงานแบบ Hybrid และวางแผนการทำงานอย่างรัดกุม และมีประสิทธิภาพ ส่งผลให้การดำเนินงานของเราที่ผ่านมายังอยู่ในระดับดี

สำหรับผลการดำเนินงานของเอสซีจี แพคเกจจิ้ง ในช่วงครึ่งปีแรก มีรายได้จากยอดขาย (Revenue from Sale) อยู่ที่ 45,903 ล้านบาท สูงขึ้น 11% หากเทียบกับช่วงเวลาเดียวกันของปี 2019 (H1/2019 = 41,529 ล้านบาท) EBITDA เพิ่มขึ้นประมาณ 26% อยู่ที่ 8,994 ล้านบาท เทียบกับครึ่งปีแรกของปีก่อน (H1/2019 = 7,114 ล้านบาท) โดยมีรายได้จากบรรจุภัณฑ์กระดาษเป็นหลัก เพราะผู้คนหันมาซื้อขายออนไลน์เป็นหลักจนส่งผลให้ความต้องการกล่องพัสดุเพิ่มสูงขึ้นตาม อย่างไรก็ตาม ขอให้ทุกคนติดตามสถานการณ์อย่างสม่ำเสมอ และคำนึงถึงผลกระทบหากเกิดการระบอบการปกครองที่สอปิดท้ายด้วยช่วง Recognition เพื่อชื่นชมและขอบคุณพนักงานที่ร่วมกันสร้างคุณประโยชน์และชื่อเสียงให้กับเอสซีจี แพคเกจจิ้ง

WJ Walk ครั้งนี้ ถือเป็นการต้อนรับชาวเอสซีจี แพคเกจจิ้ง แบบวิถีใหม่ สไตล์ใหม่ ได้อย่างสนุกสนาน น่าติดตาม และน่าประทับใจจริง ๆ

The latest WJ Walk began with an online tour around Inspired Solutions Studio, which was just launched by SCG Packaging. The CEO said the studio was full of inspirations as it featured a great range of packaging in everyday life. Mr. Wichan Charoenkitsupat then introduced Food Safety Packaging, EzySteam™, and FybroZeal™, while Mr. Karan Tejasen showcased innovations like OptiBreath™, Shelf Ready, Rigid Packaging, Flexible Packaging, and Smart Packaging. Mr. Suchai Korprasertsri then highlighted Logistics Packaging,

e-Commerce, Marketing Event Solutions, and Design Space, which is behind the design and development of various packaging solutions for customers.

At the end of the tour, the Executive Sharing: Living a New Normal session started with Mr. Sangchai Wiriyumpaiwong, Mr. Danaidej Ketsuwan, Mr. Kulachet Dharachandra, and Mr. Surasak Amawat on stage. They talked about how they had worked in coordination to integrate IT to SCG Packaging, ensure smooth operations, foster team engagement, and create an efficient hybrid workplace for business continuity and efficiency.

Mr. Wichan Jitpukdee then took charge of WJ's Communication session. Again, he emphasized the need to uphold safety culture. In the wake of COVID-19 outbreak, he pointed out that Physical Distancing and the use of hybrid workplaces were important. He then revealed that SCG Packaging had to date done well even in the face of the pandemic.

“

Physical Distancing and the use of hybrid workplaces were important. SCG Packaging had to date done well even in the face of the pandemic.

”



During the first half of 2020, SCG Packaging's revenue from sale soared by 11% to 45,903 million baht from the same period a year earlier (H1/2019 = 41,529 million baht) while EBITDA jumped by 26% when compared with the same period of the previous year (H1/2019 = 7,114 million baht). The firm's revenue came mainly from paper packaging, which saw higher demand thanks to brisk e-Commerce. Mr. Wichan, so far, reminded that everyone should closely monitor the situation and consider impacts from the possible second wave of COVID-19 infections.

He then went ahead with Recognition session, during which he thanked staff for supporting SCG Packaging and contributing to its reputation.

Fun and impressive, the latest WJ Walk truly reflects the New Normal of SCG Packaging. 



มาเล่นเกมจับคู่กัน

Matching Game

ด้านล่างนี้มีแพคเกจจิ้งให้ลองจับคู่ดูว่า แบบไหนมีคุณสมบัติอย่างไร ใครที่เป็นแฟนพันธุ์แท้ต้องตอบให้ถูกทุกข้อนะ

Below are six practical products. Can you match them with their characteristics?



- a. FybroZeal™
- b. EzySteam™

- c. OptiBreath™
- d. U-Space

- e. Paper Cape
- f. Fest Chill

1

ปิดผนึกได้ด้วยความร้อน ไม่ต้องเคลือบฟิล์มพลาสติก ย่อยสลายได้ตามธรรมชาติ
A heat sealable packaging, which does not require plastic coating and is also biodegradable.



2

ผลิตจากกระดาษลูกฟูก ประกอบง่าย ติดตั้งได้เอง เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม
Made of corrugated paper, it is easy to assemble and install. Also, it is friendly to the environment.



3

ผลิตจากเยื่อกระดาษใหม่ 100% ลดความเสี่ยงในการแพร่เชื้อ ทนการซึมน้ำได้นาน 30 นาที
Designed to reduce disease transmissions, this solution is made of 100% virgin pulp. It is water resistant for up to 30 minutes.



4

เคลือบด้วยฟิล์มที่สามารถบรรจุอาหารร้อนได้ถึง 130 องศาเซลเซียส แข็งแรง สามารถลอกฟิล์มเพื่อนำไปรีไซเคิลได้
กระดาษย่อยสลายได้ภายใน 60 วัน
Film-coated packaging comes with high strength and hot food containable up to 130 degrees Celsius. After usage, seal off its film coating for recycling. Its paper part is biodegradable within 60 days.



5

สะดวกอุ่นเวฟได้ ไม่ต้องฉีกซอง สะอาด ปลอดภัย ความสะดวกนุ่มอร่อย
Easy to microwave without tearing the package. It ensures food content is safe, clean, soft, and delicious.



6

ยืดอายุ ความสะดวกของสินค้า เก็บรักษาและขนส่งได้ไกลขึ้น
Extend shelf life and keep fresh, enabling the fresh produces to be delivered to farther areas.



สำหรับท่านที่ทราบคำตอบแล้ว ย่ารอช้า รีบส่งคำตอบพร้อมอีเมลชื่อและสถานที่สำหรับส่งของรางวัลมาได้ที่ kamonrae@scg.com ภายในวันที่ 30 ตุลาคม พ.ศ. 2563 (กรณีเป็นพนักงาน SCG ขอเป็นที่อยู่สำนักงานนะค่ะ) ผู้ที่โชคดีและตอบถูกได้รับไปเลย Starbucks Card มูลค่า 300 บาท จำนวน 10 ใบ

If you know the answers, send them together with your name and mailing address to kamonrae@scg.com by 30 October 2020 (If you are SCG employees, please use your office address). Lucky winners will get Starbucks card worth Bt300 each. As many as 10 prizes are up for grabs.

● สำหรับผู้ใช้คนที่ตอบคำถามถูกต้อง
● ใน a LOT ฉบับที่ 19 ได้แก่

- 1. ภักธกรรณ์ ดวงจันทร์
- 2. กิตติพงษ์ อารักษ์พุทธรัตน์
- 3. เพ็ญศรี เรืองพงษ์
- 4. สุดา สันติภาพ
- 5. มานะศักดิ์ เกิดโสภา
- 6. ลลิตา เกาะประเสริฐ
- 7. กุณัฐ เลิศทวารทิศา

จุดจิตใจ ยังไงก็พร้อม

EXERCISE MINDSET



อ. ดร.กฤติณี พงษ์ธนเลิศ (อ.เทด) หรือเทดวดี Marumura ปัจจุบันเป็นอาจารย์ประจำ คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย นักเขียนประจำ เว็บไซต์ The Cloud, Marumura และนักเขียนเจ้าของหนังสือธุรกิจและการตลาด อีกหลายเล่ม

Dr. Kritinee Pongtanalert, aka Gadewadee Marumura, is now a lecturer at the Chulalongkorn University's Faculty of Commerce and Accountancy. Being the author of many business and marketing books, she also writes regularly for The Cloud and Marumura.

ปฏิเสธไม่ได้ว่าวิกฤตโควิด-19 สร้างความเปลี่ยนแปลงให้กับโลก มนุษย์ทุกคนต้องปรับตัวชีวิตอย่างไม่กับ ตัวตัววันเกิด New Normal สำหรับภาคธุรกิจและพนักงานก็ต้องปรับตัวรับและเดินหน้าต่อ เล่มนี้เรารีวิว อ.เทด มาแบ่งปันวิธีการปรับตัว ปรับความคิด และแชร์เคล็ดลับที่ทำให้หลวมรับงานอยู่เสมอ

COVID-19 has already changed the world, setting New Normal for all. In order to keep going, entrepreneurs and their employees need to adapt much. Spark your passion therefore interviews Dr. Kritinee so as to get useful tips for our readers.

ให้การเปลี่ยนแปลงคือโอกาสเริ่มต้นสิ่งใหม่

“การ See little beautiful things หรือการมองเห็น สิ่งเล็ก ๆ ที ๆ รอบ ๆ ตัวเป็นเรื่องสำคัญ ช่วงโควิด ที่ผ่านมามีใครที่โดนแคนเซิลงานทั้งหมด ในช่วงเวลาว่างเลยได้ลองทำอาหาร ได้ฝึกทำเมนูใบเหลียงผัดไข่ ลองซื้อเครื่องทำไอติมมาลองทำ ตอนทำเสร็จแล้ว เรารู้สึกสนุกมาก คิดไปถึงตอนนั้นก็ เฮ้ย ถ้าไม่มี โควิดเราไม่สามารถทำอะไรแบบนี้ได้แน่เลย เราไม่ได้ โลกสวยนะ แต่แค่รู้สึกว่าการไปเรื่อย ๆ แล้วไม่มีพลัง ผู้เอนจอยกับการได้อยู่บ้านดีกว่าไหม ลองชื่นชมต้นไม้ ที่ค่อย ๆ แตกใบ พอดต้องกลับไปออฟฟิศก็ให้คิดว่าดี นี่มา อยู่บ้านคนเดียวมาตั้งนาน วิธีคิดแบบนี้จะทำให้ เรามี Attitude ที่เปิดรับ พร้อมกับการเปลี่ยนแปลง ถือเป็นการ Exercise Mindset ตัวเองให้พร้อมกับการเปลี่ยนแปลงตลอดเวลา”

วางเป้าหมายของงานให้ชัด แล้วความรัก จะตามมา

“หากรู้สึกไม่ชอบงานที่กำลังทำให้ถามตัวเองก่อนว่า ไม่ชอบจริงหรือเปล่า ไม่ชอบตรงนี่คืออะไร เพราะเราไม่ถนัดหรือ หรือเพราะมันเหมือน ๆ กันทุกวัน หรือเปล่า พวกเรามักจะมีคำถามหรือโดนสอน มาบ่อยว่าให้มองหาสิ่งที่ใช่ เจองานที่รัก เราอยากจะทำ ต้องตั้งใจทำงานไปเรื่อย ๆ ส่วนตัวไม่ค่อยกล้า ใช้คำว่า Passion เพราะเป็นคำที่มีพลังในตัวเอง เหมือนต้องลุย ต้องบีบคั้นตัวเอง แต่จะชอบคำว่า Purpose มากกว่า คือไม่ว่าจะทำอะไรให้เห็น จุดประสงค์ของงานที่ทำ

“หากเรากำลังทำงานหนึ่งอยู่ แล้วเกิดความรู้สึก ไม่ชอบ ลองไม่ใส่ความคิดตัวเองหรือความไม่ชอบ ของตัวเองเข้าไปในงาน ให้คิดว่าทำเพื่อคนอื่น

เราจะนึกถึงคนอื่นได้ง่ายขึ้น อยากที่จะทำงานมากขึ้น เปรียบเทียบกับคนที่พ่ายเรือแต่ไม่ไปไหนสักที กับคนที่แบบไม่รู้แหละ ฉันทจับพ่ายไปก่อน จ้วงไปเรื่อย ๆ จนเริ่มทำได้ดี พอคุณทำได้ดีปั๊บ เจ้านายชม ลูกค้าชม เราก็มีกำลังใจที่จะทำไปเรื่อย ๆ และเราอาจจะทำได้ดีขึ้นในงานงานนั้นก็ได้ โดยไม่จำเป็นต้องเริ่มจากงานที่เรารัก”

เอ๊ะ? ให้บ่อย

“เราต้องนึกถึงลูกค้า และลูกค้าของลูกค้า มันคือการ Empathy ไปให้สุด ๆ การคุยกับลูกค้าต้องคุยและสังเกต สังเกตไปที่อารมณ์ความรู้สึกของลูกค้า เราต้องเอ๊ะบ่อยขึ้น เช่น ยาสีฟัน แปรง ๆ เสรีจวางทุกคนจะวางแบบ ๆ มันจะกินที่ไหม ถ้าเราเอ๊ะอีกนิดหนึ่งเราจะได้อะไรใหม่ เกิดผลิตภัณฑ์ใหม่เมื่อเอ๊ะแล้วเราต้องเข้าใจลูกค้าจริง ๆ ด้วย ไปรู้ไปเห็นให้ได้ว่าลูกค้าลำบากแบบนั้นๆ เช่น ลูกค้าไปซื้อข้าวแกงเดินหน้ามันไปแล้วต้องหอบหิ้วถุงแกงกลับมาหน้าเขาหงุดหงิดเนอะ ทำไมเขาถึงต้องเดินแบบนี้นักวาง ๆ เพราะแพคเกจจิ้งไม่ใช่แค่ความสวยงามแต่เป็นสิ่งที่จะช่วยส่งคุณค่าให้กับผลิตภัณฑ์ของเรา และสร้างประสบการณ์ที่ดีให้กับลูกค้า ตลอดการเดินทางของเขา คุณอธิบายให้เห็นลูกค้าได้ถึงขนาดนั้นไหม เราอยากให้มีกิจกรรม Observe Human สังเกตมนุษย์ดู ซึ่งถ้าพนักงานได้สังเกตแบบนี้ขึ้นเรื่อย ๆ เราว่าไอเดียมีเป็นล้านให้คิดต่อได้”

หัวใจของธุรกิจคือ การให้ ไม่ว่าสถานการณ์ไหนก็อยู่รอด

“จุดประสงค์ของการทำธุรกิจต้องคิดเสมอว่าเป็นการช่วยคน ให้มองว่าการทำธุรกิจคือการทำบุญ เมื่อไหร่ที่เราทำธุรกิจเพื่อหากำไรเข้าตัวเอง เงินเป็นเหมือนสิ่งมีชีวิต ถ้าเราพยายามจะคว้า มันจะยิ่งหนีออกไป ต้องคิดว่าธุรกิจของเราจะช่วยเหลือคนอื่นได้มากน้อยเท่าไร ในขณะที่เรายังอยู่ได้ด้วย เคยไหมที่แกะแพคเกจจิ้งแล้วกรรไกรทิ่มมือ แกะแล้วหงุดหงิดแต่ถ้ากลับกันเพียงแค่วันนึง เราคิดผลิตภัณฑ์ ๆ ให้ลูกค้า ให้ลูกค้าได้ใช้ของดี ๆ เขาได้รับแพคเกจจิ้งแล้วมีความสุข แค่นี้เราก็ได้ให้แล้ว”

Change = Opportunity to Start New Things

“It is important for us to see little beautiful things. Because of COVID-19 outbreak, all my jobs had been canceled. But thanks to that, I found myself with much free time. I had fun cooking new dishes and making ice-cream, something I had never done before. Without COVID-19, I would have not been able to have such blast. I am not too optimistic. But I think being worried will not

solve anything. I had better enjoy my time at home. This way, when I return to office, I am also happy. It’s good being back after spending so much time alone at home. I have done mindset exercises to ensure I am ready for changes at all times.”

Purposes to Bring Love

“Before concluding that you hate your job, ask yourself a few questions first. Do you really hate it? If yes, why? Is it because you are bad at what you are doing? Or are you just fed up with routines? People usually say they should look for what is right for them. But in my opinion, I prefer purposes to passion.

“When you work, you should keep in mind that your job serves others. When we focus on the purposes of our jobs, we will be keener to work. Keep working. If you keep trying, you will finally get the knack for it. Your customers and your boss then will notice that. With their compliments, you will feel inspired.”



What About?

“We should empathize with customers. When you talk to your customers, pay attention. Then, ask questions about what you have observed because that will lead to insights. If you see customers walk home, looking frustrated, with food bags in hand, you may also notice that they spread their fingers unnaturally. That underlines the fact that a packaging must be something more than being beautiful. We must impress our customers throughout their journey with us. I recommend that you organize Observe Humans activities for your employees. They can lead to millions of ideas.”

เทคนิคเติมความกระปรี้กระเปร่าเมื่อต้อง WFH

1. เปลี่ยนอารมณ์

พักสายตากรานสลับไปทำกิจกรรมอื่น ๆ เช่น ดูหนัง ออกกำลังกาย หรือปลูกต้นไม้ เพื่อคลายความเครียด

2. จินตนาการถึงความสุขของลูกค้า

ลองนับจินตนาการเล่น ๆ ว่างานที่ทำ เมื่อส่งถึงลูกค้าจะชอบมากแค่ไหน หรือจะดีใจแค่ไหน ก็จะทำให้รู้สึกหายเหนื่อยได้

3. ขอบคุณสิ่งเล็ก ๆ น้อย ๆ รอบตัว

หากต้องทำงานอยู่ที่บ้านแบบเบื่อบ้าง ๆ ให้ความรู้สึกขอบคุณเกิดขึ้นง่าย ๆ เช่น มีพนักงานมาส่งของให้ขอบคุณที่เขามาส่งถึงประตูบ้าน ผ่านความลำบากมา เราะรู้สึกดีกับสภาพแวดล้อม และทำให้รู้สึกกับตัวเองดีขึ้น

Easy Tips to Brighten Your Mood during WFH Mode

1. Switch Mode

Take your eyes off your work every now and then for leisure activities. Watching a film, doing exercise, and gardening can ease stress.

2. Imagine Customers’ Happiness

Visualize in your mind how much your customers love your job. It will wipe away your fatigue.

3. Be Grateful to Small Things

During your WFH, you may thank a deliveryman for sending what you have ordered. By saying “Thank You,” you yourself also feel better then.

Business Will Always Survive If Giving Is at Its Heart

“You should consider your business a way of helping people or doing good things. When you focus on profits, money will be very elusive. Have you ever cut yourself with a pair of scissors while trying to open a package and become upset? This means just by producing good things like packaging for people, they will be happy. The delivery of good products means you are a giver.” P



แพลตฟอร์มออนไลน์ เรียนภาษาได้ทุกที่ ทุกเวลา

Online Platform for English Learning Anytime, Anywhere



ฝึกภาษาอังกฤษในยุคนี้ไม่ใช่เรื่องยากอีกต่อไป การเรียนแบบตัวต่อตัวผ่านช่องทางออนไลน์เป็นอีกหนึ่งวิธีที่อำนวยความสะดวกให้คนวัยทำงานในยุคนี้สุด ๆ เพราะเลือกเวลาเรียนเองได้ เลือกอาจารย์ผู้สอนเองก็ได้ ไม่ต้องเดินทางให้เสียเวลา แค่มือใจ มิวเนีย และมีเวลาพักผ่อนแล้ว

Today, it is not at all difficult to practice English given that you can now access online platforms for your English classes anytime, anywhere. You can set your own class schedule, choose your own teachers and study in the comfort of your home. Check out some of the interesting platforms here.



Globish

ฝึกพูดแบบตัวต่อตัว ตอนไหนก็ได้แบบเรียลไทม์

ผู้เรียนสามารถเลือกเรียนแบบออนไลน์ตัวต่อตัว มีโค้ชชาวต่างชาติจากหลายประเทศให้เลือก แถมยังเลือกเวลาเรียนได้ตลอด 24 ชั่วโมงทุกวัน เรียนแบบออนไลน์ผ่านวิดีโอคอล เรียนสดทุกคลาส และได้ตอบโต้แบบเรียลไทม์

- มีการทดสอบระดับภาษา (CEFR Level) ก่อนเริ่มเรียน เพื่อให้คุณประเมินระดับการพูดและเลือกคอร์สที่ต้องการจะฝึกทักษะเพิ่มเติมได้อย่างถูกต้อง
- ผู้สอนได้รับคัดเลือกจากประวัติการศึกษา ประสบการณ์ทำงาน ประสบการณ์การสอน และมีใบอนุญาตที่ถูกต้อง
- คิดค่าใช้จ่ายตามลักษณะคอร์สที่เรียน
- ดูรายละเอียดเพิ่มเติม www.globish.co.th

Private Real-Time English Lessons

Developed by Thais, this platform recruits teachers from all over the world. So, you can really find a class round-the-clock every day. Classes are conducted online via video calls, with real-time interactions.

- You will be required to take an English test (CEFR Level), which will help you choose a course that matches your English-knowledge level.
- Teachers are well-qualified in terms of educational background, teaching experience, work experience, and teaching license.
- Fees vary based on courses chosen.
- For more information, visit www.globish.co.th.



Lingoda

โรงเรียนสอนภาษาออนไลน์

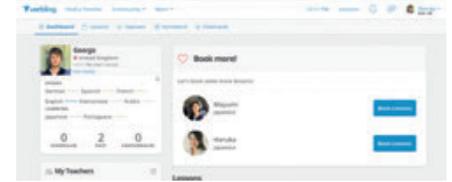
แพลตฟอร์มโรงเรียนสอนภาษาออนไลน์ที่เป็น Authorized Linguaskill Agent กับ Cambridge Assessment ซึ่งการเรียนการสอนจะอ้างอิงตามเกณฑ์และมาตรฐานของ CEFR (Level A1 - C1) ที่ได้รับการยอมรับทั่วโลก

- ในขั้นตอนการลงทะเบียน คุณสามารถเลือกได้ว่า จะเรียนทักษะใด ระดับใด ต้องการเรียนแบบกลุ่มหรือตัวต่อตัว โดยจะมีผู้สอนให้เลือกตามทักษะ
- สามารถเลือกเวลาเรียนได้ แต่แต่ละคลาสใช้เวลาประมาณ 1 ชั่วโมง และเรียนผ่านโปรแกรม Zoom
- ค่าเรียนคิดเป็นรายเดือน รายละเอียดแตกต่างกันขึ้นอยู่กับว่าคุณเลือกเรียนแบบกลุ่มหรือตัวต่อตัว
- ดูรายละเอียดเพิ่มเติมได้ที่ www.lingoda.com

Online Language School

It is an Authorized Linguaskill Agent of Cambridge Assessment, conducting classes based on internationally-recognized CEFR (Level A1-C1) standards.

- When you register for a course, you can specify the level you are interested in, the specific skills you wish to pursue, and choose whether you want to study in a small group or in a private class.
- Each class lasts about an hour via Zoom. You may set your own class schedule.
- Fees are on a monthly basis. They vary based on your specifications.
- For more information, visit www.lingoda.com.



Verbling

แพลตฟอร์มออนไลน์ ดีไซน์คอร์สตามผู้เรียน

Verbling ถือเป็นแพลตฟอร์มเรียนภาษาออนไลน์ที่ผู้สอนจะเป็นผู้ดีไซน์ความต้องการของคุณ แล้วเปลี่ยนเป็นหลักสูตรที่จะช่วยเติมทักษะทางภาษาอังกฤษที่คุณยังขาดไป

- เรียนผ่านแพลตฟอร์มส่วนตัวของ Verbling ได้ทุกที่ทุกเวลา ไม่ต้องเรียนผ่าน Zoom หรือ Skype
- ลงทะเบียนเรียนง่าย ๆ เพียงแค่เลือกครูที่สนใจจากประวัติ รูปถ่าย อัตราค่าเรียน สามารถประเมินได้จาก Feedback ที่มีคนเคยรีวิวไว้
- ค่าเรียนขึ้นอยู่กับครูผู้สอน โดย 30 นาทีแรกเรียนฟรี
- ดูรายละเอียดเพิ่มเติมได้ที่ www.verbling.com

Verbling Tailors Courses to Your Needs

Verbling promises to tailor courses to your needs, with tutors specifically designing an English course just for you.

- Classes can be conducted anytime, anywhere via Verbling's platform.
- Easy registration. You can choose a tutor based on their profile, rate, and feedback from other learners.
- Tutors have different rates. But all offer the first 30 minutes of class free.
- For more information, visit www.verbling.com.

** CEFR (Common European Framework of Reference for Languages) คือ มาตรฐานการวัดระดับภาษาสากล ที่ใช้อธิบายระดับความเชี่ยวชาญทางภาษา ซึ่งได้รับการยอมรับอย่างกว้างขวางในทวีปยุโรป และกำลังได้รับการยอมรับเพิ่มมากขึ้นทั่วโลก

** CEFR (Common European Framework of Reference for Languages) is a guideline used to describe achievements of learners of foreign languages across Europe and, increasingly, in other countries. 



DATA | SYSTEM | COLLABORATION

Getting Stronger & Moving Forward Together
สร้างความแข็งแกร่ง พาก้าวไปด้วยกัน

ตลอดหลายเดือนที่ผ่านมา โควิด-19 ได้เข้ามาท้าทายในทุกภาคส่วน แต่ภาคธุรกิจหนึ่งในพื้นที่เพื่อขับเคลื่อนสังคมอาเซียนนี้ไม่ได้ และจำเป็นต้องปรับการดำเนินงานให้สอดคล้องกับสถานการณ์ ถือเป็นความท้าทายที่องค์กรต้องบริหารจัดการ หนึ่งในนั้นคือ การทำให้คนและธุรกิจดำเนินต่อไปได้ภายใต้เงื่อนไข Work from Home แน่นอนว่าในสถานการณ์เช่นนี้ คณะทำงานสถานการณ์ฉุกเฉิน COVID-19 ถือเป็นแกนหลักที่เข้ามาบริหารจัดการ เพราะวิกฤตครั้งนี้ไม่ใช่เพียงภัยธรรมชาติ แต่เป็นภัยระดับมนุษยชาติที่หลายคนพูดเป็นเสียงเดียวกันว่า **“ท้าทายที่สุดตั้งแต่เคยพบเจอ”**

The new coronavirus disease 2019 (COVID-19) has challenged every sector in society in recent months. Despite the severity of the situation, the business sector has refused to bow down. All enterprises have been trying to adjust themselves to COVID-19 impacts so as to keep their business going. At SCG Packaging Committee on COVID-19 situation has played a vital role in managing the crisis. Members of humankind have reckoned that COVID-19 is **“the toughest crisis they have ever seen.”**

คณะทำงานสถานการณ์ฉุกเฉิน COVID-19 คือใคร

คณะฯ ดังกล่าวเกิดจากการรวบรวมตัวแทนทีมจากทุกสายงานที่เกี่ยวข้องอย่างรอบด้าน ไม่ว่าจะเป็นด้านบริหารจัดการพื้นที่ทั้งในและต่างประเทศ ด้านการผลิต ด้านวิจัยและพัฒนา ด้านวิศวกรรม ด้านวางแผนการตลาดและการขาย ด้านการจัดการวัตถุดิบ ด้านการขนส่ง ด้านบุคคล ด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ ตลอดจนด้านการสื่อสาร มาร่วมทำหน้าที่กำหนดมาตรการและแนวทางปฏิบัติต่าง ๆ จากนั้นจึงสื่อสารไปยังพนักงาน คู่ธุรกิจ และลูกค้า เพื่อให้ธุรกิจดำเนินไปได้อย่างต่อเนื่อง

พี่ตัวดี - ธวัชชัย วงศ์ไพศาล ประธานคณะฯ เล่าว่าก่อนว่า เอสซีจี แพคเกจจิ้งได้เตรียมระบบ Business Continuity Management หรือ BCM ไว้ตั้งแต่ พ.ศ. 2554 เพื่อรองรับสถานการณ์วิกฤติต่าง ๆ เช่น ภัยธรรมชาติ การก่อการร้าย และการชุมนุมทางการเมือง ซึ่งที่ผ่านมาเป็นเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นเฉพาะจุด แต่รอบนี้เป็นโรคระบาดที่มีการแพร่กระจายจากทุกทิศทาง การบริหารจัดการจึงท้าทายกว่ามาก

“ช่วงนั้นโควิด-19 เริ่มระบาดไปในหลายประเทศ ไม่เว้นแม้แต่ประเทศที่เรา มีธุรกิจอยู่ ตอนนั้นเหมือนโดนทุกทิศทาง พี่วิชาญ CEO ของเราได้ให้ Direction ที่ชัดเจนว่า ‘คนต้องมาก่อน’”

“คน” สำคัญที่สุด

ระบบ BCM ที่ถูกวางแผนไว้ตั้งแต่ พ.ศ. 2554 ซึ่งมีทั้ง Business Management Team (BMT) และ Local Management Team (LMT) จะมีการซักซ้อมเป็นระยะทุกปี เพื่อพร้อมรับทุกสถานการณ์

“เรามี System ที่ชัดเจน เมื่อเกิดเหตุวิกฤติขึ้น ก็แค่ Activate System ที่เซตไว้ และรันทุกอย่างไปตามขั้นตอน” **พี่โอ - โอกาส รักษ์กุลชน** ขยายความก่อนเล่าให้ฟังถึงเคสในต่างประเทศ

“กรณีในจากการตาที่อินโดนีเซีย พอเกิดสถานการณ์เราก็ประเมินว่า พื้นที่ที่คนของเราอยู่อาจจะระบาดหนัก ไม่ปลอดภัย จึงเรียกคนของเรากลับทั้งหมด เพราะความปลอดภัยของคนสำคัญเป็นอันดับแรก ถ้ามีระบบ IT มาช่วยสนับสนุน ก็ยังพอรันต่อได้ ซึ่งในส่วนนี้ทางฝ่าย IT ช่วยเราได้เยอะ”

แนวคิด “4C”

“C ตัวแรก **Care** คือแคร์พนักงาน คู่ธุรกิจ สังคม ชุมชน ลูกค้า และผู้เกี่ยวข้อง C ตัวที่ 2 **Control** คือ กำหนดมาตรการและแนวปฏิบัติที่ชัดเจน เพื่อควบคุมสถานการณ์และความเสี่ยงให้อยู่ในวงจำกัด C ตัวที่ 3 **Contingency** คือ ประเมินสถานการณ์ล่วงหน้า วางแผน เตรียมรับมือกับสิ่งที่คาดว่าจะเกิดขึ้นและบริหารจัดการให้ธุรกิจสามารถเดินต่อไปได้ C ตัวที่ 4 **Communication** หมั่นสื่อสารโดย Leader ต้องเป็นผู้นำ เนื่องจากสถานการณ์ไม่ปกติ เราต้องบริหารแบบ Crisis ด้วย Sense of Urgency with Care”

ที่ตัวอธิบายก่อนเสริมว่า เมื่อทุกคนเข้าใจทิศทางทุกอย่างจึงดำเนินไปได้ด้วยดี สิ่งใดที่ผู้นำในพื้นที่ต้องตัดสินใจให้ทำได้ที่ขณะที่คณะฯ จะคอยสนับสนุนและดูแลในภาพรวม จึงทำให้ใช้เวลานานกว่า 40 แห่งนำไปปรับใช้กับหน่วยงานของตนเองได้ทันที ธุรกิจจึงสามารถดำเนินได้อย่างต่อเนื่อง

Great Factors

ในวิกฤติเร่งด่วนเช่นนี้ หากจะสรุปจุดเรียนรู้หรือประสิทธิภาพของการทำงานในครั้งนี้ น่าจะเป็นผลจากส่วนผสมของ 3 สิ่งนี้

1. Fact and Data การได้รับข้อเท็จจริงและข้อมูลจากแหล่งที่ตรวจสอบและเชื่อถือได้ ประเด็นนี้ **พีทอกอล์ฟ - ธนธร ลิทธิผล** ขยายความว่า เราทราบข่าวคนป่วยตั้งแต่ช่วงแรกที่เกิดเหตุในอุษัน จึงเริ่มแจ้งเตือนเป็นการภายใน ซึ่งผลกระทบยังไม่กว้าง เมื่อสถานการณ์เริ่มยกระดับ จึงเริ่มมีการประชุมและประเมินเหตุการณ์ที่จะกระทบกับธุรกิจ จากนั้นจึงเตรียมระบบรองรับมาตรการต่าง ๆ ขึ้น เช่น ระบบคัดกรองผู้เข้ามาในอาคาร ระบบการเคลื่อนย้ายผู้สงสัยจะติดเชื้อ การจัดพนักงานสลับมาทำงาน ระบบการทำงานผ่าน VPN ถือว่าเราเป็นที่แรก ๆ ที่ตื่นตัว และประกาศ Work from Home ก่อน

2. System ที่แข็งแกร่ง เราวงระบบ Infrastructure ไว้อย่างดี บวกกับความช่วยเหลือด้าน IT ที่เตรียมความพร้อม ตั้งแต่เปิดระบบการใช้งาน VPN ให้กับพนักงานทุกคนทั้งในและต่างประเทศ มีการซักซ้อม เมื่อถึงเวลาต้องใช้ก็เริ่ม Activate System ที่คณะฯ วางไว้ได้ทันที **พีโอกล่าเสริม**

3. Collaboration ที่ดี เพราะความร่วมมือจากทุกโรงงานในยามวิกฤติเช่นนี้เอง ที่ช่วยให้การเตรียมความพร้อมสามารถสำเร็จได้ภายในหนึ่งสัปดาห์ จุดนี้ถือเป็นความเข้มแข็งของเอสซีจี แพคเกจจิ้ง อย่างแท้จริง **พีชัย - ธนชัย ผู้รับผิดชอบ** เล่าอย่างประทับใจ

และไม่ใช่ว่าเพียงพนักงานหรือตัวแทนจากโรงงานต่าง ๆ เท่านั้น แต่กลุ่มที่ผู้บริหารยังให้ความสำคัญกับการซักซ้อมและให้ความร่วมมือในการเตรียมความพร้อมอย่างเต็มที่ เพราะสิ่งสำคัญคือการที่ผู้นำทุกระดับทำให้เห็นเป็นตัวอย่างว่าเรื่องนี้ต้องจริงจัง **พีละไม - ละไม จินตนาบุตรณ์** กล่าวปิดท้าย



เพราะความร่วมมือจากทุกโรงงาน ในยามวิกฤติเช่นนี้เอง ที่ช่วยให้ การเตรียมความพร้อม สามารถสำเร็จได้ภายในหนึ่งสัปดาห์

จุดนี้ถือเป็นความเข้มแข็ง ของเอสซีจี แพคเกจจิ้ง อย่างแท้จริง

Structure of the Committee on COVID-19 Situation

This committee is composed of representatives from all lines of SCG Packaging, including overseas-based units. These representatives have come together to formulate the best guideline and communicate it to staff in their teams, business partners, and customers for the goal of ensuring business continuity.

Mr. Twatchai Wongpaisarn serves as the chair of the Committee. According to him, SCG Packaging has set up Business Continuity Management (BCM) system since 2011 so as to boost preparedness to deal with possible crises such as natural disasters, terrorism, and disruptive political demonstration. In the past, crises affected just specific areas. But this time, COVID-19 outbreak has spread all over the world.

“Since the onset of the outbreak, our CEO has issued a clear direction that People Come First,” Mr. Twatchai reveals.

“People” are Top Priority

Since 2011, BCM system has established the Business Management Team (BMT) and Local Management Teams (LMT) to make necessary preparations and conduct exercises every year.

“Because we have a clear-cut system in place, we only need to activate it during COVID-19 crisis,” **Mr. Opart Rakkulchon** says.

“When our assessment suggested our people at our business place in Jakarta had a high risk of contracting the disease, we recalled them to ensure their safety. And thanks to IT support, we can still keep our business running.”

Rules of “4Cs”

“The first C is **Care**. We care for our employees, business partners, society, communities, customers, and stakeholders. The second C is **Control**. We prescribe clear measures to control the situation and manage risks. The third C is **Contingency**. It is about assessing the situation and planning to deal with what will be coming in advance in order for our businesses to go ahead. The last C is **Communication**. Leaders must act like ones especially in unusual situations. When you manage a crisis, you need the sense of urgency with care,” says **Mr. Twatchai**.

He explains that with clear directions, local leaders at over 40 work sites of SCG Packaging can apply the rules to their context with support from his work panel for business continuity.

Great Factors

During such crisis, SCG Packaging has learnt that the following three factors are very important:

1. Fact and Data: Mr. Thanathorn Sitthipol reveals that an internal alert was issued ever since COVID-19 started spreading in Wuhan. When the outbreak in Wuhan widened, more meetings were held to assess the situation and roll out necessary measures such as screenings of people going into/out of the firm's buildings, guidelines on how to transport persons suspected of having COVID-19, alternative shifts at offices for staff, and work systems over virtual private networks (VPNs). SCG Packaging ranks among the first companies to have implemented "Work from Home" mode.

2. System: Thanks to great infrastructure and solid IT support, SCG Packaging has successfully introduced work system over VPN during the crisis. Because there is a clear system of what to do, the firm can just activate the system to swing into action.

3. Collaboration: As all factories gave full cooperation, preparations for SCG Packaging to secure business continuity during the COVID-19 crisis took just one week. Mr. Thanachai Phuthanadee says that the quick preparations impressively underline SCG Packaging's strengths.

Ms. Lamai Chintananusorn says leaders' emphasis on BCM is also behind such impressive results.



พี่ต๊อด - ธวัชชัย วงศ์ไพศาล
Mr. Twatchai Wongpaisarn
Director – Sustainability Productivity & Innovation Management

“จุดสำคัญคือ Direction ต้องชัด ต้องทำให้ลูกทีมเห็น ไม่ใช่แค่การพูด แต่ต้อง Walk The Talk เพราะคนจะเห็น Direction ร่วมกัน ทำให้การขับเคลื่อนเป็นไปในทิศทางเดียวกัน”

“It is important to set clear direction and walk the talk. This way, team members will get the message and move toward the same direction.”



พี่ชัย - ธนชัย ผู้ธนดี
Mr. Thanachai Phuthanadee
Information Technology Manager

“ต้องมองให้ไกล ต้องเตรียมตัวล่วงหน้า สิ่งจำเป็นต้องรีบเตรียมการให้เสร็จ เพราะถ้าไม่ทำ เมื่อวิกฤติมาถึง เราจะเดือดร้อน”

“We need to look ahead and make preparations. If we are not prepared, we will be in trouble when a crisis strikes.”



พี่ละไม - ละไม จินตนาอนุสรณ์
Ms. Lamai Chintananusorn
Assistant Manager – Business Continuity Management

“เรามีผู้นำของแต่ละพื้นที่ที่เข้มแข็งมาก และมีระบบที่แข็งแกร่งอยู่แล้ว ทำให้ทุกคนขึ้นมาเป็นผู้นำได้ แม้ในภาวะวิกฤติ บางคนอาจมองว่าเรา Panic แต่มันไม่ใช่ เพราะถ้าเราเดินตาม Crisis เราจะไม่มีทางรับมือได้เลย นี่คือ Concept ของ BCM คือต้อง Lead Crisis เพื่อให้ธุรกิจดำเนินไปได้อย่างต่อเนื่อง แม้ในภาวะวิกฤติ”

“We have strong leadership at local levels. Backed by our system, our local leaders can act fast. Some might think we were panicked. But in fact, we have handled BCM very professionally. You must lead in a crisis, not just react to it, to ensure business continuity.”



พี่โอ - โอภาส รัชกุลชุน
Mr. Opart Rakkulchon
Corporate Human Resources Director

“เราเคยคิดว่าคนของเราพร้อมทุกสถานการณ์ แต่พอเผชิญกับเหตุการณ์ครั้งนี้ ทำให้รู้เลยว่ายังมีช่องโหว่อีกมาก ยังมี Gap ที่ต้องพัฒนาคนของเราให้พร้อมมากกว่านี้ ผมว่าเป็นเรื่องที่ดีเพราะทำให้คนของเรายืดหยุ่น แข็งแกร่ง และพร้อมรับทุกสถานการณ์มากขึ้น”

“Before COVID-19, we used to believe that our people were well ready for any situation. But this pandemic has made us realize that there is still room for improvements. The good thing is that our people are now stronger, more flexible, and more prepared to deal with whatever will come.”



พี่ทศพล - ธนัทธน์ สิทธิพล
Mr. Thanathorn Sitthipol
Assistant Manager – Emergency Response Management

“เราโชคดีที่มีทีมงานดีและได้รับความร่วมมือจากหน่วยงานต่าง ๆ เช่น ฝ่ายบุคคลในเรื่องการดูแลสุขภาพของพนักงาน ทีมวิศวกรรมในเรื่องระบบระบายอากาศ ทีม R&D ในเรื่องการฆ่าเชื้อด้วยแสงยูวี และเรื่องการพัฒนาชุด PPE กระดาษสำหรับบุคลากรทางการแพทย์ เป็นต้น ตลอดจนความร่วมมือจากโรงงานทุกแห่ง สิ่งเหล่านี้ช่วยให้เราไปได้ไกล”

“We are fortunate to have had great teams. For example, our HR team takes good care of staff's health. Our engineering team gives useful advice on ventilation system. Our R&D team advises on UV disinfection and has developed paper-based personal protective equipment for medical workers too. Together, we will go a long way.”



PACKAGING
IN EVERYDAY LIFE

