

15
2/2019

a Packaging
Business
Newsletter

LOT



ADAPTATION FOR
DIGITAL AGE

CONTENTS

15
2/2019

16

24



21

40

02 Start Right Here

อัปเดตความเคลื่อนไหวของเอสซีจี แพคเกจจิ้ง

05 The Big Idea

กลยุทธ์ปึกหมุดมัดใจลูกค้ายุค 4.0

08 Packaging Spotlight

Circular Economy Product แพคเกจจิ้งเวรีกู๊ด

10 Unbounded

Personalized Packaging บรรจุภัณฑ์แนวคิดใหม่
ตรงใจผู้ใช้ ใส่ใจสิ่งแวดล้อม

12 Your Answers

เจาะพฤติกรรมผู้บริโภคปี 2019

14 Packaging Planet

Packaging Design 2019

16 P-DNA

HATCH by SCG ปลุกศักยภาพ ปันธุรกิจยุคดิจิทัล

19 a LOT of Ideas

กระรอกน้อยตกแต่งสวน

20 Relax & Have Fun

ตอบคำถามสนุก ๆ ลุ้นรับของรางวัล

21 P-Story

CEO Exclusive Forum 2019

เตรียมพร้อมเพื่อรับมือความเปลี่ยนแปลง

24 Lift Up Your Voice

TP PACKAGING เป็นทุกโซลูชั่น ปรับตัวให้ทันกับยุคดิจิทัล

27 English Chit Chat

ฟังอังกฤษได้ทุกที่ผ่าน 4 แอปพลิเคชัน

28 Alive

MORI Building DIGITAL ART MUSEUM: teamLab Borderless

พิพิธภัณฑ์ศิลปะดิจิทัลแห่งแรกของโลกที่ญี่ปุ่น

30 Safety

ปฏิบัติงานด้วยความปลอดภัย คือหัวใจสำคัญของเรา

32 Circular Way

กากกาแฟสู่ถ้วยกาแฟ

34 Your Healthy Hub

5 Gadget สุดล้ำ ตัวช่วยสุขภาพปี 2019

36 TA Talk

ขับเคลื่อนธุรกิจด้วยพลังสร้างสรรค์ และสร้างคุณค่าหมุนเวียน

38 Check It Out

อัปเดตหนังสือ เพลง ภาพยนตร์ และตารางกิจกรรมแบบไม่ตกเทรนด์

40 Unbounded Way

DezpaX Good Mindset Great Result



ปรับให้ไว ปรับให้ทัน ปรับให้รอด ในยุคดิจิทัล Adapting Fast to Thrive in Digital Age

แม้ว่าเราจะเริ่มคุ้นชินกับคำว่ายุคดิจิทัลมากกว่า 3 ปีแล้ว แต่ต่อให้ได้ยินบ่อยแค่ไหน ถ้ายังไม่ปรับตัว การอยู่รอดในยุคนี้บอกได้เลยว่า “ยาก”

เพราะยุคนี้อะไร ๆ ก็ต้องรวดเร็ว ล้ำสมัย เราแทบทุกคนรับเทคโนโลยีเหล่านั้นเข้ามาใช้ โดยสิ่งสำคัญอย่างการค้นคว้าให้เข้าใจที่มาและกลไกการทำงานของเทคโนโลยี เรียนรู้ที่จะปรับตัวเพื่อให้เข้าถึงและตามเทรนด์ที่ผ่านเข้ามาอย่างรวดเร็วได้เท่าทัน อีกทั้งการเปลี่ยนผ่านในยุคดิจิทัลนี้ส่งผลในหลายภาคส่วนทั้งธุรกิจขนาดเล็ก ขนาดกลาง ไปจนถึงขนาดใหญ่ แน่ใจว่าถ้ายังไม่ปรับตัวได้เร็วเท่าไรก็ยิ่งได้เปรียบ ธุรกิจไหนหาเอกลักษณ์ของตัวเองเจอเร็ว วางคาแรคเตอร์ของโปรดักต์ตัวเองได้ชัดเจน สามารถประยุกต์เอาเทคโนโลยีหรือช่องทางการสื่อสารแบบดิจิทัลมาใช้ให้เกิดประโยชน์และคุ้มค่าเม็ดเงินที่ลงทุนไปในระยะเวลาที่สั้นที่สุด ก็ถือว่าธุรกิจนั้นมีโอกาสรอดและเติบโตได้มาก

อ่านมาถึงตรงนี้ หลายคนอาจรู้สึกว่ายากและยังจับต้นชนปลายไม่ถูก ขอชวนให้เริ่มอ่านจาก a LOT ฉบับนี้กันก่อน เพราะนอกจากเราจะบรรจุเทรนด์ที่แพคเกจจิ้งทั้งงานดีไซน์และโซลูชันที่พร้อมตอบโจทย์ลูกค้าที่ต้องการความ “Personalized” แล้ว ในเล่มยังมีบทสัมภาษณ์เจ้าของธุรกิจที่ปรับตัวอย่างเท่าทันเทคโนโลยีมาแบ่งปันเป็นกรณีศึกษา เรียกว่าเนื้อหาเล่มนี้ประหนึ่งคลังทรัพย์ย่อ ๆ ของผู้ที่พร้อมจะเรียนรู้และปรับตัว “ทันที” ตั้งแต่วันนี้เป็นต้นไปเลยละ

ปอแก้ว ทิพยมณฑล
(Porkaew Tippayamontol)
บรรณาธิการบริหาร (Editor-in-chief)

Digital Age has been with us for more than three years already. Yet, no matter how familiar this term proves, it is still “difficult” for businesses to stay afloat if they do not adapt.

Everything must be modern and fast in the Digital Age. We should adjust to keep pace with fast-coming trends. Digital transformation has now affected businesses of all sizes, from SMEs to large corporations. So the faster we adapt, the better. The businesses that can quickly position themselves in the Digital Age with clear product differentiation and integrate ICT in the way that allows them to recoup investments fastest will have a good chance of both survival and further business growth.

By the time you finish reading the above paragraph, you may feel it is going to be difficult to adapt and have no idea how you should get started. So, I would like to encourage you to read this volume of a LOT. Included here are not just packaging trends, “Personalized” designs and packaging solutions but also interviews with entrepreneurs who have successfully adjusted their businesses in the Digital Age. Treat them as case studies and you will find that a LOT is like a mini bible for the ones who are keen to learn and “adapt” from this second onward. **P**

เจ้าของ: บมจ. เอสซีจี แพคเกจจิ้ง สำนักงานใหญ่ ถนนปิ่นเกล้ามิตรมิตร กรุงเทพฯ 10800 **โทรศัพท์:** 0-2586-5240 **E-mail:** scgpackaging@scg.com **Homepage:** www.scgpackaging.com **จัดทำโดย:** Brand Communications, Brand Management Office **ที่ปรึกษา:** ธนัชชา ว่องอมรนิติ **บรรณาธิการบริหาร:** ปอแก้ว ทิพยมณฑล **รองบรรณาธิการบริหาร:** กมลรัตน์ จรรยาวัฒน์ **กองบรรณาธิการ:** สุวรรณี เตชอมรอนกิจ พิมพ์มาดา บริพันธ์ ณัฐยา นัยประยูร ศศิณี อมรรัตนกรกุล **ออกแบบโดย:** ฝ่าย Amarin Publishing Services 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:** สายธุรกิจโรงพิมพ์ 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.co.th **Homepage:** www.scgpackaging.com **Production Coordinator:** Brand Communications, Brand Management Office **Advisor:** Tanatcha Vongamornniti **Editor-in-chief:** Pookaew Tippayamontol **Assistant Managing Editor:** Kamonrat Chanyavanich **Editorial Staff:** Suwannee Taecha-Amorntanakij, Pimmada Boripon, Natthaya Naiprayoon, Sasinee Amornrattanakornkul **Design:** Amarin Publishing Services, Amarin Printing and Publishing Public Co., Ltd. 376 Chaiphayphruk 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 Business Division, Amarin Printing and Publishing Public Co., Ltd. 376 Chaiphayphruk 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

สมเด็จพระเทพฯ ทรงเปิดงานสัปดาห์หนังสือแห่งชาติ ครั้งที่ 47 และทรงเยี่ยมชมบูธเอสซีจี HRH Princess Maha Chakri Sirindhorn Opens the 47th National Book Fair and Visits SCG Booth



สมเด็จพระเทพรัตนราชสุดาฯ สยามบรมราชกุมารี เสด็จพระราชดำเนินไปทรงเปิดงานสัปดาห์หนังสือแห่งชาติ ครั้งที่ 47 และงานสัปดาห์หนังสือนานาชาติ ครั้งที่ 17 จัดโดยสมาคมผู้จัดพิมพ์และผู้จำหน่ายหนังสือแห่งประเทศไทย ณ ห้องบอลรูม ศูนย์การประชุมแห่งชาติสิริกิติ์ เมื่อวันที่ 29 มีนาคม พ.ศ. 2562 เพื่อส่งเสริมให้คนไทยเกิดการรักการอ่านและเห็นความสำคัญของการอ่านหนังสือมากยิ่งขึ้น และพระราชทานโล่รางวัลแก่ผู้สนับสนุนการจัดงาน โดยมีคุณวิชาญ เจริญกิจสุพัฒน์ กรรมการผู้จัดการ บริษัทผลิตภัณฑ์กระดาษไทย จำกัด และคุณวิมลจันทร์เทียร ผู้อำนวยการฝ่ายการตลาด เข้ารับเสด็จ

นอกจากนี้ ภายในบูธยังมีโปรโมชั่นพิเศษสำหรับนักอ่านที่ซื้อหนังสือที่พิมพ์บนกระดาษถนอมสายตากรีนรีดอีกด้วย

HRH Princess Maha Chakri Sirindhorn launched the 47th National Book Fair and the 17th International Book Fair at the Ballroom Hall, Queen Sirikit National Convention Center, on 29 March 2019. Organized by the Publishers and Booksellers

Association of Thailand, the events aim to promote reading among Thais. During the opening ceremony, the Princess granted a plaque of honor to the event's sponsors including Mr. Wichan Charoenkitsupat, managing director of Thai Paper Co., Ltd. that has manufactured green-read paper.

The Princess also visited SCG booth at the events, with Mr. Wichan and the firm's marketing director Ms. Wimon Chantien on hand to provide a warm welcome. The booth offered special promotions to readers who buy books printed on green-read paper.

HRH Princess Maha Chakri Sirindhorn launched the 47th National Book Fair and the 17th International Book Fair at the Ballroom Hall, Queen Sirikit National Convention Center, on 29 March 2019. Organized by the Publishers and Booksellers

Association of Thailand, the events aim to promote reading among Thais. During the opening ceremony, the Princess granted a plaque of honor to the event's sponsors including Mr. Wichan Charoenkitsupat, managing director of Thai Paper Co., Ltd. that has manufactured green-read paper.

The Princess also visited SCG booth at the events, with Mr. Wichan and the firm's marketing director Ms. Wimon Chantien on hand to provide a warm welcome. The booth offered special promotions to readers who buy books printed on green-read paper.



ท่องเที่ยวราชบุรี ของดีเมืองโอ่ง กับงานกาชาดราชบุรี ประจำปี 2562 Packaging Business, SCG, Joins Ratchaburi Tourism Fair and Thai Red Cross Society Fair 2019



เมื่อวันที่ 27 - 31 มีนาคม พ.ศ. 2562 ธุรกิจแพคเกจจิ้ง เอสซีจี ได้ร่วมออกบูธ ณ บริเวณโรยิมเนเซียมราชบุรี อ.เมืองฯ จ.ราชบุรี โดยนำเสนอนวัตกรรมบรรจุภัณฑ์ของเอสซีจี ได้แก่ บรรจุภัณฑ์เพื่อสิ่งแวดล้อม พร้อมนำเสนอกิจกรรมเพื่อสังคมต่าง ๆ เพื่อแนะนำเอสซีจีให้เป็นที่รู้จักและต่อยอดการเป็นผู้นำด้านการผลิตบรรจุภัณฑ์และกระดาษที่มีส่วนช่วยในการยกระดับคุณภาพชีวิตที่ดีให้กับชุมชนใน จ.ราชบุรี รวมถึงการนำเสนอแนวคิด SCG Circular Way ให้กับผู้ร่วมงานได้ตระหนักและมีส่วนร่วมในการร่วมอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมผ่านเกมการคัดแยกขยะและการแยกกระดาษเพิ่มมูลค่า ซึ่งมีผู้สนใจเข้าร่วมกิจกรรมจำนวนมาก

Between 27 and 31 March 2019, Packaging Business, SCG, attended the Ratchaburi Tourism Fair in Ratchaburi province to showcase its innovative and green packaging. The firm also highlighted its CSR activities, its role in raising people's quality of life and the SCG Circular Way. During the fair, Packaging Business, SCG has also educated visitors about environmental protection via waste-separation game and paper-separation tricks for added value. The games attracted huge interest from visitors.





ธุรกิจแพคเกจจิ้ง จับมือ ม.มหิดล ลงนามบันทึกความร่วมมือ ระบบบริหารจัดการด้านงานคลังพัสดุ

Packaging Business signs MOU with Mahidol University on intelligence Inventory Management System

ธุรกิจแพคเกจจิ้ง เอสซีจี นำโดย คุณธนวงษ์ อารีรัชชกุล กรรมการผู้จัดการใหญ่ พร้อมด้วย คุณแสงชัย วิริยะอำไพวงศ์ กรรมการผู้จัดการ บริษัทสยามคราฟท์อุตสาหกรรม จำกัด และ คุณสุชัย กอประเสริฐศรี Marketing Director บริษัทสยามคราฟท์อุตสาหกรรม จำกัด ร่วมลงนาม บันทึกความร่วมมือกับคณะแพทยศาสตร์ โรงพยาบาลรามาธิบดี มหาวิทยาลัยมหิดล นำโดย ศาสตราจารย์ นายแพทย์ปิยะมิตร ศรีธรา คณบดี คณะแพทยศาสตร์ฯ ศาสตราจารย์ นายแพทย์ รณชัย คงสกนธ์ รองคณบดีฝ่ายการคลังและการพัสดุ และรองศาสตราจารย์ แพทย์หญิงชลทิพย์ วิรดกพันธ์ ผู้ช่วยคณบดีฝ่ายการคลัง และการพัสดุ โดยมีวัตถุประสงค์ร่วมกันพัฒนาระบบบริหารจัดการด้านงานคลังพัสดุ ในคณะ แพทยศาสตร์โรงพยาบาลรามาธิบดี พร้อม แลกเปลี่ยนความรู้ร่วมกันในการนำระบบ Digital Platform มาใช้พัฒนาระบบการทำงาน

Packaging Business, SCG, led by its president Mr. Tanawong Areeratchakul, Siam Kraft Industry's managing director Mr. Sangchai Wiriyumpaiwong and its marketing director Mr. Suchai Korprasertsri, have signed a memorandum of cooperation with the Mahidol University's Faculty of Medicine Ramathibodi Hospital. The faculty's dean Prof. Dr. Piyamitr Sritara, deputy dean Dr. Ronnachai Kongsakon, and assistant dean Dr. Cholatilp Wiratkapun have attended the signing ceremony on behalf of the faculty. The goals are to improve the faculty's raw-material management and also to develop a digital platform for the faculty.



ทีม ID 4 ตามทันโลกดิจิทัล เรียนรู้กระบวนการสร้างนวัตกรรม ตามแนวทาง Amazon.com

ID4 Team Arranges Workshop to Learn Amazon's Innovative Way



คุณธนวงษ์ อารีรัชชกุล กรรมการผู้จัดการใหญ่ พร้อมพนักงานในธุรกิจแพคเกจจิ้ง เอสซีจี จัด สัมมนาเชิงปฏิบัติการในหัวข้อ Working Backwards Process ซึ่งเป็นกระบวนการสร้าง นวัตกรรมตามแนวทางของ Amazon.com โดย ครั้งนี้ได้รับเกียรติจากคุณ Dipen Mehta Head of Digital Innovation APAC จาก Amazon Web Services (AWS) มาให้ความรู้แก่พนักงาน

Mr. Tanawong Areeratchakul, President of Packaging Business, SCG, led his staff into holding the Working Backwards Process workshop. Highlighting Amazon.com's way of innovation creation, Mr. Dipen Mehta, Head of Digital Innovation APAC from Amazon Web Services (AWS), served as the speaker.





โชว์ของ เปิดมุมมองโลกเทคโนโลยียุคดิจิทัล ในงาน KMUTT Creativity and Technology Showcase 2019

SCG Makes a Presence at KMUTT Creativity and Technology Showcase 2019



มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี จัดนิทรรศการแสดงผลงานแนวคิดเชิงสร้างสรรค์และเทคโนโลยี เมื่อวันที่ 26 - 27 มีนาคม พ.ศ. 2562 ณ อาคารเคเอกซ์ ถนนกรุงธนบุรี โดยนำงานวิจัยและนวัตกรรมมาแสดงในงานนิทรรศการ Digitalization for Smart Life and Smart Industry มากกว่า 60 ผลงาน ซึ่งธุรกิจแพคเกจจิ้งได้ร่วมออกบูธโดยนำเสนอ Doozy Pack กล่องไปรษณีย์ บรรจุภัณฑ์ครบวงจร แท็ค ครอบจับง่าย และ Angle ระบบการจัดการคลังยุคใหม่ให้มีประสิทธิภาพ พร้อมกันนี้ภายในงานยังได้รับเกียรติจากคุณสุรศักดิ์ อัมมวรรณ Industry 4.0 Transformation Director บริษัท เอสซีจีแพคเกจจิ้ง จำกัด (มหาชน) ร่วมบรรยายพิเศษเรื่อง Digital Transformation: Packaging Industry อีกด้วย

The King Mongkut's University of Technology Thonburi (KMUTT) organized a technology showcase between 26 and 27 March 2019 at the KX Building, Krung Thonburi Road, Bangkok. Titled Digitalization for Smart Life and Smart Industry, this cool exhibition featured more than 60 exhibits. SCG operated a booth at the event to showcase its Doozy Pack, an easy-to-use parcel box, and Angle, The intelligence inventory management system. Mr. Surasak Amawat, Industry 4.0 Transformation Director of SCG Packaging Public Company Limited, delivered a special lecture on Digital Transformation: Packaging Industry at the event too.



ต่อยอดธุรกิจ สร้างโอกาสในตลาดแพคเกจจิ้ง ในงาน PT PACK: Printing & Packaging Expo 2019

Packaging Business, SCG, Presents Products at PT PACK: Printing & Packaging Expo 2019

ธุรกิจแพคเกจจิ้งร่วมแสดงสินค้าในงาน PT PACK: Printing & Packaging Expo 2019 เมื่อวันที่ 29 มีนาคม ถึง 1 เมษายน พ.ศ. 2562 ณ อิมแพ็ค เอ็กซิบิชั่น ฮอลล์ ภายใต้แนวคิดการบรรจุภัณฑ์และการพิมพ์แห่งอนาคต ซึ่งได้จัดแสดงเทคโนโลยีและนวัตกรรมใหม่ล่าสุดเพื่อให้สอดคล้องกับยุทธศาสตร์ไทยแลนด์ 4.0 และร่วมสร้างสรรค์โอกาสทางธุรกิจที่ดีที่สุดในตลาดเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ โดยนำเสนอผลิตภัณฑ์ในคอนเซ็ปต์ Total Packaging Solutions Provider มีไฮไลท์เป็นบรรจุภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม พร้อมกันนี้ยังได้เข้าร่วมกิจกรรมเจรจาธุรกิจกลุ่มอุตสาหกรรมพรีนติ้งและแพคเกจจิ้งที่จัดโดยหน่วยงานจับคู่ธุรกิจสายงานการค้าการลงทุน สภาอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย เพื่อให้ผู้ประกอบการไทยเกิดการต่อยอดทางธุรกิจต่อไปในอนาคตอีกด้วย

Packaging Business, SCG, exhibited products at the PT PACK: Printing & Packaging Expo 2019 between 29 March and 1 April 2019 at the IMPACT Exhibition Hall. At the event, the firm showcased packaging and printing of the future. Innovations at the firm's booth are in line with Thailand 4.0 policy. The booth, moreover, highlights the firm's status as the Total Packaging Solutions Provider, which has now presented various green packaging too. Moreover, Packaging Business, SCG, attended the business-matching session that was organized by the Federation of Thai Industries for the purpose of empowering Thai businesses.





Wow

Strategy for Consumers 4.0

กลยุทธ์ปักหมุดมัดใจลูกค้ายุค 4.0

การเข้ามาอย่างรวดเร็วของโลกดิจิทัลส่งผลให้หลายองค์กรอยู่ในช่วงปรับเปลี่ยนระบบต่าง ๆ เพื่อรองรับความต้องการของลูกค้าที่เปลี่ยนไปและเพิ่มสูงขึ้นอย่างไม่เคยมีมาก่อน นอกจากการเปลี่ยนผ่านด้านเทคโนโลยีแล้ว อีกเรื่องที่สำคัญคือ ความท้าทายในการบริหารทรัพยากรบุคคลขององค์กรที่มีสองเจนเนอเรชั่นว่า ควรจะเดินไปในทิศทางใด จึงจะเกิดศักยภาพสูงสุด

The raging digital trends have nudged several organizations to overhaul their work systems so as to better respond to customers' changing behaviors and soaring demand. Digital transformation aside, these organizations also have to address how to ensure workforce that covers at least two generations can work efficiently together.

เทคโนโลยีนำ คณก้าวตาม

Technology Leads the Way

การเปลี่ยนผ่านสู่ยุคดิจิทัล (Digital Transformation) ส่งผลให้เทคโนโลยีเข้ามาเป็นส่วนหนึ่งในการดำเนินธุรกิจอย่างถาวร ธุรกิจยุคนี้จึงต้องเปลี่ยนแปลงตั้งแต่แนวคิด วางรากฐาน ตั้งเป้าหมาย ไปจนถึงการดำเนินธุรกิจ และส่งต่อคุณค่าให้แก่ผู้บริโภค โดยยึดหลัก 3 กลยุทธ์ครองใจผู้บริโภคยุค 4.0 ได้แก่

Through Digital Transformation, technologies have become a part of business operations on a permanent and comprehensive basis. To win consumers' hearts in the 4.0 Era, brands should embrace the following strategies:



Offline-Online

เมื่อลูกค้าอยู่ทุกหนแห่ง เราควรให้ความสำคัญทั้งออนไลน์และออฟไลน์ โดยนำมารวมกันเป็นหนึ่ง เพื่อผลักดันให้เติบโตไปพร้อมกัน

Because customers are both offline and online, it is necessary to be omnipresent to drive business growth.



Data

ต้องมีข้อมูลครบถ้วนเพื่อตอบทุกคำถามแก่ผู้บริโภค และยังต้องนำข้อมูลของผู้บริโภคมาใช้ให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุด

Prepare complete data to answer all consumers' questions and analyze consumer data for best business performance.

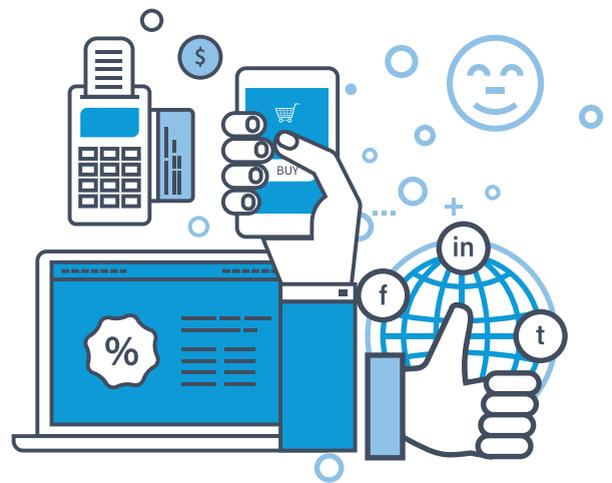


Logistics

สินค้าจำเป็นต้องส่งถึงมือผู้บริโภค นอกจากนี้ต้องพัฒนาเรื่องระบบขนส่งแล้ว การสนับสนุนธุรกิจ E-Commerce ก็มีความสำคัญเช่นกัน

Logistic management is important because products must be delivered to consumers' hands. Brands must now support e-commerce too.

So, it's best that organizations know what platforms their target groups use and make sure they are present in their target customers' lives.



ดร.เอกก์ ภทรธนกุล ประธานหลักสูตร MBM ภาควิชาการตลาด จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย กล่าวในงาน CEO Exclusive Forum 2019 ว่า “ทุกคนชอบถามว่าดิจิทัลคือออนไลน์หรือออฟไลน์ ในขณะที่หลายคนมีคำตอบว่าดิจิทัลเท่ากับออนไลน์ซึ่งผิด เพราะลูกค้าไม่เคยรู้ว่าตัวเองออนไลน์หรือออฟไลน์ เขาารู้อย่างเดียวว่า On Life คือชีวิตฉัน ดังนั้นไม่มีใครรู้ขนาดเพราะดิจิทัลเปลี่ยนทุกวัน

“สิ่งสำคัญที่องค์กรต้องรู้คือ ลูกค้าของตัวเองใช้แพลตฟอร์มอะไร แล้วเอาตัวเองไปอยู่ในชีวิตเขา นี่คือการตอบที่สำคัญที่สุด”

Dr. Ake Pattaratanakul, Director of Master in Branding and Marketing at Chulalongkorn Business School, has told CEO Exclusive Forum 2019 that, “It's wrong to think going digital is just about online operations. Customers are not consciously online or offline. They just think about being on life. Don't forget that digital trends change every single day. So, it's best that organizations know what platforms their target groups use and make sure they are present in their target customers' lives”.

เราคือหนึ่งเดียวกัน

We are One!

คุณณันท์ โภคทรัพย์ ประธานกรรมการ บริษัทกลุ่มเซ็นทรัล ปัจจุบันดูแลรับผิดชอบสายงานเทคโนโลยีดิจิทัล ยังให้ความเห็นในเรื่องนี้ว่า ไม่เพียงแต่ภาคปฏิบัติที่จะต้องมีการเปลี่ยนแปลงครั้งใหญ่เท่านั้น แต่ยังรวมไปถึงการเปลี่ยนแปลงด้านวัฒนธรรมองค์กรและบุคลากรทุกภาคส่วนที่ต้องร่วมมือกัน

“ปัจจุบันมีคนสองรุ่นกำลังทำงานอยู่ในองค์กรเดียวกัน ถือเป็นยุคของการรวมตัวกันเพื่อให้ธุรกิจเดินต่อไปได้ ผู้ใหญ่ยังคงมีความสำคัญ แต่เพิ่มบทบาทการเป็นที่เลี้ยงเข้ามา โดยต้องเปิดใจและเปิดโอกาสให้น้องรุ่นใหม่ได้นำเสนอความคิดและศักยภาพแล้วค่อยมาร่วมกันตัดสินใจ ไม่ไปตีกรอบ แต่ให้มองว่าจะซัพพอร์ตยังไง โดยเฉพาะหากมีข้อผิดพลาดเกิดขึ้น ให้นำมาถอดบทเรียนร่วมกัน เพราะประสบการณ์ในวันนี้จะนำไปสู่ความสำเร็จในวันพรุ่งนี้”

การรักษาทรัพยากรบุคคลที่มีคุณค่าและการสร้างบุคลากรที่มีคุณสมบัติเหมาะสม จะส่งผลให้องค์กรพัฒนาและเติบโตได้ในระยะยาว พร้อมทั้งสร้างจุดยืนอันชัดเจนครั้งใหม่ให้องค์กรได้แก่

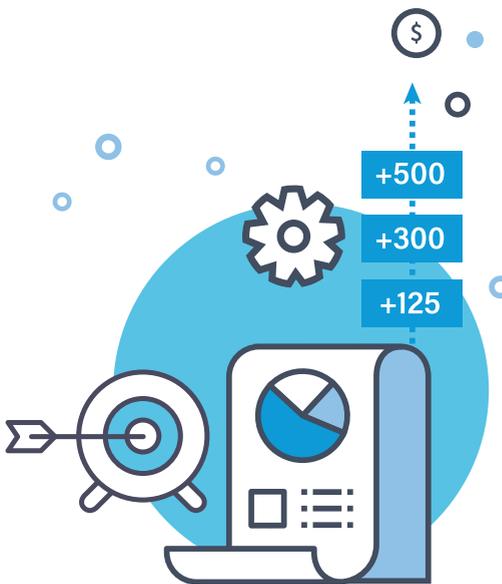
Mr. Yol Phokasub, President of Central Group, now oversees digital technology affairs at his firm. However, he believes amid the digital transformation, it is equally important to create supportive corporate culture and drive the whole staff.

“Today, two generations of people work in the same company. So, they need to collaborate well to drive business ahead. Older staff remain important but their role should be more about being coaches or mentors. Meanwhile, younger staff should be allowed to express their opinions and given support. If any mistake happens, learn a lesson so that their team can achieve successes tomorrow,” Mr. Yol says.

Talent retention, he says, is crucial for business growth in the long run. On top of this, each firm should also create its fresh selling points through the following strategies:

Younger staff should be allowed to express their opinions and given support. If any mistake happens, learn a lesson so that their team can achieve successes tomorrow.

- กำหนดเป้าหมายเชิงกลยุทธ์ใหม่ที่ชัดเจน จะช่วยให้องค์กรพบแนวทางการทำธุรกิจใหม่ที่สร้างรายได้และคุณค่าเพิ่มขึ้นพร้อมกับประเมินความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้นจากการมองภาพรวม



- การพัฒนาความชำนาญและสร้างจุดขายใหม่ ไม่ใช่เพียงแค่การพัฒนาทักษะใหม่ ๆ ให้คนในองค์กรเท่านั้น แต่ยังหมายถึงการสร้างประสบการณ์ใหม่ให้กับลูกค้าผ่านการนำเทคโนโลยีดิจิทัลมาช่วยด้วย

Expertise Development & New Selling Points: It is necessary to do much more than just equipping workforce with new skills. To achieve this goal, a firm must deliver new experiences to customers via digital technologies too. 

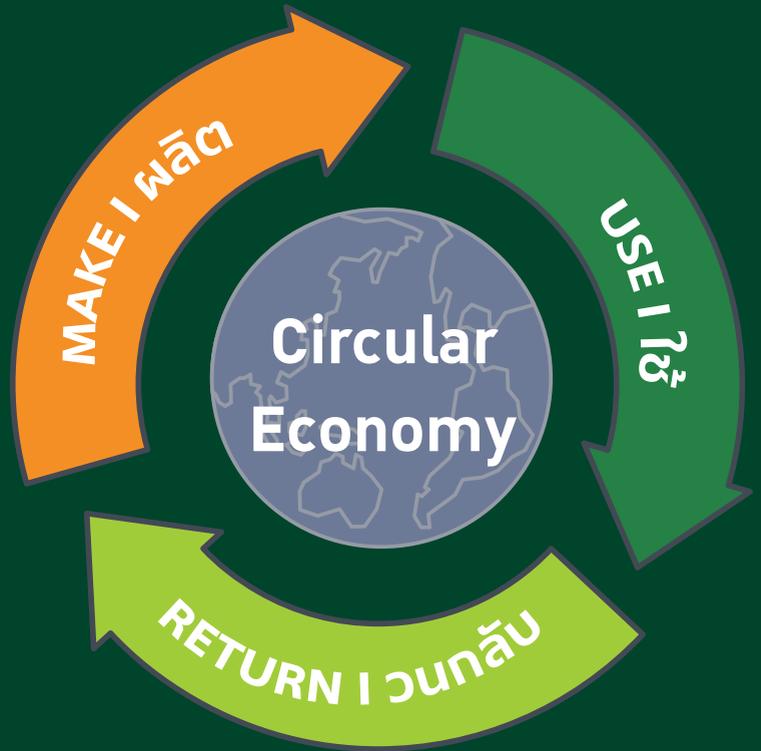


Circular Economy Product

แพคเกจจิ้งเวรีกู๊ด Very Good Packaging

เพราะการใช้พลังงานและทรัพยากรให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุดคือความมุ่งมั่นของธุรกิจแพคเกจจิ้ง เอสซีจี ผลลัพธ์คือไม่เพียงบรรจุภัณฑ์ที่จะถูกออกแบบให้ตอบโจทย์ความต้องการของลูกค้า แต่ยังรักษาสิ่งแวดล้อมในทุกกระบวนการ เพื่อให้แน่ใจว่าขั้นตอนการผลิตเป็นไปตามแนวคิดเศรษฐกิจหมุนเวียน (Circular Economy) ซึ่งเป็นหนึ่งในกลยุทธ์หลักที่เอสซีจีให้ความสำคัญ แม้ว่าแนวคิดอาจฟังแล้วนึกภาพตามยาก แต่เมื่อผลิตออกมาเป็นบรรจุภัณฑ์แล้ว ชอบออกเลยว่า “เวรีกู๊ด!”

Because Packaging Business, SCG, pursues maximum energy/resource efficiency, its products not only answer well to customers' needs but also prove friendly to the environment in every step. Circular Economy, after all, is a new guiding principle at SCG. Below are very good results from it.



- GROCERY BAG -



Grocery Bag

จะดีกว่าไหม ถ้ามาลองทางเลือกใหม่ในการจับจ่ายใช้สอย กับถุงที่ผลิตจากกระดาษรีไซเคิล ซึ่งให้คุณสมบัติคงทน รองรับน้ำหนักได้ดี ทั้งยังพิมพ์ลวดลายเพื่อส่งเสริมการตลาดได้ตามต้องการ ลองมาอุ้มถุงกระดาษกันดูไหม ดูคุณแบบรักษ์โลกด้วยนะ

Made of recycled paper, this bag is highly durable. Marketing messages can be printed all over it too. So, isn't it good for you to change your shopping habit and embrace such grocery bag instead? With such bag in your arms, you will look cool as a nature lover.

หลอดกระดาษเฟสท์ FEST Paper Straws

ใครจะไปคิดว่า กระดาษจะไม่เปียกไปกับน้ำ แต่ถ้าวุ่นได้ลองใช้ จะรู้ว่ามันน่าทึ่งแค่ไหน เพราะหลอดกระดาษเฟสท์สามารถทนต่อการใช้งานได้นานถึง 4 ชั่วโมง แถมยังย่อยสลายได้เองตามธรรมชาติ อีกทั้งหากผ่านการแยกทิ้งให้ถูกที่เมื่อใช้แล้ว ยังสามารถนำรีไซเคิลเป็นวัตถุดิบผลิตกระดาษบรรจุภัณฑ์ซ้ำได้ แต่บอกไว้สักนิดว่าเหมาะกับเครื่องดื่มที่มีอุณหภูมิไม่เกิน 40 องศาเซลเซียสนะจ๊ะ

Though made of paper, they amazingly do not dissolve in water and can work fine for as long as four hours. After use, these straws are biodegradable. If left at the right spots, they are good recyclable materials for packaging production. But don't ever use these straws for drinks that are hotter than 40 degrees Celsius.



CIRCULAR ECONOMY PRODUCT



FybroZeal

ถัดจากหลอดกระดาษเฟสท์ก็ต้องมีถุงสำหรับใส่ นี่คือถุงสำหรับบรรจุหลอดกระดาษเฟสท์ที่เก๋ก๊าดไม่แพ้ตัวหลอด เพราะมีความแข็งแรง ทนทาน น้ำหนักเบา สามารถพิมพ์สีสันทันและลวดลายได้ แถมยังบรรจุอย่างสะอาดถูกหลักอนามัย ที่สำคัญถุงนี้ยังสามารถย่อยสลายได้อีกด้วยนะ

These bags are durable, lightweight, and hygienic. For extra appeal, they can feature beautiful prints and colors. Made of natural fiber, they are biodegradable and highly recyclable too.



เครื่องหัตถกรรมจักสาน จากเส้นพลาสติก Plastic Basketry

เศษจากกระบวนการผลิตไม้ไผ่สิ่งสูญเปล่า เมื่อนำมาผสมสานกับไผ่เตี้ยที่ไม่หยุดนิ่ง สามารถสร้างสรรค์สิ่งใหม่ที่มีมูลค่าให้เกิดขึ้นได้ เช่น นำมาสานเป็นกระเป๋า ตะกร้า เครื่องใช้ในครัว ด้วยรูปแบบและสีสันที่หลากหลาย นอกจากจะสร้างอาชีพให้กับชุมชนแล้ว ยังสานต่อภูมิปัญญาชาวบ้านเรื่องการจักสานอีกด้วย

Scraps from production lines are not useless. With a touch of creativity, plastic straps, for example, can be turned into beautiful baskets, utensils and bags in various forms and colors. Such wickerwork is good for the environment, conservation of local wisdom, and also locals' livelihoods. **P**

PERSONALIZED PACKAGING



New Idea for Environmentally-Conscious Consumers บรรจุภัณฑ์แนวคิดใหม่ ตรงใจผู้ใช้ ใส่ใจสิ่งแวดล้อม

ลองมองรอบ ๆ ตัวดูสิ สิ่งใดที่เรามองว่าบรรจุภัณฑ์ส่วนใหญ่ในบ้านเรา หน้าตาคล้าย ๆ กันไปหมด ไม่ว่าจะขวดสเปรย์ ขวดบีบ หรือขวดพลาสติก ทั้งหมดมีแนวคิดในการออกแบบแทบไม่แตกต่างกัน จะไม่เหมือนกันก็แค่ประเภทของสินค้าที่บรรจุอยู่ภายใน ซึ่งความคล้ายกันของบรรจุภัณฑ์เหล่านี้คือสาเหตุหนึ่งที่ทำให้สินค้ามีคุณค่าน้อยลง เพราะผู้บริโภคจะรู้สึกเพียงว่าซื้อสินค้านี้มาเพื่อใช้ให้หมดไป จากนั้นก็ทิ้ง แล้วก็ซื้อใหม่ วนเวียนไปเรื่อย ๆ นั่นเอง

แล้วถ้าลูกค้าสามารถซื้อสินค้าที่บรรจุในแพ็คเกจที่ออกแบบได้เองล่ะ
คิดว่าลูกค้าจะใช้บรรจุภัณฑ์นั้นซ้ำ หรือโยนทิ้งไปแล้วหาซื้อใหม่...

When we look around us, we will notice that most sprayers, pump bottles or plastic bottles look almost the same. This explains why consumers take such packaging for granted and feel comfortable throwing it away. **But what will happen if consumers get personalized packaging?** Will they simply discard it or will they reuse it?

Personalized Packaging คือคำตอบของคำถามนี้ ด้วยนวัตกรรม การดีไซน์บรรจุภัณฑ์อันชาญฉลาด ที่ผู้บริโภคสามารถเลือกออกแบบ แพ็คเกจสินค้าได้เอง บวกกับฟังก์ชันการใช้งานของบรรจุภัณฑ์ที่เอื้อต่อการนำกลับมาใช้ใหม่ Personalized Packaging จึงช่วยลดปัญหาจากการทิ้งขยะ และเพิ่มมูลค่าของสินค้าได้อย่างคาดไม่ถึง

กรณีศึกษาที่น่าสนใจของ Personalized Packaging ก็คือบรรจุภัณฑ์ในกลุ่ม Clean Revolution หรือสินค้าหมวดน้ำยาทำความสะอาดที่จำหน่ายทางเว็บไซต์ Amazon ซึ่งเป็นผลงานการผลิตและออกแบบ

ภายใต้ความร่วมมือกับ Replenish แบรินต์เจ้าของไอเดียสร้างสรรค์ บรรจุภัณฑ์เน้นฟังก์ชัน ที่สามารถนำกลับมาใช้ซ้ำได้ แคมเปญสร้างสรรค์สร้าง ดีไซน์ให้แพ็คเกจดูไม่เหมือนใคร จนผู้ใช้ทิ้งไม่ลง

บรรจุภัณฑ์ที่ว่ามีชื่อว่า Replenish 3.0 หรือขวดบรรจุน้ำยาทำความสะอาดที่พัฒนาขึ้นจากข้อสังเกตที่ว่า น้ำยาทำความสะอาดที่เราใช้ในครัวเรือนนั้น มีน้ำยาชนิดเข้มข้นเป็นส่วนประกอบเพียง 10% และอีก 90% คือน้ำที่เราสามารถเติมเองได้ที่บ้าน Replenish จึงออกแบบขวดน้ำ ขวดสเปรย์สำหรับบรรจุน้ำยาทำความสะอาด โดยแยก

ส่วนน้ำยาเข้มข้นออกมาจำหน่าย พร้อมกับขวดดีไซน์ใหม่สำหรับนำขวดน้ำยาคัดเข้มข้นนี้ติดเข้าไปที่กันขวด เมื่อต้องการใช้ก็แค่ประกอบขวดสเปรย์เข้ากับขวดหัวเขื่อน้ำยาทำความสะอาด บีบน้ำยาลงในขวดสเปรย์ให้ได้ปริมาณตามที่ต้องการ เติมน้ำเปล่า เขย่า ก็ใช้งานได้เลย เมื่อน้ำยาหมดก็แค่สั่งซื้อเฉพาะหัวเขื่อน้ำยาที่บรรจุในขวดจิ๋ว มาใช้ร่วมกับขวดปั๊มหรือขวดสเปรย์ที่มีอยู่เดิม

ความพิเศษของ Replenish 3.0 ไม่ได้อยู่ที่ความฉลาดในการดีไซน์บรรจุภัณฑ์ให้มีฟังก์ชันการใช้งานเท่านั้น แต่แรงจูงใจในการนำขวดมาใช้ซ้ำอยู่ที่การให้ลูกค้าได้ออกแบบขวดด้วยตัวเอง และพิมพ์ลวดลายลงบนขวดด้วยเทคโนโลยี Hybrid Digital Printer ใช้หมึกพิมพ์คุณภาพดีทนต่อการล้างทำความสะอาดมากถึง 300 ครั้ง ส่วนตัวขวดผลิตจากเรซิน ที่ไม่ว่าจะใช้งานยังไงก็ยังคงใสแจ๋ว มองเห็นส่วนผสมของน้ำยาด้านในขวด

เหตุผลสำคัญที่ Amazon ร่วมมือกับ Replenish นอกเหนือจากความตั้งใจในการสร้างสำนึกของผู้บริโภคเกี่ยวกับการเลือกใช้สินค้าภายใต้ความรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อมแล้ว อีกเหตุผลหนึ่งที่เราอาจนึกไม่ถึงก็คือ บรรจุภัณฑ์ Replenish 3.0 ตอบโจทย์อย่างมากในเรื่องต้นทุนการขนส่งสินค้า เพราะแทนที่จะต้องจัดส่งน้ำยาทำความสะอาดขวดใหญ่ น้ำหนัก 5 ปอนด์ ก็เปลี่ยนมาจัดส่งหัวเขื่อน้ำยาเข้มข้นในขนาดบรรจุเพียง 4 ออนซ์เท่านั้น

นี้อาจเรียกได้ว่า ยิ่งป็นนวัตกรรมที่เด่นหลายตัว เพราะ Personalized Packaging นี้ ตอบโจทย์ทั้งในแง่ของการออกแบบเพื่อสิ่งแวดล้อม และตรงใจผู้ใช้งานที่ต้องการบรรจุภัณฑ์ดีไซน์เฉพาะตัว จึงเป็นงานออกแบบบรรจุภัณฑ์ที่ชาญฉลาดสำหรับโลกและสำหรับผู้บริโภค

Replenish 3.0 bottles are also personalized. Consumers are welcome to design their own bottle and have their designs printed on the bottle with Hybrid Digital Printer and quality ink.

It is undeniable that **Personalized Packaging is a smart solution**. Not only that it increases product value, but it also reduces environmental impacts.



Amazon has now joined hands with Replenish, a brand that produces functional, appealing and reusable packages, for the distribution of its Clean Revolution or cleaning products.

This packaging is called Replenish 3.0, which is designed based on the fact that all cleaning solutions in households are 90 percent water. Just 10 percent of their content is concentrated solution. Replenish bottles, with sprayers or pumps, have two separable parts. The bottom part is for concentrated cleaning agent while the upper part is for water. The bottom, much smaller part, can be discarded after usage. The upper part, meanwhile, can be kept for reuse. The next time consumers need cleaning solutions, they only have to order the bottom part.

Replenish 3.0 bottles are also personalized. Consumers are welcome to design their own bottle and have their designs printed on the bottle with Hybrid Digital Printer and quality ink. It should be noted that ink will start fading only after 300 washes. Made of resin, bottles are transparent and consumers can always check the content.

Amazon benefits from the lower transportation cost after Replenish 3.0 was launched. Instead of delivering five-pound cleaning solution bottles, Amazon can just deliver four-ounce bottom parts that contain concentrated solutions.

In all, Personalized Packaging by Replenish delivers many benefits. This is a truly smart packaging for the world and consumers. 

เจาะพฤติกรรม ผู้บริโภค

ปี 2019



2019 Consumer Behavior Insights

นอกจาก passion ของเจ้าของธุรกิจแล้ว การสร้างแบรนด์ใน “ยุคดิจิทัล” ยุคที่ทุกอย่างเน้นความเร็ว เข้าใจง่าย และเข้าถึงได้ง่ายนั้น ย่อมจำเป็นจะต้องเรียนรู้เทรนด์อื่น ๆ ที่มาควบคู่กัน เพื่อปรับกลยุทธ์การทำธุรกิจให้เข้าถึกลุ่มเป้าหมายมากที่สุดด้วย

การดำเนินธุรกิจให้ก้าวทันการเปลี่ยนแปลงของเทรนด์ ผู้บริโภคสามารถนิยามได้ตรงกับ T R U S T คีย์เวิร์ด 5 ข้อที่เจ้าของธุรกิจหรือคนทำแบรนด์ถึงต้องรู้ ได้แก่

In the Digital Age, a brand must be fast, highly accessible and easy to understand. So, brand owners must ensure they keep pace with relevant trends so as to win the hearts of their target groups.

In the today’s world, TRUST concept is the keyword for branding.



Transparency

สิ่งที่แบรนด์พูดและทำต้องเป็นเรื่องจริง เพราะผู้บริโภคสามารถใช้ hashtag เพื่อตรวจสอบความโปร่งใสได้ ดังนั้นหากมีความผิดพลาดเกิดขึ้น นอกจากคำขอโทษต้องแจ้งแนวทางการแก้ไขให้ผู้บริโภคทราบด้วย

T for Transparency

Brands must speak the truths because these days consumers can easily verify information via hashtags. If any mistake happens, it is best to issue an apology and solution guidelines.

Right Time Marketing

แบรนด์ที่จะประสบความสำเร็จต้องเข้าถึงผู้บริโภคถูกที่ ถูกเวลา ทั้งการสื่อสาร ช่องทางการขาย และสินค้าที่ตอบโจทย์ Pain Point ได้อย่างตรงจุด

R for Right Time Marketing

It is necessary to communicate with consumers at the right time while directly addressing their Pain Point.

Uniquely Experience

แบรนด์ควรมีระบบการจัดเก็บฐานข้อมูล (Big Data) และระบบวิเคราะห์ที่ดี เพื่อไม่นำเสนอสินค้าและบริการที่ก่อให้เกิดความรำคาญที่จะส่งผลให้ผู้บริโภคเพิกเฉยต่อแบรนด์

U for Uniquely Experience

Brands should gather big data and deploy analytics to avoid upsetting consumers with unwanted messages.



Seamless Experience

แบรนด์ต้องเข้าใจความต้องการของลูกค้า และไลฟ์สไตล์ของผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมาย เพื่อสร้างแพลตฟอร์มที่ผู้บริโภคสามารถเข้าถึงแบรนด์ได้ง่ายไม่ว่าจะออนไลน์หรือออฟไลน์

S for Seamless Experience

Today, consumers expect brands to be easily accessible not just offline but also online. So, brands must create a platform for the purpose.



Trustworthy

แบรนด์ต้องรู้ว่าปัจจุบันผู้ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของผู้บริโภคไม่ใช่เซเลบริตี้ต่อไป แต่เป็นกลุ่ม Micro Influencer (Influencer ที่มีผู้ติดตามหลัก 1,000 - 10,000 คน) ที่มีประสบการณ์การใช้สินค้าและบริการจริง

T for Trustworthy

Keep in mind that celebrities do not have much sway over consumers anymore. These days, people listen more to Micro Influencers (Influencers with 1,000 - 10,000 followers) when they are looking for information on product/service experiences. **P**

“ปัจจุบันผู้บริโภคไม่ได้มองแบรนด์ในเรื่องของราคาและเรื่องของคุณภาพมากกว่าการเป็นสินค้าอุปโภคและบริโภค แต่เขากำลังมองหาแบรนด์ที่มี Promise ที่จับต้องได้ เริ่มจาก Purpose Promise ที่แบรนด์ต้องตอบให้ชัดว่าเริ่มขึ้นมาเพื่ออะไร เพื่อใคร มากไปกว่านั้นต้องมี Passion ประกอบอยู่ด้วย หากเป็นแบรนด์ที่คิดเพื่อสังคม เป็นส่วนหนึ่งที่ทำให้ชีวิตผู้บริโภคดีขึ้น ถือได้ว่าแบรนด์นั้นตอบโจทย์ความต้องการของผู้บริโภคได้ นอกจากนี้ต้องมีเทคโนโลยีที่ทำให้เขาเข้าถึงข้อมูลต่าง ๆ ได้มากขึ้นอีกด้วย ซึ่งปัจจุบันผู้บริโภคมีอำนาจมากพอที่จะคิดทำให้ผู้ผลิตทำตาม และถ้าทำได้ก็จะนำความยั่งยืนมาสู่องค์กรได้เช่นกัน”

“Today’s consumers do not focus on prices or quality. More likely, they look for a brand with a tangible promise such as purpose promise. They expect brands to communicate about founding objectives and clearly identify with specific target groups. If brands also demonstrate passion, that will be appealing. A socially-responsible brand that engages customers in its mission and make life better for its target groups will prove the right brand. On top of this, brands should use technologies to give people easy access to information. At present, consumers are powerful enough to lead manufacturers. If brands keep pace with this trend, their business will be sustainable.”

ขอบคุณข้อมูลจากคุณตั้งใจวิล อนันตชัย ประธานเจ้าหน้าที่ฝ่ายปฏิบัติการ และกรรมการผู้จัดการ บริษัท อินเทล (ประเทศไทย) จำกัด บริษัทวิจัยและที่ปรึกษาด้านการตลาด ซึ่งมาร่วมพูดคุยถึงเทรนด์ของพฤติกรรมผู้บริโภคในปี 2019 ในงาน CEO Exclusive Forum 2019

Special thanks to Ms. Dangjithawin Anantachai, Chief Operating Officer and Managing Director of INTAGE (Thailand) Company Limited, a research and marketing consulting firm, who has provided information through her speech at the CEO Exclusive Forum 2019.

Packaging Design 2019



Lines, Colors & Designs That Will Keep You in Trend

ว่ากันว่า ตัวตนของนักออกแบบสะท้อนผ่านงานดีไซน์ และภาพลักษณ์ของสินค้าก็สะท้อนผ่านแพคเกจจิ้ง ถ้าเช่นนั้นแล้ว การดีไซน์แพคเกจจิ้งที่ทันสมัย ดูดี ก็น่าจะบ่งบอกได้ว่านักออกแบบให้ความสำคัญกับสินค้า และอยากส่งต่อตัวตนที่แตกต่าง พร้อมพิทักษ์การใช้งานของแพคเกจจิ้งไปยังผู้บริโภค

มาดูกันว่าเทรนด์การออกแบบแพคเกจจิ้งในปี 2019 เป็นอย่างไร และนักออกแบบควรนำไปปรับใช้อย่างไรให้โดดเด่น และเป็นตัวตนของผลิตภัณฑ์ได้มากที่สุด

It is widely said that designs reflect the character of designers to an extent. If that is really the case, a modern and appealing package must of course tell a volume about their creators.

When creating their work, packaging designers focus on differentiation and functionality. But on top of that, they also need to think about trends. So, let's check out what are in this year!



น้อย ๆ แต่จัดจ้าน

ใคร ๆ ก็รู้ว่ากระแส Minimalism นั้นเป็นเทรนด์ที่เข้าไม่ตาย ด้วยแนวคิดที่เน้นความเรียบง่าย น้อย แต่ไม่ต้อยเรื่องฟังก์ชัน จึงทำให้การออกแบบแพคเกจจิ้งแนวนี้ยังคงติดเทรนด์การออกแบบแพคเกจจิ้งในปี 2019 ทว่าในปีนี้ ความมินิมัลอาจมาพร้อมกับสีสันทันที่จัดจ้านมากขึ้น ใช้สีน้อย แต่สดใส เน้นการเล่นตัวอักษรและเลือกใช้ฟอนต์ที่ชัดเจน เพื่อสร้างความโดดเด่นเหนือแพคเกจจิ้งในแนวเดียวกันที่มีอยู่เต็มท้องตลาด

Minimal but Eye-Catching

Minimalism never dies. So, it is natural that Minimal is a 2019 trend for packaging. But this year, trendy and minimal packages will very likely come in bright and vibrant colors plus clear and nice fonts to stand out.



สดใส โล่งเจดสี

หนึ่งในไม้ตายของนักออกแบบ ที่ไม่ว่าจะนำไปปรับใช้ยังไงก็ดูสวย นั่นก็คือการไล่เฉดสีบนแพคเกจจิ้ง ที่ทำให้สินค้าดูเฟรช น่าหยิบจับมาใช้ ด้วยเสน่ห์ของการผสมผสานเฉดสีที่ทำให้เกิดโทนสีใหม่ ซึ่งในปี 2019 นี้ งานออกแบบลักษณะนี้ก็ยังคงอยู่ในความสนใจ เช่นเดิม แต่เพิ่มการเลือกใช้สี ที่ปีนี้ต้องเป็นสีเรืองแสงหรือแบบนีออนเท่านั้นจึงจะไม่ตกเทรนด์

Bright Gradient Colors

This is one of the timeless gimmicks. When packaging appears in gradient colors, they look fresh and charming. In 2019, this gimmick will be in with the use of luminous colors.



Nude!! อย่างมีสีสับ

นักออกแบบส่วนมากจะมี Pantone ลอยเข้ามาในหัว ซึ่งก็ไม่พ้น โทนสีออกนวล ๆ ครีม ๆ หรือสีเบจ ในปีนี้สีชุดที่เราคุ้นเคยจะมาพร้อมกับส่วนผสมใหม่ นั่นคือการเลือกจับคู่กับสีสีนหวานใสแบบลูกกวาด เพื่อให้แพคเกจจิ้งมีสีที่โดดเด่นขึ้น และจะดูดีขึ้นไปอีก เมื่อออกแบบฉลากสินค้าให้เป็นสีขาว ช่วยเน้นสีสับและรูปทรงของแพคเกจจิ้งให้เข้าตาผู้บริโภคมากกว่าเดิม

Colorful Nude!!

At the mention of Nude colors, beige and cream pop up in the minds of most designers. But in 2019, the so familiar nude should be freshened up through its match with pastel hue. When such choices of colors appear on packages, consumers are bound to be smitten.



ขาว - ดำ ทำยังไวก้อินเทรนด์

งานออกแบบแพคเกจจิ้งสีขาว-ดำก็ยังคงอินเทรนด์อยู่ แต่นักออกแบบควรเลือกใช้สีนี้อย่างมีนัยสำคัญ แทนที่จะใช้เพื่อความสวยงามอย่างเดียว แนะนำให้เลือกใช้คู่สีนี้เพื่อแสดงถึงความแตกต่างหรือความเชื่อมโยงกันของสินค้า ดีไซน์และสีสับที่ดูเรียบง่ายนี้จะช่วยให้รูปลักษณ์ของสินค้าดูมีพลังยิ่งขึ้น

Black & White

These two colors never go out of trends. But to stay cool in this age, the Black & White should be used for packaging only when they have some connections with products inside. Normally, these two colors make the brand/product image more powerful.



เลือกใช้เส้น สี และสีลาในการออกแบบ

งานออกแบบแนว Flat Illustration ยังคงเป็นงานที่ทำทายนักออกแบบรุ่นใหม่อยู่เสมอ แต่ความยากของมันอยู่ที่จะออกแบบอย่างไรให้งานดูมีมิติ และสะท้อนรูปแบบของผลิตภัณฑ์ออกมาได้อย่างมีศิลปะ

Lines, Colors, and Arts

Flat illustration always prove challenging to new designers, who will have to make sure their designs have dimensions and artistic appeal while communicating about products they contain.

เทรนด์ออกแบบแพคเกจจิ้งยังไม่หมดเพียงเท่านี้ เล่มหน้ามาดูกันต่อว่า แนวคิดและรูปแบบของแพคเกจจิ้งแบบไหนที่จะโดนใจผู้บริโภค

If you find the above information useful, stay tuned! This column will share more of 2019 packaging trends in the next issue. 



HATCH #3

ปลูกศักยภาพ ปั้นธุรกิจยุคดิจิทัล

Discover Your Passion, Innovate Startups for Digital Age!

เพราะเชื่อว่าไอเดียสร้างสรรค์ต่าง ๆ ของพนักงานในองค์กรคือไข่ที่สามารถฟักให้ออกมาเป็นลูกนกคนเดินและบินได้ด้วยตัวเอง เอสซีจีจึงจัดโครงการ HATCH-WALK-FLY ซึ่งปีนี้ก็เป็นปีที่ 3 แล้ว เพื่อค้นหาพนักงานที่มีความตั้งใจทำธุรกิจสตาร์ทอัพนำलगุญ และสร้างมูลค่าเพิ่มให้แก่ธุรกิจของเอสซีจีในอนาคต โดยเริ่มที่โครงการ HATCH ที่มีทีมจากธุรกิจแพคเกจจิ้งผ่านเข้ารอบจำนวน 5 ทีม ซึ่งทั้งหมดขอตั้งศักยภาพของตัวเองนำไอเดียมาสร้างธุรกิจใหม่ รวมทั้งนำความรู้และประสบการณ์จากการเข้าร่วมโครงการมาพัฒนาตัวเอง

Believing that staff's ideas are like eggs that can be hatched, SCG has implemented the HATCH-WALK-FLY project for three consecutive years already. The goal are to identify staff with brilliant ideas and determination to start a new business in support of SCG's bright future. This year, five teams from Packaging Business, SCG, have sailed into the HATCH project. Check out what these teams have received from this great initiative.



Surpriser

Recycle festive decoration and lifestyle product

รัชชา พรังปะยูน (Ratchapon Pringprayoon)
 นันทิพัช ลิ้มพะสุด (Nantipat Limbasuta)
 ภัณฑิรา รัชมิธสม (Panitra Rassameetham)

งานปาร์ตี้หรืองานเลี้ยงสังสรรค์ที่จัดขึ้นในทุก ๆ วันสร้างขยะเป็นจำนวนมาก ซึ่งขยะเกือบร้อยละ 90 ไม่สามารถรีไซเคิลได้ Surpriser เล็งเห็นว่า เอสซีจีมีโรงงานผลิตกระดาษและมีดีไซน์เนอร์ที่สามารถออกแบบทำพร็อพกระดาษให้เหมาะกับงานปาร์ตี้ จึงอยากชูไอเดียนี้ให้เกิดขึ้นจริง

หนึ่งในสมาชิกของทีมอธิบายว่า “ใจจริงอยากฝากความเป็นกระดาษเข้าไปใช้เป็นพร็อพในงานทั้งหมด แต่พอรีเสิร์ชมาลูกค้าอยากได้ปาร์ตี้โซลูชัน ไม่อยากได้กระดาษ และกระดาษก็ยังมีส่วนจำกัด ตอนนั้นก็พยายามคิดกันใหม่เพื่อให้ตรงโจทย์ลูกค้ามากที่สุด ซึ่งการเข้ามาในโครงการ HATCH ช่วยให้เราสังเคราะห์ไอเดียทั้งเรื่องโปรดักต์และบริการให้เป็นรูปเป็นร่างมากขึ้น เป็นเหมือนโอกาสที่ได้ทำอะไรใหม่ ๆ คิดว่าทุกคนไม่ควรพลาด”

Parties take place every single day, generating huge piles of waste. Given that most festive decorations are unrecyclable, this team thinks it will be cool to create paper props for environmentally-conscious people. SCG, after all, has facilities and designers that should be able to create such types of product.

One of the team members says, “We hope parties will use only paper props. By the way, researches show party solutions must extend beyond paper-based items. So, we are now trying to find the greenest possible solutions for customers. HATCH project helps our team crystallize and materialize our ideas. No one should miss good opportunities this project offers”.



Ttrash

Recycle materials collection platform

ปรัชญา เปลี่ยพันธ์ (Prachaya Pleanphan)
CBM: นีริวัฒน์ นภรณ์ (Nitiwat Naporn)
CBM: กณเทพ เรืองอนุพงษ์ (Kamonmate Ruenganupong)

ทุกคนต่างรู้ว่าการคัดแยกขยะเป็นสิ่งที่ดี หากแต่ไม่รู้ว่าจะแยกขยะไปเพื่ออะไร ด้วยความไม่สะดวกในการคัดแยกขยะ ขั้นตอนการเข้าถึงผู้จัดการขยะรีไซเคิลที่ค่อนข้างลำบาก ประกอบกับรูปแบบการจัดการเก็บขยะ ณ ปัจจุบันที่ไม่สามารถ

สร้างความเชื่อมั่นว่า ขยะที่ตัวเองได้ทำการคัดแยก สามารถถูกนำไปใช้ประโยชน์และสร้างมูลค่าให้เกิดขึ้นได้จริง Ttrash จึงอาสาเป็น Matchmaker จับคู่บ้านเรือนและผู้รับซื้อขยะเพื่อร่วมกันจัดการขยะรีไซเคิลตามบ้านเรือนให้เป็นระบบ

หนึ่งในทีมได้เล่าว่า “เราอยากสร้างพฤติกรรมการคัดแยกขยะให้เกิดขึ้นได้ ด้วยแรงจูงใจที่เหมาะสม พร้อมทั้งการนำเทคโนโลยีเข้ามาประกอบเพื่อให้เกิดความสะดวกสบายทั้งฝั่งบ้านเรือนและผู้รับซื้อขยะ โดยในภาพใหญ่ที่เราต้องการสร้างไม่ใช่เพียงในแง่ธุรกิจเพื่อให้เกิดรายได้อย่างเดียว แต่เราจะสร้างแรงจูงใจ เพื่อให้คนหันมาร่วมกันแยกขยะรีไซเคิลที่จะกลายเป็นทรัพยากรใหม่ เกิดความยั่งยืนตามระบบ Circular Economy ซึ่ง HATCH เป็นเวทีที่เราได้แสดงออกถึง Passion และไอเดีย และเรายังมีเอสซีจีที่จะคอยสนับสนุนไอเดียให้เกิดขึ้นจริง การเข้า HATCH ได้เปลี่ยน Mindset บางอย่าง ก่อนหน้านี้ เราจะเชื่อมั่นในโซลูชันของตัวเอง เอาคำตอบมาก่อนคำถาม แต่ HATCH จะให้เราตั้งต้นที่ปัญหาก่อนที่จะมาหลงรักไอเดียของเรา ซึ่งจะทำให้ได้สิ่งที่ลูกค้าต้องการจริง ๆ”

Everyone knows waste separation is good. But most find it inconvenient to separate the waste and get in touch with the right recyclers. Indeed, very few have confidence that their separated waste will really matter. Ttrash, therefore, presents itself as a matchmaker, ensuring that household waste can be sold to recycling process.

One of the team members says, “We intend to encourage waste-separating habit through IT tool. Our innovation aims at providing convenience to both households and waste-for-recycling buyers. It, moreover, will be in line with Circular Economy. Joining HATCH project gives us opportunities to demonstrate our passions and ideas, and receive SCG support. Aside, it changes our mindset. Instead of focusing on solutions, our team now looks at pain points first. Now, we have realized this approach is the right way to deliver what customers really want”.



Home Sig

Home solutions for far-from-home person

สุพินญา สุภาแจ่ม (Supinya Supajam)
CBM: อลงกรณ์ อรุณรัตน์ (Alongkorn Anurathapan)
CBM: วิษณุ สุขสมัย (Witsanu Suksamai)

จะทำอย่างไรให้เหล่าคนพลัดถิ่นรู้สึกเหมือนอยู่กับพ่อแม่ทุกวันโดยใช้เทคโนโลยี Smart Living และอุปกรณ์ต่าง ๆ เข้ามาช่วย นี่คือโจทย์ที่ Home Sig ต้องการแก้

หนึ่งในสมาชิกของทีมอธิบายว่า “ตอนนี้โปรเจกต์ยังไม่เริ่ม เปลี่ยนไปเปลี่ยนแปลง แต่หลัก ๆ เรามี 3 เรื่องที่สนใจ คือ เรื่องสุขภาพ ความปลอดภัย และความเป็นอยู่ ซึ่งการเข้า HATCH ช่วยเราได้มาก ทั้งการทำ Problem กับ Solution Fit ให้ตั้งอยู่บนปัญหาจริง ซึ่งความสนุกอยู่ที่เราไม่ยึดติดกับโซลูชันของเรา แต่ไปหา Pain Point ว่าคือเรื่องอะไรกันแน่ เพราะที่เราสันนิษฐานไว้ไม่ใช่เลย ตอนนั้นก็ต้องการทำการบ้านเยอะมาก ต้องใช้เวลาศึกษามากกว่านี้”

How can we help people living far from their parents? Leveraging technologies, this team hopes it can create a Smart Living solutions to console the homesick.

One of the team members reveals, “We are still in the process of developing our solutions. But definitely, they must answer to health, safety, and well-being concerns. HATCH project has taught us a lot about being practical. After pain points are identified, we do lots of homework for solution development. Extensive researches show our first idea may not be right”.



NaYoo

One-stop living space website platform for each province

ภคณัฐ บุญเชิดชัยยันต์
(Phakanut Booncherdchaiyan)
พชร ชินอ่อน (Phachara Chin-onn)

NaYoo ตั้งใจจะเป็นเว็บไซต์ที่ครบเครื่องเรื่องที่อยู่อาศัย ให้บริการข้อมูลตั้งแต่หาบ้าน หาช่าง กระทั่งซื้อสินค้าเข้าบ้าน โดยวางตัวเป็น Local Platform โฟกัสลงไปในแต่ละจังหวัด

หนึ่งในสมาชิกของทีมกล่าวว่า “เราคิดว่าเอสซีจีเก่งเรื่องที่อยู่อาศัย แล้วตอนนี้ยังไม่มีใครรวบรวมข้อมูลหรือบริการเรื่องบ้านไว้เลย ตอนนั้นเราลองทำกันไปเรื่อย ๆ ไม่มีสเต็ปอะไรเลย จนเข้ามา HATCH ซึ่งข้อดีคือ ให้ความรู้ที่ถูกต้อง เพื่อให้เราไปจัดการปัญหาอย่างมีความมั่นใจมากขึ้น ซึ่งตอนนี้เราอยู่ในช่วงการหาข้อมูลสรุปปัญหาจริง ๆ ว่าของฝั่งผู้ซื้อและฝั่งผู้ขายมีอะไรเป็น Pain Point หลัก แล้วจะเอาตรงนั้นเป็นจุดตั้งต้นว่าต้องทำอะไรต่อ เราเชื่อว่า ถ้า NaYoo เกิดขึ้นจะมีประโยชน์ต่อทั้งผู้ขาย ผู้ซื้อ และช่าง ทั้งยังทำให้การเจริญเติบโตของเมืองเร็วขึ้น หากแต่เดิมใช้เวลา 6 - 7 เดือน จะลดเวลาเหลือ 2 - 3 เดือนได้เลย”

This team expects its NaYoo website to serve as a comprehensive housing platform via which people can easily find housing units, technicians involved, and household appliances. NaYoo will position itself as a local platform for residents of each province it covers.

One of the team members says, “SCG is a housing expert. So, we thought we should compile housing data and put it at one place. We didn’t know how to develop our idea further until we join HATCH project. Now, we are studying the pain points of buyers and sellers as we hope our website will benefit all sides. If successfully launched, NaYoo should be able to expedite urban development too”.



Club35

Real time tracking household inventory platform that utilizes data for users best experience

กษิติศ อิศรศักดิ์ ณ ออยุธยา
(Kasidit Isarasak Na Ayuthaya)
Chemicals: ปวรุฒม์ กองรัตน
(Pawarut Kongratana)
Chemicals: กานต์ชนิต ณ รนอง
(Kanchanit Na Ranong)

Club35 คิดนำเทคโนโลยี RFID (Radio Frequency Identification) มาจับอุตสาหกรรมเพื่อช่วยจัดการปัญหาของเสีย ของเหลือทิ้ง หรือของค้างสต็อก เพื่อลดปัญหาขยะและลดค่าใช้จ่าย

หนึ่งในสมาชิกของทีมเล่าว่า “ตอนนี้โซลูชันที่เราสันนิษฐานเบื้องต้นไม่ตรงกับปัญหาจริง ๆ ที่มีเลยต้องลองดูว่าตอนนี้ End User ร้านอาหารหรือ Retailer มีปัญหาอะไรบ้าง เพื่อที่เราจะเข้าไปตรงช่องว่างนั้นและคิดโซลูชันแก้ปัญหา ซึ่ง HATCH ช่วยเราไม่ให้หลงทาง เพราะถ้าเราทำสิ่งที่เรามาโน้แล้วเจ๊งแน่นอน การเข้า HATCH เราก็คิดว่าน่าจะได้อะไรใหม่ ๆ ได้ประสบการณ์ใหม่ที่นำไปต่อยอดกับงาน เวลาคิดโปรเจกต์ใหม่ ๆ แต่ก่อนเราจะคิดโซลูชันแล้วค่อยเอาปัญหา มาเติม แต่ตอนนี้จะมองก่อนว่างานที่ทำมีปัญหาจริงใช้ไหม แล้วค่อยหาโซลูชัน”

Club35 has come up with the idea of using RFID (Radio Frequency Identification) to reduce waste, leftovers, slow inventories, and related expenses.

One of the team members discloses, “After joining HATCH project, we have got a very useful guidance. If we launched our initial solution, it would definitely be a flop. But now, we have really studied the problems facing end users such as retailers and restaurants. So, we think we can improve our solution further. Thanks to HATCH, we will fully understand problems before designing solutions”.

สอบถามข้อมูลโครงการ HATCH-WALK-FLY
ได้ที่ Coach ของเรา
พีนาว - ussnv ตรีชวินนาถ
Manager-Business Incubation
norrarot@scg.com

For more information on
HATCH-WALK-FLY, contact our Coach:
Now - Norraron Treecheewannath
Manager-Business Incubation
norrarot@scg.com



Squirrels for Your Garden

กระรอกน้อยตกแต่งสวน



นอกจากกระถางดินปั้นและไม้ใบไม้ประดับ ที่หลายคนเลือกซื้อมาตกแต่งสวนไว้เพื่อเพิ่มความสดชื่นสดใส ยังมีของประดับตกแต่งที่สามารถทำเองได้ง่าย ๆ อย่างกระรอกน้อย ตกแต่งสวนลายนี้

If you want to enliven your garden, there is no need to buy more plants and earthen pots. It is going to be so nice, after all, to just add these little paper squirrels to your garden.



ขั้นตอนการทำ

1. ลอกลายจากกระดาษแบบลงบนกระดาษไขด้วยดินสอ
2. คว่ำด้านที่เป็นดินสอลงแล้ววาดทับรอยเดิมลงบนวัสดุที่ต้องการ
3. ลงสีอะคริลิกด้วยพู่กัน

Instructions

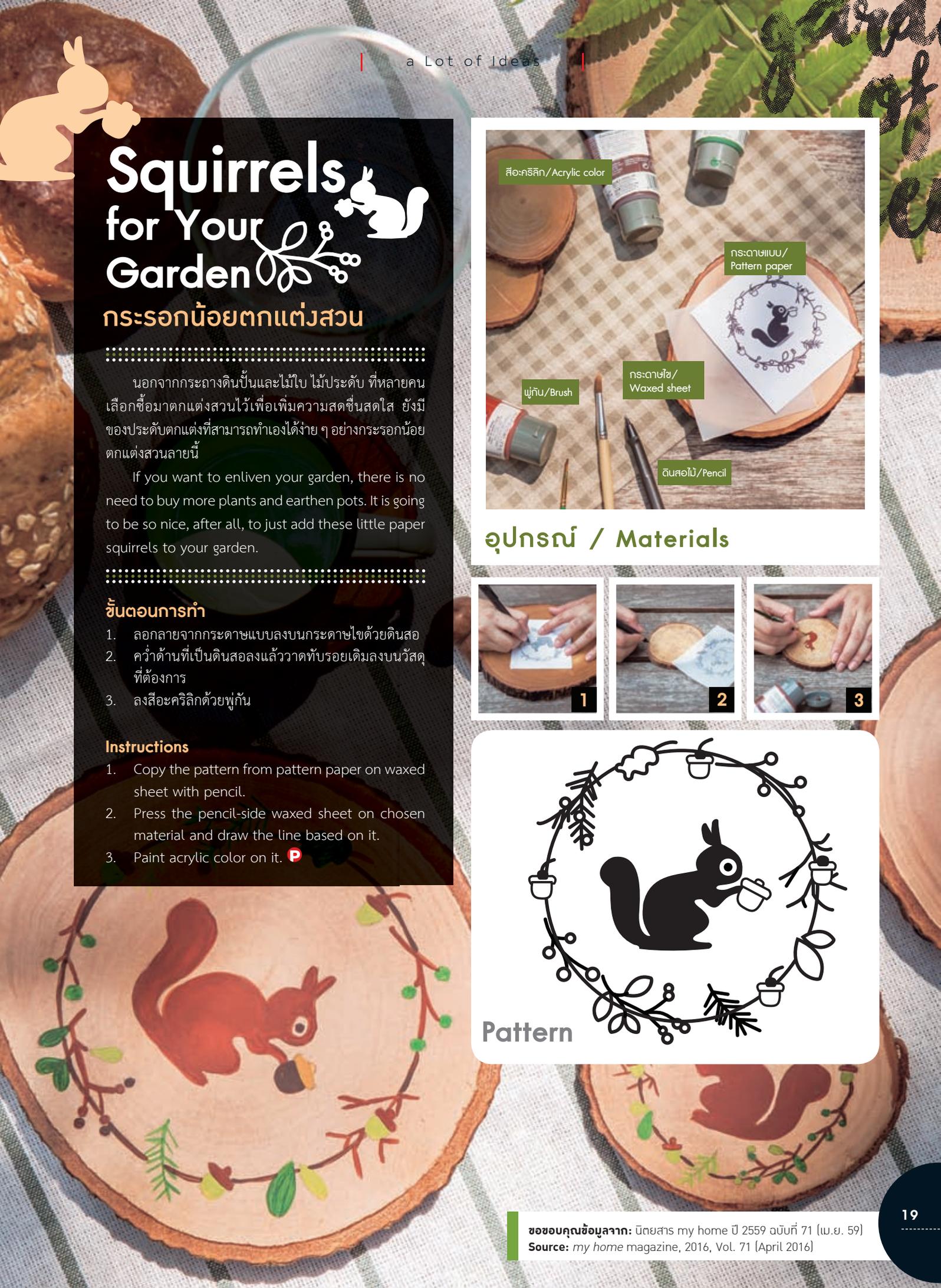
1. Copy the pattern from pattern paper on waxed sheet with pencil.
2. Press the pencil-side waxed sheet on chosen material and draw the line based on it.
3. Paint acrylic color on it. **P**



อุปกรณ์ / Materials



Pattern



แยกขยะให้ถูกที่ ทิ้งขยะให้ถูกประเภท Separate Your Waste and Put it in the Right Bin!

- 1 เศษอาหาร เปลือกผลไม้
Food waste, peel
- 2 ถ่านไฟฉาย หลอดไฟ
Discarded batteries, light bulbs
- 3 ฉลากพลาสติก ฝาขวดน้ำ
Plastic labels, bottle caps
- 4 ขวดพลาสติกใส (PET)
PET Bottles
- 5 ไม้จิ้มฟัน กล่องน้ำผลไม้ กระดาษห่อขนม
Discarded toothpicks, juice cartons, snack wrapping paper
- 6 แก้ว กระป๋องน้ำอัดลม
Glass, soda cans



สำหรับท่านที่ทราบคำตอบแล้ว อย่ารอช้า รีบส่งคำตอบพร้อมอีเมลชื่อและสถานที่สำหรับส่งของรางวัลมาได้ที่ kamonrae@scg.com ภายในวันที่ 14 มิถุนายน พ.ศ. 2562 (กรณีเป็นพนักงาน SCG ขอเป็นที่อยู่สำนักงานนะค่ะ) ผู้ที่โชคดีและตอบถูกรับ “ปิ่นโตรักษ์โลก” ปิ่นโตที่ทำจากฟางข้าวสีพาสเทลไปได้เลย

If you know the answers, send them together with your email and mailing address to kamonrae@scg.com by 14 June 2019 (If you are SCG employees, please use your office address). This time, the lucky winners will get pastel and eco-friendly “food-box set”. **P**

Congratulations!

สำหรับผู้โชคดีที่ตอบคำถามถูกต้องใน a LOT ฉบับที่ 14 ได้แก่
 Congratulations! Winners from a LOT Vol. 14 are:

- Warunee Tonsiri วินัย สิริศศิธร นรรณ ดรีชีวันนาถ
 Kittiphat Muangmee พิณทิพย์ คุณิวัฒนาภานต์

เลย Relax & Have Fun ใน a LOT Vol. 14 /
 Answers: Relax & Have Fun in a LOT Vol. 14

1. A 2. C 3. C





CEO EXCLUSIVE FORUM 2019

CEO EXCLUSIVE FORUM 2019

เตรียมพร้อมเพื่อรับมือความเปลี่ยนแปลง
Get Ready for Changes!

เข้าสู่ปีที่ 2 ของงาน CEO Exclusive Forum 2019 จัดโดยธุรกิจแพคเกจจิ้ง เอสซีจี เพื่อร่วมแลกเปลี่ยนความเห็นและเปิดรับความรู้ที่เป็นประโยชน์เกี่ยวกับการดำเนินธุรกิจระหว่างวิทยากรกับลูกค้าคนสำคัญ โดยได้รับเกียรติจากคุณธนพงษ์ อารีรัชชกุล กรรมการผู้จัดการใหญ่ ธุรกิจแพคเกจจิ้ง เอสซีจี กล่าวเปิดการสัมมนา

Packaging Business, SCG, has organized the CEO Exclusive Forum for a second year in a row now, creating an annual forum for useful updates and exchanges of opinions. Mr. Tanawong Areeratchakul, President of Packaging Business, SCG, delivered the opening speech at the CEO Exclusive Forum 2019 himself.

เริ่มด้วยการอัปเดตทิศทางทางเศรษฐกิจและแนวโน้มอุตสาหกรรมที่เกิดขึ้นในปีกับหัวข้อ Economic Industry Outlook 2019 โดย ดร.อมรเทพ จาวะลา ผู้อำนวยการอาวุโส สำนักวิจัย ธนาคาร ซีไอเอ็มบีไทย จำกัด (มหาชน) เล่าถึงเศรษฐกิจภาคเอกชนของไทยโตขึ้นร้อยละ 5 จากปีที่แล้ว แม้จะได้รับผลกระทบจากความผันผวนของเศรษฐกิจที่มาจากหลายปัจจัย อันได้แก่ สงครามการค้า ตลาดเปิดใหม่ ราคาน้ำมัน การเมืองและเศรษฐกิจภายในประเทศซึ่งประเทศไทยพบปัญหาเรื่องการลงทุนไม่ค่อยเกิดและกำลังซื้ออ่อน

สำหรับธุรกิจด้านบรรจุภัณฑ์สามารถเติบโตได้ดีในปี นี้ มีกำลังการผลิตมากขึ้น เพราะมีกลุ่มธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับอาหารมากขึ้น มีความจำเป็นที่จะใช้บรรจุภัณฑ์มากขึ้น เช่นเดียวกับการสนับสนุนด้าน E-Commerce ของธุรกิจ เพราะยังเติบโตอย่างรวดเร็วและต่อเนื่อง หากในระยะยาวอาจต้องเพิ่มการลงทุนที่ต้องเอาเครื่องจักรมาทดแทนแรงงานเพื่อประสิทธิภาพที่ดีขึ้น

หลังจากนั้น คุณตั้งใจฉวิล อนันตชัย ประธานเจ้าหน้าที่ฝ่ายปฏิบัติการ และกรรมการผู้จัดการ บริษัท อินเทจ (ประเทศไทย) จำกัด บริษัทวิจัยและที่ปรึกษาด้านการตลาด มาร่วมพูดคุยถึง Consumer Behavior Trend เทรนด์ของพฤติกรรมผู้บริโภคในปี 2019 โดยเล่าถึงการเข้ามาของเทคโนโลยีในยุคดิจิทัล 4.0 ที่พลิกโฉมหลายอุตสาหกรรมยุคเดิม ขณะเดียวกันธุรกิจสตาร์ทอัพใหม่ ๆ เกิดขึ้นมากมาย พร้อมกับพฤติกรรมผู้บริโภคที่มีการเปลี่ยนแปลง ซึ่งเป็นตัวกำหนดทิศทางของตลาด ส่งผลให้หลาย ๆ องค์กรต้องปรับเปลี่ยนแผนยุทธศาสตร์ เพื่อให้ธุรกิจเติบโตต่อไปได้

สำหรับช่วง Panel Discussion ในภาคบ่ายได้รับเกียรติจากคุณณัฐ โภคทรัพย์ ประธานกรรมการ บริษัทกลุ่มเซ็นทรัล อาจารย์ ดร.เอกภ ภัทรธกุล ประธานหลักสูตร MBM ภาควิชาการตลาด จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย และคุณธนวิช อารีรัชชกุล กรรมการผู้จัดการใหญ่ ธุรกิจแพคเกจจิ้ง เอสซีจี ร่วมพูดคุยถึงการปรับตัวของธุรกิจในยุคดิจิทัล ดำเนินรายการโดย คุณบัญชา ชุมชัยเวทย์ โดยภาพรวมของเนื้อหาเล่าถึงการเปิดรับเทคโนโลยี เพื่อสร้างแพลตฟอร์มใหม่ และนำเข้ามาใช้ในธุรกิจให้เกิดประโยชน์ รวมถึงการเปิดกว้างระหว่างคนสองรุ่นที่ดำเนินงานอยู่ภายในองค์กรเดียวกัน เพื่อให้ธุรกิจก้าวต่อไปข้างหน้าได้อย่างแข็งแกร่ง



The packaging industry grows well in the country because of higher manufacturing capacity and strong packaging demand from food-related businesses as well as blossoming e-commerce.

พร้อมกันนี้ ภายในงานยังมีบูธแสดงสินค้าซึ่งเป็นไฮไลท์ใหม่ล่าสุดของแพคเกจจิ้งมาโซว์ ซึ่งนวัตกรรมที่นำมาจัดแสดงเป็นนวัตกรรมใหม่ที่เป็นโซลูชันให้กับลูกค้าและยังเน้นเรื่องการรักษาสิ่งแวดล้อมตามแนวทาง Circular Economy หรือว่าการใช้ทรัพยากรให้คุ้มค่าที่สุด เพื่อเพิ่มความเชื่อมั่นที่จะเป็น Total Packaging Solutions Provider ตอบโจทย์ความต้องการของลูกค้าได้อย่างเต็มศักยภาพ อาทิ ถุง Grocery ถุงกระดาษ ขอบปิง บรรจุภัณฑ์เยื่อธรรมชาติ Fest บรรจุภัณฑ์ฟิล์มพลาสติก Flexible Packaging ที่ใช้พลาสติกชนิดเดียวกัน รวมไปถึง Waste to Value ทัตถกรรมจักสานจากสายรัดม้วน Paper Band และเส้นพลาสติก ที่เป็นเศษจากกระบวนการผลิต สร้างสรรค์โดยฝีมือชาวบ้านในชุมชน เป็นต้น



CEO EXCLUSIVE FORUM 2019



Then, Dr. Amonthep Chawla – the Head of Research Office at the CIMB Thai Bank – took the stage to provide the Economic Industry Outlook 2019. According to him, Thai economy has been growing by five percent from the previous year despite trade war, competition of emerging market and Thailand’s negative economic and political factors.

This year, the packaging industry grows well in the country because of higher manufacturing capacity and strong packaging demand from food-related businesses as well as blossoming e-commerce. In the long run, the packaging industry may need to replace more workers with machinery for better efficiency.

Ms. Dangjaitawin Anantachai, COO and MD of INTAGE (Thailand) Co., Ltd., was the next speaker. Hailed from the research and marketing consulting firm, she offered insights about Consumer Behavior Trend. She also reminded everyone that digital technologies were going to revolutionize various industries, requiring all to adjust strategies to achieve continued business growth.

The forum then interestingly presented a Panel Discussion. Moderated by Bancha Chumchaivate, it featured Mr. Tanawong, Mr. Yol Phokasub, President of Central Group, and Dr. Ake Pattaratanakul, Director of Master in Branding and Marketing at Chulalongkorn Business School. Panelists discussed on how to leverage technologies for business purposes and how to create synergy among working people of different generations.

At the CEO Exclusive Forum 2019, Packaging Business, SCG, also displayed its latest product highlights. These innovative products not only present themselves as solutions but also prove friendly to the environment in line with Circular Economy concept. Among these products are Grocery Bag, Natural Fiber Packaging – FEST, Flexible Packaging, and waste-to-value, woven products by paper bands and plastic basketry. Such products have reaffirmed the status of Packaging Business, SCG, as the Total Packaging Solutions Provider. 

น้องดินสอ (Dinsow)

น้องดินสอ หุ่นยนต์ต้อนรับสุดน่ารักที่
เชิญชวนทุกคนเข้ามาชมผลิตภัณฑ์ภายในบูธ
นับเป็นการเริ่มต้นความร่วมมือระหว่างบริษัท
ซีที เอเชีย โรโบติกส์ จำกัด กับกลุ่มสยามบรรจุภัณฑ์
โดยครั้งนี้เราทำชุดให้กับน้องดินสอด้วยผลิตภัณฑ์บรรจุภัณฑ์
กระดาษที่พิมพ์เป็นลวดลายสร้างสรรค์และเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม
สามารถย่อยสลายได้ง่ายตามแนวคิดเศรษฐกิจหมุนเวียนนั่นเอง



With the collaboration between CT Asia Robotics Co., Ltd. and Thai Containers Group in Packaging Business, SCG, the Dinsow robot served as a receptionist at the booth showcasing innovative packages. Dinsow wore apparel made of eco-friendly paper, which was in line with Circular Economy concept, at the event.

TP PACKAGING

เป็นทุกโซลูชัน ปรับตัวให้ทันกับยุคดิจิทัล
TP PACKAGING Delivers all Solutions,
Keeps Pace with Digital Age



จากข้อสงสัยเล็ก ๆ ว่าทำไมประเทศไทย
ยังไม่ตอบรับกระแสการใช้บรรจุภัณฑ์รีไซเคิล
เท่าที่ควร แม้จะมีการรณรงค์อย่างหนัก
นานกว่า 10 ปี กลายเป็นจุดเริ่มต้นของ TP
Packaging ธุรกิจจำหน่ายบรรจุภัณฑ์
รีไซเคิล โอเดียนกรีน ๆ ของสองพี่น้อง ป๊อป -
ภัทรวุฒิ และภัฏ เตชะเทวัญ ที่พวกเขาจัด
ทุกกลยุทธ์เพื่อเปิดใจพ่อค้าแม่ขายและร้านค้าส่ง
จวบวันนี้มีลูกค้าเป็นกลุ่มร้านค้าส่งประมาณ
100 เจ้า ในกรุงเทพฯ และต่างจังหวัด

TP Packaging springs into operation
because its co-founders, Mr. Pattarawut
Techathewan and his brother Mr. Pat,
believe they can do more to help
promote green trends in Thailand.
After pulling out all kinds of strategies,
their firm has now sold eco-friendly
packaging to about 100 wholesalers
across the country.





กระโดดไปอยู่ในปัญหา

สองพี่น้องตัดสินใจเริ่มต้นใช้วิธีการลงพื้นที่ตลาดเพื่อเร่ขายบรรจุภัณฑ์รักษ์โลก หวังได้พบและพูดคุยกับแม่ค้าและร้านค้าส่ง โดยพบปัญหาเรื่องของราคาบรรจุภัณฑ์ที่สูงเกินไป คุณภัญญอธิบายว่า “คำว่าแพงเกินไปไม่ได้หมายถึงราคาที่สูงอย่างเดียว แต่ยังรวมถึงกำไรน้อย ต้นทุนจม สต็อกสินค้าแล้วค้างขายไม่ได้ ซึ่งการเจอคำว่าแพงเกินไปเยอะ ๆ ไม่ได้แปลว่าต้องลดราคา แต่หมายความว่าต้องแก้ปัญหาอื่น ๆ ที่ตามมาจกคำว่าแพงเกินไปให้ได้

“เราเลยลองเปลี่ยนคำว่าแพงเกินไปจากประเด็นแรกเรื่องกำไรน้อย เมื่อเปลี่ยนมาใช้บรรจุภัณฑ์รักษ์โลกเขาจะได้กำไรเพิ่มขึ้น โดยเริ่มจากพวกร้านน้ำแข็งไสที่แต่เดิมเขาใช้ถ้วยโฟมอยู่ เราก็แนะนำให้เขาเปลี่ยนมาใช้บรรจุภัณฑ์ที่มีการออกแบบสวยงามมากขึ้น เช่น ถ้วยกระดาษเพสท์ ปรากฏว่ายอดขายเพิ่มขึ้นประมาณสองเท่า เขาก็เริ่มมีความสุข ทำให้กลับความเชื่อเดิม เปลี่ยนหลักคิดใหม่ว่า แม้ราคาจะแพงขึ้น แต่ก็ได้กำไรมากขึ้น เขาเลยรู้สึกโอเคที่จะอยากใช้บรรจุภัณฑ์รักษ์โลกมากขึ้น”

เปลี่ยนความเชื่อด้วยการพิสูจน์

เมื่อได้รับเสียงตอบรับที่ดี TP Packaging จึงเริ่มขยายจากกลุ่มแม่ค้าสู่ร้านค้าส่ง โดยพบปัญหาที่เพิ่มขึ้นจากคำว่าแพงเกินไปคือ เรื่องของทุนจมและความไม่เชื่อว่าบรรจุภัณฑ์รักษ์โลกจะขายได้ คุณป๊อปล้ำว่า “ตอนนั้นเรายังมีอยู่กับโรงเรียนสอนพิเศษในตลาดเพื่อขอแบ่งพื้นที่สำหรับสต็อกสินค้า โดยเก็บข้อมูลของกลุ่มแม่ค้าเพื่อสต็อกสินค้าให้เพียงพอกับความต้องการ พร้อมมารีวิวของที่มีมัลลอค เพราะหากแม่ค้าเจอปัญหาเรื่องของไม่มี อาจเจอคำถามจากผู้บริโภคว่าทำไมวันนี้คุณรักโลก พรุ่งนี้คุณไม่รักหรือ กลุ่มแม่ค้าเลยมองว่า ถ้าเปลี่ยนแล้วไม่เดือดขาดขอใช้โฟมต่อดีกว่า ดังนั้นเมื่อเรามีของให้ตลอดก็เกิดการบอกต่อ ทำให้พ่อค้าแม่ค้าคนอื่นเข้ามาซื้อมากขึ้น”

“เราจัดการให้” กลยุทธ์ธุรกิจที่แค่ปรับไม่ต้องเปลี่ยน

เมื่อติดกับร้านค้าส่งได้ ทั้งสองคนยังสุขหมัดเด็ดด้วยการเข้าไปช่วยจัดการหน้าร้านและหลังบ้านให้เป็นระบบมากขึ้น คุณภัญญอธิบายว่า “เรามองร้านค้าส่งเป็นพาร์ตเนอร์ สิ่งที่เราอยากจะช่วยเขาคือ ทำยังไงให้พาร์ตเนอร์เรามีธุรกิจที่ดีขึ้น ซึ่งเป็นเรื่องของการทำสต็อก การวางแผนการขนส่งที่จะช่วยให้ยอดขายเพิ่มขึ้น”

คุณป๊อปล้ำอธิบายเพิ่มเติมว่า “เมื่อเราเข้าไปช่วยจัดการโดยที่เขาไม่ต้องเปลี่ยนแปลงพฤติกรรม นี่คือจุดเด่นที่ทำให้เขาอยากคุยกับเรามากขึ้น กลายเป็นว่าเขาไม่ต้องเปลี่ยนแปลงสิ่งที่เขาทำได้ดีอยู่แล้ว ไม่ต้องพยายามฝืนที่จะรักษ์โลก แต่กลายเป็นว่าเขาได้ทำธุรกิจและมีรายได้เพิ่มขึ้นเรื่อย ๆ จากการที่เราเข้าไปดูแลเรื่องของการรักษ์โลกและการจัดการให้กับเขา”

นอกจากนี้ TP Packaging ยังเสนอธนาคารให้ออกบัตรเครดิตเฉพาะการซื้อบรรจุภัณฑ์รักษ์โลก เพื่อให้แม่ค้าสามารถมีเงินทุน



หมุนเวียนสำหรับธุรกิจของตัวเอง “เรารู้สึกว่ากลุ่มแม่ค้าเข้าไม่ถึงโปรดักต์ทางการเงิน เพราะว่าหนึ่งคือ เขาไม่มีสลิปเงินเดือน เราเลยใช้วิธีสร้างสลิปเงินเดือนให้เขา นั่นคือ ข้อมูลของการมาซื้อบรรจุภัณฑ์กับเรา มันก็จะย้อนกลับไปให้เห็นว่า วันหนึ่งเขาสร้างรายได้ได้เท่าไร แล้วเดือนหนึ่งเขามีรายได้เท่าไร เมื่อครบ 1 ปีเราจะเห็นเส้นเงินเดือนเขาเป็นเรตที่ถูกต้องเรื่อย ๆ ไม่ได้เป็นเรตที่สร้างขึ้นมมา ดังนั้นเขาก็จะมีเงินกู้ที่สามารถใช้ในระบอบได้อย่างถาวร ช่วยแก้ไขปัญหานั้นนอกระบบกับความต่างชั้นของเงินได้มากขึ้น เพราะเราเชื่อว่า จริง ๆ แล้วการที่จะช่วยให้สิ่งแวดล้อมดีขึ้นต้องไม่ทำให้ชีวิตของคนแย่ลง การทำให้สิ่งแวดล้อมดีขึ้นพร้อมกับชีวิตของคนที่ดีขึ้นจะทำให้คนรักษ์โลกโดยไม่ต้องฝืน”

ปรับกลยุทธ์ธุรกิจตอบรับยุคดิจิทัล

แม้ธุรกิจ TP Packaging จะเน้นที่ออฟไลน์เป็นหลัก แต่เมื่อเริ่มมองเห็นปัญหาที่ดิจิทัลเข้ามาแก้ไขก็ไม่วางใจที่จะนำมาปรับให้เข้ากับธุรกิจ อาทิ การจ่ายเงินผ่านคิวอาร์โค้ด การนำนวัตกรรมด้านไฟแนนซ์เข้ามาช่วยทำให้การจ่ายเงินง่ายขึ้น นอกจากนี้ยังวางแผนโครงการที่จะนำ AI Machine Learning เข้ามาใช้ในการคาดการณ์จำนวนสินค้า เนื่องจากร้านค้าส่งและร้านอาหารมีจำนวนเพิ่มขึ้น หากสามารถคาดการณ์สต็อกสินค้าและยอดขายได้แม่นยำ ก็จะช่วยให้สต็อกสินค้าน้อยที่สุด แต่ได้กำไรมากที่สุด

นอกจากนี้ ยังวางทิศทางการไปต่อยกการใช้วัสดุชีวภาพมากขึ้น โดยมีโมเดลใหม่ ๆ ที่จะช่วยสนับสนุนเรื่องนี้มากขึ้น เช่น จัดงานวิ่งโดยทีมงานใช้บรรจุภัณฑ์รักษ์โลก และทำให้กลายเป็นงานที่สามารถจัดการกับขยะได้หมด เป็นต้น





Going Deep into Problem Solving

In the beginning, the two siblings had walked through markets after markets to not just present their green packaging but also to discuss problems vendors/wholesalers faced. “When vendors say green packaging is expensive, that doesn’t mean the solution must be about lower packaging price,” Mr. Pat explains, “There are many reasons as to why people feel green packaging is expensive”.

For example, vendors are prone to think their margin will reduce after they pay a higher price for packaging. “We go to shaved-ice stalls and recommend beautiful packaging, such as FEST cups. After they act on our recommendations, their sales double. So, they become happier. They get bigger profits on the overall even though they pay more for packaging. They thus feel it’s okay to use green products,” Mr. Pat reveals.

Changing Old Beliefs with Good Proofs

After receiving good response from vendors, TP Packaging started expanding its business to wholesale sector too. During this stage, the firm found that packaging wholesalers were reluctant to stock green packaging out of concerns that it would take too long time to recoup investments or they would have to wait too long for green-packaging deliveries. “We thus contact tutorial schools in markets to ask for storage space. This way, we can guarantee that stocks are on hand. Many vendors thus agree to switch to green packaging. Before that, they had made clear they couldn’t switch back and forth between green and normal packaging because end-consumers

They get bigger profits on the overall even though they pay more for packaging. They thus feel it’s okay to use green products.



would question their stance. When we can provide solid assurances, they agree to embrace eco-friendly packaging,” Mr. Pat adds.

We Are Your Solutions

Counting wholesalers as partners, TP Packaging has even helped with their store management. “When their stock management and delivery planning become efficient, their sales increase,” Mr. Pat discloses.

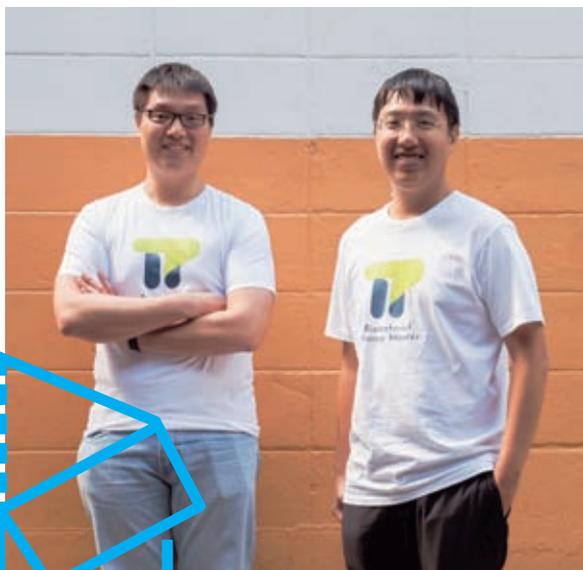
Mr. Pattarawut adds that, “We don’t force them to change their behaviors. We don’t force them to love the Earth. They can keep doing what they do best and we help them handle the rest. Just as we support them with green theme, their income and business grow”.

TP Packaging, moreover, has created credentials for vendors who are buying its products when it comes to credit-card applications. “Without pay slips, these vendors don’t have a credit card. So, we have recorded their purchase orders. These orders reflect their income. After one year, such records show their average monthly income,” Mr. Pattarawut explains, “While making the environment better, vendors’ life can get better too”.

Business Strategy for Digital Age

Although TP Packaging operates mostly offline, it has not ignored digital trends. The firm has already embraced QR Code payments and some other financial innovations. Also, it has planned to leverage AI Machine Learning for business forecast. If sales can be accurately predicted in advance, stock management will become more efficient and deliver bigger profits for the firm.

Riding on the green trend, TP Packaging also aims to lower the use of non-biological materials and explore business models to boost environmental protection further. For example, the firm has now come up with the idea of preparing green packaging and total waste management solution for run events. 



ฝึกอังกฤษได้ทุกที่ผ่าน 4 แอปพลิเคชัน

Practicing Your English Everywhere via 4 Apps

หากฝึกฝนทักษะภาษาอังกฤษในด้านต่าง ๆ อยู่เป็นประจำ เมื่อถึงคราวต้องใช้จริงก็จะทำให้สามารถใช้ภาษาอังกฤษได้คล่องมากขึ้น คอลัมน์ English Chit Chat ฉบับนี้จึงอยากแนะนำแอปพลิเคชันฝึกภาษาอังกฤษบนโทรศัพท์มือถือให้ทุกคนดาวน์โหลดติดเครื่องไว้ เพราะไม่ว่าอยู่ที่ไหนก็สามารถเรียนรู้ภาษาอังกฤษได้ทุกที่

Because practice makes perfect, English Chit Chat is pleased to recommend four following mobile applications so as to ensure that you can hone English skills anytime, anywhere.



Speak English (Free)

ฝึกทักษะการฟังและการออกเสียง โดยแอปพลิเคชันนี้จะให้ผู้ใช้ฟังเจ้าของภาษาพูดออกเสียงคำและประโยคต่าง ๆ หลังจากนั้นให้ผู้ใช้พูดตามโดยอัดเสียงไว้ จากนั้นแอปจะมีโปรแกรมประมวลผลเพื่อเปรียบเทียบทั้งสองเสียงว่าออกเสียงเหมือนหรือต่างกันอย่างไรบ้าง เพื่อให้ผู้ใช้ออกเสียงได้ใกล้เคียงเจ้าของภาษามากที่สุด

Designed to boost listening and pronunciation skills, this app shows how native speakers pronounce English words and sentences. When app users repeat those words and sentences, their voice is recorded. Their pronunciation is then compared against native speakers' and scored.



Murphy's English Grammar in Use (599 บาท / Bt599)

ฝึกแกรมมาร์เข้มข้น ผ่านเนื้อหาที่แบ่งเป็นบทต่าง ๆ ในแอปพลิเคชัน โดยเริ่มตั้งแต่พื้นฐานอย่างการใช้ a, an, the การใช้ Active Voice, Passive Voice รวมถึง Tense ทั้ง 12 Tense ซึ่งมีประโยชน์มากสำหรับคนที่อยากฝึกทักษะการเขียน และหากเข้าใจแกรมมาร์ก็สามารถนิกรูปประโยคที่จะสื่อสารออกมาได้ไม่ยาก

This app gives intensive grammar lessons, covering the basics like how to use a, an, and the, Active Voice, Passive Voice and 12 Tenses. So, it is really useful to those interested in writing practice.



EchoEnglish (Free)

ฝึกการสื่อสารเบื้องต้น ด้วยแอปพลิเคชันที่จัดทำโดยกระทรวงศึกษาธิการ ยูเนสโก และโรงเรียนกวดวิชาเอ็นคอนเส็ปท์ ซึ่งออกแบบเนื้อหาเพื่อคนไทยที่อยากเริ่มฝึกภาษาอังกฤษได้ทดลองใช้ มีคำศัพท์และประโยคสนทนาง่าย ๆ ให้เรียนรู้

Developed by Ministry of Education, the Foundation of Virtuous Youth, and Enconcept tutorial school, this app presents easy vocabulary, conversation examples, and related content for Thais to start speaking English.



BBC Learning English (Free)

ฝึกทุกทักษะผ่าน 6 โปรแกรมสร้างสรรค์กับแอปพลิเคชันที่ถือเป็นสุดยอดของแอปฝึกภาษาอังกฤษ อาทิ English at work, Grammar Gameshow, 6 Minute Grammar หรือ News Review เป็นต้น ระหว่างใช้งานหากมีคำไหนที่ฟังไม่ออกหรือจดไม่ทันก็ไม่ต้องกังวลใจ เพราะภายในแอปมีสคริปต์และคำศัพท์สรุปไว้ให้ หรืออยากทำควิซเพื่อวัดความรู้ก็ได้เช่นกัน

It presents six superb programs for English practice. Among them are English at work, Grammar Gameshow, 6 Minute Grammar and News Review. There is no need to worry if you cannot follow what the app says. There are features for you to review full script and vocabulary summary. You can also take quizzes to test your level of English.

MORI

Building DIGITAL ART MUSEUM: teamLab Borderless

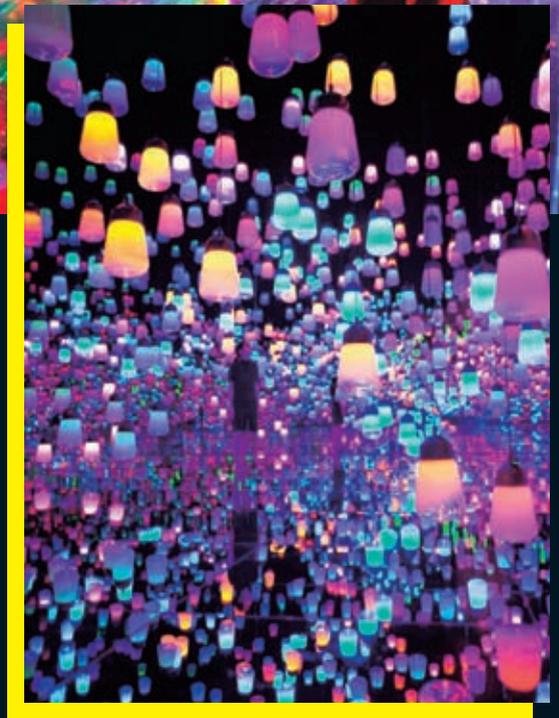
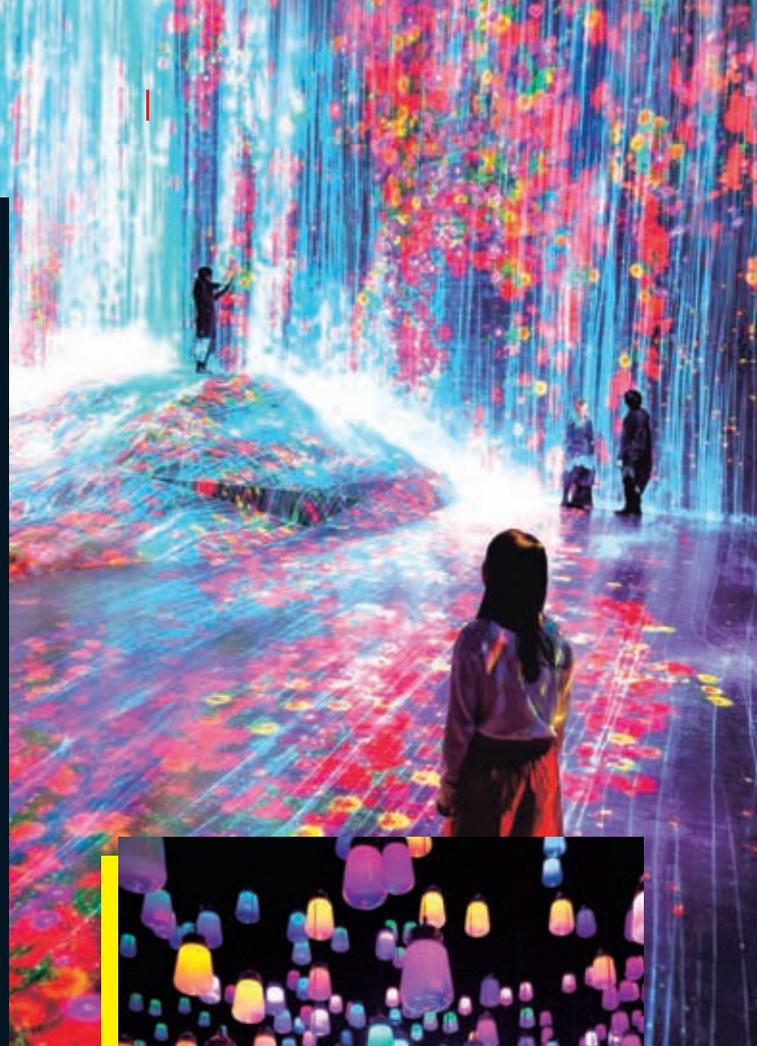
พิพิธภัณฑ์ศิลปะดิจิทัล
แห่งแรกของโลกที่ญี่ปุ่น

ชวนมาสัมผัสประสบการณ์สุดมหัศจรรย์ ณ แดนอาทิตย์อุทัย กับพิพิธภัณฑ์ศิลปะดิจิทัล MORI Building DIGITAL ART MUSEUM: teamLab Borderless ตั้งอยู่ที่พาเลตต์ ทาวน์ ย่านโอไดบะ กรุงโตเกียว โดยโครงการนี้เป็นการทำงานร่วมกันระหว่าง Mori Building ผู้สนับสนุนด้านวัฒนธรรมและศิลปะกับ teamLab นักพัฒนาและปฏิรูปเมืองที่ตั้งใจพัฒนาคุณภาพเมืองอย่างยั่งยืน ด้วยการรวบรวมศิลปิน โปรแกรมเมอร์ วิศวกร สถาปนิก และกราฟิกดีไซน์เนอร์ มาเนรมิตพื้นที่ 10,000 ตารางเมตร ให้เป็นพิพิธภัณฑ์ศิลปะดิจิทัลขนาดใหญ่แห่งแรกของโลก

ความสนุกและน่าตื่นเต้นเริ่มต้นขึ้นเพียงก้าวเข้าไปภายในพิพิธภัณฑ์ที่เป็นเหมือนเขาวงกตแห่งนี้ แม้จะมีห้องแยกเป็นโซนต่าง ๆ แต่ผลงานมากกว่า 50 ชิ้นกลับกลมกลืนเชื่อมโยงตามคอนเซ็ปต์ Borderlessไร้ขอบเขต เพราะเบื้องหลังทำงานด้วยการใช้คอมพิวเตอร์ 520 เครื่อง โปรเจกเตอร์ 470 ชุด โปรแกรมคอมพิวเตอร์ อัลกอริทึม รวมถึงเซ็นเซอร์จับการเคลื่อนไหวและอุณหภูมิต่าง ๆ อีกนับไม่ถ้วน เพื่อฉีกเขตแดนระหว่างงานศิลปะแต่ละชิ้น ระหว่างศิลปะกับผู้เยี่ยมชม และระหว่างตัวตนของผู้เยี่ยมชมด้วยกัน โดยแบ่งเป็น 5 ห้อง ได้แก่

Sitting in Tokyo's Odaiba area, MORI Building DIGITAL ART MUSEUM: teamLab Borderless now beckons everyone who would love to immerse in the wonders of digitally creative exhibits. This cool museum springs into operation through the collaboration between Mori Building, a patron of arts and culture, and urban developer teamLab. With contributions from artists, programmers, engineers, architects and graphic designers, the museum spans over 10,000 square meters of area and is the world's first such facility.

Every step in the museum is exciting. More than 50 exhibits are on display based on the Borderless concept. Deploying 520 computers, 470 projectors, and many more sensors, all exhibits in five following zones are big wows.



Borderless World

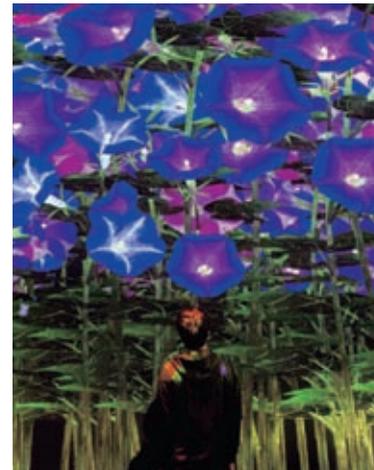
ห้องที่ปล่อยให้เคลื่อนไหวได้อย่างอิสระและมีปฏิสัมพันธ์กับผลงาน เช่น งาน Light Sculpture ห้องมืดที่จะได้เล่นจับไฟหรือไฟไล่จับเราตามจังหวะดนตรีอันไพเราะ หรืองาน Universe of Water Particles น้ำตกและสวนดอกไม้ที่ใช้ดิจิทัลสร้างงานศิลปะใกล้เคียงธรรมชาติที่สุด

Light Sculpture is a highlight here, inviting visitors to chase or be chased by light amid beautiful melody. Universe of Water Particles is also an impressive exhibit, creating colorful flower orchard and waterfalls through digital means.

teamLab Athletics Forest

พื้นที่ที่ให้อารมณ์ได้สัมผัสประสบการณ์แบบ 3 มิติ ทั้งการปีนผาไปตามหินเรืองแสง การกระโดดเพื่อสร้างหลุมดำ หรือการโหนบาร์ที่จอภาพรอบตัว งานไฮไลต์คือ Boing Boing Universe ชวนทุกคนมากระโดดให้ดวงดาวเล็ก ๆ ขยายใหญ่จนสลายไปตามวงจรชีวิตของจักรวาล

This zone highlights 3D effects, as visitors feel tempted to climb glowing rocks and jump to create black holes or even climb hanging bars in the area. Boing Boing Universe, which presents alluring stars, also encourages visitors to jump and jump.



Future Park

พื้นที่สร้างจินตนาการเพื่องานวาดรูปและระบายสีสัตว์น้ำ จากนั้นสแกนเพื่อให้ภาพเหล่านั้นเคลื่อนไหวปรากฏบนผนัง Sketch Aquarium ซึ่งเป็นห้องที่มีภาพได้ทะเลฉายไว้ตลอดเวลา

In this zone visitors' aquatic-animal drawings can interestingly be turned alive on Sketch Aquarium screen.

Forest of Resonating Lamps

ห้องกระจกที่มีคอมไฟน์บัพัน ๆ ขึ้น โดยแสงไฟที่เคยเป็นสีเดียวกันทั้งหมดจะเริ่มเปลี่ยนสีตามผู้ชมที่เข้ามา โดยเปลี่ยนสีต่อกันเป็นลูกคลื่น

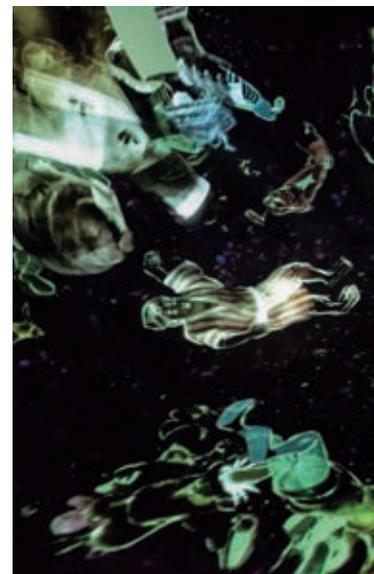
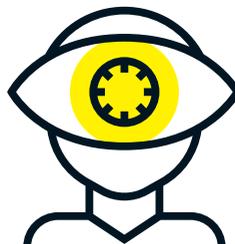
Featuring thousands of lamps, this zone changes colors based on its visitors



EN Tea House

ร้านชาที่พิเศษที่สุดในโลก เพราะชารสเลิศที่เสิร์ฟมาในถ้วยทรงกลม หากวางถ้วยไว้เฉย ๆ จะมีภาพดอกไม้ลายต่าง ๆ ปรากฏ เมื่อดื่มชาดอกไม้จะโปรยปรายสร้างความงามให้รู้สึกราวกับนั่งอยู่ในสวนดอกไม้

This is the world's most special tea parlor. When your cup of tea is placed on the table, you will see various floral patterns on it. Once you sip your cup, flowers will fall down and fill your happiness. P



FYI

ควรใส่รองเท้าที่เดินสะดวก เช่น รองเท้าผ้าใบ โดยพิพิธภัณฑ์มีบริการยืมและคืนรองเท้า Wear sneakers or comfortable shoes. The museum has shoes to lend.

ควรเลี่ยงการใส่กระโปรงและรองเท้าส้นสูง เนื่องจากผลงานหลายชิ้นเป็นพื้นกระจก Avoid high heels and skirts.

ควรฝากสัมภาระขนาดใหญ่ไว้ด้านนอก Deposit big luggages before entering the museum.

EVERY STEP
IN THE MUSEUM
IS EXCITING.
MORE THAN
50 EXHIBITS
ARE ON DISPLAY
BASED ON
THE BORDERLESS
CONCEPT.

ปฏิบัติงาน ด้วยความปลอดภัย คือหัวใจสำคัญของเรา

Working Safely Is Key to Our Operations

เดินทางมาถึงกฎพิทักษ์ชีวิต 2 ข้อสุดท้ายจาก 11 ข้อ ซึ่งทั้งหมดถือเป็นกฎที่ต้องปฏิบัติตามอย่างเคร่งครัดและห้ามฝ่าฝืน เพื่อให้ทุกคนปฏิบัติงานด้วยความปลอดภัยและป้องกันไม่ให้เกิดอุบัติเหตุ โดยเฉพาะงานที่ความเสี่ยงสูง ซึ่งอาจทำให้เกิดการบาดเจ็บหรือเสียชีวิตได้

Below are the last two of the 11 Life Saving Rules. For work safety and accident prevention, all staff must strictly comply with these rules. Any violation may cause injuries or even deaths.

กฎข้อที่ 10 th 10 Life Saving Rule:



ต้องไม่สูบบุหรี่ในบริเวณโรงงาน รวมทั้งไม่พกพาบุหรี่ ไม้ขีดไฟ หรือไฟแช็กเข้ามาในเขตโรงงาน ดังนั้นก่อนเข้าเขตโรงงานต้องฝากบุหรี่ ไม้ขีดไฟ หรือไฟแช็กไว้ที่ป้อมรักษาความปลอดภัย สำหรับงานหรือกิจกรรมที่จำเป็นต้องใช้ไม้ขีดไฟหรือไฟแช็กในเขตโรงงาน เช่น งานประกอบอาหาร ให้ปฏิบัติตามมาตรการหรือแนวปฏิบัติที่บริษัท กำหนดอย่างเคร่งครัด สำหรับการสูบบุหรี่ไฟฟ้าที่ไม่มีสารนิโคติน ไม่ถือเป็นการฝ่าฝืนกฎพิทักษ์ชีวิต แต่เป็นวัตถุผิดกฎหมาย รวมทั้งอาจผิดกฎหมายหรือระเบียบและข้อบังคับอื่นของบริษัท

Do not smoke inside a factory. Staff are required to deposit their cigarettes, matches or lighters at security-guard booths before entering factory areas. If such equipment is required for work, staff can bring them in on conditions that they strictly follow work guideline. While this rule does not apply to e-cigarette, it should be noted that such item is considered illegal in Thailand.



กฎข้อที่ 11 th Life Saving Rule: 11



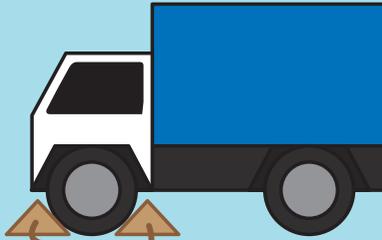
ต้องดับเครื่องยนต์ ถอดกุญแจ ดึงเบรกมือ และหนุนหมอนรองล้อ
เมื่อจอดรถบรรทุกในพื้นที่บริษัทหรือตลอดเวลาที่มีสินค้าของ
บริษัทบรรทุกอยู่ โดยไม่มีผู้ขับควบคุมอยู่บนรถ แต่ไม่รวมถึงงาน
ที่ต้องการยกรถเพื่อขนถ่ายสิ่งของในกระเบาะบรรทุก งานที่ต้องใช้
กำลังเครื่องยนต์ขณะปฏิบัติงาน เช่น รถไม่ปูน รถปั้นจั่น หรือการขึ้น
ขังน้ำหนักรถบรรทุก ทั้งนี้ต้องปฏิบัติตามมาตรการความปลอดภัยอื่น
อย่างเคร่งครัด เพื่อป้องกันอุบัติเหตุได้อย่างมีประสิทธิภาพ

For work safety
and accident
prevention, all
staff must strictly
comply with these
rules.

Turn off vehicle engine, remove car key, apply hand
brake and use wheel stoppers after parking a truck in the
Company's compound. This rule also applies to trucks
carrying the Company's products, but not trucks that
have to move their beds to unload or trucks that need
to keep engines running for operations such as cement
trucks or mobile-crane trucks. **P**

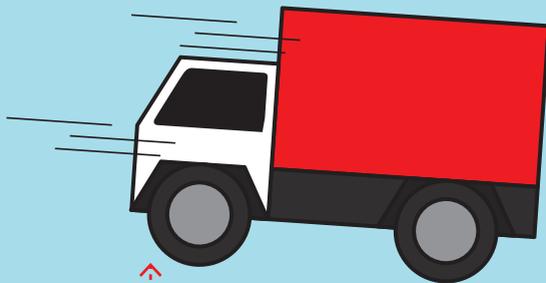


✔ ดับเครื่องยนต์
✔ ถอดกุญแจ



✔ ดึงเบรกมือ

✔ หนุนหมอนรองล้อ



✘ จอดรถบรรทุกโดย
ไม่หนุนหมอนรองล้อ



กากกาแฟ สู่ถ้วยกาแฟ

From Coffee Grounds to Coffee Cups

ไม่ว่าไปไหนก็เจอร้านกาแฟอยู่ทุกตรอกซอกซอย กากกาแฟจึงกลายเป็นขยะจากกระบวนการผลิตกาแฟสดเยี่ยม ที่นับวันจะเพิ่มปริมาณมากขึ้นเช่นกัน และไม่เพียงในประเทศไทยเท่านั้น ปริมาณการซื้อขายกาแฟยังสูงขึ้นเรื่อย ๆ ซึ่งในตอนนี้ฟุ้งกระจายขึ้นมาเป็นอันดับสองรองจากน้ำมันปิโตรเลียมเลยทีเดียว

As cafes are available at almost every corner, coffee grounds easily become a growing pile of waste. This problem occurs not just in Thailand but also in other parts of the world. Coffee sales, after all, are second to just petroleum sales.



หลาย ๆ ร้านจึงพยายามมองหาภาชนะที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมเพื่อลดปริมาณขยะ โดยนำกากกาแฟไปแปรรูปเป็นปุ๋ยใส่ต้นไม้ รวมไปถึงส่วนผสมของผลิตภัณฑ์ความงามต่าง ๆ มากมาย เช่น สบหรือสบู่ เป็นต้น

ที่กรุงเบอร์ลิน ประเทศเยอรมนี Julian Lechner ดีไซน์เนอร์สาวผู้ชำนาญด้านการออกแบบอุตสาหกรรม เล็งเห็นความสำคัญของขยะกากกาแฟเช่นกัน เธอจึงเริ่มทดลองและพัฒนาโปรเจกต์การผลิตกากกาแฟสู่แก้วกาแฟที่ใช้จริงในชื่อ KAFFEEFORM โดยใช้กากกาแฟ 40 เปอร์เซ็นต์ ผสมเข้ากับวัตถุดิบที่สามารถผลิตทดแทนได้อย่างเส้นใยธรรมชาติ เศษไม้ และไบโอโพลิเมอร์ จากนั้นนำส่วนผสมทั้งหมดมาหลอมเหลวก่อนจะนำไปขึ้นรูปด้วยความร้อน โดยแก้วหนึ่งใบจะใช้กากกาแฟที่ชงแล้วประมาณ 6 แก้ว ซึ่งส่วนใหญ่เป็นกากกาแฟจากร้านท้องถิ่นในเบอร์ลินนั่นเอง

แม้จะใช้ระยะเวลานานถึง 4 ปี กว่าโปรเจกต์นี้จะสำเร็จ แต่ปัจจุบันก็สามารถจัดจำหน่ายให้กับร้านกาแฟในกรุงเบอร์ลิน โดยมีทั้งแก้วเอสเปรสโซที่มาพร้อมกับจานรอง แก้วคาปูชิโน และแก้วแบบ Takeaway ให้พกพาไปได้ทุกที่ นอกจากนี้ความสะดวกรวดสบายและข้อดีที่ย่อยสลายได้ตามธรรมชาติ ยังมีรูปทรงที่น่าใช้ สีสันดึงดูด ให้ความรู้สึกมากกว่าเป็นแก้วกาแฟ แต่ราวกับเป็นงานศิลปะชิ้นหนึ่งเลยทีเดียว

KAFFEEFORM
is also appealing in
design. It even
looks like
an art piece.



Recognizing environmental impacts, many cafes have now embraced green cups and recycled coffee grounds, for example, as fertilizers or scrubs.

Julian Lechner, an industrial designer based in Germany's Berlin, so far takes a step further. She has spent four years in materializing her concept of turning coffee grounds into coffee cups under the KAFFEEFORM project. Hailed from local cafes, coffee grounds account for 40 percent of materials used for each KAFFEEFORM cup.

Today, KAFFEEFORM cups are commercially available in Berlin. They are available as both permanent cups with saucers and takeaway cups too. On top of its environmental friendliness, KAFFEEFORM is also appealing in design. It even looks like an art piece. 

ที่มา/Source: <https://www.kaffeeform.com/en/>

5

Gadget สุดล้ำ Modern Gadgets

ตัวช่วยสุขภาพปี 2019 For Your Healthcare in 2019

เทคโนโลยีถือเป็นตัวช่วยคนสำคัญที่จะเข้ามาดูแลสุขภาพ เว็บไซต์ digitaltrends.com ได้รวบรวมเทคโนโลยีเพื่อสุขภาพที่น่าสนใจภายในงาน CES หรือ Consumer Electronics Show มหกรรมที่รวบรวมเทคโนโลยีและอิเล็กทรอนิกส์ระดับโลกที่จัดเมื่อต้นปี 2019 ณ Las Vegas Convention Center สหรัฐอเมริกา ที่ผ่านมามีคอลัมน์ Your Healthy Hub ฉบับนี้จึงอยากแนะนำ 5 เทคโนโลยีสุดล้ำที่ทำให้ทุกคนได้รู้จัก

Because technologies can be your efficient health assistant, digitaltrends.com has surveyed Consumer Electronics Show (CES) 2019 at Las Vegas Convention Center, the United States, to identify cool health gadgets. Below are what it recommends:

TouchPoints Basic

ทุกวันมีผู้ป่วยจากความเครียดประมาณ 1 ล้านราย แม้ความเครียดจะมาจากหลายสาเหตุ แต่ส่งผลกระทบต่อการใช้ชีวิตมากมาย TouchPoints Basic เป็นอุปกรณ์สวมใส่คล้ายนาฬิกาที่ช่วยลดความเครียดผ่านความเข้มของการสั่นสะเทือน 3 ระดับ พัฒนาโดยนักประสาทวิทยา Amy Serin ที่มีไอเดียทำให้เกิดการกระตุ้นจากอุปกรณ์ สามารถลดผลกระทบทางกายภาพของความเครียดในเวลาเพียง 30 วินาที เพื่อชะลอการเต้นของหัวใจ กำจัดความรู้สึกกังวลใจ และมีฟังก์ชันสิ่งที่ทำได้ดีขึ้น

Stress can affect lives in various ways. So, TouchPoints Basic is here to help. Developed by neurologist Amy Serin, this device is not a wristwatch. It is a device that can generate three levels of vibration to help ease its wearers stress within 30 seconds.



Omron HeartGuide

สำหรับคนที่มีความดันโลหิตสูงและกังวลถึงความเสี่ยงที่จะเกิดขึ้นของโรคหลอดเลือดสมอง ต้องทำความรู้จักกับ Omron อุปกรณ์ smart watch ที่สามารถอ่านค่าความดันโลหิตที่แม่นยำและส่งข้อมูลไปยังแอปพลิเคชันในโทรศัพท์ของผู้ใช้ โดยสามารถใช้ผ่านการอ่านด้วยตนเองหรือกำหนดเวลาอ่านอัตโนมัติแม้กระทั่งขณะนอนหลับ โดยแต่ละครั้งจะใช้เวลาเพียง 30 - 40 วินาที เพื่อเช็คระดับความดันโลหิต นอกจากนี้ยังช่วยบันทึกค่าความดันโลหิตเพื่อใช้เป็นเอกสารให้แพทย์วินิจฉัยสุขภาพโดยรวมได้

Hypertension patients are always worried about stroke risks. Omron thus creates this smart watch to help them keep tabs on their conditions. This device can accurately read blood pressure level and send information to their users' cell phones. Records from the watch promise to enable doctors to make a more accurate diagnosis.





Stanley Black & Decker Pria

หลาย ๆ ประเทศกำลังเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุ แต่การจะหาผู้ดูแลได้ตลอด 24 ชั่วโมงเป็นเรื่องยาก Pria เป็นหุ่นยนต์ไซส์เล็กหน้าตาน่ารักที่จะช่วยดูแลผู้สูงอายุ โดยสามารถตอบสนองต่อคำสั่งเสียง ทั้งยังสามารถให้บริการยาตามกำหนดจำนวนและเวลา นอกจากนี้ยังมีฟังก์ชันกล้อง ไมโครโฟน และลำโพง แม้จะอยู่ใกล้หรือไกลแค่ไหนก็สามารถพูดคุยและแจ้งเตือนเหตุการณ์ต่าง ๆ ได้ผ่านแอปพลิเคชันทางโทรศัพท์

Several countries in the world have already become aged society, with their elderly residents finding it hard to get round-the-clock carers. Pria, a small and cute robot, can be a solution. It can give medicines at the right dose at the right time to the elderly. It can even respond to voice orders. Equipped with microphone, loudspeakers, and camera, it is compatible with smartphones too.



Quell

Quell ตัวเล็กในการบำบัดอาการเจ็บปวดเรื้อรังโดยไม่ต้องพึ่งยาแก้ปวดจำนวนมากจนเกิดผลข้างเคียงตามมา เพราะ Quell เป็นอุปกรณ์สวมใส่ตรงส่วนที่รู้สึกปวดอยู่บ่อย ๆ เช่น ข้อเข่า ข้อแขน เป็นต้น โดยสามารถจัดการกับความเจ็บปวดด้วยการส่งสัญญาณผ่านแอปพลิเคชันเพื่อให้ระวังและเตรียมตัวรองรับการกระแทก จึงช่วยให้คุณจัดการกับความเจ็บปวดได้อย่างมีประสิทธิภาพ

Quell helps fight chronic pain. Wear it at around your knee, arm joint or any body part that often causes chronic pain. This device interacts with pain level and raise an alarm when you need to move carefully. Its use therefore helps ensure that you will manage your chronic pain better.

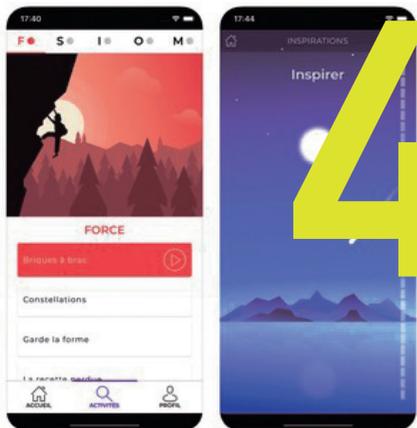


3

Diapason

เสียงหึ่ง ๆ ที่ดังอยู่ในหูหรือการรู้สึกว่าหูอื้ออยู่ตลอดเวลาเป็นอาการที่น่ารำคาญและทำให้รู้สึกเป็นทุกข์ บริษัทสัญชาติฝรั่งเศส Immersive Therapy ร่วมกับแพทย์เฉพาะทางร่วมกันออกแบบแอปพลิเคชันที่เรียกว่า Diapason หรือโปรแกรมบรรเทาทุกข์ ภายในแอปนำเสนอชุดเกมพร้อมเสียงที่ปรับให้เข้ากับความถี่ของผู้ใช้ เนื่องจากการวิจัยชี้ให้เห็นว่า การจับคู่ความถี่จะช่วยลดอาการผิดปกติของเซลล์ประสาทสามารถลดผลกระทบต่อการใช้ชีวิตได้

It is a pain to hear some noise buzzing in one's ears all the time. Recognizing that such health problem affects quite many people, a French firm works with medical specialists in developing Diapason application. This app presents games that adjust sound to suit the frequency its users are comfortable with. Researches show these games help reduce sensory neurons' abnormality and improve quality of life.



4

Driving Business with Winning Mindset and Circular Economy

ขับเคลื่อนธุรกิจด้วยพลังสร้างสรรค์
และสร้างคุณค่าหมุนเวียน

เริ่มศักราชใหม่ต้อนรับปีหมูกองกับกิจกรรม TA FACETIME ครั้งที่ 1/2562 เมื่อวันที่ 29 มกราคม พ.ศ. 2562 ภายในงานได้รับเกียรติจาก พี่ต๋อ - ธนวงษ์ อารีรัชชกุล กรรมการผู้จัดการใหญ่ ธุรกิจแพคเกจจิ้ง เอสซีจี ถือโอกาสกล่าวสวัสดิปีใหม่พร้อมอภิปตศถานการณ์ และผลประกอบการของบริษัท รวมถึงแนวทางการทำงานที่จะเกิดขึ้นตลอดทั้งปีให้พนักงานธุรกิจแพคเกจจิ้งจากส่วนงานต่าง ๆ ที่มาร่วมงานกันอย่างคับคั่งได้รับทราบ

The first TA FACETIME in the Year of Golden Pig already took place on 29 January 2018, with Mr. Tanawong Areeratchakul – President of Packaging Business, SCG – on stage. This time, the first thing he did was to offer New Year greetings to everyone.

สำหรับเรื่องความปลอดภัยยังถือเป็นเรื่องแรกที่ให้ความสำคัญ เพราะหากมองในภาพรวม 3-4 ปีที่ผ่านมา แนวโน้มของอุบัติเหตุดีขึ้นเรื่อย ๆ แต่ปี 2018 มีตัวเลขอุบัติเหตุสูงขึ้นเนื่องจากจำนวนบริษัทที่ทำงานร่วมกันมีมากขึ้น พี่ต๋อจึงฝากให้ทุก ๆ คนร่วมมือกันดูแลเรื่องความปลอดภัย เพื่อให้ตัวเลขของอุบัติเหตุลดลง ทั้งในส่วนของพนักงานและคู่ธุรกิจ

ในส่วนของผลประกอบการภาพรวมของธุรกิจเอสซีจีผลการดำเนินงานในปี 2018 มียอดขายโตขึ้นร้อยละ 6 แต่ EBITDA ลดลง เพราะผลกระทบจากราคาน้ำมันที่สูงขึ้นพร้อมกับความผันผวนทางเศรษฐกิจ สำหรับธุรกิจแพคเกจจิ้งยังคงมีการเติบโตทางธุรกิจอย่างต่อเนื่อง โดยผลประกอบการจากปี 2017 มาปี 2018 มีรายได้เพิ่มขึ้นร้อยละ 7 โดยเป็นผลมาจากสายธุรกิจบรรจุภัณฑ์และสายธุรกิจเยื่อและกระดาษ ทั้งนี้ EBITDA เพิ่มขึ้นร้อยละ 29 และกำไรเพิ่มขึ้นร้อยละ 53 ซึ่งเป็นผลมาจากความมุ่งมั่นในการทำงานและความร่วมมือกันของพนักงานทุกคน

พร้อมกันนี้ พี่ต๋อยังเน้นย้ำถึงสองเรื่องสำคัญกับน้อง ๆ

พนักงาน เรื่องแรกคือ การมี Winning Mindset หรือความคิดสร้างสรรค์ การมองเห็นความท้าทาย และโอกาสในสภาพธุรกิจที่เปลี่ยนแปลงตลอดเวลา ซึ่งเป็นสิ่งสำคัญของวัฒนธรรมองค์กรที่พี่ต๋ออยากผลักดันให้เกิดขึ้นอย่างต่อเนื่องและมีศักยภาพ เพราะโลกธุรกิจที่เปลี่ยนแปลงนั้นถือเป็นปัจจัยภายนอกที่ทุกองค์กรต้องเผชิญ ทว่าคนในองค์กรคือปัจจัยภายในที่นอกจากจะได้พัฒนาตนเองแล้ว ยังช่วยขับเคลื่อนองค์กรให้ก้าวนำคู่แข่งอีกด้วย อีกเรื่องหนึ่งคือ การทำงานภายใต้แนวคิดเศรษฐกิจหมุนเวียนหรือ Circular Economy อันเป็นทั้งโอกาสและเป้าหมายใหม่ของเอสซีจี มุ่งมั่นและพร้อมที่จะเป็นผู้นำแนวคิดนี้มาดำเนินธุรกิจ

พิเศษสุดสำหรับในวันนั้น พี่ ๆ BU Head ทั้งสามท่านได้ร่วมขึ้นเวทีแชร์ทิศทางและตอบคำถามของน้อง ๆ อย่างเป็นกันเอง ปิดท้ายงานเสวนาด้วยกิจกรรม TA Recognition ซึ่งพี่ต๋อได้มอบรางวัลจากการประกวดต่าง ๆ ให้แก่พนักงานจากส่วนงานเพื่อเป็นขวัญและกำลังใจในการทำงาน และสานต่อธุรกิจแพคเกจจิ้งร่วมกันต่อไป

Then, he placed a strong emphasis on safety culture. Safety records at SCG in fact had improved well in recent years until last year. In 2018, SCG recorded a higher number of accidents partly because it had worked with many more companies. Emphasizing that safety was important, Mr. Tanawong urged everyone to seriously comply with safety rules.

Regarding SCG's 2018 operating results, sales grew by six percent but EBITDA (Earnings Before Interest, Taxes, Depreciation and Amortization) reduced because of soaring oil prices and economic volatility. However, Packaging Business, SCG enjoyed satisfactory growth. Total revenue soared by seven percent in 2018 when compared with the previous year. Driven by its Packaging Chain and Fibrous Chain, EBITDA jumped by 29 percent and profits drastically soared by 53 percent.



Mr. Tanawong said staff's commitment and cooperation played a huge role behind such good operating results. He then went on to encourage staff to embrace Winning Mindset. From such perspective, staff will embrace challenges and see opportunities in ever-changing business environment. Mr. Tanawong explains that as all business organizations will have to face changes and various external factors, its people or staff hold key to securing business advantages. He reveals that SCG now intends to apply Circular Economy to its business too.

Making event real special, three Business Unit heads were friendly as they shared the firm's information and answered staff's question.

The TA Talk concluded with TA Recognition, with Mr. Tanawong honoring staff who have won contests so as to boost their morale and also to drive ahead Packaging Business, SCG. 



ENTERTAINMENT

MOVIE

**X-Men: Dark Phoenix**

วันที่เข้าฉาย: 6 มิถุนายน 2562

หลังจาก Jean Grey รอดตายจากอุบัติเหตุในภาคก่อน กลับมาคราวนี้พลัง Phoenix ของเธอแข็งแกร่งกว่าเดิมหลายเท่า ทำให้ร่วมปฏิบัติการต่าง ๆ กับทีม X-Men ได้อย่างยอดเยี่ยม ทว่าพลังนี้กลับทำให้จิตใจและอารมณ์อ่อนไหว เธอจึงตกเป็นเหยื่อของผู้ใช้พลังจิตอย่างง่ายดาย ซึ่งนำไปสู่หนทางเลวร้ายที่ทำให้ต้องติดตามว่าเหล่า X-Men จะตัดสินใจเลือกใคร ระหว่างชีวิตของสมาชิกในทีมหรือชีวิตของคนทั้งโลก

X-Men: Dark Phoenix

Release Date: 6 June 2019

Jean Grey has survived from a serious incident, with her Phoenix power going stronger. While her rising superhero abilities enable her to carry out X-Men missions, they have made her highly sensitive. So, it is easy for others to hypnotize and manipulate her. In the end, X-Men team members plunge into a dilemma – Should they save her or the world?

BOOK

**THE DISRUPTOR**ผู้เขียน: รวิศ หาญอุตสาหะ
สำนักพิมพ์: วีเลิร์น

ในโลกที่กระแสแห่งความเปลี่ยนแปลงไหลอย่างเชี่ยวกราก จากยุคแอนะล็อกเข้าสู่ยุคดิจิทัลภายในพริบตา การเรียนรู้วิถีคิดและทัศนคติเพื่อสร้างความสมดุลให้กับชีวิตจึงสำคัญ หนังสือเล่มนี้เขียนโดยคุณรวิศ หาญอุตสาหะ ซีอีโอของศรีจันทร์สทไอเอส จำกัด เจ้าของเครื่องสำอางศรีจันทร์ ที่รวบรวมมุมมองที่น่าสนใจจากแนวคิดของผู้บริหารและนักคิดที่ประสบความสำเร็จหลายคนมาร้อยรวมเป็นบทความอ่านสนุก เพื่อให้ผู้อ่านค้นพบมุมมองที่จะสามารถ Disrupt งานและธุรกิจที่ทำอยู่

THE DISRUPTOR

Author: Rawit Hanutsaha

Publisher: WeLearn

The raging digital disruption calls for the need to balance one's life well. The author, Mr. Rawit Hanutsaha, is the CEO of Srichand United Dispensary Company Limited. In his book, he presents various interesting viewpoints and perspectives of high-flying entrepreneurs and thinkers. Readers, therefore, are bound to find a way to disrupt their job and business for better changes.

MUSIC

**Susan Boyle**

อัลบั้ม: TEN

Susan Boyle ผู้มีรอยยิ้มสดใสที่คนทั่วโลกรู้จักผ่านรายการ Britain's Got Talent เมื่อสิบปีที่แล้ว เธอมีผลงานเพลงออกมาให้ติดตามอย่างต่อเนื่อง และครั้งนี้ก็กลับมาพร้อมกับอัลบั้ม TEN ที่รวบรวมเพลงโปรดอย่าง I Dreamed A Dream และ 4 เพลงใหม่ที่จะมาเซอร์ไพรส์ผู้ฟังผ่านน้ำเสียงใสไพเราะและทรงพลังราวกับถูกมนตร์สะกดไว้อีกเหมือนเดิม

Susan Boyle

Album: TEN

Susan Boyle, the singer who wowed the whole world with her cheerful smile and beautiful voice on *Britain's Got Talent* stage a decade ago, has already built up her music career. Her latest album, TEN, comes with all-time-favorite *I Dreamed A Dream* and four new songs. She promises to mesmerize her fans once more.

พบกับเอสซีจีที่บูธ
00-01 Challenger 1
Check out SCG
booth at no. 00-01
Challenger 1



สถาปนิก'62

วันที่ 30 เมษายน 2562 - 5 พฤษภาคม 2562
สถานที่: ชาเลนเจอร์ฮอลล์ 1 - 3 อิมแพ็ค เมืองทองธานี
เว็บไซต์: www.asa.or.th

งานสถาปนิก'62 จัดขึ้นภายใต้แนวคิด "กรีน อยู่ดี: Living Green" นอกจากเป็นงานแสดงสินค้าที่สำคัญในแวดวงวัสดุก่อสร้างเพื่อสถาปัตยกรรม โดยมีสินค้าทั่วโลก 850 แบรนด์ตั้งเข้าร่วมแสดงในงาน ยังผลักดันเรื่องสถาปนิกชุมชนและเมืองที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมอีกด้วย

Architect'19

30 April 2019 - 5 May 2019
Venue: Challenger Hall 1 - 3, IMPACT Muang Thong Thani
Website: www.asa.or.th

Architect'19 is staged under the Living Green concept. Featuring products from 850 brands across the world, this expo is a key architectural event. This year, the expo will highlight community architect and green cities.

ProPak Asia 2019

วันที่ 12 - 15 มิถุนายน 2562
สถานที่: ไบเทค บางนา
เว็บไซต์: www.propakasia.com

งานแสดงสินค้าอุตสาหกรรมและเทคโนโลยีด้านกระบวนการผลิต การแปรรูป และบรรจุภัณฑ์แห่งภูมิภาคเอเชีย ถือเป็นงานแสดงสินค้าอุตสาหกรรมด้านการจัดแสดงเทคโนโลยีและนวัตกรรมล่าสุดที่ใหญ่ที่สุดของเอเชีย

ProPak Asia 2019

12 - 15 June 2019
Venue: BITEC Bangna
Website: www.propakasia.com

This is Asia's biggest fair of industrial technologies and innovations. Visit this event for interesting manufacturing, processing, and packaging solutions.



THAIFEX – World of Food Asia 2019

วันที่ 28 พฤษภาคม - 1 มิถุนายน 2562
สถานที่: อิมแพ็ค เมืองทองธานี
เว็บไซต์: <https://thaifexworldoffoodasia.com/th/>

งานแสดงสินค้าอาหารและเครื่องดื่มระดับโลก โดยมีผู้ประกอบการอาหารกว่า 2,500 ราย จาก 40 ประเทศทั่วโลก เน้นการจัดแสดงสินค้านวัตกรรมอาหาร สินค้าเครื่องปรุงรสอาหาร รวมถึงการจัดแสดงโซนสินค้าให้สอดคล้องกับ 10 เทรนด์อาหารโลก

THAIFEX – World of Food Asia 2019

28 May - 1 June 2019
Venue: IMPACT Muang Thong Thani
Website: <https://thaifexworldoffoodasia.com/th/>

This world-class food & beverage expo features more than 2,500 exhibitors from 40 countries across the world. On display here are food innovations, seasonings, and products that answer well to the world's 10 hottest food trends.

Thailand Retail, Food & Hospitality Services 2019 (TRAFS 2019)

วันที่ 11 - 14 กรกฎาคม 2562
สถานที่: ไบเทค บางนา
เว็บไซต์: www.thailandhoreca.com/trafs/

งานแสดงอุปกรณ์เครื่องใช้ วัสดุหัตถ์ อาหารและเครื่องดื่มสำหรับโรงแรมและธุรกิจอาหารที่จัดต่อเนื่องเป็นปีที่ 13 ซึ่งเป็นเวทีสำคัญสำหรับผู้นำเข้าหรือผู้แทนจำหน่ายสินค้า นำเสนอเทคโนโลยีใหม่ล่าสุด พร้อมกับกิจกรรมอีกมากมาย อาทิ การแข่งขันทำอาหาร เวิร์กช็อปสอนทำอาหาร งานสัมมนา เป็นต้น

Thailand Retail, Food & Hospitality Services 2019 (TRAFSS 2019)

Date: 11 - 14 July 2019
Venue: BITEC Bangna
Website: www.thailandhoreca.com/trafs/

Held for the 13th time, this trade show is an important event for food and hospitality businesses. Importers and distributors come here to present latest and relevant technologies. This fair also includes cooking workshops, cooking contests and seminars. 



DezpaX

Good Mindset Great Result

กว่า 8,760 ชั่วโมง หรือ 525,600 นาที แม้จะเป็นตัวเลขที่มาก แต่สำหรับโลกของธุรกิจ E-Commerce แล้ว ตัวเลขเหล่านี้เติมไปด้วยความท้าทายที่ต้องเผชิญ ซึ่ง ชั่วโมงนี้คงไม่มีใครจะตอบไปได้ดีกว่า DezpaX ธุรกิจ E-Commerce จำหน่ายบรรจุภัณฑ์อาหารพร้อม งามพิมพ์โลโก้ ซึ่งสมาชิกทั้งสามจากทีมในโครงการ Internal Startup (HATCH-WALK-FLY) ต้องเผชิญกับ โจทย์ใหม่ ๆ มากมายในแต่ละนาที แต่ผลจากความ ร่วมมือกันด้วยความตั้งใจ ทำให้วันนี้ DezpaX ผ่าน บททดสอบในการปลูกปั้นไอเดีย (HATCH) เรียบรู้ ทดลองทำ (WALK) ไปสู่ธุรกิจจริงได้สำเร็จ (FLY)

ปัจจุบัน DezpaX มีลูกค้ามากกว่า 500 รายจาก 55 จังหวัดทั่วประเทศไทย เราจึงไม่รอช้า ขวนทึงสาม มาแบ่งปันประสบการณ์และ Mindset ดี ๆ ที่อาจเป็น แรงบันดาลใจให้เพื่อนทุกคนที่มี Passion

Operating in an e-commerce industry, DezpaX has found every minute challenging. This firm has distributed food packaging with printed logos based on the business idea that was presented at the Internal Startup (HATCH-WALK-FLY) project. After being hatched, the three-member team behind the idea walked and now started flying.

Today, it has already attracted more than 500 customers from 55 provinces across Thailand. So, let's hear what the tips these three successful members have had.



แทนที่ความยากด้วยความท้าทาย

“ตอนที่ตัดสินใจมาทำ DezpaX ตอนข้างคิดหนักเหมือนกัน เพราะงานเดิมเห็นภาพชัดเจนว่าต้องทำอะไร แต่กับ DezpaX ตอนนั้น ไม่รู้เลยว่าหน้าตาเป็นยังไง

“แต่ความยากมันถูกแทนที่ด้วยความท้าทายและความน่าสนใจ เราเลยอยากลองดูสักตั้ง ปีก็มี Mindset ว่า การเลือกอะไรสักอย่าง คือการตัดสินใจว่าจะทำหรือไม่ทำ ไม่มีใครรู้เปอร์เซ็นต์ความสำเร็จ ทุกอย่างต้องวัดที่ผล หากดีเราไม่จำเป็นต้องพูดถึงมาก แต่ถ้าไม่ดีเราก็ ไม่ยอมแพ้ง่าย ๆ ความผิดพลาดคือสิ่งที่ทำให้เรียนรู้เพื่อนำมาพัฒนาและ ปรับปรุง พวกเรา 3 คนโชคดีที่เห็นเป้าหมายเดียวกันและพร้อมจะสู้ ไปด้วยกัน ทุกครั้งที่แยกไปทำงานส่วนของตัวเองแล้วเพล เราจะกลับมา คอยกัน แก้ปัญหาร่วมกัน เราทั้ง Push และ Push Back นี่คือแรงผลักดัน เป็นเรื่องของทีม ไม่ว่าจะเพลยังไงก็ต้องไปให้ได้ อาจต้องเหนื่อยลอง ไปถึงวิธีที่หนึ่งล้าน แต่เพื่อเป้าหมายและความจำเป็น เราก็จะทำ”

Treat Difficulties as Challenges

“It was not an easy decision when I had to leave my old job behind and start DezpaX, which back then had not yet materialized. By the way, I have usually seen difficulties as challenges. So, I gave it a go. I have never given up either. When mistakes happen, I have learnt a lesson and improve.

It's good that my team members share the same goal and are ready to fight ahead together. Whenever problems occur, we brainstorm. We both push and push back. And that keeps us going. We are ready to try the one millionth way, if that is what is necessary to achieve our goals.”



PICK

Passara
Pinyopich
ภัสรา ปิณโฑพิชญ์



TUM

**Patompong
Deepanya**
ปฐมพงศ์ ดิปัญญา

ทุกปัญหามีทางแก้

“ตั้งแต่ทำงานมาผมไม่เคยสัมผัสกับคำว่า Comfort Zone เลย มันมีแต่คำว่าท้าทาย ทำท้าทายกว่า และท้าทายที่สุด

“ผมทำงานด้านวางแผนธุรกิจมาก่อน ตอนนี้นำไปเปลี่ยนมาวางแผนให้ทีมตัวเอง แต่ทุกอย่างเริ่มต้นจากศูนย์จริง ๆ และมีแค่พวกเรา 3 คนที่ต้องช่วยกัน การก้าวเข้าสู่โลกของสตาร์ทอัพทำให้เราได้ทำงานรูปแบบใหม่ได้เจอเพื่อนร่วมงานใหม่ เจอคนเก่ง ๆ ได้ฟังประสบการณ์จากพี่ ๆ สตาร์ทอัพมืออาชีพ DezpaX จึงเป็นโอกาสให้พวกเราได้ทดลอง แม้มีล้มบ้าง แต่เป็นการล้มทางความรู้สึกมากกว่า ปัจจุบันถ้าเกิดปัญหาจะมองก่อนว่าจะแก้อันไหนก่อน อันไหนหลัง ปัญหาไหนที่แก้เร็วแล้วจะ Impact ผมเชื่อว่าทุกปัญหาสามารถแก้ได้ ขึ้นอยู่กับว่าจะจัดการอย่างไร”

There is a Right Solution in Every Problem

“Ever since I started my career, I have never stayed in comfort zone. I always go for something more challenging. Now, I am in charge of planning for my team. Everything starts from scratch because we are a startup. But fortunately, DezpaX has enabled us to meet many professional entrepreneurs behind great startups and offered us opportunities to experiment our ideas. In my opinion, every problem has a solution. So, when we see problems, we just need to address them. If there are many problems at hand, tackle the one with bigger impacts first.”

Action=Reaction ถ้าเรา Perform ดี ผลงานก็จะออกมาดี

“ผมเป็นเชลล์มา 6 ปี แต่ก่อนงานขายคือการให้พนักงานขายวิ่งเข้าหาลูกค้า แต่พอมีเทคโนโลยีเข้ามากลายเป็นว่าการให้เชลล์วิ่งบางครั้งอาจช้าเกินไป ผมมองว่ามีวิธีที่ช่วยให้เราก้าวข้ามข้อจำกัดได้ เช่น การทำ Content Marketing ผมเก็บเป็นไอเดียจนได้มาทำโปรเจกต์ DezpaX จึงนำไอเดียนั้นมาใช้แต่นั้นเป็นเพียงส่วนหนึ่ง อีกส่วนเกิดขึ้นตอนได้เห็นเพื่อนร่วมทีม ทุกคนเป็นส่วนผสมที่ลงตัว พวกเราสามารถใช้วิธี Test and Learn ซึ่งกลายเป็นความท้าทายอีกแบบ ผมมี Mindset ในการทำงานที่หากนำมาเปรียบเทียบกับฟุตบอลก็คือ ถ้าลงสนามแล้ว เราจะวิ่งเต็มที่ข้างร้อยเล่นพัน และใช้กฎกลศาสตร์ที่ว่า Action=Reaction ถ้าเราลงแรงไปร้อย เราเชื่อมั่นว่าจะได้กลับมาร้อย แต่อาจใช้เวลาานน้อย เราต้องเต็มที่กับงาน เพราะถ้าเรา Perform ดี ผลงานก็จะออกมาดี”

DezpaX และเทคโนโลยีที่ใช้

DezpaX & Tech Tools

Digital Marketing
 โดยนำเทคโนโลยีต่าง ๆ เข้ามาช่วย เพื่อให้เข้าถึงกลุ่มลูกค้าร้านอาหารได้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น
 This tech tool is used to reach out to target groups (restaurants) more efficiently.

ระบบ CRM (CRM System)
 ระบบการจัดการความสัมพันธ์กับลูกค้า โดยจัดเก็บและวิเคราะห์ Data แล้ว Personalization ผ่าน Loyalty Program สร้างความพึงพอใจแก่ลูกค้ามากขึ้น
 It analyzes customer data for personalization purpose through Loyalty Program, which increases customer satisfaction.

Marketing Automation
 คือเทคโนโลยีที่ช่วยส่งมอบ Content ไปให้กับลูกค้าร้านอาหาร ถูกที่ถูกลเวลาโดยอัตโนมัติ ทำให้ Engage กับลูกค้าถึง 1,000 รายได้ในเวลาพร้อม ๆ กัน
 It automatically delivers content to target groups (restaurants) at the right time, with the ability to engage 1,000 message recipients at the same time.

Action=Reaction, If We Perform Well, Results Must be Great

“During my six years as a salesman, I have noticed that it may be too slow to dispatch a sales representative to customers especially after technologies enable fast communications. For example, content marketing can be a more effective tool these days. I have thus applied my ideas to DezpaX. I’ve got a good team. My team has embraced the Test-and-Learn approach. Personally, my mindset is that I go more than all out for my goal. I believe that Action=Reaction. If we put in 100-percent effort, we will definitely get back as much.” P



FEEM

**Settapas
Silapasamai**
เศรษฐพัฒน์ ศิลปสมัย

Circular Economy

หมุนเวียนกลับมาใช้ให้คุ้มค่า เพื่อสร้างโลกที่ยั่งยืน



ธุรกิจแพคเกจจิ้ง ในเอสซีจี

พร้อมเป็นผู้นำแนวคิดเศรษฐกิจหมุนเวียน เพื่ออนาคตของทุกคน



www.scgpackaging.com

✉ scgpackaging@scg.com