



CHATGPT MENTORS เมื่อ AI เป็นที่ปรึกษาและพี่เลี้ยงให้คุณได้

CHATGPT MENTORS: AI CAN GUIDE AND COACH YOU!

เมื่อพบเจอกับปัญหา ไม่ว่าจะเป็นปัญหาชีวิต การเรียน การงาน คนเรามักจะมองหาที่ปรึกษาที่ไว้ใจได้ อาจจะเป็นพ่อแม่ พี่น้อง เพื่อนสนิท หรือหัวหน้างาน แต่ในยุคนี้ที่เทคโนโลยีรุดหน้า มี ChatGPT ซึ่งสามารถสนทนาโต้ตอบกับมนุษย์ได้อย่างสมจริง หลายคนก็หันมาเลือกใช้ AI เป็นที่ปรึกษาและพี่เลี้ยงที่สามารถพูดคุยได้ทุกเรื่องแทน

Whenever we come across a problem about life, studies, or jobs, we usually turn to our parents, close friends, or trusted supervisors for counseling. But today, technologies have evolved to the point that we may just consult ChatGPT. This AI (artificial intelligence) system converses with humans so naturally and efficiently that it can serve as a mentor.

คอมพิวเตอร์ที่เข้าใจภาษา สื่อสาร ได้ตอบโต้เหมือนมนุษย์

ปฏิเสธไม่ได้ว่าปัญญาประดิษฐ์ หรือ Artificial Intelligence (AI) สร้างแรงกระเพื่อมครั้งใหญ่ให้กับโลกใบนี้ในทุกมิติ โดยเฉพาะในมิติของธุรกิจและอาชีพ การงาน ด้วยความสามารถที่ถูกพัฒนาขึ้นจนเกือบจะเทียบเท่ามนุษย์แล้วในทุกด้าน ล่าสุดในด้านของการสื่อสารเกิดเทคโนโลยีที่เรียกว่า ChatGPT ซึ่งเป็นเทคโนโลยี AI-based ที่ใช้ภาษาได้อย่างเป็นธรรมชาติ ทั้งแต่งประโยค เขียนอีเมล แต่งเพลง เขียนหนังสือนิยาย แต่งบทละคร ช่วยเขียนโค้ด หาข้อมูล และให้ความรู้ในเชิงลึกได้ จนได้รับความนิยมอย่างรวดเร็ว มีผู้ใช้งานกว่า 100 ล้านคนภายในเวลาไม่กี่เดือน

GPT ย่อมาจาก Generative Pre-trained Transformer เป็นแบบจำลองการเรียนรู้ทางภาษาที่ใช้การประมวลผลภาษาธรรมชาติและฐานข้อมูลขนาดใหญ่ฝึกฝนให้ AI เข้าใจภาษาคน ซึ่ง ChatGPT ได้นำแบบจำลองนี้มาใช้ในการประมวลผลและออกแบบให้สามารถสนทนากับมนุษย์ได้อย่างเป็นธรรมชาติ รวมถึงมีคุณสมบัติการใช้งานที่หลากหลาย เรียกได้ว่าอะไรที่เกี่ยวกับภาษาสามารถทำได้แทบทั้งหมด แต่มีข้อจำกัดคือ ปัจจุบันฐานข้อมูลที่ใช้ฝึกจำกัดถึงแค่ปี 2021 ดังนั้นถ้าเป็นเรื่องราวหลังจากนั้น ChatGPT จะยังไม่เข้าใจ หรือยังไม่มีข้อมูลนั่นเอง



กระแสที่กำลังมาแรงของ ChatGPT ที่หลายคนอาจนึกไม่ถึงคือ การใช้งานในรูปแบบที่ปรึกษา ทั้งในบทบาทของโค้ช พี่เลี้ยง เพื่อนคุย ซึ่งให้คำปรึกษาและคำแนะนำได้แทบจะไม่ต่างจากการปรึกษากับเพื่อน หัวหน้างาน หรือคนใกล้ชิด อีกทั้งยังสามารถพูดคุยได้ทุกเรื่อง ไม่ว่าจะเป็นการใช้ชีวิตไลฟ์สไตล์ อาชีพ การทำงาน การพัฒนาตนเอง ไปจนถึงปัญหาต่างๆ เกี่ยวกับวิทยาศาสตร์ ศิลปะ ปรัชญา ฯลฯ ทุกวันนี้หลายคนจึงหันไปพึ่งพา ChatGPT ให้เป็นที่ปรึกษาส่วนตัวและช่วยเสริมแรงใจยามมีปัญหาแทน

ที่ปรึกษาส่วนตัว พี่เลี้ยงที่ไว้ใจ บทบาทใหม่ของ AI

ข้อดีของการใช้ ChatGPT เป็นที่ปรึกษา หรือ Mentor ส่วนตัวคือ สามารถปรึกษาและขอคำแนะนำได้ทุกที่ทุกเวลา เหมือนเป็นเพื่อนที่พร้อมจะรับฟังเราทุกเมื่อตลอด 24 ชั่วโมง ทั้งยังพูดคุยอย่างตรงไปตรงมาด้วยภาษาที่เข้าใจ ไม่มีอารมณ์ความรู้สึกมาเกี่ยวข้อง ต่างจากการพูดคุยกับผู้คนจริง ๆ ที่มักจะโน้มน้าวให้เราคิดหรือความรู้สึกไปตามความคิดเห็นของตัวเอง และที่สำคัญคือ ตัวระบบสามารถกรองคำตอบของคำถามที่ไม่เหมาะสม หรืออันตรายออกไปได้ หากถูกถามในเรื่องที่ไม่เหมาะสมหรือผิดศีลธรรมอันดี ตัวระบบก็จะปฏิเสธในการให้คำตอบอย่างสุภาพทันที

ตัวอย่างของการใช้ ChatGPT เป็นพี่เลี้ยงคือ Todd Mitchem คุณพ่อชาวอเมริกันวัย 52 ปี ซึ่งมีปัญหาด้านช่องว่างระหว่างวัยกับลูกชายอายุ 15 ปี จึงขอคำแนะนำจาก ChatGPT เพื่อช่วยเชื่อมสัมพันธ์ เขาเล่าผ่าน The New York Times ว่า เคยขอคำแนะนำในการคุยกับลูกที่เพิ่งตัดสินใจเข้าร่วมทีมบาสเกตบอลไป ChatGPT ก็บอกว่า “เด็ก ๆ เมื่อเริ่มโตเป็นวัยรุ่นมักอยากมีอิสระ ดังนั้นถ้าจะคุยกับเขา จำไว้ว่าเขาอยากให้คุณเชื่อมั่นในการตัดสินใจของเขาเอง” ซึ่งคำแนะนำนั้นช่วยให้เขากับลูกชายพูดคุยกันได้อย่างเข้าใจและสนิทสนมกันมากขึ้น

อีกตัวอย่างหนึ่งคือ Anita M. Harris ที่ลองใช้ความสามารถของ ChatGPT ในการหาคู่เดท โดยบอกให้ตอบรับคู่เดทที่เข้ากับเธอได้เลย จากนั้นก็มีชายหนุ่มตรงสเปกเข้ามาทันที แถมยังชวนเธอออกไปจับกาแฟเพื่อสานสัมพันธ์อีกด้วย ที่น่าสนใจคือ ChatGPT ถึงขั้นจำลองสถานการณ์และบทสนทนาในการเดท ทั้งถามว่าชอบไปเดินเล่นที่ไหน อ่านหนังสืออะไร มองหาคู่ควงแบบไหน ซึ่งเธอยืนยันว่าเป็นบทสนทนาที่รู้สึกสมจริงมาก นอกจากนี้ในแวดวงคนทำงานรุ่นใหม่ก็เริ่มหันมาปรึกษาเรื่องงานกับ ChatGPT มากขึ้น โดยเฉพาะคน Gen Z มีแนวโน้มว่าจะเลือก AI เป็นที่ปรึกษาในคำถามหรือปัญหาที่รู้สึกไม่สะดวกใจจะถามหัวหน้าหรือเพื่อนร่วมงานมากขึ้นเรื่อย ๆ

จะเห็นได้ว่า ChatGPT สามารถให้คำปรึกษาหรือคำแนะนำแบบเฉพาะบุคคลได้อย่างไหลลื่น ไม่ว่าจะป็นหัวข้อแบบไหน แต่ถ้าถามว่าจะใช้เป็นที่ปรึกษาหรือพี่เลี้ยงได้แบบร้อยเปอร์เซ็นต์ไหม คงต้องพิจารณาตามความเหมาะสม เพราะบางเรื่องที่ต้องการคำแนะนำแบบเฉพาะเจาะจงมาก ๆ อาจต้องใช้ความเข้าใจส่วนบุคคล ความเชี่ยวชาญเฉพาะตัว ประสบการณ์เฉพาะด้าน และตรรกะการคิด วิเคราะห์รวมถึงอารมณ์ความรู้สึกของที่ปรึกษาจริง ๆ มาเป็นส่วนประกอบสำคัญ

AI TALKS LIKE A HUMAN

It is undeniable that AI has already caused big ripples across the world. In the business realms, AI capabilities prove so close to humans in most aspects. ChatGPT, the AI-based technology, for example, has mastered the human languages to the point that it is able to write emails, compose songs, and pen novels. In fact, this technology is so advanced that it can even write computer codes,

efficiently facilitate data searches, and provide insights. Soon after its launch, ChatGPT has got more than 100 million users.

GPT stands for Generative Pre-trained Transformer. Developed based on Machine Learning Model, it engages in Natural Language Processing and big data. Through training, ChatGPT can understand human languages and communicate with humans naturally. Better still, it can apply to various use cases. It is just that ChatGPT had been training with data up till 2021 only. So, ChatGPT won't understand anything that happened after that year.

Many people therefore can't imagine that ChatGPT can provide counseling and serve as mentors. Presently, this AI-based system has already provided advice to people as if it is their friend, supervisor, or trusted person. Users can consult ChatGPT about anything – living, lifestyles, work, self-improvement, and even complicated topics like science, arts, and philosophy. Some people now turn to ChatGPT whenever they want a confidant or empowering support.

AI'S NEW ROLES AS CONFIDANT & CONSULTANT

With ChatGPT as our mentor, we enjoy the benefits of being able to seek advice anytime, anywhere. ChatGPT is ready to serve as a confidant round the clock using frank and nice language. It also does not use emotions. When we talk to other people, there is a possibility that our human consultants will try to exert their opinions on us. Importantly, ChatGPT can screen questions. If a question is inappropriate or morally wrong, it will politely decline to answer.

Todd Mitchem, a 52-year-old American, turned to ChatGPT to connect with his 15-year-old son. When he asked ChatGPT about his son's decision to join a basketball team, he was told that, “Teenage boys, when they are growing up, are trying to force their independence. Remember when you talk to him, he needs to know that you trust (his) decisions.” When Mitchem tested the advice, he and his son got closer.

Anita M. Harris, meanwhile, tested ChatGPT's ability to connect with her romantically. When Harris playfully asked ChatGPT for a “response from a potential dating partner,” she was greeted with a flirtatious reply from a “man” who went on to detail his similar interests and even asked Harris to coffee or drinks to connect further. The bot even asked Harris questions about herself: favorite local strolling, books she enjoyed, what she was seeking in a partner. Harris articulated that the tested conversation felt real and authentic. And young adults have also often asked ChatGPT about their work. Gen Zers, in particular, tend to consult AI about what they don't want to directly ask their supervisor or colleagues.

It should be noted that ChatGPT can individually give advice to people no matter what topics. But whether its advice is 100-percent accurate or useful depends on context. Some topics, after all, require deep understanding and expertise. That's where human mentors' analytical thinking and emotion recognition truly matter.

ไม่ว่าในอนาคตข้างหน้าหากเทคโนโลยีพัฒนาไปไกลกว่านี้ AI อาจจะกลายเป็นผู้ช่วยชี้แนะแนวทางต่าง ๆ ในชีวิตให้กับผู้คนก็เป็นได้

Yet, AI has the potential to evolve further and probably it will one day become a mentor for all matters in life. 

ที่มา/Sources: www.wundermanthompson.com, www.linkedin.com



สร้างภาพลักษณ์ใหม่ บรรจุภัณฑ์ เครื่องสำอางศิริราช

PACKAGING GIVES NEW IMAGE
TO SIRIRAJ COSMETIC PRODUCTS



Scan QR Code เพื่อชมวิดีโอสัมภาษณ์
Scan QR Code for the interview

ทุกคนคงรู้จักโรงพยาบาลศิริราชในฐานะสถาบันการแพทย์ในระดับสากลที่มุ่งมั่นยกระดับด้านสุขภาพให้กับประชาชนไทยมาอย่างยาวนาน แต่อาจจะยังไม่ทราบมาก่อนว่า โรงพยาบาลศิริราชได้ต่อยอดองค์ความรู้ไปสู่การผลิตและจำหน่ายผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางภายใต้ลิขสิทธิ์ของโรงพยาบาลศิริราชและผ่านการจัดจำหน่ายโดย “บริษัทศิริราชบำรุงเวช” ภายใต้การดูแลของศิริราชมูลนิธิ ที่ปัจจุบันกำลังเป็นที่นิยมอยู่ไม่น้อย ซึ่งเร็ว ๆ นี้บริษัทศิริราชบำรุงเวชได้ร่วมมือกับ SCGP ในการสร้างภาพลักษณ์กลุ่มผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางครั้งใหญ่ โดยตั้งเป้าให้การผลิตโฉมครั้งนี้ ช่วยเพิ่มความน่าสนใจในตัวผลิตภัณฑ์ และขยายกลุ่มลูกค้าให้เพิ่มมากขึ้นได้ในอนาคต





เครื่องสำอางที่คิดค้นเพื่อคนไทย

ศ. ดร. นพ.ยงยุทธ ศิริวัฒน์อักษร ผู้อำนวยการโรงพยาบาลศิริราช ให้เกียรติมาเปิดเผยเรื่องราวการพัฒนาผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางภายใต้ลิขสิทธิ์ของโรงพยาบาลศิริราชและจัดจำหน่ายโดย “ศิริราชบำรุงเวช” ให้ทุกคนได้รู้จักมากยิ่งขึ้น เพราะนอกจากการดูแลรักษาผู้ป่วยที่มารับบริการด้วยบุคลากรที่มีความเชี่ยวชาญแล้ว ยาและเวชภัณฑ์ยังนับเป็นอาวุธในการรับมือกับอาการเจ็บป่วยต่าง ๆ อีกด้วย

“ยาและผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางสำหรับให้ผู้ป่วยใช้ เป็นสิ่งสำคัญอย่างยิ่ง โดยปกติเรานำเข้ายาจากต่างประเทศค่อนข้างเยอะ แต่ก็มียาและผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางอีกกลุ่มหนึ่งที่ศิริราชต้องผลิตขึ้นเองเพื่อตอบสนองต่อกลุ่มผู้ป่วยบางกลุ่มอย่างเฉพาะเจาะจง ซึ่งเริ่มต้นมาตั้งแต่เกือบ 20 ปีก่อน โดยฝ่ายเภสัชกรรมฯ ร่วมกับอาจารย์แพทย์ผู้ทำการรักษาผู้ป่วย”

จากก้าวแรกในการใช้รักษาผู้ป่วยกลุ่มเล็ก ๆ ผ่านการพิสูจน์ผลสัมฤทธิ์ที่เป็นรูปธรรม จนทำให้โรงพยาบาลศิริราชได้ต่อยอดองค์ความรู้ออกมาเป็นผลิตภัณฑ์คุณภาพชนิดต่าง ๆ มากมาย ทั้งกลุ่มที่เป็นยารักษาโรค รวมถึงกลุ่มเครื่องสำอาง

“เรามีครีม โลชั่น สบู่ แชมพูต่าง ๆ รวมไปถึงครีมทากันแดดที่ไม่ใช้สารเคมี (Physical Sunscreen) ที่ผู้ป่วยโรคสะเก็ดเงินที่เข้ารับการรักษา แสงอาทิตย์เทียมก็สามารถใช้ได้ หรือผู้ป่วยที่ต้องการใช้ยาสระผมสูตรอ่อนโยน ไม่ก่อให้เกิดการระคายเคือง เรายกระดับการตอบสนองต่อผู้ป่วยที่มีปัญหาของโรคในหลายระดับและมีความหลากหลายมากขึ้น เพื่อให้ตรงกับความต้องการของแพทย์และผู้ป่วยให้มากที่สุด ในราคาที่เหมาะสม”

ส่งมอบผลิตภัณฑ์ที่ดีที่สุด

ด้วยผลลัพธ์การใช้งานที่ดีในกลุ่มผู้ป่วยของโรงพยาบาล มีการพูดถึงแบบปากต่อปากไปสู่ประชาชนทั่วไป ทำให้มีความต้องการมากขึ้น จากเดิมที่มีผลิตภัณฑ์เพียงไม่กี่รายการ ในวันนี้บริษัทศิริราชบำรุงเวชมีรายการสินค้ามากกว่า 10 รายการ และกำลังพัฒนาอีกหลายผลิตภัณฑ์ เพื่อออกจำหน่ายสู่ท้องตลาด โดยผลิตภัณฑ์แบ่งออกเป็น 2 ประเภทหลัก ๆ ได้แก่ 1. เครื่องสำอางที่ผ่านการจดแจ้งกับกองควบคุมเครื่องสำอางและวัตถุอันตราย สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา ประชาชนสามารถซื้อใช้เองได้อย่างปลอดภัย 2. ยาหรือเครื่องสำอางที่ต้องได้รับการวินิจฉัยจากแพทย์ก่อนใช้

“เราไม่ได้มุ่งเน้นในเรื่องการทำธุรกิจเป็นหลัก ความตั้งใจของเราคือ การส่งมอบผลิตภัณฑ์ดี ๆ ที่ผ่านการพิสูจน์แล้วว่าเห็นผลให้ประชาชนได้ใช้ ในช่วงต้นเราผลิตเองในโรงพยาบาลได้จำนวนจำกัด เมื่อมีความต้องการมากขึ้น โดยเฉพาะอย่างยิ่งกลุ่มเครื่องสำอาง ผลิตภัณฑ์ที่เกี่ยวกับสุขภาพ ผิวพรรณ หรือการดูแลตัวเอง ซึ่งเป็นผลิตภัณฑ์ที่ได้รับความสนใจจำนวนมาก เราจึงขยายการผลิตด้วยโรงงานรับจ้างผลิตที่มีมาตรฐานสูง และควบคุมให้ได้คุณภาพของโรงพยาบาลอย่างเคร่งครัด ขณะเดียวกันในกลุ่มยาเรายังคงผลิตอยู่อย่างต่อเนื่อง เพื่อใช้สำหรับผู้ป่วยเฉพาะโรคที่ไม่มีบริษัทยาผลิต แม้ว่าจะใช้จำนวนน้อยและไม่ตอบโจทย์ในแง่ธุรกิจ”

REBRANDING ขยายฐานลูกค้าเก่า มัดใจลูกค้าใหม่

“ปัจจุบันการจำหน่ายสินค้ามีเรื่องต่าง ๆ ที่เปลี่ยนไป เราก็ควรต้องปรับเปลี่ยนตาม เพราะเมื่อมีสินค้าที่คุณภาพดีแล้ว ต้องสร้างการรับรู้ให้ประชาชนได้รู้จักและเข้าถึงได้ด้วย เมื่อเขาได้ใช้ผลิตภัณฑ์เรามากขึ้น ทำให้



เราหันมาสนใจในเรื่องตราสินค้า เรื่องบรรจุภัณฑ์ ซึ่งมีความสำคัญมาก ในยุคสมัยนี้ ตัวอย่างหนึ่งในอดีต เรามี Soft Care Plus ที่มีบรรจุภัณฑ์เป็นลักษณะฝาเกลียว หมุนเปิดออกแล้วบีบ หรือแชมพูที่ฝาขวดเป็นแบบเปิดปิด ยังไม่ค่อยสะดวกเท่าไร ทั้งที่เป็นผลิตภัณฑ์ที่ขายดีและคนนิยมมาก จนแทบจะผลิตไม่ทัน เราเลยหาพาร์ทเนอร์เข้ามาช่วยวิเคราะห์ ให้คำแนะนำถึงการปรับเปลี่ยนบรรจุภัณฑ์ให้มีความสะดวกสบายมากขึ้น และเก็บรักษาสินค้าได้อย่างคงทน ซึ่งเราให้ความสำคัญมากที่สุด เพราะในอนาคตเรายังมองความต้องการของผู้บริโภคในผลิตภัณฑ์อื่น ๆ และจะมีผลิตภัณฑ์ที่ดีปลอดภัยต่อการนำไปใช้ ออกมาให้ประชาชนเพิ่มมากขึ้น”

พาร์ทเนอร์ธุรกิจที่แก้ไขปัญหาย่างรู้ใจ

“เรามองว่ามีเพียง SCGP เท่านั้นที่สามารถตอบโจทย์นี้ให้กับเราได้ และเชื่อว่าจะเป็นก้าวกระโดดที่สำคัญของผลิตภัณฑ์เรา SCGP เข้ามาช่วยออกแบบให้สวยงาม น่าใช้ แต่ยังคงความน่าเชื่อถือ และเป็นที่ยึดใจมากยิ่งขึ้น ทั้งตราสินค้า โลโก้ และการจัดวางขวดลายบนผลิตภัณฑ์ดูเข้ากัน เป็นธีมเดียวกันหมดทุกผลิตภัณฑ์

“ระหว่างการทำงาน สิ่งที่เราประทับใจมากคือ SCGP มีขั้นตอนการทำงานที่ชัดเจน เข้าใจความต้องการของลูกค้าและกลุ่มเป้าหมาย การพูดคุยประสานงานกันก็ราบรื่นเหมือนเคยทำงานกันมานาน SCGP พยายามทำความเข้าใจในผลิตภัณฑ์ นำข้อมูลของเราไปวิเคราะห์ สังเคราะห์ออกมา เหมือนกับ SCGP รู้ว่าพวกเขาคิดอะไร และกำลังต้องการอะไร จนกลายเป็นแบรนด์ที่พวกเราทุกคนถูกใจมาก แล้วก็มั่นใจอย่างยิ่งว่าประชาชนก็น่าจะชอบเหมือนกัน และผมรู้สึกว่าการของพวกเรายังไม่จบแค่นี้ เรายังวางแผนร่วมมือกับ SCGP ในการทำบรรจุภัณฑ์รูปแบบอื่น ๆ ไม่ว่าจะเป็นเรื่องของการทำกล่อง หรือผลิตภัณฑ์ที่ใช้ในการแพทย์ที่เราจำเป็นต้องใช้ในอนาคตอีกอย่างแน่นอน

“ช่องทางการจำหน่ายสินค้าในปัจจุบันนอกจากที่หน้าร้านแล้ว ประชาชนทั่วไปยังสามารถเลือกชมและสั่งซื้อสินค้าของศิริราชบำรุงเวชโดยตรงทาง Official Website (www.sirirajbrv.com) รวมถึงตามแพลตฟอร์ม E-Commerce ต่าง ๆ ได้ด้วย เราคิดว่าถึงเวลาแล้วที่ทุกคนจะหันกลับมาใช้ผลิตภัณฑ์ที่ผลิตขึ้นมาโดยคนไทยเอง ไม่จำเป็นต้องสั่งซื้อมาจากต่างประเทศ ทั้งประหยัดค่าใช้จ่ายและสร้างเงินหมุนเวียนภายในประเทศให้มากขึ้นทางหนึ่งด้วยครับ” คุณหมอยงยุทธกล่าวทิ้งท้าย



Everyone knows the Siriraj Hospital is an internationally recognized medical institute dedicated to enhancing Thais' healthcare. But perhaps, you still don't know that the Siriraj Hospital has also produced and distributed cosmetic products. "Siriraj Bamrungvej Company Limited", which is under the Siriraj Foundation, is in charge of their distribution. As these products are quite popular, the company has recently decided to partner with SCGP in adding their appeal and expanding their customer base.



COSMETICS FOR THAIS

Prof. Dr. Yongyut Sirivatanauksorn, director of the Siriraj Hospital, is here today to share the story behind the hospital's cosmetic products. In his view, medicines and medical supplies are important weapons that the hospital's medical personnel have used in fighting off diseases.

"Medicines and cosmetics prove very important to patients. While we have imported most medicines, we have produced some types of medicines and cosmetics ourselves to cater to the specific needs of certain groups of patients. Our production started nearly 20 years ago through the collaboration of our pharmaceutical-science team and medical lecturers," he said.

In the beginning, the products by the hospital were prescribed to just a small group of patients. However, as their effectiveness became very clear, the hospital decided to use its knowledge to develop various other quality medicines and cosmetics.

"We have lotions, shampoos, and physical sunscreen that are friendly to even psoriasis patients who need UV phototherapy or people who need gentle non-irritating cleaning products for their hair. We have upgraded our response to patients to suit their various needs at affordable prices," he continued.

DELIVERY OF BEST PRODUCTS

As words of mouth have raised public awareness of how good the Siriraj Hospital's products are, demand has risen. To satisfy demand for a wider group of people, the Siriraj Bamrungvej Company Limited has now had more than 10 products to sell. Many more are in the pipeline of product development. These products are in two main categories: 1. Cosmetics that have been registered with the Food and Drug Administration's Cosmetics and Hazardous Substances Control Division. Users can buy these products over counters; and 2. Medicines or cosmetic products that must be prescribed by doctors.

"Our operations do not focus on profitability. Our main objective is to deliver good products to people. In the beginning, our production capacity was limited because our hospital acted as the sole producer. Today, we have hired high-quality factories to manufacture cosmetics, healthcare and skincare products based on our criteria to respond to huge demand. But our hospital has continued to produce some medicines ourselves because demand for them is so low that no factory agrees to produce them," Prof. Dr. Yongyut says.

REBRANDING THAT RETAINS OLD CUSTOMERS, ATTRACTS NEW CUSTOMERS

"We need to keep pace with trends. With quality products in our hands, we should raise public awareness and access. We need to pay attention to branding and packaging, which today has much importance. Look at our Soft Care Plus, which was once packed in a tube with twist-off cap. Our shampoos also used to be contained in bottles whose caps did not open and close very conveniently. Given these products were popular, we looked for a partner who would help us design better packaging – something that would not only provide more convenience but also keep our products in good conditions. In the future, we will develop new packaging for more types of our products in response to consumers' needs too," he continued.

BUSINESS PARTNER WITH RIGHT SOLUTIONS

"In our opinion, SCGP is the only company that can provide us with the right solutions. Our collaboration has been a milestone because designs by SCGP have added not just extra appeal but also a reliable and more memorable image to our products. Our logo and packaging patterns look great together. All packages by SCGP have also shared the same theme, underlining our brand identity," the senior doctor pointed out.

"During our collaboration, we are much impressed with SCGP's clear work procedures. SCGP, moreover, shows true understanding in our customers and target groups. Work thus flowed very smoothly, as if we had worked together for a long time. Apparently, SCGP had done lots of homework. It seriously analyzed the information we provided, understood our products, and knew what we really were looking for. As we appreciate SCGP's designs a lot, we trust that the public will like them all the same. I know our collaboration with SCGP will expand further. We may engage SCGP in the production of boxes for our medical supplies in the future," he added.

"The distribution of our products is available not just at our physical stores but also via Siriraj Bamrungvej's official website (www.sirirajbrv.com) and various e-commerce platforms. So, we would like to encourage everyone to consider using products by Thais. If consumers switch from imported products to local ones, they will save money and spur cash flow within Thailand too," Dr. Yongyut concluded. 



แค่เริ่มปรับ โลกก็เปลี่ยน

ACT Now... Change the World

ชวนเพื่อนทุกคนมาจับคู่ 5 วิธีปรับไลฟ์สไตล์ในชีวิตประจำวัน ช่วยให้โลกน่าอยู่อย่างง่าย ๆ และยั่งยืน
Let's change our lifestyle to make our world more livable. Match the followings and follow the easy-to-do tips to contribute to the world's sustainability.



1.

A

ใช้เครื่องใช้ไฟฟ้าประหยัดพลังงาน / Use energy-efficient electrical appliances เปลี่ยนมาใช้หลอดไฟ LED และเครื่องใช้ไฟฟ้าประหยัดพลังงาน ช่วยลดการใช้พลังงานจากถ่านหิน น้ำมัน และก๊าซ ในการผลิตไฟฟ้าและความร้อน
Switch to LED light bulbs or energy-saving devices because such an act will curb the use of coal, oil, and gas in electricity/heat production.



2.

B

ใช้รถยนต์ไฟฟ้า / Opt for electric vehicles
รถยนต์ไฟฟ้าช่วยลดมลพิษทางอากาศ และปล่อยก๊าซเรือนกระจกน้อยกว่ารถยนต์ที่ใช้แก๊สหรือดีเซลอย่างมีนัยสำคัญ
EVs cause much less air pollution and greenhouse gases compared with gas/diesel-fueled vehicles.



3.

C

ซ่อมได้ ซ้ำได้ รีไซเคิลได้ / Repair, reuse, recycle
อุปกรณ์ไฟฟ้า เสื้อผ้า หากซ่อมหรือรีไซเคิลได้จะช่วยลดการปล่อยคาร์บอนไดออกไซด์ในระหว่างกระบวนการผลิตได้
Repair, reuse, or recycle electrical appliances/clothes where possible because buying new ones means more carbon dioxide emissions from the production process.



4.

D

เลือกผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม / Embrace eco-friendly products
เลือกซื้อผลิตภัณฑ์จากบริษัทที่ใช้ทรัพยากรอย่างมีความรับผิดชอบ และมุ่งมั่นที่จะลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกและของเสีย ก็ช่วยให้โลกใบนี้น่าอยู่ยิ่งขึ้น
Buy products from environmentally responsible enterprises that are committed to greenhouse gas emissions and waste reduction.



5.

E

แชร์เรื่องราวดี ๆ / Share your stories
เพราะการลงมือทำเป็นตัวอย่างที่ดี บอกเล่าเรื่องราวดี ๆ ที่คุณได้ลงมือทำ และชักชวนผู้อื่นให้เริ่มลงมือดูแลสิ่งแวดล้อมด้วยกัน เพื่อเปลี่ยนให้โลกใบนี้น่าอยู่ยิ่งขึ้น
When you do good things for the planet, share your stories as inspirations for others to start caring for the planet too.



สแกน QR CODE ต่อได้เลย
SCAN ME

สำหรับท่านที่ทราบคำตอบแล้ว อย่ารอช้า รีบสแกน QR Code ส่งคำตอบเข้ามาภายในวันที่ 31 มีนาคม พ.ศ. 2567
ผู้โชคดีรับไปเลย Starbucks Gift Card มูลค่า 300 บาท ท่านละ 1 ใบ จำนวน 10 รางวัล
Scan this QR code to send your answers to us by 31 March 2024 for a chance to win prizes.
A total of 10 Starbucks gift cards worth Bt300 each will go to lucky winners. **P**

สำหรับผู้โชคดีที่ตอบคำถามถูกต้องใน a LOT ฉบับที่ 31 ได้แก่
Lucky winners from a LOT Vol. 31 are:

- | | | | |
|-------------------------|------------------------|----------------------------|-------------------------|
| 1. ชุติพันธ์ุ กัปวัฒนัน | 2. ณัฏฐาภาณี กัปนทวงค์ | 3. ทรงชัย จิตวิริยะ | 4. นฤมล ตันจักรวรรานนท์ |
| 5. บุชยามาศ รักสาย | 6. พูนสุข คำเสียง | 7. สุรางค์กุล พงษ์บรรณินัส | 8. อธิพล พรรณรักษ์ |
| 9. Phiraya Punyana | 10. Worachat Taljaras | | |



การตลาดในปี 2024

ปีแห่งความท้าทายและต้องปรับแบบปลาหมึกยักษ์

2024 IS YEAR OF MARKETING CHALLENGES

ADVICE: ADAPT LIKE GIANT SQUID



Your Answers ฉบับแรกของปีมังกร จะพาทุกคนไปฟันธงการตลาด 2567 โดย ผศ. ดร.เอกก์ ภทรธนกุล ที่วิเคราะห์ข้อมูลที่มาบอกเล่าเหมือนเช่นเคย โดย อ.เอกก์ ฉายภาพรวมด้านเศรษฐกิจและการตลาดที่จะเกิดขึ้นตลอดทั้งปี 2024 นี้ว่าเป็นปีที่ “ท้าทายอย่างยิ่ง” และองค์กรต้องพร้อมในการปรับเปลี่ยนตัวเองอย่างรวดเร็ว เป็นทวิคูณ เพราะถึงแม้จะเปลี่ยนได้ แต่เปลี่ยนช้า ก็อาจไม่ทันการณ์

At the start of the Year of Dragon, Your Answers presents marketing trends predicted by Asst. Prof. Dr. Ake Pattaratanakun for everyone to foresee what the economy and marketing scenes will be like in 2024. Our guru describes 2024 as an “extremely challenging year”. Enterprises therefore must fast adapt, otherwise it will just be too late.

ภาพรวมเศรษฐกิจ อุปสรรค และทางออก

เมื่อเริ่มถามถึงภาพรวมเศรษฐกิจทั่วโลก อ.เอกก์ได้ให้คำตอบในเรื่องนี้ว่า “เป็นปีที่ยากลำบากและท้าทาย” ก่อนจะขยายความต่อการเก็บข้อมูลจากกลุ่มผู้บริหารสูงสุดฝ่ายการตลาด (Chief Marketing Officer – CMO) ขององค์กรชั้นนำทั่วประเทศ 121 ท่าน โดยสมาคมการตลาดแห่งประเทศไทย (MAT) ซึ่งได้ข้อสรุปว่า ในปี 2024 จะเป็นปีที่เศรษฐกิจเติบโตยาก โดยมีตัวเลขคาดการณ์อยู่ที่ 1.33 เปอร์เซ็นต์ หรือระดับที่ฝืดเคืองมาก ขณะเดียวกันยังมีการยืนยันด้วยว่า แทบจะไม่มี การเพิ่มงบประมาณด้านการตลาดในปีนี้ โดยมีค่าเฉลี่ยของการเพิ่มงบประมาณด้านดังกล่าวอยู่เพียง 2.99 เปอร์เซ็นต์เท่านั้น

อุปสรรคทางธุรกิจในปีหน้าเกิดจากปัจจัยสามเรื่องหลักๆ ด้วยกันคือ 1. สงครามที่เกิดขึ้นในหลายรูปแบบและหลายพื้นที่ 2. เศรษฐกิจโลก โดยเฉพาะอย่างยิ่งอัตราดอกเบี้ยเชิงนโยบายที่กำลังจะเพิ่มขึ้น ตลอดจนความเดือดร้อนจากการขาดแคลนวัตถุดิบหลายอย่าง และ 3. อุตสาหกรรมต่าง ๆ เริ่มตัดงบลงทุน ส่งผลให้เศรษฐกิจโลกเกิดการชะลอตัว

อย่างไรก็ดี อ.เอกก์แสดงทัศนะว่า ยังมีธุรกิจในประเทศอยู่ 3 กลุ่ม ที่ดูจะมีแสงแห่งโอกาสมากกว่ากลุ่มอื่น ๆ โดยทุกธุรกิจควรเชื่อมโยงเข้าหา 3 กลุ่มธุรกิจดังต่อไปนี้ เพื่อช่วยให้เกิดผลดีมากที่สุด

- **ธุรกิจท่องเที่ยว** ซึ่งเป็นอุตสาหกรรมสำคัญของภาครัฐที่เตรียมผลักดันมากขึ้นอีก เนื่องด้วยเศรษฐกิจทั่วโลกไม่ดีขึ้น ขนาดของกระเป๋าเงินจึงเล็กลงตามนักท่องเที่ยวทั่วโลกจะเล็กลงจุดหมายปลายทางที่ดี มีความคุ้มค่า และราคาไม่สูงเกินไปนัก ซึ่งเมืองไทยตอบโจทย์ในเรื่องดังกล่าวโดยตรง

- **ธุรกิจสุขภาพ** ทั้งกลุ่ม Wellness, Prevention และ Recovery มีการศึกษาพบว่า ปี 2024 นี้จะเป็นปีที่ Health is the new wealth เนื่องจากโควิด 19 ผ่านไป ก็มีโรคอื่น ๆ ระบาดขึ้นตามมา เช่น ไข้หวัดใหญ่สายพันธุ์ A และ B

เป็นต้น ดังนั้นเรื่องสุขภาพจะเป็นสิ่งที่ผู้คนให้ความสำคัญมากขึ้นอีก ในทุกธุรกิจควรเสริมเรื่องสุขภาพเพิ่มเข้าไป อ.เอกก์ให้ตัวอย่างธุรกิจผ้าอ้อมครามที่ สกลนคร ที่นอกจากจะมีสีสันสวยงามแล้ว ยังนำเสนอคุณสมบัติที่ป้องกัน UV ได้ถึง 95 เปอร์เซ็นต์ ช่วยลดรอยเหี่ยวย่น ลดอันตรายจากมะเร็งผิวหนังที่เกิดจากรังสี UV ด้วย

- **ธุรกิจเทคโนโลยี** จะยังคงเป็นดาวเด่นต่อ โดยมี 3 เทคโนโลยีที่มีความสำคัญและน่าจับตามอง ได้แก่ 1. AI ปัญญาประดิษฐ์ 2. IoT (Internet of Things) เช่น สินค้าแบรนด์ Xiaomi ที่เชื่อมต่ออินเทอร์เน็ตได้ ไม่ว่าจะเป็ปรองสี่พัน เครื่องวัดอุณหภูมิ เครื่องชั่งน้ำหนัก ที่ทำให้ผู้คนสะดวกสบายและเก็บข้อมูลได้ง่ายขึ้น และ 3. Robotics จะเป็นตัวนำในธุรกิจกลุ่มนี้

GLOBAL ECONOMY, OBSTACLES AND SOLUTIONS

Asst. Prof. Dr. Ake says “things will be tough and challenging in 2024” based on insights shared by 121 chief marketing officers (CMO) via the Marketing Association of Thailand. In the CMOs’ opinion, the economy will grow by just 1.33 percent and marketing budget will rise by 2.99 percent only.

Three main obstacles are: 1. **Wars** that cover various areas and exist in many forms; 2. **Gloomy global economy**, especially in light of soaring policy interest rate and the shortage of many raw materials; and 3. **Lower investment budget** in the private sector, which in turn will slow down the global economy.

Yet, the guru believes three industries in Thailand have brighter prospects than others. Enterprises therefore should try to connect with them:



• **Tourism industry:** The government intends to promote tourism in a bid to attract more international visitors. As tourists' travel budget gets smaller, they will look for a destination with value for money. Thai tourism therefore has got a good chance in such climate.

• **Health industry:** Wellness, Prevention and Recovery sectors should be doing well because health is the new wealth in 2024. Following the COVID-19 pandemic, several diseases such as Influenza A and B have spread widely. People, therefore have continued to accord importance to healthcare. In Sakon Nakhon, local indigo fabrics no longer focus on just colorful appeal. They also highlight their UV-protection property, which promises to reduce wearers' risk of wrinkles and skin cancer.

• **Tech industry:** It will continue to be a star in the economy. Three top technologies in 2024 will be: 1. Artificial Intelligence (AI); 2. IoT (Internet of Things). Look at how Xiaomi toothbrush, temperature and weight can connect with one another on the internet paving the way for people to compile meaningful data and enjoy greater convenience; and 3. Robotics that looks set to lead the industry.

การตลาดต้องตรงเป้าหมายและใช้ทุนให้น้อยที่สุด

ในช่วงเวลาแบบนี้กลยุทธ์การตลาดแบบ Precision Marketing หรือการตลาดแบบเจาะจง ที่ตรงจุด ตรงใจ คือทางออก หากแต่ไม่ใช่ทั้งหมด เพราะนอกจากตรงจุดแล้ว ธุรกิจยังต้องนำแนวทาง Low-cost Marketing มาลดต้นทุนทางการตลาดให้ได้มากที่สุด

ในปัจจุบันมีเครื่องมือทางการตลาดใหม่ๆ เกิดขึ้นมากมาย นักการตลาดต้องตั้งวัตถุประสงค์เอาไว้ และต้องหาเครื่องมือใหม่ที่ทำให้ไปถึงวัตถุประสงค์นั้น ในต้นทุนที่ต่ำที่สุดเท่าที่จะทำได้ เช่น การใช้ AI มาช่วยในเรื่องการทำการตลาดอย่างเอสเอ็มอีสามารถนำ AI Chatbot ที่มีความสามารถโต้ตอบได้เหมือนพนักงานที่เป็นคน มาใช้ในการตอบคำถามลูกค้า ลูกค้าสามารถสอบถาม และได้รับคำตอบที่ดี รวมถึงปิดการขายได้โดยไม่ต้องไปตอบเอง สามารถขายสินค้าได้แม้กระทั่งเวลานอนและตื่นมารับเงินตอนเช้า ไม่ต้องจ้างคนราคาแพง หรือการใช้เครื่องมืออย่าง Midjourney ในการสร้างรูปภาพและสามารถนำมาใช้งานได้อย่างถูกกฎหมาย การใช้ Canva ในการออกแบบโปสเตอร์โฆษณาสินค้า รวมถึงใช้ Rytr.me ช่วยเขียน Caption ขายสินค้าที่น่าสนใจ เป็นต้น

สิ่งเหล่านี้คือตัวอย่างของเครื่องมือขั้นเยี่ยมที่ทุกธุรกิจสามารถเข้าถึงและนำมาประยุกต์ใช้ในการทำธุรกิจได้ทั้งสิ้น เพื่อช่วยลดต้นทุนทางการตลาดให้น้อยลงแต่ให้ผลเหมือนเดิม

MARKETING WITH PRECISION & LOW COST

In 2024, Precision Marketing is a must just like Low-cost Marketing. Today, there are so many marketing tools to consider. Marketers must choose the tools that fulfill objectives at the lowest budget. AI, for instance, can be leveraged to support marketing as AI Chatbot can answer customers' queries and complete a sale without

the need of human help. Enterprises who can develop such tech-enabled solution will be able to make money even during nighttime while also saving labor costs. Midjourney can help generate images that enterprises can use legally. Canva, meanwhile, is a cool tool for designing advertisements and Rytr.me is perfect for copywriting.

With the aforementioned tools, businesses will be able to achieve marketing objectives at a lower cost.

จะรอดได้ต้องมี “ทักษะแบบปลาหมึกยักษ์”

อ.เอกก็ได้เปรียบเทียบระหว่างแนวคิดขององค์กรกับทักษะแบบปลาหมึกยักษ์ สิ่งมีชีวิตที่ดำดิ่งดำบรรพ์ที่อยู่บนโลกมายาวนาน ข้ามผ่านการสูญพันธุ์มาได้ทุกครั้ง มีสมองขนาดใหญ่ และสามารถปรับเปลี่ยนร่างกายให้กลมกลืนไปกับก้อนหิน หรือปะการัง นับเป็นสิ่งมีชีวิตที่เปลี่ยนแปลงตัวเองได้ดีและรวดเร็ว ฉะนั้นปี 2024 จะเป็นปีที่ธุรกิจต้องปรับตัวอย่างรวดเร็วและใช้สมองเยอะมากถึงจะอยู่รอดได้ โดยมีแนวคิดสำคัญ 5 ข้อด้วยกัน

1. ต้องใช้ Data เพื่อมาประกอบการตัดสินใจในเรื่องต่าง ๆ ของธุรกิจ
2. ต้องกระจาย ไม่กระจุก ธุรกิจต้องกระจายความเสี่ยง พยายามไม่พึ่งพารายได้จากธุรกิจเดียว
3. ต้องยืดหยุ่น ไม่ยึดติด (Resilient) เพราะจะมีสิ่งใหม่ๆ เกิดขึ้นมากมาย และมีสิ่งใหม่ๆ ที่อาจไม่เคยรู้จักมาก่อน สิ่งที่ไม่คิดว่าใช่ ก็อาจจะใช่สำหรับธุรกิจ
4. ต้องตระหนักเรื่องสุขภาพ ไม่ใช่โฟกัสแค่เพียงคุณภาพอย่างเดียวที่ผ่านมา
5. ต้องไม่เน้นที่ Profit ให้มีความสำคัญกับ People และ Planet ด้วย โดยปี 2024 จะเป็นปีที่โลกเดือดร้อน มีปัญหามากมาย หากทำธุรกิจโดยมองเพียงผลกำไร จะไม่สามารถนั่งในใจลูกค้าได้

SURVIVE WITH “GIANT SQUID’S SKILLS”

Asst. Prof. Dr. Ake encourages enterprises to adopt the skills of giant squids, which have existed in the world since ancient times. The squids have large brains and camouflage ability. So, they are credited with being adaptable and agile. In 2024, enterprises need the same skills as giant squids. They should adapt fast and use a lot of brain based on five following tips:

1. Make business decisions based on data;
2. Distribute risks & diversify businesses;
3. Be flexible and resilient. There are so many things that you may never have heard of before and something that didn't seem right may work great in businesses;
4. Pay attention to health, not just quality; and
5. Focus on People and Planet instead of just profit. In 2024, the world will struggle with several problems and customers will love brands that care.

ดูเหมือนว่าปีหน้านักการตลาด นักธุรกิจ หรือเจ้าของแบรนด์ต้องพัฒนาแบบก้าวกระโดดและปรับเปลี่ยนให้รวดเร็วอย่างยิ่ง เพื่อนำพาธุรกิจให้ข้ามผ่านปีแห่งความท้าทายนี้ไปได้ในที่สุด

In the coming year, marketers and entrepreneurs must adapt fast to keep their businesses afloat in a very challenging time. 📌



พักซิล ๆ ที่ ECO-FRIENDLY HOTELS ดีต่อโลก ดีต่อใจ

WIND DOWN AT ECO-FRIENDLY HOTELS A STAY THAT'S GOOD TO YOUR SOUL & PLANET

เริ่มปีใหม่ ทางปฏิทินวางแผนเที่ยวกัน ด้วยการเลือกที่พักสบาย ๆ ใกล้ธรรมชาติและยังเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ลองมาทำความรู้จักทั้งสองโรงแรมรักษ์โลก (Eco-friendly Hotels) ที่น่ารักกับเราและน่ารักกับโลก รับรองว่าอนซิลแถมได้ฮิลใจอีกด้วย

The new year has just begun. It is thus still a good time to plan a holiday trip. So, why don't you check into an eco-friendly hotel that brings you close to nature? Below are two lovely hotels that we would love to recommend:



NEERA RETREAT HOTEL

เที่ยวใกล้กรุงฯ ไม่จำเป็นต้องเที่ยวแบบ One Day Trip อย่างเดียวเสมอไป ลองแวะพักผ่อนที่โรงแรม Neera Retreat Hotel สามพราน จังหวัดนครปฐม ตัดริมน้ำท่าจีน ที่เพียงก้าวเข้ามาเห็น สระน้ำและสวนสีเขียวชอุ่มก็พร้อมใจโยนความวุ่นวายทิ้งไว้ภายนอกอัตโนมัติ จำนวนห้องพักที่นี่มีมากถึง 53 ห้อง รับวิวธรรมชาติที่แตกต่างกัน เริ่มที่ sun wing รับวิวแสงแดดยามเช้า cloud wing รับแดดน้อยเย็นสบายตลอดวัน และ moon wing รับวิวแสงเย็นดีต่อใจ ภายในห้องพักตกแต่งแบบมินิมัล แชนงานอาร์ตของศิลปินไทยหน้าใหม่มาให้ชื่นชม ที่สำคัญโรงแรมแห่งนี้เป็น Pet Friendly สามารถพาน้องหมาและน้องแมวมาพักผ่อนด้วยกันได้แบบครบทีม

When you visit a destination near Bangkok, don't just think about making a one-day trip. Neera Retreat Hotel in Nakhon Pathom's Samphran, for example, is worth a stay. Once you walk into its compound, you will find yourself with a green pond and lush garden. Your soul will immediately connect with nature, leaving behind all the worries. This hotel has 53 rooms across various categories. Sun wing rooms promise morning sunlight, while cloud wing rooms offer little sunlight but cool temperature throughout the day. For guests staying in the moon wing, they will enjoy the evening sunlight. Interior decor is minimal but includes artistic works by budding Thai artists. This hotel is also pet-friendly. So, you can check in with your beloved dogs or cats.

NEERA RETREAT HOTEL

1/3 ตำบลท่าตลาด อำเภอสามพราน นครปฐม 73110
1/3, Tha Talat Sub-district, Samphran District, Nakhon Pathom 73110
Ins./Tel. 0-3432-4034

โรงแรมนี้เฟรนด์ลี่ต่อสิ่งแวดล้อมอย่างไร / WHY IS IT FRIENDLY TO THE ENVIRONMENT?



ในห้องพักรมมีถังสำหรับแยกขยะ 3 ถัง เพื่อให้พนักงานของโรงแรมส่งขยะไปจัดการอย่างถูกวิธี

Each room has three bins for waste separation. Waste is then sent by hotel staff to proper waste-management process.



ผลิตภัณฑ์ทำความสะอาดออร์แกนิก

The hotel uses organic cleaning products.



มีปิ่นโต หลอดโลหะ และถุงผ้าสำหรับใส่ของ

Tiffin carriers, metal straws, and fabric bags are available at the hotel.



ห้องอาหารซีซั่น (season) เสิร์ฟอาหารไทย วัตถุดิบตามฤดูกาลขนาด S, M, L เลือกปริมาณอาหารได้ตามความชอบและความอึด ช่วยลดขยะในครัวเรือน

Season Restaurant at the hotel cooks with seasonal ingredients and serves three sizes of food portions: S, M, and L. Diners can choose the portion size that suits them best and help lowers food leftovers.

THE MOTIFS ECO HOTEL

ลองเขยิบออกจากกรุงเทพฯ มาเที่ยวเมืองจันทน์ (จังหวัดจันทบุรี) กันบ้างดีกว่า เมืองที่หลายคนบอกเป็นเสียงเดียวกันว่ามีเสน่ห์มากมายให้ค้นหา รวมถึงที่พักเล็ก ๆ ในชุมชนที่เราอยากแนะนำคือ โรงแรม The Motifs Eco Hotel ที่มาในคอนเซ็ปต์ “โรงแรมที่หายใจร่วมกับธรรมชาติ” โดยสร้างอาคารให้สอดคล้องกับพื้นที่ภายนอกอย่างกลมกลืน จึงออกมาในสไตล์บ้านเก่าที่ดูโมเดิร์น สามารถเปิดหน้าต่างบานสวยรับลมธรรมชาติ ผ่อนคลายด้วยวิวแม่น้ำจันทบุรี ทั้งยังสนับสนุนชุมชนตั้งแต่วัสดุตกแต่งอย่างเสื้อจันทบุรีไปถึงร้านอาหารท้องถิ่น ห้องพักรวมให้เลือกนอนทั้งหมด 4 แบบ ได้แก่ Green Traveller เรียบง่าย นอนสบาย รับแสงเช้า ถัดมาคือ Green Studio เพิ่มระเบียง และ Day Bed เข้ามา ส่วน Green Deluxe และ Green Corner มีอ่างอาบน้ำให้แช่ซ่า ๆ ภายในอาคารมีพื้นที่ส่วนกลางให้แขกที่มาเยือนได้มาแชร์สเปซเพิ่มความอบอุ่นให้แก่นัก

If you are willing to travel over a longer distance, you may explore the charming Chanthaburi. Hidden in a community, the Motifs Eco Hotel embraces the concept of co-existence with the nature. Designed to blend well into the local community, this hotel looks like an old, yet modern house. It is possible to open windows to enjoy the natural cool breeze and the view of the Chanthabun River all at the same time. This hotel decorates itself with various local products, including Chanthabun mats, and supports local eateries. There are four room types for guests to choose. Green Traveller is simple yet cozy, exposing guests to morning sunlight. Green Studio offers the extra pleasure of a balcony with a day bed. Green Deluxe and Green Corner, meanwhile, even include a bathtub for guests to soak in water. Its common area is warm, paving the way for guests to indulge in each other's company.



THE MOTIFS ECO HOTEL

15 ซอยท่าแฉลบ 1 ถนนท่าแฉลบ เทศบาลเมืองจันทบุรี จันทบุรี
15 Soi Tha Chalaeb 1, Tha Chalaeb Road, Chanthaburi
City Municipality, Chanthaburi
โทร./Tel. 09-3465-5353

โรงแรมนี้เฟรนด์ลี่ต่อสิ่งแวดล้อมอย่างไร / WHY IS IT FRIENDLY TO THE ENVIRONMENT?



เวียนใช้น้ำจากน้ำฝนบนหลังคามารดน้ำต้นไม้

Rainwater on its roof is collected and used to water plants.



เปิดรับลมและแสงธรรมชาติเพื่อประหยัดพลังงาน

It takes in wind and natural sunlight, thus lowering energy consumption.



อุดหนุนอาหารท้องถิ่นจากชุมชน ลด Food Waste ลดค่าใช้จ่ายในการจัดการอาหาร

It buys local food, thus lowering food waste as well as food-management costs.



ใช้บรรจุภัณฑ์ทางเลือกที่ย่อยสลายได้
It uses biodegradable packaging.



ผลิตภัณฑ์ในห้องพักรวมเป็น Eco-friendly ช่วยลดขยะ
Its rooms use eco-friendly products, thus lowering waste.



ใช้ดอกไม้ที่ปลูกไว้รอบโรงแรมมาปักในแจกัน
Fresh flowers for its decorations come from its compounds. 



Eco-friendly Hotels เป็นโรงแรมที่คำนึงถึงผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมในการดำเนินธุรกิจ โรงแรมประเภทนี้จะมึนโยบายและแนวทางปฏิบัติต่าง ๆ ในการลดใช้ทรัพยากรธรรมชาติและลดมลพิษ
Eco-friendly hotels operate with environmental responsibility. Paying attention to their operations' environmental impacts, such hotels have implemented policies to curb resource usage as well as pollution.





SCGP มุ่งตอบโจทย์ความยั่งยืน ด้วยนวัตกรรมเพื่อวันข้างหน้า SCGP PURSUES SUSTAINABILITY WITH INNOVATIONS FOR TOMORROW

หลายปีมานี้ คำว่า “สังคมคาร์บอนต่ำ” มีการกล่าวถึงอย่างแพร่หลาย เพื่อสร้างความตระหนักรู้ให้ทุกคนในสังคมปรับเปลี่ยนพฤติกรรม การดำเนินชีวิต และการทำธุรกิจ โดยลดการปล่อยคาร์บอน ชะลอการเปลี่ยนแปลงสภาพอากาศของโลก เช่นเดียวกับ SCGP ในฐานะผู้นำด้านโซลูชันบรรจุภัณฑ์แบบครบวงจร ได้ยึดจุดยืนในการเป็นองค์กรที่ใส่ใจโลกใบนี้อย่างแท้จริง โดยการคิดค้นนวัตกรรมมากมายมาสร้างสรรค์สินค้าและจัดทำโครงการต่างๆ ที่มุ่งตอบโจทย์ความยั่งยืนอย่างต่อเนื่อง

During the past several years, “low-carbon society” has been a theme of widespread discussions as the public has become increasingly aware of the need to change lifestyles and the way of doing business in pursuit of low carbon emissions, which are crucial for efforts to slow down climate change. SCGP, as a total packaging solutions provider, has now reaffirmed its commitment to environmental care by developing innovations and projects for sustainability purposes.



บรรจุภัณฑ์อาหารเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม Sustainable Packaging

Fest ได้คิดค้น Fest Fresh Pak และ Fest Redi Pak ด้วยการนำวัสดุหลักอย่างเยื่อเยื่อคาลิปตัสซึ่งเป็นพืชเศรษฐกิจของประเทศไทยที่เติบโตเร็วและปลูกหมุนเวียนได้ (Renewable Material) ย่อยสลายได้ตามธรรมชาติ ลดการสร้างขยะให้โลก ด้วยนวัตกรรมใหม่ที่ตอบโจทย์อุตสาหกรรมอาหารสดแช่แข็งและอาหารแช่เย็นพร้อมทาน ทั้งสะดวกและเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม

โดยถาดเนื้อสดแช่แข็ง Fest Fresh Pak ถูกออกแบบให้มีคุณสมบัติกันออกซิเจนได้อย่างมีประสิทธิภาพ คงความสดใหม่ของเนื้อสดได้ถึง 7 วัน ไม่ยุบยวบเมื่อเป็ยกขึ้น สามารถแช่เย็นได้ถึง 3-5 องศาเซลเซียส

และ Fest Redi Pak ถาดอาหารแช่เย็นพร้อมทาน สามารถรักษาความสดและรสชาติอาหารให้คงเดิม ออกแบบรูปทรงให้ใช้งานสะดวก ถือได้ไม่ร้อนมือ บรรจุอาหารร้อนที่อุณหภูมิสูงสุด 100 องศาเซลเซียส

Fest has made Fest Fresh Pak and Fest Redi Pak mainly from eucalyptus pulp. Not only that eucalyptus is a fast-growing economic plant, but its pulp is also a renewable material. Such innovative packaging therefore has reduced the amount of waste in the world. To the frozen food and ready-to-eat chilled food industry, these green innovations also keep their food fresh longer on top of providing ease of use.

Fest Fresh Pak is a tray for frozen meats. Designed to efficiently keep out oxygen, it keeps meat fresh for as long as seven days. Even when exposed to moisture, its structure does not crumble. The cooling temperature range is between three to five degrees Celsius. Fest Redi Pak, meanwhile, is a tray for ready-to-eat chilled food. It can keep food fresh with its taste unchanged. Its design enables easy grab and hold. Even after withstanding the heating temperature of up to 100 degrees Celsius, it is not hot to users' hands.



(Bottom ash) มาเปลี่ยนเป็นอิฐที่ออกแบบมาพิเศษ เชื่อมกันได้สนิท โดยไม่ต้องใช้วัสดุประสาน สามารถปรับเปลี่ยนการใช้งานได้หลากหลาย ช่วยกำจัดเถ้าลอยและเถ้าหนักได้ถึง 1,500 ตันต่อปี

The following innovations visualize infinite recycling. Coming out of the paper-recycling process that separates plastic content and a melting procedure, recycled plastic pellet can serve various applications. It can be fuel and raw material for many industries.

รีไซเคิลแบบไร้ขีดจำกัด / Infinite Recycling

สองนวัตกรรมในการรีไซเคิลเพื่อสร้างมูลค่าอย่างไม่มีที่สิ้นสุด ไม่ว่าจะ เป็น Recycled Plastic Pellet ที่ได้จากการแยกพลาสติกในกระบวนการรีไซเคิลกระดาษ นำมาหลอมเป็นเม็ดพลาสติกรีไซเคิล สามารถนำไปใช้ประโยชน์ใหม่ได้หลากหลาย ทั้งเป็นเชื้อเพลิงและเป็นวัตถุดิบในการผลิตสินค้าในหลากหลายอุตสาหกรรม

และอิฐรักษ์โลก PROBLOCK-ECO and Interlocking Block ที่นำของเสียที่ได้จากการเผาไหม้เชื้อเพลิง เช่น เถ้าลอย (Fly ash) และเถ้าหนัก

PROBLOCK-ECO and Interlocking Block are eco-friendly, as they are made of waste from the combustion process, such as fly ash and bottom ash. Thanks to the special design, these blocks can fit and stick together perfectly. They can be used for various purposes. Each year, the production of this innovation has reduced the amount of fly ash and bottom ash for disposal by 1,500 tons a year.



ส่งเสริมการหมุนเวียน เพื่อโลกที่ยั่งยืน Circularity Projects for the Better World

SCGP ร่วมกับหน่วยงานภาครัฐและเอกชน ดำเนินโครงการชุมชน LIKE (ไร่) ชยะ ที่ส่งเสริมการใช้ทรัพยากรอย่างคุ้มค่าตามหลักเศรษฐกิจหมุนเวียน (Circular Economy) ในพื้นที่จังหวัดราชบุรี กาญจนบุรี ปราจันบุรี และขอนแก่น สร้างชุมชนต้นแบบการจัดการขยะมูลฝอยให้สามารถจัดการขยะในชุมชนของตนเองได้ โดยมีนวัตกรรมชุมชนเป็นเครื่องมือสำคัญ เช่น การแปลงหลอดกาแฟเป็นวัสดุบุหมอน การทำถังหมักดักกลิ่นจากวัสดุเหลือใช้ การทำปุ๋ยหมักจากเศษขยะอินทรีย์

การเปลี่ยนยางรถยนต์ใช้แล้วเป็นโต๊ะหรืออ่างล้างมือ ฯลฯ ตลอดระยะดำเนินการตั้งแต่ พ.ศ. 2562 สามารถลดปริมาณขยะได้รวมกว่า 1.16 ล้านกิโลกรัม สร้างรายได้ให้ชุมชนรวมกว่า 1.95 ล้านบาท พร้อมตั้งเป้าขยายผลให้ครบทั้ง 183 ชุมชนใน พ.ศ. 2573

In addition to developing new innovations, SCGP has partnered with government agencies and private organizations in the implementation of zero-waste communities. Under the project, resource efficiency is promoted through the Circular Economy concept in Ratchaburi, Kanchanaburi, Prachin Buri, and Khon Kaen provinces. The project has set up model communities in terms of waste management. Communities are encouraged to develop local innovations as key management tools. For example, some communities have turned straws into key materials for pillow production. Some others have built fermentation tanks from scrap materials and produced organic fertilizer from organic waste. Some communities, meanwhile, have produced tables or wash basins from used tires. Since its launch in 2019, the project has reduced the amount of waste by 1.16 million kilograms and generated more than 1.95 million baht in income for communities. The project aims to cover 183 communities by 2030.

นอกจากนี้ SCGP ยังจัดโครงการ SCGP Packaging Speak Out ต่อเนื่องเป็นประจำทุกปี เพื่อชักชวนนักศึกษาเข้ามาเข้าร่วมคิดค้น เสนอไอเดียการสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ตามโจทย์ต่างๆ ที่น่าสนใจในแต่ละช่วงเวลา ขับเคลื่อนการต่อยอดนวัตกรรมให้ตอบโจทย์โลกยุคใหม่ที่เปลี่ยนแปลงไปอย่างไม่หยุดนิ่ง

SCGP has also organized SCGP Packaging Speak Out every year to engage university students in exploring and presenting ideas for product development. The chosen theme for the annual contest reflects an interesting trend at the time it is held, paving the way for the development of innovations that answer well to the changing world. 🌱

PRECISION MEDICINE

การแพทย์แม่นยำ ใช้ข้อมูลทางพันธุกรรมตรวจรักษา
PRESCRIBES TREATMENTS BASED ON GENETIC DATA

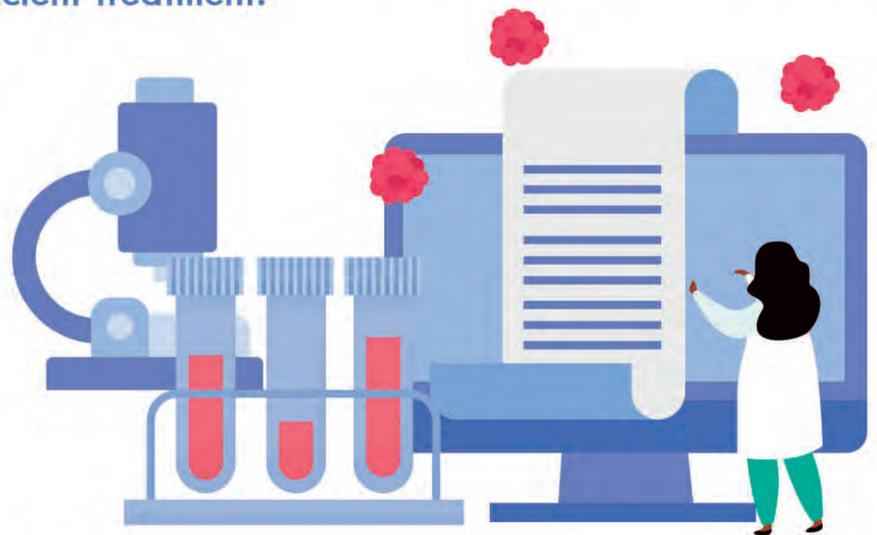


สาเหตุของการเจ็บป่วยของคนยุคนี้มาจากหลายปัจจัย ทั้งความแตกต่างกันตั้งแต่ระดับพันธุกรรม สภาพแวดล้อม และไลฟ์สไตล์ ยิ่งเวลาผ่านไปยิ่งมีความซับซ้อนมากขึ้น แนวทางการรักษาทางการแพทย์จึงจำเป็นต้องมีความเฉพาะเจาะจงมากขึ้น เพื่อวินิจฉัยและรักษาโรคได้อย่างครอบคลุม ถูกต้อง และแม่นยำที่สุด

Today, people fall ill because of many factors, namely genes, environment, and lifestyles. These factors have also grown complicated over time, requiring the medical industry to become increasingly precise for the delivery of the most accurate, comprehensive, and efficient treatment.

Precision Medicine หรือการแพทย์แม่นยำ แนวคิดทางการแพทย์ที่พัฒนาจากความก้าวหน้าของเทคโนโลยีดิจิทัล โดยนำข้อมูลทางพันธุกรรมหรือข้อมูลชีววิทยาในระดับโมเลกุลมาใช้ในด้านต่าง ๆ ได้แก่ การตรวจวินิจฉัย การรักษา การเลือกใช้ยา การป้องกันโรค และสร้างเสริมสุขภาพ ทั้งหมดนี้เพื่อเลือกวิธีการรักษา การป้องกันโรค และการส่งเสริมสุขภาพที่เหมาะสมเฉพาะเจาะจงกับผู้ป่วยแต่ละราย เพื่อให้ผลการรักษาและการดูแลสุขภาพมีประสิทธิภาพมากที่สุด และมีผลข้างเคียงน้อยที่สุด

ในปัจจุบันนี้มีเพียงไม่กี่โรคเท่านั้นที่ได้รับความนิยมในการรักษาด้วยการแพทย์แม่นยำ เนื่องจากอัตราการเกิดโรคสูง และเป็นสาเหตุสำคัญในการเสียชีวิตของประชากรทั่วโลก อีกทั้งยังมีค่าใช้จ่ายในการรักษาพยาบาลสูงด้วย



Precision Medicine has evolved from the increasingly advanced digital technology, which enables the integration of genetic and molecular biological data to diagnoses, treatments, medicine selection, disease prevention, and health promotion. This new concept aims to personalize medicine for the best results, allowing patients to enjoy the most efficient healthcare and minimize any side effects.

However, Precision Medicine now applies to just a few diseases that have a high rate of incidences, cause so many deaths, and incur hefty medical bills.



โรคที่สามารถรักษาได้ / PRECISION MEDICINE CAN APPLY TO



โรคมะเร็ง
Oncology



โรคเกี่ยวกับภูมิคุ้มกัน
Immunology



โรคเกี่ยวกับระบบประสาท
ส่วนกลางทำงานผิดปกติ
Central Nervous System
Disorders

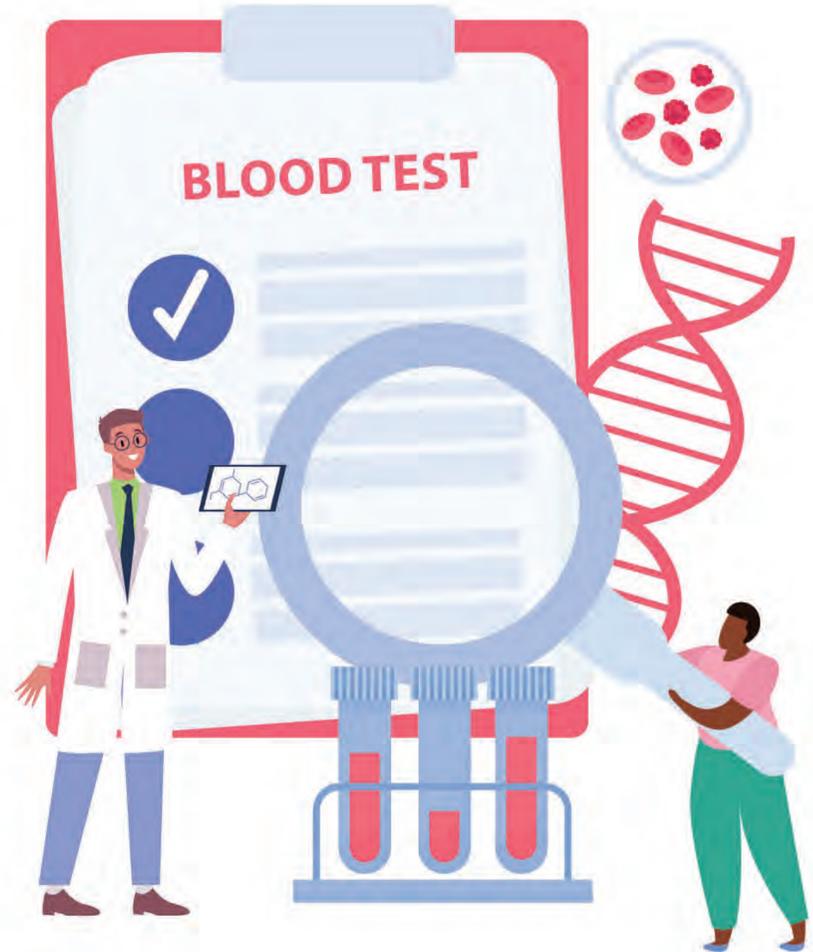


โรคเกี่ยวกับระบบทางเดิน
หายใจ
Respiratory Diseases

การป้องกันและรักษาโรคมะเร็ง CANCER PREVENTION AND TREATMENT

Precision Medicine มีความจำเพาะเจาะจงในการดูแลรักษาผู้ป่วยมะเร็งหลายชนิด ตั้งแต่การตรวจยีนกลายพันธุ์ เพื่อวินิจฉัยโรคมะเร็งที่ถ่ายทอดทางพันธุกรรม (Hereditary Cancer) ในผู้ป่วยและญาติ การตรวจยีนเพื่อเลือกการรักษา หรือเลือกยารักษามะเร็งแบบมุ่งเป้า (Targeted Therapy) ไปจนถึงการตรวจยีนเพื่อประเมินผลข้างเคียงจากยา เพื่อให้ได้ผลการรักษาที่ดีที่สุด ในผู้ป่วยแต่ละราย ทั้งนี้ Precision Medicine ยังเป็นตัวช่วยให้สามารถวางแผนสุขภาพเชิงป้องกันได้ด้วย หากแพทย์ตรวจเจอ ยีนมะเร็งเต้านม BRCA1 และ BRCA2 และวินิจฉัยแล้วว่า มีโอกาสพัฒนาเป็นโรคมะเร็งสูงถึง 80 เปอร์เซ็นต์ บริษัทฯ จะสามารถพัฒนายามาซ่อมในระดับยีน และจะทำให้ผู้คนมีอายุยืนยาวมากขึ้น

Precision Medicine can treat several types of cancer. By checking gene mutation, it can provide accurate diagnoses of hereditary cancer. Its genetic tests also pave the way for targeted therapy and evaluation of side-effects. Moreover, Precision Medicine facilitates preventative healthcare. For example, if tests show a person has a BRCA1 or BRCA2 gene with 80 percent chance of developing cancer, he or she can order personalized gene repairs. Such an option therefore promises to extend longevity.



ข้อดี / BENEFITS



วินิจฉัยโรคได้แม่นยำมากขึ้น
More accurate diagnosis



วางแผนการรักษาที่เหมาะสม
Proper treatment planning



ลดภาระค่าใช้จ่ายในระบบ
สาธารณสุขได้ในระยะยาว
Lower public-health cost
in the long run



มีบริการทางการแพทย์ครบวงจร
มากยิ่งขึ้น
More comprehensive medical
services

แม้วิทยาการทางการแพทย์จะล้ำหน้าไปแค่ไหนก็อย่าลืมใส่ใจสุขภาพของตัวเอง เพื่อลดความเสี่ยงของการเกิดโรคด้วยนะ

Although medical technologies grow so advanced, all of us must take good care of our health too so as to lower the risks of diseases. 

เติบโต

สู่ศักราชใหม่อย่างยั่งยืน

SUSTAINABLE GROWTH CONTINUES IN NEW YEAR

ในฐานะองค์กรชั้นนำด้านบรรจุภัณฑ์ครบวงจรของ SCGP ในปี 2024 นี้ พวกเราทุกคนยังต้องเดินหน้ามุ่งมั่นขับเคลื่อนธุรกิจไปด้วยกันอย่างต่อเนื่อง โดย พีวิชานู จิตรภักดี CEO, SCGP ได้เน้นย้ำแนวทางการดำเนินงานที่สำคัญ สื่อสารใน SCGP Town Hall ครั้งล่าสุด ทั้งเรื่องการยกระดับด้านความปลอดภัยในการทำงาน และทิศทางที่ SCGP จะมุ่งหน้าเต็มกำลังตลอดปีนี้

As a leading total packaging solutions provider, SCGP will continue to drive its businesses ahead in 2024. Mr. Wichan Jitpukdee, CEO, has already underlined key operational guidelines during his latest SCGP Town Hall speech. His emphasis was on work safety and SCGP's business direction.

ขยับเป้าหมาย ยกระดับด้านความปลอดภัย PUSH FOR GOALS, UPGRADE SAFETY

เรื่อง Safety เป็นเรื่องที่ SCGP มุ่งเน้นและย้ำเตือนอย่างสม่ำเสมอ จากสถิติตลอด 9 เดือนที่ผ่านมา มีตัวเลขที่ดีขึ้น อย่างไรก็ตาม ยังคงส่งเสริมให้พนักงานทุกคนตระหนักถึงความสำคัญในการรายงานข้อมูลด้านความปลอดภัย เพื่อวางแผนป้องกันได้อย่างมีประสิทธิภาพ

โดยเป้าหมายด้าน Safety ของปี 2024 จะมุ่งเน้นความรู้สึกถึงความรับผิดชอบเรื่องความปลอดภัยอย่างแท้จริง นอกเหนือจากดูแลตัวเองแล้ว แต่ยังดูแลคนอื่นและดูแลทั้งทีมให้มากขึ้นไปด้วย

Guided by its safety focus, SCGP's safety records during the past nine months have improved. However, the company has continued to encourage staff to report safety incidents to pave the way for efficient prevention of accidents or dangerous incidents.

SCGP's safety goal in 2024 focuses on promoting the true sense of safety. Staff will be nudged to take care of not just their but also their team members' safety.

เพิ่มอัตราเร่ง มุ่งสร้างการเติบโต ACCELERATING GROWTH

จากภาพรวมของธุรกิจไตรมาสที่ 3 ส่วนของ Demand มีระดับที่ทรงตัวในไทย เวียดนาม และมาเลเซียมีแนวโน้มที่ดีขึ้น ส่วนในอินโดนีเซียและฟิลิปปินส์ยังชะลอตัว ซึ่งหากแยกเป็นรายธุรกิจ กลุ่มบรรจุภัณฑ์อาหารในปีนี้อยู่ในเกณฑ์ดีมากถึงระดับ Break record โดยเฉพาะทางฝั่งยุโรป จากปัจจัยด้านภูมิอากาศที่ดีขึ้น ผู้คนออกมาทำกิจกรรมนอกบ้านมากขึ้น และภาพรวมของธุรกิจประเภท Quick Service Restaurant เติบโตได้ดี ทำให้มีความต้องการใช้งานเพิ่มจนสร้างยอดขายได้สูงขึ้น ส่วนบรรจุภัณฑ์กระดาษ แม้ความต้องการในประเทศสูงขึ้น แต่ในส่วนส่งออกจะยังคงมีสภาพการแข่งขันสูงอยู่ในหลายพื้นที่ โดยเฉพาะอย่างยิ่งในอินโดนีเซีย

ในแง่ของการดำเนินงานด้านการลดต้นทุนต่าง ๆ ที่ทุกโรงงานทำได้ดี มีส่วนช่วยสะท้อนออกมาเป็นรายได้ของบริษัท ซึ่งเป็นสิ่งที่พิชิตามองว่า หากทุกคนมองหาโอกาสในความท้าทายที่เกิดขึ้นได้ ก็สามารถช่วยกันสร้างประโยชน์ต่อบริษัทในที่สุด

In Q3/2023, demand was relatively stable. Good signs were detected in Thai, Vietnamese, and Malaysian markets, but demand was stagnant in Indonesia and the Philippines. When categorized by business, the foodservice packaging was very good and broke several records. Performance was especially

impressive in Europe thanks to the fact that people, in the face of better weather conditions, went out more. The Quick Service Restaurant business, on the overall, was also growing well. As demand soared, sales also rose. Regarding paper packaging, although domestic demand increased, SCGP's business in this field faced tough competition in other markets, especially Indonesia.

Effective cost reduction at all plants also contributed to the company's performance. Mr. Wichan said if everyone noticed opportunities in every challenge, the company would benefit.



ด้านการสร้างการเติบโตของบริษัทต่อไปจะเกิดขึ้นโดยแรงขับเคลื่อน 4 อย่างด้วยกันคือ In the future, SCGP will drive its growth through:

1



Customer Driven

การขยายจากความต้องการขยายฐานลูกค้า โดยมีลูกค้าเป็นหลัก

Expanding customer base focusing on customer's needs

2



Capability Driven

การต่อยอดจากความรู้ความชำนาญขยายธุรกิจออกไป แม้ว่าบางอย่างอาจจะไม่เคยทำมาก่อน แต่ก็ใช้ความรู้ที่มีมาต่อยอดได้

Looking for ways to capitalize on SCGP's expertise, knowledge, and know-how for business expansion, including entry into new yet relevant fields

3



Value Chain Driven

การขยายจากห่วงโซ่อุปทาน เพื่อให้ Ecosystem แข็งแกร่งมากยิ่งขึ้น

Seeking to expand businesses through value chain so as to strengthen ecosystem and competitiveness

4



Business Model Innovation

การหาโอกาสต่อยอดและสร้างนวัตกรรม

Searching for and building further successes from opportunities, and innovating

ทั้งหมดนี้จะเป็นสิ่งที่ SCGP กำลังจะมุ่งไป โดยแบ่งออกเป็น 2 ส่วนคือ 1) Organic Expansion คือการเติบโตจากสิ่งที่มีอยู่แล้ว ซึ่งในปัจจุบันโฟกัสในกลุ่ม Flexible Packaging เช่น ในผลิตภัณฑ์อาหารสัตว์เลี้ยง และ Packaging Materials Recycling Business และ 2) Inorganic Expansion ก็คือ การขยายจากการซื้อธุรกิจเข้ามา หรือ M&Ps (Merger and Partnership) ซึ่งในปี 2023 เกิดขึ้นไปแล้ว 3 โครงการด้วยกันคือ บริษัท Starprint ที่ประเทศเวียดนาม บริษัทบรรจุภัณฑ์ครบวงจร Law Print ที่สหราชอาณาจักร และ Bicappa บริษัทผลิตอุปกรณ์ทางการแพทย์ในประเทศอิตาลี

SCGP's further growth will have two main parts: 1) Organic Expansion that is rooted in the company's current strengths. For example, its flexible packaging business can expand to the pet-food sector and packaging materials recycling business; and 2) Inorganic Expansion that can be done via M&Ps (Merger and Partnership). In 2023, SCGP has already completed three M&P projects namely Vietnam's Starprint, the total packaging business of Law Print in the UK, and Italy-based Bicappa that has produced medical supplies and labware.



มุ่งหน้าสู่องค์กรนวัตกรรม BECOMING INNOVATIVE ORGANIZATION

มีงานวิจัยหลายชิ้นระบุว่า Criteria หนึ่งในขององค์กรชั้นนำระดับโลกคือ การมีนวัตกรรม ที่จะช่วยให้องค์กรขับเคลื่อนไปได้อย่างมีประสิทธิภาพ SCGP ส่งเสริมและสนับสนุนให้เกิดวัฒนธรรมในการสร้างนวัตกรรม เพื่อตอบโจทย์ลูกค้าอย่างต่อเนื่อง โดยสร้างแรงบันดาลใจในการขับเคลื่อน ความคิดสร้างสรรค์ (Inspiring Innovation) ที่นอกจากสร้าง แรงบันดาลใจให้คนอื่นแล้ว ทุกคนยังต้องสร้างแรงบันดาลใจให้ตัวเองด้วย เพื่อขับเคลื่อนองค์กรให้เดินหน้าไปด้วยกัน และพัฒนานวัตกรรมโดย ผสมผสานในหลากหลายรูปแบบ เช่น แบบ Top Down คือ การผลักดัน

งานวิจัย (R&D) ทั้งที่สามารถทำได้แล้วและที่ต้องรอเวลา SCGP จะ สนับสนุนและลงทุนเพื่อรองรับอนาคตอยู่เสมอ หรือแบบ Bottom Up ทั้งการใช้นวัตกรรมต่าง ๆ การนำ AI มาใช้ตรวจสอบงานพิมพ์ ใช้ในการลดพลังงาน ทำ Visualization ต่าง ๆ รวมถึงการจัดกิจกรรม Inspiring Innovation เพื่อเป็นเวทีในการแลกเปลี่ยนและแสดงผลงาน เป็นต้น

Several studies show innovation is a main component of successful world-class organizations. SCGP therefore has fostered innovation culture to best respond to customers' needs by inspiring innovations. Its members are encouraged to not just inspire others but also themselves for everyone to move ahead together. Innovation development is done via various approaches. The Top-down approach is implemented by promoting research and development (R&D). SCGP has offered support and funding for R&D projects that promise immediate results, as well as those that will need time to bear fruit. The Bottom-up approach is also embraced. For example, this approach has led to the adoption of artificial intelligence (AI) for spelling checks, energy-usage reduction, and visualization. Inspiring Innovation activities have taken place as forums to showcase and exchange innovative ideas too.

ก้าวต่อไปในปี 2024 / NEXT STEP IN 2024

ก้าวต่อไปของ SCGP กำลังจะพบกับปัจจัยภายนอกที่สำคัญหลายด้าน ทั้งอัตราการขยายตัวของนักท่องเที่ยวจีนที่เพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็วและหยุดลงชั่วคราว รวมถึงสถานการณ์การค้าโลกและภาคการส่งออกในภูมิภาคที่อยู่ในช่วงฟื้นคืนสู่ภาวะปกติ ตลอดจนสถานการณ์ของกระดาษบรรจุภัณฑ์มีแนวโน้มที่ดีขึ้น ทำให้ SCGP ต้องปรับปรุงการดำเนินงานในหัวข้อหลัก ๆ ได้แก่

There are now several major external factors, such as Chinese visitors, whose numbers had been fast growing until a recent temporary drop, the global and regional trade's and export's ongoing return to normalcy, and the improving paper-packaging industry. In the face of such situation, SCGP will need to take the following actions:

- ตอบสนองความต้องการด้านตลาด Food & Beverage ในภูมิภาคที่กำลังขยายตัวขึ้น โดยการเพิ่มความแข็งแกร่งในการให้บริการด้าน Packaging Solutions ทั้งงานค้นคว้าวิจัยและพัฒนา และการปฏิบัติงานที่เป็นเลิศ (Operational Excellence)

Accommodating the region's growing Food & Beverage industry by preparing increasingly better packaging solutions through R&D and operational excellence;

- บริหารจัดการวัตถุดิบ การขนส่ง และราคาด้านพลังงาน ด้วยการเสาะหาแหล่งทรัพยากรที่หลากหลายมากขึ้น ดำเนินงานโดยผสม ความร่วมมือกับแต่ละส่วนงานที่เกี่ยวข้อง รวมถึงการนำนวัตกรรม AI และเทคโนโลยีล้ำสมัยมาใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลอย่างเหมาะสม

Managing raw materials, transportation, and energy prices by considering more sources, achieving cooperation among relevant units, and deploying AI and other modern technology for data analytics; and

- เพิ่มประสิทธิภาพการดำเนินงานของกำลังการผลิตบรรจุภัณฑ์สำหรับผู้บริโภคกลุ่มใหม่ในประเทศไทย โดยเฉพาะอย่างยิ่งการเข้าถือหุ้น Peute Recycling ในเนเธอร์แลนด์จะช่วยเพิ่มความสามารถเข้าถึงแหล่งวัตถุดิบกระดาษรีไซเคิลที่มีความต้องการสูงขึ้นได้

Increasing operational efficiency and capacity to respond to packaging demand of new consumer group in Thailand. The acquisition of Netherlands-based Peute Recycling promises to raise SCGP's access to recyclable paper, which is increasingly in high demand.

นอกจากนี้สิ่งที่ SCGP ให้ความสำคัญคือ การพัฒนาคนและทักษะความสามารถ ที่มีการยกระดับขีดความสามารถอย่างต่อเนื่อง พร้อมทั้ง สร้าง Engagement ให้พนักงานมีความผูกพันองค์กร พัฒนาข้อดีและปรับปรุงข้อเสียในอนาคต ตลอดจนการปลูกฝังแนวคิดการดำเนินธุรกิจ ด้วย ESG ซึ่งนับเป็น Core Value ที่สำคัญที่สุด ตอบโจทย์เทรนด์เรื่องลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกให้ได้ตามเป้าหมายในปี 2050 ซึ่ง SCGP มีความมุ่งมั่นที่จะทำเพื่ออนาคตของโลกใบนี้ให้ยั่งยืน

SCGP, moreover, has accorded importance to human resources development and employee engagement. Employees are empowered to ease weaknesses and boost their strengths. SCGP has also embraced ESG as a core value. In line with the growing green trend, SCGP will lower greenhouse gas emissions by 2050. SCGP is truly committed to contributing to a sustainable world. 



เปลี่ยนขวดน้ำเหลือใช้ เป็นดัมพ์เบลกัน!

TURN WATER BOTTLES INTO DUMBBELL!

ชวนทุกคนมาฟิตแอนด์เฟิร์มด้วยการสร้างประโยชน์จากขวดน้ำเหลือใช้ เป็นอุปกรณ์ออกกำลังกาย นอกจากจะเพิ่มความเฟิร์มให้กล้ามเนื้อแขนแล้ว ยังสามารถชวนทุกคนในครอบครัวมาออกกำลังกายไปพร้อม ๆ กันได้อีกด้วย

Let's get fit and firm by turning discarded water bottles into exercise equipment. Once they become your dumbbell, you and your family members will be able to flex arm muscles together!



อุปกรณ์ / MATERIALS

- ขวดน้ำตามขนาดที่ต้องการ 2 ขวด / 2 water bottles
- ปูนปลาสเตอร์ / Plaster
- กาว / Glue
- เทปกาวสองหน้า / Double-sized adhesive tape
- กรรไกร / Scissors
- ท่อพีวีซีความยาว 9 นิ้ว / 9-inch PVC pipe
- ผ้าสำหรับตกแต่ง / Decorative fabric
- น้ำเปล่า / Water

วิธีทำ / INSTRUCTIONS

1



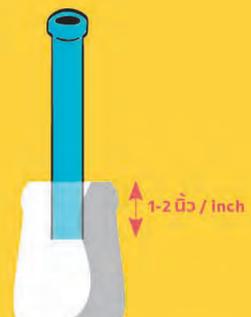
ตัดขวดน้ำวัดจากฝาขวดลงมา 3 นิ้ว
Cut each bottle from its neck into a three-inch-long piece.

2



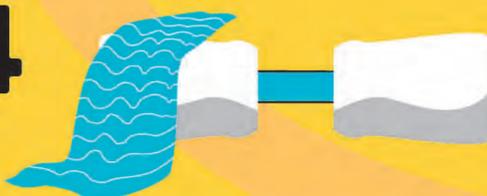
ผสมปูนปลาสเตอร์กับน้ำในอัตรา 1 ต่อ 1 ค่อย ๆ ละลายปูนปลาสเตอร์ทีละน้อย โดยใช้ตะเกียบคนให้เข้ากัน คนไปเรื่อย ๆ จนรู้สึกหนืด และเทใส่ขวด Mix plaster with water at a ratio of 1:1. Stir till the mixture turns viscous. Then, pour a mixture into the bottle piece.

3



ปักท่อพีวีซีตรงกลางขวดให้ลึกประมาณ 1-2 นิ้ว ทิ้งให้แห้ง แล้วทำอีกด้าน
Put the PVC pipe in the middle of the piece. The pipe should be one or two inch(es) deep. Wait till the mixture turns completely dry before repeating the process with the other piece.

4



นำเศษผ้ามาตกแต่งดัมพ์เบลให้มีความน่ารัก นำใช้ขึ้น
Decorate your DIY dumbbell with fabrics

5



ติดผ้าสักหลาดบริเวณที่จับ เวลายกดัมพ์เบลจะได้ไม่ลื่น
Attach flannel to the handle as an anti-slip function.

เนื้อแท้

แอดมินเพจ

มีไฟเพราะได้ทำงานที่ชอบ

ADMINISTRATOR OF SOCIAL MEDIA PAGE "NUATAIR",
PASSION IS ALIVE WITH THE JOB HE LIKES

คิง - อลังการ โสลิเก้
KING - ALANGKARN SOLIKEE



เพจ “เนื้อแท้” ไม่ใช่สำนักข่าว! แม้จะประกาศกร้าวป้องกันแฟนเพจเข้าใจผิด แต่ก็ไม่ทันแล้ว เพราะคอนเทนต์ที่เกาะทุกกระแส ข่าวสังคมและการเมืองกลายเป็นไวรัลจนทำให้คนอยากรู้ว่าแอดมินเพจเนื้อแท้คือใคร? ซึ่ง Spark Your Passion เล่มนี้เรารู้ว่าตัวคิง - อลังการ โสลิเก้ Digital Marketing Manager ผู้อยู่เบื้องหลังโพสต์สุดปังของเพจเนื้อแท้มาให้ทุกคนได้รู้จักเขามากขึ้น

“Nuatair” (Authentic Beef) is not a news page! Although this announcement has a clear message, fans know exactly that the page keeps abreast of new happenings with its posts, often touching social and political issues. Given that Nuatair’s posts go viral every now and then, the public must have been curious about who is behind the page. Spark Your Passion therefore, sat down with King - Alangkarn Solikee, the Digital Marketing Manager of Nuatair.

จากลูกค้าประจำ เป็นลูกจ้างประจำ

“ผมจบนิเทศศาสตร์ สาขาภาพยนตร์ ซึ่งไม่เกี่ยวกับการตลาดเลย ไม่ได้มีความสนใจว่าจะมาทำงานด้านการตลาด แต่เป็นคนชอบกินเนื้อและชอบเล่าเรื่อง เพราะว่าจิตวิญญาณของเด็กภาพยนตร์คือ อยากทำหนังสักเรื่องให้คนดูในมุมมองของเรา พอเรียนจบตอนนั้นก็อยากเป็นผู้กำกับ แต่ยังไม่มี Connection และเนื่องด้วยข้อจำกัดด้านศาสนา ทำให้เราไปทำตรงนั้นไม่ได้ จบมาก็ฝึกงานเกี่ยวกับอีเวนต์ซึ่งไม่เกี่ยวกับภาพยนตร์ด้วย

“ช่วงฝึกงานมีโอกาสได้ไปกินเนื้อที่ร้านของพีโต (วีรชน ศรัทธายิ่ง เจ้าของร้านเนื้อแท้ อติตน์กรร้งน่าวง Silly Fools) ซึ่งก่อนหน้านี้ผมไม่ได้รู้จักพีโต ไม่รู้ว่าเขาเป็นนักร้อง เราก็กินอาหารบ่อย และสนิทสนมกับเชฟที่ร้าน เขาเลยชวนมาทำงานด้วย เพราะเห็นว่าเราจบนิเทศฯ ซึ่งตอนนั้นที่บริษัทกำลังหากราฟิกคนใหม่เพื่อดูแลโปรเจกต์เนื้อแท้ เราเลยได้เข้ามาทำ จุดเริ่มต้นเหมือนเป็นลูกค้าประจำของร้านที่กลายมาเป็นลูกจ้างประจำ”

โอกาสในวิกฤต

“ช่วงที่โควิดกำลังระบาดช่วงแรก ๆ ร้านเนื้อแท้เพิ่งเปิดได้สามเดือน มียูทูปเบอร์มารีวิวนะ แต่โดนปิดไม่ให้นั่งในร้าน ตอนนั้นหายนะเลยครับ ต้องทำการตลาดหนักมาก เราคิดตลอดว่าจะทำยังไงให้คนยังกินเนื้อแท้อยู่ หรือทำยังไงให้คนสั่งเดลิเวอรี่ เมื่อก่อนโพสต์ขายของหนักมาก แต่ไม่มีอิทธิพลกับลูกค้าเลย ทำให้คอนเทนต์เราน่าเบื่อ คิดว่าถ้าทำไปอีก 5-10 ปี ผลลัพธ์ยังเป็นแบบนี้เราก็คงจะเป๋องาน เราเลยเริ่มกลับมามองที่นิสัยส่วนตัว เราชอบดูอะไรตลก

ดูข่าวการเมือง โถ่พาดเป็นประจำ จับพลัดจับผลูถึงตัวตนของเรามาบวกกับสถานการณ์ บวกกับพีโตให้ออกไอเดียได้อย่างอิสระ แปรนด์เลยชัดขึ้น

“ตอนที่โพสต์ล้อไปกับข่าวการเมืองแรก ๆ พอเห็นยอดโลก คนมี Engagement กับโพสต์ เราดกใจว่ามาได้ยังไง ก็เลยลองอีกโพสต์ สองโพสต์ สามโพสต์ ก็ยังได้รับฟีดแบ็กที่ดี แสดงว่ามันโดน แต่ตอนนั้นยังไม่ได้โพสต์ถี่ นาน ๆ ครั้งถึงจะโพสต์ พอพีโตเห็นว่ามิมิแพ็คเลยให้รูปมาทำคอนเทนต์ต่าง ๆ พีโตเลยเริ่มเข้าวงการนี้มาตั้งแต่ตอนนั้น”

กรอบของศาสนากับดราม่าเกิด

“ในบางประเด็นก็มีความเสี่ยงที่จะเล่น แต่เราคุยกันตั้งแต่ตอนแรกว่า จะเล่นอะไรต้องระมัดระวัง เนื่องจากเราเป็นมุสลิมและอยู่ในกรอบหลักการของศาสนาอิสลาม ทำให้ขอบเขตในการทำคอนเทนต์ชัดเจนและเข้มข้นกว่าที่อื่น เช่น เรื่องเพศ ผู้หญิง ลามก หรือเนื้อหาที่จะทำให้คนเสียใจ เราจะไม่เล่น พอตีกรอบแบบนี้เราก็ตัดใจกับผู้บริหารและทีมงาน ซ้ายเกินไปกว่านี้ไม่ได้ ขวาเกินไปกว่านี้ไม่ได้ พอกรอบของเราชัดขึ้น ความเป็นตัวตนของเราก็ตัดขึ้น”

ช่องทางไหนเวิร์กกว่าไปทางนั้น

“สามปีแรกเราไม่เคยบูสต์โพสต์เลย Engagement ดีมาก ยังตกใจว่ามันมาได้ยังไง แต่ช่วงหลังเฟซบุ๊กปรับอัลกอริทึมปิดกั้นบางส่วน โพสต์ที่เป็นไวรัลยังไปของมันได้ แต่โพสต์ขายของคนเห็นน้อยลง เราเลยเพิ่มช่องทางอื่นด้วย อย่าง TikTok ที่บูมมาก ๆ ซึ่งตอนนี้ช่องเราก็มีคนติดตามเกือบ 1 ล้านแล้ว”

เทรนด์ข่าวสารไม่มีวันสิ้นสุด

“ผมว่าข่าวยังอยู่ไปถึงวันสิ้นโลก ไม่ว่ามนุษย์จะเป็นยังไง กระแสข่าวก็ยังคงอยู่เรื่อย ๆ เราเลยเอามาปรับใช้กับคอนเทนต์ของเรา เพราะมันมีความสดใหม่ อยู่ตลอดเวลา และทรัพยากรมันไม่หมด ดึงมาใช้ได้ตลอด แต่คอนเทนต์ที่ไม่เกี่ยวกับเทรนด์ก็เยอะนะครับ ช่วงที่ตันก็มี แต่เราพยายามมองหาไอเดียใหม่ ๆ อยู่ตลอด ศึกษาคู่แข่งบ้าง พูดคุยแลกเปลี่ยนกับน้องในทีมบ้าง งานนี้ต้องมีใจรัก เพราะต้องทำอยู่ตลอดเวลา 24 ชั่วโมง ต้องเฝ้า ต้องทันโซเชียลตลอดเวลา ถ้าจะทำให้อิมแพ็ค ไม่ใช่ทุกแบรนด์ที่จะทำได้”

เพจเนื้อแท้คือความเรียล

“อย่างที่บอกแคร็กเตอร์ของผมกับพี่โตผสมรวมกันเลยออกมาเป็นเพจเนื้อแท้ ความเป็นตัวตนของเราคือ ชอบอะไรที่มันตลก ตลกกระแส และเป็นคนกวน ๆ อยู่แล้ว ชงมุก ตบมุก ก่อนหน้านี้เขาเป็นโปรดิวเซอร์ คอยดูว่าอันนี้ดี อันนี้ไม่ดี แต่ตอนนี้เรามาอยู่ในจุดที่เป็นเขา มันก็เหมือนเป็นดีเอ็นเอที่ส่งต่อมาเรื่อย ๆ ผมก็ส่งต่อดีเอ็นเอให้กับทีมงานในแผนกไปเรื่อย ๆ เพราะตอนนี้แผนกของผมก็เป็นเด็กจบใหม่ที่มีไฟที่จะทำตรงนี้ พอปรับจูนทัศนคติกัน เขาก็จะเริ่มกวนเหมือนกัน (หัวเราะ)”

มีไฟเพราะได้ทำงานที่ชอบ

“ไฟมีตลอดเวลา เวลาที่กระแสอะไรเหมือนกิน M-150 เฮ้ย! อันนี้ต้องเล่นวะ เราโพสต์ไป มีการสร้างคอมมิวนิตีเกิดขึ้น มีเพื่อนคุยแล้วคนก็ชอบ มีความรู้สึก ว่าอยากทำงานอยู่ตลอดเวลา พยายามจ้องหาจังหวะ ถ้าผมไม่เจอแนวทางนี้ ผมคงหมดไฟกับการเป็นแอดมินเพจเนื้อแท้ไปนานแล้ว แต่ตอนนี้เราไม่รู้สึกเหนื่อยกับการทำงานทุกวัน เรารู้สึกชอบที่ได้ทำงานทุกวัน เราได้ทำในสิ่งที่เราชอบ แล้วมันมีอะไรใหม่ ๆ อยู่ตลอดเวลา ร้านเนื้อแท้อาจจะอยู่เฉพาะกรุงเทพฯ แต่คนในเพจมีคนต่างจังหวัด ไม่เคยมากิน แต่เขาติดตามเพจเรา ไม่ได้เป็นเพราะอาหารอย่างเดียว เป็นเพราะคอนเทนต์ของเรา สร้างคอมมิวนิตีที่เข้ามาแชร์กัน เข้ามาคุยกัน รู้สึกดีมากๆครับ”

FROM REGULAR CUSTOMER TO FULL-TIME EMPLOYEE

“I graduated with a bachelor's degree in film. My field of study was not related to marketing at all and to tell the truth, I had never been interested in becoming a marketer. By the way, I am a beef lover and a keen storyteller. The heart of people studying film is an aspiration to tell a story to an audience from our perspective. So, after my graduation, I really wanted to become a film director. But because I had no connection and faced some religious constraints, I could not get my dream job. I thus applied to be an event-staff trainee.

“During my internship, I found the beef eatery run by Bro To (Veerachon Sathaying, a lead singer of Silly Fools band). I didn't know that the owner was a singer initially. But as I frequented the place, I became close to its chef and was recommended to apply for a job there. The eatery was looking for a graphic designer who would take charge of its Nuatair project. That's how I transformed from a regular customer into a full-time employee.”

OPPORTUNITY IN CRISIS

“When COVID-19 crisis started, Nuatair was just three months old. So, even though YouTubers reviewed Nuatair, we could not welcome customers to our dine-in services. The lockdown was disastrous. We needed to rack our brain to attract customers and persuade people to order Nuatair deliveries. Our hard sell didn't work, though. It made our content boring. I even thought that had I been forced to stick with that kind of stuff and endure that response, I would have been fed up with my work. Before things worsened, I reviewed my own character. Then, it became clear that I enjoyed funny content and

usually followed the latest political updates on social media. I thus applied my personality to my work. Bro To authorized me to act as I saw fit. Nuatair's identity has since become solid.

“When our post first teased political issues, engagement was so huge that we were surprised. We tried the approach a few more times and realized that the feedback to such content was really good. That's when we could tell this approach worked. By the way, we didn't touch on political issues often. As our posts had impacts, Bro To allowed me to use his photo in Nuatair's posts too.”

RELIGIOUS FRAMEWORK TO PREVENT UNNECESSARY OUTCRY

“We have agreed to not touch some sensitive issues. We are Muslims. We have to act within the scope of Islam. Nuatair does not poke fun at sexuality, women, or any topics that will hurt people's feelings. This line is communicated clearly to executives and staff. We have the line of not being too left or too right either. With a clear line, Nuatair really has a clear identity.”

HEAD TOWARDS BETTER PLATFORMS

“In the first three years, we had never boosted our posts. But our engagement on Facebook had been so good. However, we noticed that our posts' visibility has become lower after Facebook changed its algorithm. We thus started exploring our platforms like TikTok. We now have nearly one million followers on TikTok.”

NEWS THE INEXHAUSTIBLE RESOURCES

“News will last till the end of the human world. So, we have inexhaustible resources for content creation. Our content can be very fresh because we have something new to present all the time. But some of our posts are also not related to trends. We keep looking for new ideas on our own. We also continue to study our competitors. We have had discussions among team members. With love for the job, we don't feel overwhelmed even if we need to check social media all the time to stay in trend.”

NUATAIR PAGE IS REAL

“The essence of Nuatair page is defined by the combination of my and Bro To's character. It is about being funny, trendy, and a bit naughty. In the beginning, Bro To acted like a producer. He checked and told us what was good and what wasn't. But now, I am in charge. He has already provided his DNA and now I share that with our team members. My team now are many young people who are passionate about what we are doing. They turn a bit naughty these days (Laughed).”

PASSION FROM JOB I LIKE

“I am always passionate about my job. When a new trend is coming, I feel like my energy rises to the max! I know I have to ride that trend. Our posts will generate a community of people who are interested in the same things. They will interact. I really enjoy working. Thanks to this approach to work, my passion as the administrator of Nuatair's social media page is always alive. I don't feel tired. While Nuatair is based in Bangkok, we have followers from provinces too. People have followed us not just for our food but also for our content. We are a community where people can come together and talk. I feel so good about my job.” 

ESG IN EVERYDAY LIFE

ด้วยแนวคิดเรื่อง ESG ในระดับองค์กรที่ SCGP มุ่งเน้นคิดค้นและดำเนินโครงการดี ๆ มากมายที่สร้างประโยชน์แก่สังคม ตลอดจนการเสริมความตระหนักรู้ในวิถีคิดของคนในองค์กร วันนี้เราชวน 2 วิศวกรจากโครงการ Recycled Plastic Pellet โรงงานวังศาลา ซึ่งเป็นโครงการที่สามารถสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับเศษพลาสติกเหลือใช้จากกระบวนการผลิตกระดาษ มาร่วมแชร์วิถีคิดและแนวทางการทำงานที่เป็นส่วนเล็กๆ ที่สำคัญในการดูแลโลกของเราในวันนี้ให้น่าอยู่ต่อไปในอนาคต

Not only has SCGP's ESG focus inspired many innovations and projects for public benefit, but it has also fostered the right attitudes among its staff. Two engineers behind the Wangsala Plant's Recycled Plastic Pellet project, which has upcycled plastic scraps from the paper production process, are here to share their ideas for a sustainable world.



“ผมดูแลการก่อสร้าง ติดตั้งเครื่องจักร และประสานงานกับหน่วยงานต่าง ๆ ทั้งกับทีมวิศวกรโครงการ ทีมงานผลิต คู่ธุรกิจ รวมถึงผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้อง (Stakeholder) ทั้งหมด ซึ่งรายละเอียดของงานที่ทำจะเปลี่ยนไปตามโจทย์หรือรูปแบบงานโครงการที่ได้รับมอบหมาย

“ผมมองงานที่ต้องรับผิดชอบเป็นความท้าทาย ไม่ว่าจะเจออุปสรรคอะไรก็ตาม อยากจะทำให้สำเร็จ เช่น โครงการที่ทำตอนนี้ เราก็ไม่เคยจับงานในลักษณะนี้มาก่อน คนละแบบกับที่เราคุ้นเคย แต่เราก็คิดว่าต้องทำให้ออกมาดีที่สุด ต้องมีวิธี ต้องมีทางออก ระหว่างทางตั้งแต่วันแรกที่เข้ามารับผิดชอบ เราก็ค่อย ๆ แก้ข้อจำกัดที่ละประเด็นไป จนงานสำเร็จ

“แรงบันดาลใจในการทำงานมาจากความสุขที่จะได้เจอกับเรื่องใหม่ ๆ อาจมีอุปสรรคเข้ามาบ้าง เราก็หาทางแก้ไข เวลาเจออุปสรรค ผมว่าสิ่งที่สำคัญคือ คนรอบตัว ทีมเวิร์ก และหัวหน้า ที่ให้คำปรึกษา รวมถึงบรรยากาศและสิ่งแวดล้อมในการทำงานที่ดี ทุกอย่างจะช่วยให้เราก้าวข้ามอุปสรรคหรือข้อจำกัดต่าง ๆ ไปได้ด้วยดี

“โครงการที่ทำอยู่ตอนนี้ตอบโจทย์เรื่อง ESG โดยตรง ตั้งแต่ได้รับผิดชอบงานนี้ มีการเรียนรู้มาเรื่อยๆ ทำให้เราซึมซับงานที่ทำ ได้คิดถึงผลกระทบมุมมองการทำเพื่อสิ่งแวดล้อม สังคม และโลกของเรา สิ่งเหล่านี้นำไปปรับใช้ในการทำงานเรื่องอื่น ๆ หรือชีวิตประจำวันได้ด้วยเรื่องเล็ก ๆ น้อย ๆ เช่น การคัดแยกขยะ ทำให้สามารถจัดการขยะได้อย่างถูกวิธีการใช้รถยนต์พลังงานทางเลือก ที่ลดการกำเนิดมลพิษ และดูแลสิ่งแวดล้อมได้ในเวลาเดียวกัน”

“I am in charge of construction, machine installations, and coordination with others, including fellow engineers, production team, business partners, and other, stakeholders. In detail, my work requires me to adjust to fulfill the expectations and requirements of each project.



สรายู พลพิทักษ์ (โอ๊ต) / Sarayu Ponpitak (Oat)
Engineer - Recycling and Water Management Technology

"In my view, my job responsibilities are challenges that I should rise up to. No matter what obstacles arise, I focus on overcoming them and achieving success. My current project is about something I had never done before. But I am determined to do my best. I am always confident that solutions exist. I just have to figure out what the answers are. With this mindset, I have resolved issues one by one until my project is implemented successfully.

"I draw inspiration from the joy of meeting new things. Even though problems may occur, I know I will find solutions in the end thanks to people around me. It is important to have good

team members and supervisors. Together, we can create a good work environment and remove obstacles.

"My current project is a direct solution to ESG needs. Since I was tasked with this project, I have been learning more. My horizons have also expanded, with an increasingly better understanding of social and environmental impacts. I have applied my work-related knowledge to other aspects of my life too. For example, I have segregated waste to ensure proper management. Thinking about our planet, I have also opted for alternative energy vehicles so as to reduce pollution and improve the environment."

“การทำงานต้องประสานงานกับแต่ละหน่วยงานค่อนข้างเยอะ อันดับแรกคือ เราต้องรู้ว่าหน้าที่ของเราคืออะไรบ้าง Mindset แรกคือ พยายามรับผิดชอบหน้าที่ที่ได้รับมอบหมายให้ดีที่สุด พยายามทำความเข้าใจแต่ละหน่วยงานว่าเขาต้องการอะไร และเราสามารถ Support จุดไหนในขอบเขตของเราได้บ้าง สามารถทำอะไรให้ประสานงานได้ราบรื่นขึ้นบ้าง

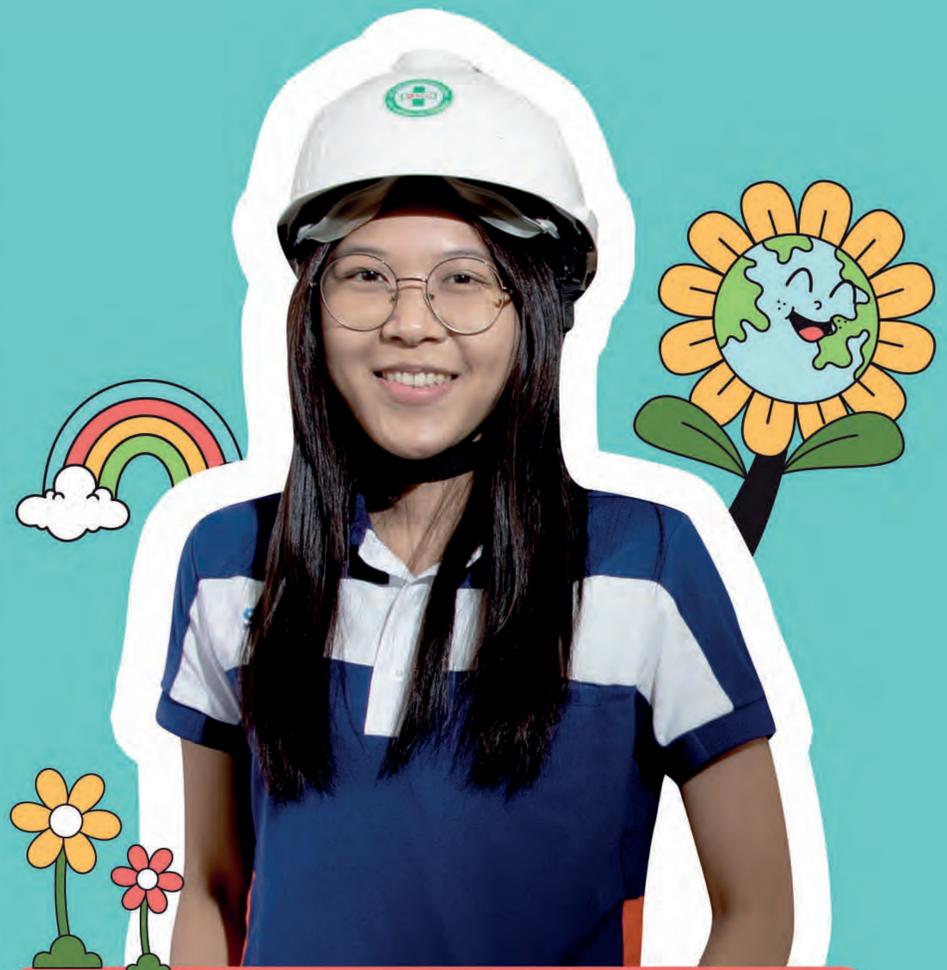
“บริษัทค่อนข้างเปิดโอกาสให้ได้คิด ได้ทำ สนับสนุน และผลักดันเรื่อง ESG เป็นอย่างมาก ทำให้ได้เรียนรู้สิ่งใหม่ๆ ตลอดเวลา เราเลยสนุกกับงานอยู่ตลอด ไม่เคยเบื่อ เพราะได้ทำสิ่งที่ตรงกับความสนใจของเรา ยิ่งพอมันธุรกิจ Recycling เข้ามา ก็ทำให้เราเรียนรู้ต่อไปได้อีก

“แนวคิด 3Rs (Reduce, Reuse, Recycle) สามารถนำมาปรับใช้ในชีวิตประจำวันได้ตลอด อย่างการคัดแยกขยะเพื่อให้ง่ายต่อการนำกลับมารีไซเคิล และการลดการใช้ทรัพยากรที่ไม่จำเป็นอื่น ๆ และสิ่งที่เพิ่มขึ้นจากแนวคิดนี้คือ เราในฐานะผู้บริโภคที่เลือกซื้อเลือกใช้บริการ และบริการ ก็เริ่มให้ความสำคัญกับบริษัทที่ใส่ใจต่อการดูแลสังคมและสิ่งแวดล้อมด้วย ถ้ามีโอกาสเราก็จะเลือกสนับสนุนบริษัทที่เราทำเรื่องดีๆ เหล่านี้ เพราะเรารู้แล้วว่า การจะเปลี่ยนสังคมต้องเริ่มที่ตัวเรา”

“Because my work requires much coordination with other agencies, I first need to know my duties. Then, I do my best for my job responsibilities. With the right mindset, I also look for ways to support others in my bid to improve workflow.

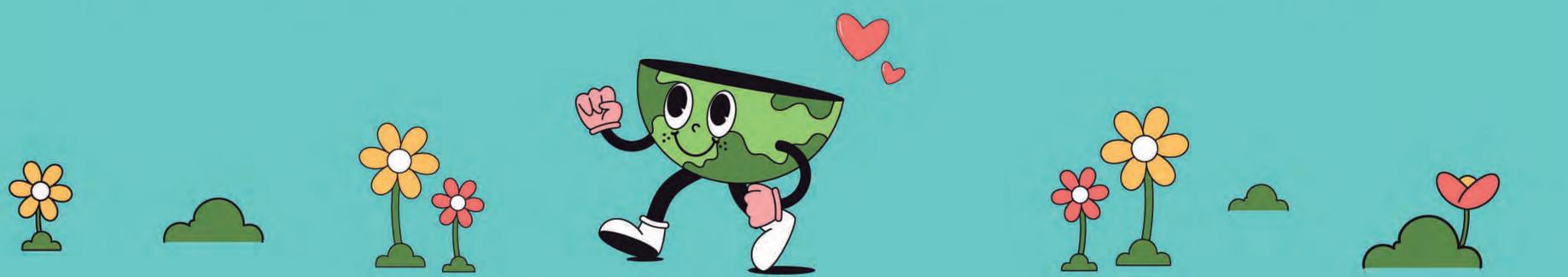
“My company has offered me ample opportunities to think and act on my ideas. It has also significantly supported ESG tasks. So, I have been learning new things all the time. That’s what makes my job fun. I have never felt bored because my work matches my passion. Now that my company has expanded its business to the recycling sector, there is a lot more for me to learn.

“Currently, I have already applied 3Rs (Reduce, Reuse, Recycle) to my daily life. I have separated waste to ensure easy recycling



วรรณชนก สกุลดาราชชาติ (โอปอล)
Wannachanok Sakuldarachart (Opal)
Engineer - Recycling and Water Management Technology

and improve resource efficiency. With the environment in mind, I have also played my role as a responsible consumer. I have supported products made by environmentally and socially responsible companies. Where possible, I have supported businesses that do good things for the world. Thanks to my work, I know that to change the world for the better, I must first start with my own actions.” 



ALMINDTM

by SCGP

Ultramild Foaming Hand Wash

สนุก ปลอดภัย มั่นใจทุกสัมผัส



โฟมล้างมือเปลี่ยนสีเมื่อครบ 30 วินาที



ผิวชุ่มชื้นด้วย AQUACELLA[®]



ลดการสะสมของเชื้อแบคทีเรีย



ผ่านการทดสอบ HYPOALLERGENIC TESTED

โฟมล้างมือเปลี่ยนสีเมื่อครบ 30 วินาที

ผิวชุ่มชื้นด้วย AQUACELLA[®]

ลดการสะสมของเชื้อแบคทีเรีย

ผ่านการทดสอบ HYPOALLERGENIC TESTED