

16

3/2019

a Packaging
Business
Newsletter

LOT

COLLABORATION
BETTER TOGETHER

CONTENTS

16
3/2019

12

34



18

40

02 Start Right Here

อัปเดตความเคลื่อนไหวของธุรกิจแพคเกจจิ้ง

04 Packaging Spotlight

WorldStar Packaging Awards 2019

06 Unbounded

WARP ออกแบบอัลบั้มพิเศษให้มากกว่าคำว่าพิเศษ

08 The Big Idea

The Era of Collaboration รวมกันไปไปได้ไกล ไวกว่าเดิม

12 P-DNA

Maker Studio: from Idea to I do

14 Your Answers

แรงบันดาลใจที่จับต้องได้ From Inspiration to Innovation

16 Packaging Planet

Packaging Design 2019 ต้องแตกต่างเท่านั้นถึงจะโดนใจ

18 P-Story

Solutions for Food Industry @ ThaiFex 2019

21 Lift Up Your Voice

มากกว่าคู่ค้าทางธุรกิจ คือคู่คิดที่ก้าวไปด้วยกัน

24 Alive

เมื่อแบรนด์ต่างขั้วจับมือกัน ทำอย่างไร ให้แปลกใหม่และขายได้

26 Circular Way

ถ้าไม่เริ่มวันนี้ วันหน้าอาจสายเกินไป

28 Safety

General Safety Rules กฎความปลอดภัยทั่วไป

30 Relax & Have Fun

ตอบคำถามสนุก ๆ ลุ้นรับของรางวัล

31 a LOT of Ideas

พื้นที่ลวดลาย สร้างสีสันให้โต๊ะอาหาร

32 Your Healthy Hub

Collaboration: Healthy Together จับมือกันสร้างนวัตกรรม
ดูแลโลก ดูแลสุขภาพ

34 WJ Walk

ก้าวต้นใหม่ของธุรกิจแพคเกจจิ้ง วิชาญ จิตรรัถดี

38 English Chit Chat

ฝึกภาษาอังกฤษผ่านเกม Johnny Grammar's Word
Challenge

39 Check It Out

อัปเดตหนังสือ เพลง ภาพยนตร์ และตารางกิจกรรม
แบบไม่ตกเทรนด์

40 Unbounded Way

Passion for the Mission



COLLABORATION BETTER TOGETHER

เรียกว่าเป็นอีกเทรนด์ของการทำการตลาดในยุคนี้ก็ได้ ช่วงหลังมานี้ ไม่ว่าจะหันไปทางไหน เราจะเห็นแบรนด์สินค้าร่วมมือกันสร้างโปรเจกต์ หรือ Collaboration กันมากมาย ทั้งแบรนด์ในประเทศที่อยู่ในอุตสาหกรรมเดียวกันหันมาจับมือกันเอง หรือการกระโดดข้ามสายธุรกิจไปจับมือกับแบรนด์ต่างอุตสาหกรรม หรือการข้ามน้ำข้ามทะเลมาร่วมกันเฉพาะกิจระหว่างแบรนด์ไทยกับแบรนด์ต่างประเทศ

การ “Collaboration” ช่วยให้แต่ละแบรนด์เกิดการพัฒนาต่อยอด เสริมจุดแข็งของกันและกัน ให้เกิดปรากฏการณ์ใหม่ ๆ ในวงการตลาด ซึ่งอาจเป็นจุดเริ่มต้นของนวัตกรรมที่ดีกว่าและภาพลักษณ์ของแบรนด์สินค้าที่ช่วยเสริมไปด้วยกัน แบ่งปันฐานลูกค้าให้แก่กันและกัน ผลลัพธ์สุดท้ายคือ ผลักดันยอดขายให้เติบโตในทิศทางที่ดีขึ้น

ย้อนกลับมามองในฐานะลูกค้าหรือผู้บริโภค นอกจากเราจะได้เห็นกลยุทธ์ของแบรนด์ต่าง ๆ แล้ว อีกทางหนึ่งยังได้เปิดมุมมองใหม่ ๆ จากงานดีไซน์ที่มีเอกลักษณ์ในแบบ “Limited Edition” สร้างความแปลกใหม่ในวงการตลาดให้ผู้บริโภคได้เห็นและติดตาม ขณะเดียวกันในฐานะผู้ผลิตก็ได้เรียนรู้ นำเอากลยุทธ์ทางการตลาดของการจับคู่แบรนด์มาปรับใช้ รวมทั้งต่อยอดให้ดีขึ้น ช่วยให้เกิดความแปลกใหม่และมีความสดมากขึ้นกว่าเดิม

เรียกได้ว่า “Win-Win Situation” อย่างแท้จริง

Porkaew Tippayamontol

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

Another growing trend among marketers is Collaboration. In this age, there are collaborative projects all around as brands from the same field or from different industries join forces in pursuit of their goals. More interestingly, some foreign brands have even come to the Thai market through special collaboration with their Thai partners.

Thanks to such collaboration, all brands involved pursue development, upgrades and synergy, creating phenomenon after phenomenon on marketing scenes. Collaborative projects can promise a good start for greater innovations and better image, after all. As brands embrace their partners, there are synergy effects. With customer bases shared, it is in the end possible to drive up sales.

Now, let’s look at what customers or consumers can get from these collaborations. As they are exposed to new marketing strategies by partner brands, their horizons naturally expand. Aside, they may even get hold of “Limited Edition” designs from collaborative projects. Excitements will keep coming up for them to witness and follow. To manufacturers, such collaboration are good inspirations to pursue partnerships for better results. Collaboration always promises a fresher image and appealing excitement.

Collaboration, in all, is truly a door to “Win-Win Situation”. 

เจ้าของ: บมจ. เอสซีจี แพคเกจจิ้ง สำนักงานใหญ่ ถนนปิ่นเกล้าฯ กรุงเทพฯ 10800 **โทรศัพท์:** 0-2586-5240 **E-mail:** scgpackaging@scg.com **Homepage:** www.scgpackaging.com **จัดทำโดย:** Brand Communications, Brand Management Office **ที่ปรึกษา:** อรรชชา วงศ์อมรรณิธิ **บรรณาธิการบริหาร:** ปอแก้ว ทิพยมณฑล **รองบรรณาธิการบริหาร:** กมลรัตน์ จรรย์วรณิธิ **กองบรรณาธิการ:** สุวรรณิ เตชอมรรณิกิจ 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, Slam 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:** Porkaew 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 Chaiyaphruk Rd., Taling Chan, Bangkok 10170 **Tel:** +66-2422-9000 Ext. 1337, 1338 **Fax:** +66-2422-9091 **E-mail:** aprint@amarin.co.th **Printed by** Printing Business Division, Amarin Printing and Publishing Public Co., Ltd. 376 Chaiyaphruk Rd., Taling Chan, Bangkok 10170 **Tel:** +66-2422-9000, +66-2882-1010 **Fax:** +66-2433-2742, +66-2434-1385 **E-mail:** aprint@amarin.co.th **Homepage:** http://www.amarin.com



Rethink Packaging คิดใหม่ ทำใหม่ ใส่สิ่งแวดล้อม Rethink Packaging for Environmental Care

ปัญหาด้านสิ่งแวดล้อมที่เกิดขึ้นในปัจจุบัน ส่งผลให้หลายองค์กรตระหนักและหาแนวทางดำเนินโครงการเพื่อลดปัญหา ซึ่งหนึ่งในโครงการที่เอสซีจีเข้าไปมีส่วนร่วมคือ “Rethink Packaging คิดใหม่ ทำใหม่ ใส่สิ่งแวดล้อม” โดยมีคุณวิชาญ เจริญกิจสุพัฒน์ กรรมการผู้จัดการ บริษัทผลิตภัณฑ์กระดาษไทย จำกัด เข้าร่วมประกาศยกเลิกการใช้บรรจุภัณฑ์จากโฟมทั้งหมดของร้านค้าปลีก โลตัส ตั้งแต่วันที่ 1 กรกฎาคม 2562 เป็นต้นมา

เอสซีจีได้มีส่วนร่วมอย่างครบวงจร ตั้งแต่การจำหน่ายบรรจุภัณฑ์แบรนด์เฟสต์ (Fest) บรรจุภัณฑ์อาหารปลอดภัยที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม เพื่อให้ผู้บริโภคเข้าถึงบรรจุภัณฑ์ทางเลือกและลดการใช้กล่องโฟม นอกจากนี้เอสซีจียังได้นำบรรจุภัณฑ์จากกระดาษที่ใช้งานแล้วของโลตัส มาผ่านกระบวนการรีไซเคิลเพื่อผลิตเป็นถุงกระดาษ รวมถึง Green shelf (ชั้นกระดาษ) ถือเป็นความร่วมมือเพื่อสิ่งแวดล้อมที่ดีในอนาคต และตบใจทยัแนวคิด SCG Circular Way อีกด้วย

In a bid to curb environmental problems, SCG has joined the “Rethink Packaging for Environmental Care” project with Mr. Wichan Charoenkitsupat, Managing Director of Thai Paper Co., Ltd. in Packaging Business, SCG, supporting the joint declaration that Tesco-Lotus outlets will be free from foam packaging from 1 July 2019 onwards.

SCG is now in charge of supplying the outlets with environmentally-friendly food-grade packages under FEST brand. Moreover, SCG has collected discarded paper boxes from Tesco-Lotus distribution centers for recycling into paper bags and Green shelves. All these moves resonate with not just green trends but also SCG Circular Way.



เอสซีจีลงนามบันทึกความร่วมมือเพื่อการวิจัยและพัฒนาพืชสมุนไพร กับมูลนิธิโรงพยาบาลเจ้าพระยาอภัยภูเบศรฯ SCG signs MOU on Herb Research and Development with Chao Phya Abhaibhubejhr Hospital Foundation

เมื่อวันที่ 27 พฤษภาคม 2562 คุณธนวงษ์ อารีรัชชกุล กรรมการผู้จัดการใหญ่ ธุรกิจแพคเกจจิ้ง และ ดร.พงษ์สุดา ผ่องธัญญา ผู้อำนวยการศูนย์พัฒนาผลิตภัณฑ์และเทคโนโลยี ได้ร่วมลงนามในบันทึกความร่วมมือด้านการวิจัยและพัฒนา กับมูลนิธิโรงพยาบาลเจ้าพระยาอภัยภูเบศร ในพระอุปถัมภ์สมเด็จพระเจ้าภคินีเธอ เจ้าฟ้าเพชรรัตนราชสุดา สิริโสภาพัณณวดี โดยมี นายแพทย์เปรม ชินวันทนนานนท์ ประธานกรรมการบริหาร และ เกษัชกรหญิง ดร.สุภาภรณ์ ปิติพร เลขาธิการมูลนิธิโรงพยาบาลเจ้าพระยาอภัยภูเบศรฯ นำทีม ทั้งนี้ได้ร่วมวิจัยเพื่อหาวิธีเพาะเลี้ยงเนื้อเยื่อและปลูกพืชสมุนไพรหายากให้มีประสิทธิภาพ แล้วนำมาพัฒนาตำรับยาและผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มให้แก่ธุรกิจ นับเป็นโครงการวิจัยที่มีคุณค่าในด้านการอนุรักษ์และต่อยอดภูมิปัญญาไทย นอกจากนี้ยังเป็นโอกาสที่ดีในการพัฒนานวัตกรรมการผลิตสินค้าให้มีความก้าวหน้ามากยิ่งขึ้น

It is good news that local wisdom on herbal drugs will take big steps ahead through researches. On 27 May 2019, Mr. Thanawong Areeratchakul, then-President of Packaging Business, SCG, and Dr. Pongsuda Pongtanya, director of SCG Product and Technology Development Center, signed a MOU on research and development cooperation with the Chao Phya Abhaibhubejhr Hospital Foundation. Representing the foundation were its president Dr. Prem Chinvan-thananond, and secretary-general and pharmacist Dr. Supaporn Pitiporn. Under this MOU, rare herb plants will be grown for herbal drug/product development. Promising to add business value to Thai herbs, such researches will also help conserve Thai wisdom and facilitate innovations.



“เฟสท์ใส่ใจ คืนกำไรสู่สิ่งแวดล้อม”

โครงการแห่งความร่วมมือของเฟสท์และ 9 พันธมิตร

“Sharing is caring, Fest giving back to the environment”
through Collaboration with 9 Partners

เมื่อวันที่ 20 มิถุนายน 2562 ได้มีการร่วมลงนามความร่วมมือในโครงการ “เฟสท์ใส่ใจ คืนกำไรสู่สิ่งแวดล้อม” โดยมีคุณวิชาญ เจริญกิจสุพัฒน์ กรรมการผู้จัดการ บริษัทผลิตภัณฑ์กระดาษไทย จำกัด เป็นตัวแทนในการร่วมลงนามพร้อมด้วย 9 พันธมิตรจากองค์กรชั้นนำ ประกอบด้วยกลุ่มผู้ประกอบการธุรกิจค้าปลีก กลุ่มผู้ประกอบการร้านอาหาร และสถาบันการศึกษา โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อให้ผู้บริโภคหันมาใช้บรรจุภัณฑ์อาหารปลอดภัยและมีส่วนร่วมดูแลรักษาสิ่งแวดล้อม พร้อมกันนี้เฟสท์ยังเปิดโอกาสให้ผู้ประกอบการทั้งขนาดกลางและขนาดย่อม ร่วมเป็นผู้ผลิตและจัดจำหน่ายเพื่อเร่งขยายตลาดบรรจุภัณฑ์อาหารปลอดภัยให้ครอบคลุมทุกความต้องการ ที่สำคัญรายได้ส่วนหนึ่งในการจำหน่ายยังมอบให้แก่มูลนิธิอุทยานสิ่งแวดล้อมนานาชาติสิรินธรในพระราชูปถัมภ์ฯ เพื่อสนับสนุนโครงการดูแลและฟื้นฟูสิ่งแวดล้อมอย่างยั่งยืนอีกด้วย

On 20 June 2019, the cooperation agreement for “Sharing is caring, Fest giving back to the environment” project was inked. Mr. Wichan Charoenkitsupat, Managing Director of Thai Paper Co., Ltd., represented Fest in the MOU signing ceremony alongside representatives from nine prominent partners from retailing, restaurant and educational sectors. The partnership has been forged to encourage consumers to use safe and eco-friendly packaging for their food. Under this project, Fest has also welcomed SMEs to join its operation as either manufacturers or distributors so as to ensure there are enough safe food containers for all. More importantly, parts of sale proceeds will be given to the Sirindhorn International Environmental Park Foundation in support of its projects for sustainably environmental protection and rehabilitation.



ธุรกิจแพคเกจจิ้ง เอสซีจี คว้ารางวัลการประกวดบรรจุภัณฑ์ “ThaiStar Packaging Awards 2019” และ “AsiaStar Awards 2018” Packaging Business, SCG, Bags Packaging Awards - “ThaiStar Packaging Awards 2019” and “AsiaStar Awards 2018”

กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม (กสอ.) จัดพิธีมอบรางวัลให้แก่ผู้เข้าประกวดบรรจุภัณฑ์ไทย เมื่อวันที่ 12 มิถุนายน 2562 ณ ไบเทค บางนา โดยได้รับเกียรติจากนายจารุพันธุ์ จารโยภาส รองอธิบดีกรมส่งเสริมอุตสาหกรรม มาเป็นประธานในพิธี ซึ่งมีนักออกแบบจากธุรกิจแพคเกจจิ้ง เอสซีจี ส่งผลงานเข้าประกวด โดยได้รับรางวัลบรรจุภัณฑ์ระดับประเทศ “ThaiStar Packaging Awards 2019” ประเภทบรรจุภัณฑ์เพื่อการจัดจำหน่ายจำนวน 3 รางวัล ประเภทบรรจุภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม และประเภทสื่อและบรรจุภัณฑ์เพื่อส่งเสริมการขาย

สำหรับรางวัลบรรจุภัณฑ์ระดับเอเชีย “AsiaStar Awards 2018” ได้แก่ ประเภทบรรจุภัณฑ์เพื่อการจัดจำหน่าย ประเภทสื่อและบรรจุภัณฑ์เพื่อส่งเสริมการขาย

The Department of Industrial Promotion staged an award-presentation ceremony at BITEC Bangna, on 12 June 2019. Presided by the Department’s Deputy Director-general Mr. Jaruphun Jarayophat, the ceremony saw many national-level “ThaiStar Packaging Awards 2019” flying into the hands of designers



from Packaging Business, SCG: three awards from Consumer Package category, one award from Eco Package category, and one award from the Point of Purchase Package category.

For the regional-level “AsiaStar Awards 2018”, SCG receives an award from the Consumer Package category, and also an award from Point of Purchase Package category. 

WORLDSTAR PACKAGING AWARDS 2019

จากแรงบันดาลใจและความคิดสร้างสรรค์ที่ถูกถ่ายทอดผ่านงานดีไซน์บนแพคเกจจิ้งเพิ่มคุณค่าด้วยการสอดแทรกที่มาและเรื่องราวชวนค้นหา คุณค่าเหล่านี้จะเป็นหนึ่งจุดแข็งที่ทำให้ผลงานการออกแบบบรรจุภัณฑ์ของทีมนักออกแบบธุรกิจแพคเกจจิ้ง เอสซีจี เป็นที่ยอมรับในหลายเวทีการประกวด ล่าสุดสามารถคว้ารางวัลชนะเลิศมาได้ถึง 3 รางวัล จากการประกวดด้านบรรจุภัณฑ์ในงาน WorldStar Packaging Awards 2019 ที่จัดขึ้นโดย World Packaging Organisation (WPO) ณ กรุงปราก ประเทศสาธารณรัฐเช็ก นับเป็นความภาคภูมิใจที่บ่งบอกว่าฝีมือนักออกแบบคนไทยเป็นที่ยอมรับในระดับโลก

Inspired and creative, designers of Packaging Business, SCG, always deliver added value and extra appeal to their products. With such qualities, they also shine brightly at many big contests. They, for example, have lately grasped three top awards from the WorldStar Packaging Awards 2019. Organized by the World Packaging Organization (WPO), the competition was held in Prague, Czech.

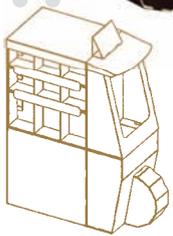


Pork Product Package New Premium 2018

พรีเมียม กิฟต์เซต ผลิตภัณฑ์หมูแปรรูปแบรนด์ “เจ้าสัว” คว้ารางวัลชนะเลิศประเภทบรรจุภัณฑ์สำหรับอาหาร ผลงานการออกแบบของคุณศิริน อมรกิจเจริญ Designer - Graphic และคุณภาษา จุ้ยชุม Designer - Structure จากบริษัทกลุ่มสยามบรรจุภัณฑ์ จำกัด ที่หยิบเอาลักษณะเด่นของดอกไม้และผลไม้มงคลจีนมาออกแบบเป็นลวดลายกราฟิก พิมพ์ด้วยระบบ Offset คุณภาพสูง เน้นสีสันสดใสสะดุดตา และตกแต่งด้วยกระดาษฉลุลายเป็นบานหน้าต่างที่สะท้อนวัฒนธรรมจีน ถือเป็นลูกเล่นที่ทำให้บรรจุภัณฑ์ดูมีมิติมากขึ้น นอกจากนี้ ยังสื่อความหมายอันเป็นมงคลถึงการเปิดรับโอกาสใหม่ ๆ จึงเหมาะแก่การมอบเป็นของขวัญในเทศกาลมงคลอย่างยิ่ง

Wonderful designs make pork products by “Chao Sua”, a perfect premium gift set. Created by Ms. Sikin Amornkitcharoen and Ms. Pasa Juichum, Designer-Graphic and Designer-Structure respectively of Thai Containers Group Company Limited, who take inspirations from Chinese beliefs and auspicious fruits/flowers. This packaging box, moreover, features perforated paper window that adds interesting dimension and visualizes the good-luck theme of opening up for opportunities.





TukTuk

ชั้นจัดแสดงสินค้าผสมผสานแรงบันดาลใจจากรถตุ๊กตุ๊ก หนึ่งในซิกเนเจอร์ของเมืองไทย ได้รับการออกแบบอย่างสร้างสรรค์ เป็นกล่องดิสเพลย์ Singha Beer รูปรถตุ๊กตุ๊ก ที่ไม่เพียงจัดวางสินค้าได้แข็งแรง แต่ผู้บริโภคยังสามารถถ่ายรูปกับรถตุ๊กตุ๊กเสมือนเข้าไปขับจริงได้ด้วย คือผลงานการออกแบบของคุณรินรา อนุวัฒน์มงคล Designer - Marketing Display จากบริษัท กลุ่มสยามบรรจุภัณฑ์ จำกัด ซึ่งคว้ารางวัลชนะเลิศประเภท ชั้นแสดงสินค้า (Point of Sales) ด้วยการดึงเอาจุดเด่นแบบไทย ๆ มาประยุกต์ใช้ส่งเสริมการขายสินค้าได้อย่างน่าชื่นชม

Designed for Singha Beer, this TukTuk merchandise display catches all eyes. Not only that it highlights the world-famous tricycle, but it also boasts a gimmick. Interested people can get in, touch a steering wheel and pose for photos. This design wins the top award from the Point of Sale category. Its designer is Ms. Rinrada Anuwatmongkol, a Designer - Marketing Display at Thai Containers Group Co., Ltd.

Inspired and creative, designers of Packaging Business, SCG, always deliver added value and extra appeal to their products.

Happiness under the Moon (Salute to joyful life)



ผลงานรางวัลชนะเลิศประเภท Luxury Packaging จากการออกแบบกล่องขนมไหว้พระจันทร์ของคุณธารทิพย์ บ่อเพชร Assistant Manager - Creative จากบริษัทเอสซีจี แพคเกจจิ้ง จำกัด (มหาชน) เป็นผลงานที่เกิดจากความร่วมมือพัฒนาร่วมกับ คู่ค้าแบรนด์ขนมชื่อดัง Simply W โดยนำเรื่องราวเกี่ยวกับพระจันทร์และกระต่ายที่ถือเป็นสัญลักษณ์ของเทศกาล ถ่ายทอดเป็นบรรจุภัณฑ์ที่สะดุดตาด้วยรูปทรงครึ่งวงกลม ใช้ลวดลายกราฟิกที่สวยงาม หูหิ้วด้วยสีทองและชมพู สามารถหิ้วพกพาได้โดยไม่ต้องใช้ถุง ออกแบบจากกระดาษรีไซเคิลให้มีความแข็งแรงสามารถนำกลับมาใช้ใหม่ได้

This design emerges as the winner from the Luxury Packaging category. Ms. Tanti Bopetch, Assistant Manager - Creative at SCG Packaging Public Company Limited, has developed this package alongside the Firm's business partner, Simply W. The collaboration results in the stunning package for mooncakes. Decorated by elegant graphic in gold and pink, the semi-circular package has a built-in strap. So, it is convenient to carry around without any bag. Made of recycled paper, it is also good for reuse. 





WARP
WARP
WARP



“ WARP Album ”

in Extraordinary Design

WARP ออกแบบอัลบั้มพิเศษ ให้มากกว่าคำว่าพิเศษ

ไม่เพียงเป็นผลงานดนตรีของศิลปินที่ชื่นชอบ แต่การออกแบบผลิตภัณฑ์ให้พรีเมียมและ ลิมิเต็ดถือเป็นงานศิลปะอันมีคุณค่าที่แฟนเพลง ทุกคนต่างต้องการมีไว้ในครอบครอง

Everyone of course would love to collect a special album featuring one's favorite artist. But most of the time, an album will truly qualify as a collectible item only when it hits the market in a cleverly artistic packaging.



หากใครเป็นคอเพลงอินดี้ฝั่งอเมริกาคงรู้จักดี Steve Aoki เจ้าของค่ายเพลง DIM MAK ผู้เปิดศักราชวงการ EDM จนกลายเป็นมิวสิคเมนสตรีมในปัจจุบัน ซึ่งนอกจากผลงานเพลงส่วนตัวแล้วเขายังเป็นส่วนสำคัญที่ผลักดันวงการด้วยการโปรโมทศิลปินหน้าใหม่ๆ ภายใต้งัดค่ายของตัวเองอีกด้วย

สำหรับ Warp เพลงของเขาที่ได้รับความนิยมจริงกับ The Bloody Beetroots ในอัลบั้ม ROMBORAMA เป็นเพลงที่โด่งดังและนิยมไปทั่วโลกในปี 2009 โดยการผสมผสานเสียงอิเล็กทรอนิกส์กับองค์ประกอบของร็อกและฟังก์แสดงสไตล์อันเป็นเอกลักษณ์ทางดนตรี และเนื่องในโอกาสครบรอบ 10 ปี ค่ายเพลง DIM MAK จึงร่วมกับ Carosello Lab เมืองมิลาน ประเทศอิตาลี ออกแบบอัลบั้มลิมิเต็ดเอดิชั่นให้แฟน ๆ ได้สะสม ด้วยการดีไซน์แพ็คเกจของอัลบั้มจากวัสดุที่หลากหลาย เริ่มต้นที่ปกอัลบั้มพิมพ์เนื้อเพลงที่อ่อนนุ่มที่ใครต่อใครคุ้นหูด้วยตัวอักษรปั๊มูน ด้านในกล่องใส่ซีดีออกแบบเป็นหลุมคู่มือมิติ ตัวแผ่นเสียงออกแบบให้มีภาพนาฬิกาปลุกอยู่ตรงกลาง พร้อมฝาพลาสติกครอบด้านบนสะท้อนความพรีเมียมสำหรับเนื้อเพลง ประวัติ และคำขอบคุณของ Steve และ Bob ใช้ฟอนต์ลายมือวางบนเลย์เอาต์สุดเท่ แทรกการพิมพ์ด้วยกระดาษพอยล์สีเงิน ส่องประกายเงาวิบวับขยับอารมณ์ พร้อมเย็บสันพิเศษ และยังมีภาพของศิลปินทั้งสองคนแบบเต็มตัวพิมพ์บนไวน์ลัจฉวางในลักษณะงานศิลปะแบบคอลลาจอีกด้วย



DIM MAK has now worked with Italy-based Carosello Lab to put this song in a special and limited-edition album.

If you listen to American indie tunes, you must have known that Steve Aoki is the owner of DIM MAK music label and plays a crucial role in turning electronic dance music (EDM) into mainstream music.

WARP, a collaboration between Aoki and The Bloody Beetroots from ROMBORAMA album, was a mega-hit when it was first launched in 2009. A decade later, DIM MAK has now worked with Italy-based Carosello Lab to put this song in a special and limited-edition album. The so familiar hook from WARP appears on the album cover in embossed characters. Inside is a disc featuring an alarm clock. To perpetuate a premium look, this collectible album has a plastic outer cover. The lyric and the history of the artists are in a handwritten style. Silver foil adds an interesting gimmick and the collage of the artists' vinyl picture complement the album's collectible qualities. 





The Era of Collaboration

รวมกันไป ไปได้ไกล เร็วกว่าเดิม
Together, We Roar Ahead Faster!

หนึ่งในวิธีการที่แบรนด์จะสร้างความแตกต่างให้กับผลิตภัณฑ์ของตัวเองก็คือ การร่วมมือกัน (Collaboration) กับแบรนด์พันธมิตร เพื่อรวมพลัง ร่วมแนวคิด เทคนิค วิธีการ ในการต่อยอดความโดดเด่นให้กับแบรนด์ของตัวเอง ดังที่เราจะพบเห็นอยู่มากมายในช่วงนี้ หรือนี่จะเป็นยุคของการ Collaboration ที่แท้จริง

Today, many brands are keen to pursue collaboration with strategic partners because this is one of the most effective ways to achieve differentiation and also to boost their strength, as generally seen at the present. Is this the era of genuine brand collaboration?

เป้าหมายชัด โฟกัสวัตถุประสงค์ Clear Focus, Clear Goals

สิ่งแรกที่ต้องตอบให้ได้ก่อนตัดสินใจร่วมมือกับแบรนด์ใด ๆ เพื่อต่อยอดสินค้าและบริการ ก็คือ เป้าหมายของการร่วมมือกันครั้งนี้คืออะไร โดยมากแล้วจุดมุ่งหมายของการ Collaboration หลัก ๆ ได้แก่

การผลิต โดยการใช้ความชำนาญในการผลิตสินค้าของแบรนด์แบรนด์หนึ่งมาสร้างเป็นสินค้าใหม่ของอีกแบรนด์ โดยยังไม่ทิ้งตัวตนของแบรนด์เดิม

การออกแบบ ที่เห็นได้ชัดคือการร่วมมือกับนักออกแบบแบรนด์ดัง เพื่อต่อยอดบรรจุภัณฑ์ให้กลายเป็นสินค้าหายากเพิ่มมูลค่า เป็นของที่ใคร ๆ ต้องมี

การจัดจำหน่าย เราจะสังเกตได้ว่า สินค้าส่วนมากจะเลือกจับมือกับผู้จัดจำหน่ายรายใหญ่ หากเป็นร้านสะดวกซื้อเจ้าเล็กลงมาหน่อย สินค้าก็จะอยู่ในรูปแบบที่พิเศษ หรือกลายเป็นสินค้าหายากยิ่งขึ้นก็ได้ แต่ผู้ผลิตต้องมั่นใจว่าสินค้านั้นมีคุณค่า หรือทำการตลาดมากพอให้ลูกค้าสนใจตาม “ล่า” มาโชว์เพื่อนให้ได้

การสร้างแบรนด์และส่งเสริมการขาย ความร่วมมือแบบนี้เน้นการสร้างแบรนด์ให้อยู่ในกระแส หรือ Talk of the Town พันธมิตรที่ร่วมมือด้วยต้องจัดว่าเป็น “ตัวแม่” ที่มาเสริมภาพลักษณ์ของแบรนด์ให้ปังกว่าเดิม ยิ่งให้กลายเป็นแบรนด์ระดับเซเลบริตี้ก็ยิ่งดี

At the time a brand jumps into a collaboration, it must have already known what it wants. Normally, collaborations have pursued the followings:

Manufacturing: Via collaboration, it is possible to make use of skillful manufacturing technique of another brand to complement one’s own signature. There is no need to waste time trying to develop the technique by oneself.

Design: By recruiting famous designers to collaborations, it is easy to develop rare or collectible products.

Distribution: Many brands rely on the “leading department stores” or convenience-store chains.



Several brands shine stronger through partnerships with “Top Brands”.



This way, when they present the rare or special products, there is a possibility that consumers will be keen to “hunt for those items” via easily-accessible channels for the purpose of showing off to their friends.

Branding & Promotion: This is about branding and achieving ‘Talk of the Town’. Such effects often materialize simply because partners prove like “magnets”. Several brands shine stronger through partnerships with “Top Brands”.

เลือกพันธมิตร ก็เหมือนเลือกคู่ชีวิตให้แบรนด์ Choosing Business Partner Can Be Compared to Choosing Couple

การเลือกแบรนด์ก็ไม่ต่างจากเลือกแฟน ทั้งสองแบรนด์ที่ร่วมมือกันต้องมีเป้าประสงค์ที่สอดคล้องกัน โดยเฉพาะในยุคดิจิทัล การเลือกจับมือกับองค์กรหรือแบรนด์เพื่อก้าวไปสู่การสร้างนวัตกรรมก็ถือเป็นอีกแนวทางหนึ่งที่น่าสนใจมาพิจารณา

เมื่อเลือกแล้วว่าจะก้าวเดินไปกับแบรนด์ไหน ต้องไม่ลืมนึกถึงคนรอบข้าง หรือบรรดาลูกค้าเดิมของเราว่าแบรนด์ไหนบ้างที่พวกเขาถูกใจ หรือนิยมใช้บริการเป็นประจำ เมื่อร่วมงานกันแล้วจะได้ถูกใจทั้งแบรนด์และผู้บริโภค จากนั้นก็เพียงแคร์รักษาความสัมพันธ์ให้ยืนยาว ด้วยการค้าจนถึงผลประโยชน์ร่วมกัน ที่สำคัญคือต้องผลักดันกันไปสูเป้าหมายทางธุรกิจที่ยั่งยืน และรับผิดชอบต่อสังคม

A business must choose a partner who intends to head towards the same direction with shared goals. Partnerships will be best if both sides set sights on the same goals and support each other.

A business must ensure that their choice will not upset its customers or fans. A great collaboration must be something that delights both the brand owner and its consumers. Once such collaboration is established, the next step is to nurture it for mutual benefits, business sustainability and social responsibility.

แบรนด์ x แบรนด์ แบบไหนได้บ้าง Cool Combinations of Brand x Brand

อย่างที่บอกว่าคุณนี่คือยุคของการ Collaboration เฉพาะในบ้านเราเองก็มีหลายแบรนด์ที่ต่อยอดสินค้าและบริการร่วมกับอีกแบรนด์ เช่น บาร์บีคิวพลาซ่ากับพิซซาฮัทที่ต่างฝ่ายต่างสร้างสรรค์เมนูใหม่จากส่วนผสมหลักที่ผู้บริโภคคุ้นเคยรสชาติกันดี หวังขยายกลุ่มลูกค้าวัยรุ่นที่ชอบทานพิซซาให้หันมาบึ่งย่างกับบาร์บีคิวพลาซ่า และให้ผู้ใหญ่สายนี้อย่างหันไปสนุกกับปาร์ตีพิซซาฮัทดูบ้าง หรือในแง่ของงานดีไซน์ เราจะเห็นแบรนด์แฟชั่นจับมือกับแบรนด์อาหารระดับตำนาน เพื่อออกแบบเสื้อผ้าคอลเล็กชั่นพิเศษ อย่างเช่น FILA x Pepsi หรือ KFC x CARNIVAL แบรนด์อาหารชื่อดังเหล่านี้บางทีก็ยกก้าวข้ามความเป็นร้านอาหารไปสู่การเป็นส่วนหนึ่งของวัฒนธรรมป๊อปในหมู่วัยรุ่น

นอกจากการรวมตัวกันแบบม่วนเดียวจบ ยังมีแบรนด์ที่ต่อยอดในรูปแบบแพลตฟอร์มเพื่อผู้บริโภค เขาเรียกโปรเจกต์นี้ว่าเป็นการ Collaboration กับผู้บริโภค ด้วยการสังเกตพฤติกรรมของคนรุ่นใหม่ว่ามีไลฟ์สไตล์และความชื่นชอบที่แตกต่างกัน นั่นคือ MK สุกี่ที่เปลี่ยนแบรนด์สุกี้รุ่นพ่อ ให้กลายเป็นแพลตฟอร์ม



เพื่อสนองตอบแพชชั่นของลูกค้า โดยร่วมมือกับแบรนด์ Milin เพื่อออกแบบชุดพนักงานให้ดูสะอาดตา อัปเดตภาพลักษณ์ของ MK สุกี่ให้ฉ่ำฉ่ำ และจากนี้ก็จะมี MK x Passion อื่น ๆ ตามมา เพื่อเปลี่ยนหน้าตาของร้านสุกี้เดิม ๆ ให้เข้าตาผู้บริโภคมากขึ้น

หรือจะเป็นการร่วมมือกันแบบยกแก๊งของเอสซีจี กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ กระทรวงพาณิชย์ (DITP) และ 3 แบรนด์แฟชั่นสัญชาติไทยอย่าง ISSUE, KLOSET & ETCETERA และ URFACE ริเริ่มโครงการ “Bag to the Future” นำถุงเหลือใช้จากการบรรจุปูนซีเมนต์มาใส่ไอเดีย ดีไซน์ตามสไตล์แต่ละแบรนด์ เป็นกระเป๋าทรงเก๋ Limited Edition เพียงแบรนด์ละ 100 ใบเท่านั้น ที่สำคัญเหล่าแฟชั่นนิสต่ายังได้ทำบุญร่วมกับโครงการมอบแด่ “มูลนิธิที่อยู่อาศัย ประเทศไทย” งานนี้ยิ่งป็นนิตเดียวได้กมลหลายตัวเลยทีเดียว

สำหรับธุรกิจแพคเกจจิ้ง เอสซีจี เองก็ไม่น้อยหน้า โดยได้ร่วมมือกับ S&P แบรนด์อาหารและขนม ในการออกแบบบรรจุภัณฑ์ขนมไหว้พระจันทร์ ในแนวคิด “Happy Mid-Autumn Festival: Enjoy The Moon” ที่ไม่ใช่แค่สวยงามระดับพรีเมียม แต่ยังคงรักษาหัวใจในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่คำนึงถึงสิ่งแวดล้อม โดยบรรจุภัณฑ์นี้ผลิตจากกระดาษรีไซเคิลที่มีความแข็งแรง นำกลับมาใช้ซ้ำได้ดี หรือจะรีไซเคิลก็ไม่ยาก

แน่นอนว่าการ Collaboration เป้าหมายหลักจะอยู่ที่ความร่วมมือกันของแบรนด์ เพื่อสนับสนุนการทำธุรกิจให้เติบโต แต่สิ่งที่สำคัญกว่านั้นคือ เราจะสร้างความร่วมมือกันอย่างไรให้ลูกค้าได้รับประสบการณ์ที่ดีที่สุดจากสินค้าและบริการของเรา และนี่คือน้ำจิ้มของการนำเสนอไอเดียแห่งยุค Collaboration นอกเหนือจากนี้ลองมองใกล้ ๆ ตัวคุณ คุณอาจพบความร่วมมือกันของแบรนด์เจ๋ง ๆ หรือได้รับประสบการณ์แปลกใหม่จากเดิมมากขึ้นไปอีกก็ได้



In the age where collaborations matter, Thailand has seen many Brand X Brand initiatives. For example, Bar B Q Plaza has joined forces with Pizza Hut in sharing their signature ingredients. Through their move, fans of Bar B Q find pizza with toppings featuring their favorite ingredients while Pizza Hut fans feel tempted to try barbecue. Some food brands also seek fashion brands as partners in the hope of becoming parts of teenagers' pop culture. There are exciting collaborations like FILA x Pepsi and KFC x CARNIVAL, etc.

After studying consumers' behaviors and identifying their passion, MK Suki has implemented MK x Fashion by partnering with Milin to create a new stylish uniform for its staff. MK x Passion is another cool project with MK Suki outlets being revamped to make it more appealing to consumers.

SCG has also partnered with the Department of International Trade Promotion and Thai fashion brands ISSUE, KLOSET & ETCETERA, and URFACE in implementing the "Bag to the Future Project". Under this initiative, cement bags become main materials for "limited-edition bags". Each of the participating fashion brands produces just 100 bags for its limited edition under this project, which hands over proceeds to the "Habitat for Humanity Thailand". This collaboration indeed delivers many benefits.



When a collaboration is made, let's make sure it not just supports business goals but also allow customers to receive the best experiences!



Packaging Business, SCG, has done remarkably well too. For example, its partnership with S&P in designing new stunning packages. Designed based on "Happy Mid-Autumn Festival: Enjoy The Moon" concept, mooncake packaging by Packaging Business boasts premium quality and beauty. Friendly to the environment, it is made of recycled and durable materials, is perfect for reuse, and is easy to recycle.

When a collaboration is made, let's make sure it not just supports business goals but also allow customers to receive the best experiences! 



MAKER STUDIO FROM IDEA TO I DO

นวัตกรรมจะไม่หยุดแค่เพียงความคิดอีกต่อไป เพราะธุรกิจแพคเกจจิ้งเปิด **Maker Studio** พื้นที่ปล่อยของแห่งแรกให้พนักงานทุกคนได้มาระเบิดความคิด ทดลองไอเดีย และลงมือสร้างสรรค์เป็นชิ้นงานที่จับต้องได้จริง ด้วยอุปกรณ์และเครื่องมือที่รวบรวมไว้ในพื้นที่แห่งนี้ได้อย่างครบครัน

It is going to be much easier to materialize your idea, as Packaging Business has already opened the first Makerspace, **Maker Studio** for its staff to experiment ideas and create tangible work pieces. Inside the studio are plenty of equipment and tools to support innovation development.

Maker Studio แห่งนี้แบ่งออกเป็น 4 โซนหลัก ได้แก่ โซน **Maker Hand Tools** โซนที่รวบรวมอุปกรณ์และเครื่องมือหลากหลายชนิดตั้งแต่ นี้อตขนาดเล็ก ๆ ไปจนถึงเครื่องมือชิ้นใหญ่ ๆ โซน **Maker Equipment** โซนที่รวบรวมอุปกรณ์สำหรับสร้างชิ้นงานต้นแบบไว้มากมาย อาทิ เครื่อง 3D Printer, เครื่อง CNC, เครื่อง Laser Cutter พร้อมกันนี้ยังมีอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์อย่างเครื่อง Raspberry Pi, เครื่อง Oscilloscope รวมถึงเครื่อง 3D Scanner ที่สามารถสแกนวัตถุได้ทุกด้านตามที่ต้องการอีกด้วย ถัดมาคือโซน **Maker Playground** พื้นที่สำหรับปลดปล่อยไอเดียของชาวเมคเกอร์ เพื่อส่งต่อความคิด แลกเปลี่ยนและพัฒนาต่อยอดไอเดียร่วมกัน ซึ่งเมื่อทุกอย่างตกผลึกพร้อมลงมือปฏิบัติ ตัด เชื่อม เจาะกันแบบจริงจัง โซน **Maker Underground** ที่อยู่ใต้อาคารก็ยินดีต้อนรับเพื่อนพนักงานทุกคนเข้ามาใช้งาน

มาปลูกพลังชาวเมคเกอร์ในตัวคุณได้ที่ Maker Studio ณ Spec อาคาร C บ้านโป่ง พร้อมให้ทุกคนมาลุยแล้ววันนี้!



Maker Studio has four zones. Maker Hand Tools zone presents a variety of tools from tiny knots to big instruments. Maker Equipment zone, meanwhile, features cool devices for prototype making like 3D Printers, CNC (computer numerical control) machines, Laser Cutters, Raspberry Pi, Oscilloscopes and 3D Scanners. Maker Playground creates a forum whereby makers share their experiences and collaborate. Maker Underground, as its name suggests, is below the ground level but is well ready to serve all staff.

Maker Studio is located inside Spec, Building C, Ban Pong. Come here and act on your brilliant ideas!

เครื่องมือและอุปกรณ์ที่เหล่าเมคเกอร์ต้องมี Tools and Equipment

เครื่อง 3D Printer

เครื่องพิมพ์สามมิติสามารถสร้างต้นแบบได้อย่างรวดเร็ว นอกจากนี้ยังใช้ในการผลิตแบบเรียงชั้น โดยวัสดุจะถูกขึ้นรูปภายใต้การควบคุมของคอมพิวเตอร์

3D Printer

Backed by efficient computer system, it fast produces 3D prototypes and facilitates additive production.

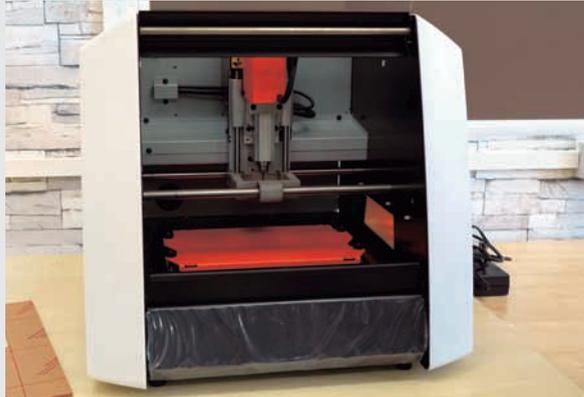


เครื่อง 3D Scanner

เครื่องสแกนวัตถุสามารถสแกนได้ทุกมุมเสมือนภาพจริง ทำงานโดยใช้กล้องถ่ายภาพจากหลายมุมมาประกอบเป็นภาพ 3 มิติ

3D Scanner

After taking pictures of an object from all angles, it can construct 3D digital models that prove so real.



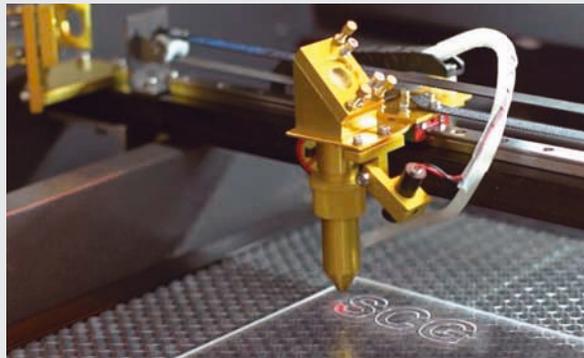
เครื่อง CNC

เครื่องที่ใช้สำหรับตัดงานที่ต้องการความละเอียดสูง สามารถเลือกขนาดหัวส่วนให้ตรงกับความละเอียดที่ต้องการ

CNC Machine

Boasting a variety of drill bits, it is perfect for jobs requiring high accuracy and fine details.

*Transform
your imagination
to innovation*



เครื่อง Laser Cutter

เครื่องตัดเลเซอร์สามารถใช้ตัดวัสดุที่มีคุณภาพสูงได้อย่างรวดเร็วและแม่นยำ นอกจากนี้ยังสามารถใช้แกะสลักผิววัสดุได้อีกด้วย

Laser Cutter

It cuts with impressive speed and accuracy. It also works great for engraving. 

It's where one can think outside the box and act on it. When one starts doing, ones will learn and even be able to teach others later on

“ แรงบันดาลใจที่จับต้องได้ ”

When you come to Makerspace Thailand, you can experiment with your ideas and discuss them with others.

FROM INSPIRATION TO INNOVATION

“ Many Thais can build innovations with their own hands and wisdom. ”



“

“ทุกคนสร้างอะไรบางอย่างอยู่ตลอดเวลา” คุณณที แสง ผู้ก่อตั้ง Makerspace Thailand กล่าวประโยคสำคัญนี้กับชาวเอสซีจีในงานเปิดตัว Maker Studio ที่เพิ่งผ่านไปไม่นาน โดยเขามีความเชื่อว่าคนไทยเก่งและมีความสามารถในการประดิษฐ์ โดยคู่ได้จากสิ่งประดิษฐ์จากชาวบ้านนับชิ้นไม่ถ้วนถูกสร้างขึ้นมาและใช้งานได้จริง ๆ

สำหรับ Makerspace Thailand คือพื้นที่ที่เปิดกว้างให้ผู้ที่มิใช่แค่เพียงช่างหรือช่างเทคนิคอยากทดลองผลิตชิ้นงานเข้ามาใช้เครื่องมือและอุปกรณ์ ไม่จำกัดอายุ อาชีพ หรือสัญชาติ พร้อมกันนี้ยังเป็นพื้นที่เพื่อแลกเปลี่ยนและต่อยอดความรู้ โดยต้องการให้อุบัติและความคิดสร้างสรรค์อันหลากหลายที่เกิดขึ้นได้ถูกผลิตออกมาเป็นรูปธรรมหรือสามารถจับต้องและสัมผัสได้ เพราะอุปสรรคสำคัญคือ คนไทยยังไม่มีเครื่องมือทันสมัยให้นำความคิดมาทดลอง เนื่องจากเครื่องมือและอุปกรณ์มีราคาสูงและการลงทุนที่ยังไม่รู้ผลลัพธ์อาจไม่คุ้มค่า

การที่คนหลากหลาย
มาใช้พื้นที่นี้ร่วมกัน
เมื่อคิดได้ ลงมือทำได้
ก็จะสามารถสอนคนอื่นได้ต่อ

พื้นที่ของ Makerspace Thailand จะมีเครื่องมือและอุปกรณ์หลากหลาย อาทิ เครื่องพิมพ์สามมิติ เครื่องแกะสลักเลเซอร์ เครื่อง CNC และเครื่องมือพื้นฐานขนาดเล็กและใหญ่ทั่วไป เช่น การทำไม้ เหล็ก ไฟฟ้า หรือแม้กระทั่งอุปกรณ์ต่าง ๆ ในการทำเครื่องประดับ คุณคนที่กล่าวเพิ่มเติมว่า

“นวัตกรรมที่บ้านเราคือสิ่งที่คนไทยทำให้เป็นจริงด้วยมือด้วยปัญญาของตัวเอง เช่น การออกแบบพัดลมดูดควันเพื่อแก้ปัญหาควันที่เกิดจากการปิ้งไก่ย่างหมูที่ฟุ้งกระจาย แม้หากเทียบในระดับมหาวิทยาลัย องค์กร หรือภาครัฐ อาจจะทำให้ได้ดีกว่า แต่การสร้างนวัตกรรมแบบนี้ การทดลองทำเอง เสรีหาข้อมูลในยูทูปเพื่อศึกษา ถือว่าคนไทยเป็นคนเก่ง ผมจึงอยากสนับสนุน”

“ข้อดีของ Makerspace Thailand คือ ใครเข้ามาใช้ก็ได้มีไอเดียก็นำมาต่อยอด ไม่ต้องนำเงินไปลงทุน สิ่งผลิตในปริมาณมากเป็นการทดลอง ลองดู ลองทำ ลองใช้ ทั้งยังได้ถามหรือแชร์วิธีคิดกับคนอื่น ๆ อีกด้วย อาจทำให้ค้นพบว่าตัวเองถนัดหรือไม่ถนัดอะไร อาจจะเจอกับสิ่งที่รักก็เป็นได้ นอกจากนี้ ยังทำให้รู้จักคิดสร้างสรรค์ คิดนอกกรอบ ที่สำคัญ การที่คนหลากหลายมาใช้พื้นที่นี้ร่วมกันเมื่อคิดได้ ลงมือทำได้ ก็จะสามารถสอนคนอื่นได้ต่อ”

ปัจจุบันมีคนนำแนวคิดการเปิดพื้นที่ Makerspace ไปปรับใช้ในวงกว้าง ไม่ว่าจะเป็นในหน่วยงาน องค์กร มหาวิทยาลัย ชุมชน หรือในจังหวัดต่าง ๆ นับเป็นโอกาสที่จะสร้างนวัตกรรมผู้คิดค้นนวัตกรรมใหม่ ๆ ที่จะประโยชน์ต่อธุรกิจและประเทศในอนาคต



“Everyone is creating something all the time.”

“When one starts doing, ones will learn and even be able to teach others later on”

“Everyone is creating something all the time,” Mr. Natee Sang, the founder of Makerspace Thailand, told SCG staff at the recent launch of **Maker Studio**. His speech reflects his firm conviction that Thais can become capable inventors.

Makerspace Thailand is an open work space whereby people, regardless of their age, gender or occupation, can pay a small fee to get tools needed to materialize their ideas. This business has sprung into operation because Mr. Natee believes Thais’ power to invent is limited only by the lack of access to expensive equipment.

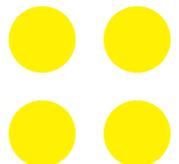
At Makerspace Thailand, aspiring inventors can find 3D printers, laser cutters, CNC (computer numerical control)

machines, and various standard tools with wood, steel and electrical parts. They may even find equipment for ornament making.

Mr. Natee said, “Many Thais can build innovations with their own hands and wisdom. They search for information on YouTube, experiment with their ideas and come up with practical devices such as smoke suckers for grill-type restaurants. As I trust that Thais have potential, I want to support them in my own way”.

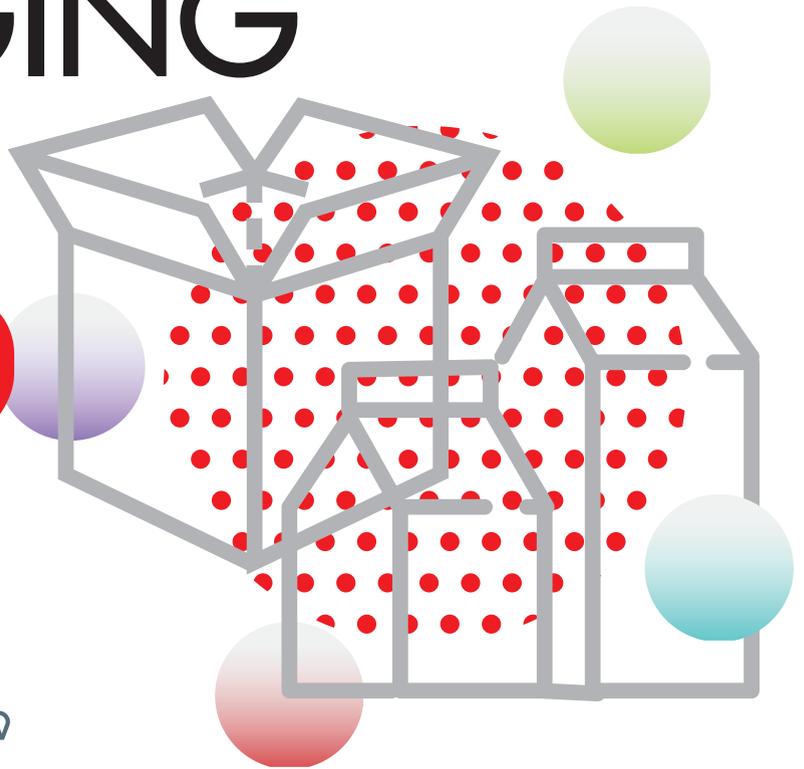
“When you come to Makerspace Thailand, you can experiment with your ideas and discuss them with others. It’s a place where one can identify one’s aptitude and what one can do well. It’s where one can think outside the box and act on it. When one starts doing, ones will learn and even be able to teach others later on,” he continued.

Makerspace has become an inspiration to many. Such concept is applied at various organizations, universities, and communities that seek to support budding inventors. Their innovations, in turn, benefit the business sector and Thailand as a whole.



It’s where one can think outside the box and act on it. When one starts doing, ones will learn and even be able to teach others later on,

PACKAGING DESIGN 2019



Being Different is Key
to Stealing Hearts!
ต้องแตกต่างเท่านั้นถึงจะโดนใจ

มาว่ากันต่อกับเทรนด์การออกแบบบรรจุภัณฑ์แห่งปี 2019 หากว่าเรื่องการใช้สีและดีไซน์ยังไม่ใช่คำตอบสุดท้ายของบรรจุภัณฑ์ที่เราออกแบบ ลองมาติดตามกันต่อดีกว่า สไตลการออกแบบ หรือคอนเซ็ปต์ไอเดียแบบไหนที่กำลังมาแรงในปีนี้นักบ้าง

Now, it is time to find out more about hot packaging trends in 2019. Below are ideas and concepts that are bound to rock this year.

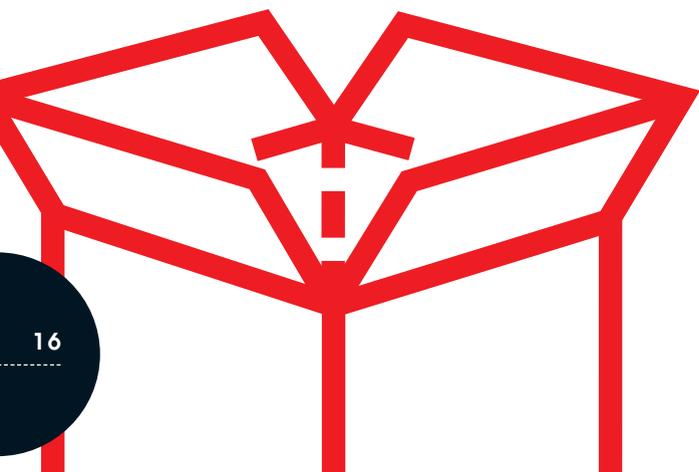


การกลับมาเกิดใหม่อีกครั้งของงานวินเทจ

งานดีไซน์สไตล์วินเทจกำลังฟื้นคืนชีพ และสร้างลุคสุดคูให้กับผลิตภัณฑ์ โดยเฉพาะในสินค้ากลุ่มอาหารและเครื่องดื่ม ลองใช้แบบตัวอักษรและโทนสีที่ใช้ตามอย่างคนรุ่นเก่า ความวินเทจนี้จะแสดงให้เห็นถึงความเก่าและความคลาสสิกของสินค้า ทำให้ผู้บริโภครู้สึกว่ เวลาที่ผ่านไปไม่ได้

Rebirth of Vintage

Vintage designs are in. When they appear on a package, they add “so-cool” elements to products. Nostalgic mood, tone and font promise to exude a classic feel. In the eyes of consumers, they are simply timeless.





ดีไซน์ 8 บิต หวนมาฮิตอีกครั้ง

ลองนึกภาพว่า ขณะที่เราแบรนด์อื่น ๆ เน้นภาพสวยและคมชัด แต่ผลิตภัณฑ์ของเราใช้ภาพ 8 บิตมาออกแบบ จะโดดเด่นกว่าใครขนาดไหน ที่สำคัญ การคงอยู่ของความทรงจำยุค 8 บิตของเราทุกคน คือเครื่องการันตีว่างานดีไซน์แนวนี้ได้ฝังรากในความทรงจำของเราไปแล้ว ซึ่งแน่นอนว่ามันจะยึดความทรงจำที่ผู้บริโภคมีต่อสินค้าให้ติดตาติดใจกว่าเดิม

8-Bit Design to Shine Once More

While all other brands use high-definition and clear-cut images, our 8-bit designs will definitely stand out. Even cooler is the fact that 8-bit art resonates with people's good memories. So, today's consumers will be easily smitten when 8-bit designs appear in the market again.



รักษ์โลกเข้าไว้ ใคร ๆ ก็ชอบ

เชื่อหรือไม่ว่า ตอนนี้แบรนด์สินค้าระดับโลกหลายเจ้า เริ่มหันมาให้ความสำคัญกับการลดขยะจากบรรจุภัณฑ์ที่จำหน่าย และโครงการเหล่านี้ได้กลายเป็นจุดขายของแบรนด์นั้น ๆ ไปแล้ว ยิ่งสมัยนี้ได้มีการค้นคว้าทางวิทยาศาสตร์มากขึ้นในการพัฒนาวัสดุจากธรรมชาติมาทดแทน เช่น โฟมที่ผลิตจากเนื้อเยื่อของเห็ดหรือใช้ตะไคร่น้ำมาเป็นสารตั้งต้นในการผลิตเส้นใยธรรมชาติ ก่อนนำไปแปรรูปเป็นบรรจุภัณฑ์ต่าง ๆ ลองศึกษาตี ๆ และเลือกใช้เลือกออกแบบให้สวยงาม ก็ถือเป็นจุดสนใจให้กับผู้บริโภคได้ด้วย

Let's Go Green

Many international brands have now got a new selling point by simply focusing on packaging-waste reduction. As consumers love green trends, make sure your packaging designs cause less waste and use more of natural materials. It should be noted that even mushroom tissues and moss can now be used for packaging production.

ตามเทรนด์ไม่ไหว ก็คิดใหม่ให้ต่าง

เทคนิคง่าย ๆ คือการคิดนอกกรอบจากแนวทางแบบเดิม ไม่ยึดติดว่าสินค้านี้ต้องมีบรรจุภัณฑ์หน้าตาแบบนี้เท่านั้น ยิ่งทำให้ลูกค้าประหลาดใจเท่าไรยิ่งดี หรือทำให้แพคเกจที่มีหลายฟังก์ชันการใช้งาน น่าเก็บ น่ากลับมาใช้ ก็ยิ่งเพิ่มการจดจำสินค้าได้มากขึ้น

Being Different Will Win!

Don't stick with the norm. The greater surprises you serve, the better when it comes to packaging design. If your cool packaging also offers functionality, that's a bonus point.

When your packaging complements a product or a brand, that's the true victory.



ใครที่กำลังคิดว่าจะเลือกใช้รูปแบบ สี สัน สไตล์แบบไหน ในการออกแบบบรรจุภัณฑ์ ก็ลองคิดง่าย ๆ ว่าจะทำอย่างไรให้แพคเกจของเราพูดแทนแบรนด์ หรือนำเสนอสินค้าได้ในตัวเอง ชนิดที่วางเฉย ๆ บนชั้นวางสินค้าก็ยังเข้าตาลูกค้าจนได้ ไม่จำเป็นต้องเลือกแนวทางเดียวในการออกแบบ ถ้าสามารถประยุกต์เอาความน่าสนใจของงานดีไซน์ต่าง ๆ มาต่อยอดให้เข้ากับสินค้าเราก็คือว่างาน Packaging Design ของเราชนะเลิศ

In the face of all the clues and tips, the bottom line is that your packaging design should represent the brand for which it is created in an effective way. When your packaging complements a product or a brand, that's the true victory. 🍷

ที่มา / Source: <https://www.99designs.com>



SOLUTIONS FOR FOOD INDUSTRY

@THAIFEX 2019

We serve all needs with Innovations for Sustainability
 เสริมทุกความต้องการ ด้วยนวัตกรรมเพื่อโลกที่ยั่งยืน

นับเป็นอีกหนึ่งปีที่น่าประทับใจ สำหรับมหกรรมสินค้าและบริการด้านอุตสาหกรรมอาหารอย่างงาน **THAIFEX-World of Food Asia 2019** ในช่วงวันที่ 28 พฤษภาคม - 1 มิถุนายน พ.ศ. 2562 ที่ผ่านมา ครึ่งนี้ธุรกิจแพคเกจจิ้งเอสซีจี ไม่พลาดด้วยการนำเสนอโซลูชันบรรจุภัณฑ์ครบวงจรเพื่ออุตสาหกรรมอาหาร พร้อมชูแนวคิดเศรษฐกิจหมุนเวียน หรือ Circular Economy ที่เน้นการหมุนเวียนทรัพยากรกลับมาใช้ให้คุ้มค่าที่สุด เพื่อสร้างโลกที่ยั่งยืน ผ่านบรรจุภัณฑ์รักษ์โลกในแบบฉบับของเอสซีจีภายใต้ชื่อ **SCG Circular Way**

ลองมาดูกันว่า ปีนี้เรามีนวัตกรรมบรรจุภัณฑ์อะไรใหม่ที่ตอบกระแสฮิตติดอันดับ สะท้อนถึงการดำเนินธุรกิจที่เอสซีจียึดมั่นมาตลอด โดยแบ่งเป็น 4 โซน เพื่อตอบโจทย์ด้านบรรจุภัณฑ์ที่แตกต่างกันไปตามลักษณะการใช้งาน ไม่ว่าจะเป็นบรรจุภัณฑ์สำหรับผู้บริโภค เช่น ภาชนะสำหรับกินแบบปลอดภัย ถุงใส่สินค้าเวลาจับจ่ายใช้สอย หรือบรรจุภัณฑ์สำหรับผู้ประกอบการที่จะช่วยสร้างมูลค่าเพิ่มในการส่งเสริมการขาย และต้องการความแข็งแรงเพื่อปกป้องสินค้า เป็นต้น

THAIFEX-World of Food Asia 2019 marks another success of this annual fair. Held between 28 May and 1 June 2019, it has featured interesting booths by great exhibitors like Packaging Business, SCG.

SCG Circular way concept aims at focusing on developing innovations and technologies, adding value to our products, services, and manufacturing process, and making a move toward utilizing resources to their fullest capacity.

Serving both consumers and entrepreneurs, innovations from Packaging Business are presented in four zones based on the following categories:

Food Safety Packaging Solutions

ใส่ใจทั้งคุณ ใส่ใจทั้งโลก กับเฟสท์ ไบโอ บรรจุภัณฑ์อาหารที่ผลิตจากเยื่อธรรมชาติ อุ่นสะดวก แข็งแรง ย่อยสลายได้ ผลิตด้วยเยื่อคุณภาพดีจากป่าปลูกที่เอสซีจีส่งเสริมให้เกษตรกรปลูกเพิ่มรายได้ สามารถใส่อาหารได้ทั้งร้อนและเย็น และทนความร้อนได้สูงสุด 180 องศาเซลเซียส สามารถอุ่นด้วยไมโครเวฟและเตาอบได้ (ไมโครเวฟที่กำลังไฟ 800 วัตต์ นาน 5 นาที เตาอบได้ที่อุณหภูมิ 180 องศาเซลเซียส นาน 30 นาที)

ดูรักษโลกกับหลอดเฟสท์ ซ้อยส์ ไม่ลองไม่ได้แล้วจริง ๆ เปลี่ยนจากหลอดพลาสติกมาใช้หลอดกระดาษกัน สามารถใช้งานได้นานถึง 4 ชั่วโมงเลยทีเดียว

FybroZeal ถุงบรรจุภัณฑ์กระดาษที่ทำจากเยื่อธรรมชาติ แข็งแรงทนทาน ให้คุณภาพงานพิมพ์สูง ปิดผนึกความร้อนโดยไม่ต้องเคลือบฟิล์มพลาสติก

Fest Bio Food safety packaging is made from eucalyptus fiber, grown at planted forest where we support farmers to grow trees to increase their income. Fest Bio can hold both hot and cold food as it can withstand the heat up to 180°C., so it can be used in a microwave and an oven. (can be put in a 800-watt microwave for 5 minutes and in the 180°C oven for 30 minutes.)

Fest Choices straw, can be used for 4 hours straight.

Made of natural fiber, **FybroZeal** is strong, durable, and supports printing with its high-quality surface. The heat sealed packaging without laminate. FybroZeal is recyclable and biodegradable.

SCG booth presents the concept "SOLUTIONS FOR FOOD INDUSTRY" with the emphasis on Circular Economy: Creates Values for Sustainability



Flexible Packaging Solutions

บรรจุภัณฑ์ของเอสซีจีคิดให้มากกว่า ด้วยการออกแบบและพัฒนานวัตกรรม Multilayer Laminated: Mono Material ที่ผลิตจากการใช้วัสดุชนิดเดียวประกบซ้อนกันหลายชั้น ง่ายต่อการรีไซเคิล ป้องกันความชื้น แข็งแรงและป้องกันสินค้าได้ดี

Thanks to SCG's innovative technology of Multilayer Laminated: Mono Material, such packaging is easy for recycling and durable. It is also efficient in protecting its contents from moisture.

Paper Packaging Solutions

สายกระดาษ สายงานกราฟฟิค ต้องแวะโซนนี้ โซนผลิตภัณฑ์จากกระดาษ ที่เน้นการนำเศษกระดาษกลับมารีไซเคิลใช้เป็นวัตถุดิบในการผลิต ตามแนวคิดเศรษฐกิจหมุนเวียน ทั้งถุง Grocery ไปจนถึงบรรจุภัณฑ์สวยงาม (Luxury Packaging) ซึ่งเอสซีจีสรรหานวัตกรรมหรือเทคโนโลยีที่จะช่วยลดการใช้ทรัพยากร แต่ยังคงความแข็งแรง พร้อมโดดเด่นด้วยการออกแบบให้สวยงาม และคำนึงถึงการนำกลับมาใช้ซ้ำให้คุ้มค่าที่สุด

Packaging Business recycles paper and kraft for the manufacturing of grocery bags, shopping bags, and even luxury packaging. Indeed, the Firm has never stopped finding a way to reduce the use of resources while upholding product quality, durability, reusability, and beauty.

Display Packaging Solutions

งานใหญ่ กระดาษก็สู้ไหว มาลองดูชั้นวางสินค้ากระดาษลูกฟูก (Merchandising Display) รวมไปถึงงาน Exhibition เพื่อส่งเสริมยอดขายให้โดดเด่น ซึ่งไม่เพียงดีไซน์โครงสร้างออกมาอย่างสวยงาม แปลกใหม่ หลากหลายรูปแบบ แต่ยังออกแบบให้ติดตั้งได้สะดวก ประหยัดพื้นที่จัดเก็บ น้ำหนักเบา และคงทนแข็งแรง เพราะเราคิดเสมอว่า ทำอย่างไรให้หนักกลับมาใช้ได้นานที่สุด

นอกจากนั้น ภายในบูธยังได้นำโซลูชันอื่นๆ ที่ตอบสนองความต้องการที่หลากหลาย สมกับเป็นผู้คิดด้านบรรจุภัณฑ์อย่างครบวงจร Total Packaging Solutions Provider จบครบทุกความต้องการในที่เดียว และยังมีกิจกรรมพิเศษปลูกแรงบันดาลใจกับ น้องแพตตี้- แชมป์มาสเตอร์เชฟ จูเนียร์ คนแรกของประเทศไทย มาบอกเล่าถึง PASSION ในการทำอาหาร พร้อมสาธิตการทำพิซซ่าสูตรเด็ด เคล็ดไม่ลับ ทั้งวิธีทำง่าย ๆ และวัตถุดิบที่หาได้ใกล้ตัว เสริมบรรยากาศเฟสท์ ไซโอบี ให้ทุกคนที่มาได้ร่วมอรรถอร่อยอย่างปลอดภัย

Don't think paper can't carry much. The truth is that so many exhibitions have these days used merchandising displays that are made of corrugated paper. Such paper display shelves are multi-functional, eye-catching and practical. Even better is the fact that such lightweight and durable shelves are easy to install, remove and store. They can be reused as long as possible.

The booth by Packaging Business also features many other innovations, reaffirming its status as the **Total Packaging Solutions Provider**. During the fair, **Pattie – the First Champion from Thailand's MasterChef Junior** has joined the booth too to share her inspiring story about cooking and demonstrated how to cook tasty pizza. She has put all those pizza pieces in Fest Bio packages to ensure that her delightful food is served with safety. 

The booth by Packaging Business also features many other innovations, reaffirming its status as the Total Packaging Solutions Provider.



“หนูชอบการทำอาหารมาตั้งแต่อายุ 5 ขวบ เริ่มต้นจากการเข้าไปช่วยคุณแม่กับคุณยายในครัวบ่อย ๆ จากนั้นก็ทดลองทำเอง หรือทำตามสูตรใน Youtube บ้าง จนได้ลองเข้าแข่งขันในรายการมาสเตอร์เชฟ จูเนียร์ ประเทศไทย ซึ่งถือเป็นประสบการณ์ที่ดีมาก ๆ ในชีวิตของหนูเลยคะ ส่วนเมนูที่หนูมาสาธิตให้ดูที่บูธเอสซีบี เรียกว่า Pizza Veggie Cheesy เน้นโปรตีนจากชีสและวิตามินจากผัก ทำกินเองที่บ้านได้ง่าย สามารถประยุกต์หน้าตาได้เยอะตามชอบ และวันนี้เราก็เสิร์ฟบนเฟสท์ไซโอบี อร่อยแบบปลอดภัยอีกด้วยค่ะ”

“I love cooking since the age of 5. It started when I often spent time in a kitchen with my mom and grandma. Initially, I just helped them with preparations. But later on, I cook on my own sometimes based on recipes I've got from YouTube. In the end, I've decided to compete in MasterChef Junior Thailand that gives me really great experiences. Today, I cook Pizza Veggie Cheesy with a focus on protein from cheese and vitamins from vegetables. This dish is easy to make. When served in Fest Bio packages, they are of course not just delicious but also safe.” 

น้องแพตตี้ - แชมป์มาสเตอร์เชฟ จูเนียร์ ประเทศไทย ซีซั่น 1
Patty - Champion of MasterChef Junior Thailand Season 1



มากกว่าคุณค่าทางธุรกิจ คือคุณค่าที่ก้าวไปด้วยกัน

Growing Together from Generation to Generation



นอกจากความใส่ใจที่มีต่อลูกค้า เสมือนเป็นส่วนทางธุรกิจแล้ว ธุรกิจแพคเกจจิ้ง เอสซีจี ยังให้ความสำคัญกับการเป็นเพื่อนคู่คิดในทุกย่างก้าวของลูกค้าเช่นกัน จึงได้จัดโครงการ Young Executive Camp เพื่อเปิดโอกาสให้ผู้บริหารรุ่นใหม่ได้เรียนรู้กลยุทธ์และมาร่วมแชร์ประสบการณ์ในการทำธุรกิจให้เท่าทันยุคสมัยที่มีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว

โดยโครงการ Young Executive Camp ครั้งล่าสุด จัดขึ้นที่โรงแรมเซอราตัน หัวหิน เมื่อเดือนมิถุนายนที่ผ่านมา เรามีโอกาสพูดคุยกับ 2 เจ้าของธุรกิจรุ่นใหม่ไฟแรงที่พร้อมจะมาแชร์ไอเดีย ตลอดจนมุมมองและเรื่องราวดี ๆ ที่ได้รับจากการเข้าร่วมอบรมโครงการนี้ด้วย

Packaging Business, SCG, has maintained good relationships with and provided support to its business partners in every stage, including their transition. The Packaging Business therefore has implemented the Young Executive Camp for nearly one decade already. This camp offers networking opportunities to young executives and also tightens their ties with SCG team.

At the Young Executive Camp 2019, two young executives have sat down with us to share their viewpoints and their camp experiences.



คุณกันตภณ ไพบูลย์มหพงษ์ บริษัท มหพงษ์ค้ากระดาษ จำกัด

กว่า 40 ปีที่บริษัทมหพงษ์ค้ากระดาษ จำกัด ได้ดำเนินธุรกิจ โดยมีธุรกิจแพคเกจจิ้ง เอสซีจี เป็นคู่ค้าอย่างต่อเนื่อง ซึ่งปัจจุบันการบริหารงานด้านการผลิตและคลังสินค้าได้อยู่ในความรับผิดชอบดูแลของคุณพิท-กันตภณ ไพบูลย์มหพงษ์ ผู้จัดการ และเป็นทายาทรุ่นที่ 3 ผู้มีความตั้งใจที่จะดำเนินธุรกิจของครอบครัวให้เติบโตขึ้นไปอีกขั้น

“ความโชคดีของผมคือการที่มหพงษ์เป็นธุรกิจที่มีมายาวนาน และค่อนข้างมั่นคง ปัญหาเรื่องปัจจัยภายนอกจึงไม่ค่อยส่งผลกระทบต่อธุรกิจมากนัก แต่การเข้ามาบริหารงานต่อจากรุ่นคุณพ่อ ต้องอาศัยการปรับตัวและสร้างความเข้าใจกับผู้ใหญ่ในองค์กร เพื่อให้เขายอมรับแนวคิดและวิธีการทำงานของคนรุ่นใหม่ ผมจึงนำความรู้ที่เคยเรียนมาปรับใช้อย่างค่อยเป็นค่อยไป”

นอกจากนี้ คุณพิทยังบอกเล่าถึงการมีธุรกิจแพคเกจจิ้ง เอสซีจี เป็นเพื่อนคู่คิดนั้นเป็นสิ่งสำคัญที่ช่วยให้ธุรกิจดำเนินไปได้อย่างราบรื่น

“การได้มาเป็นพาร์ตเนอร์กับเอสซีจีมีส่วนทำให้ธุรกิจของผมเติบโตขึ้นอย่างต่อเนื่อง เพราะสินค้าที่เราได้รับมามีคุณภาพและมาตรฐานที่ดีมาโดยตลอด ทำให้ลูกค้าไว้วางใจและเชื่อมั่นในธุรกิจของเรา หากเกิดปัญหาทางทีมเอสซีจีก็จะรีบแก้ไข ถือเป็นกำลังเสริมให้ธุรกิจของผมเดินหน้าไปได้ด้วยดี และเมื่อเอสซีจีพัฒนาและมองไปข้างหน้าอยู่เสมอ ธุรกิจของผมก็ไม่หยุดอยู่กับที่และพร้อมจะพัฒนาไปด้วยกันครับ”

“นอกจากการเป็นพาร์ตเนอร์ที่ดี ทางเอสซีจียังได้จัดกิจกรรม Young Executive Camp เพื่อให้คนรุ่นใหม่ในธุรกิจเดียวกัน ได้มีโอกาสรู้จักและสานสัมพันธ์ในด้านธุรกิจกันต่อไป ซึ่งผมมองว่าคนที่ทำธุรกิจเดียวกันกับผมไม่ใช่คู่แข่ง แต่เป็นคู่คิดที่จะนำประสบการณ์ต่าง ๆ ในการทำงานมาเล่าสู่กันฟัง ซึ่งเป็นกิจกรรมที่ดีและน่าจะได้นำไปปรับใช้ในธุรกิจได้อีกด้วยครับ”

ตลอดระยะเวลาที่คุณพิทเข้ามาเป็นกำลังสำคัญให้แก่ธุรกิจของครอบครัว นอกจากการบริหารงานท่ามกลางการแข่งขันที่สูงขึ้นทุกขณะ คุณพิทยังต้องมุ่งมั่นพิสูจน์ให้ทุกคนเห็นถึงแนวทางการทำงานใหม่ ๆ ที่ช่วยเพิ่มศักยภาพของการดำเนินธุรกิจ จนได้รับการยอมรับในที่สุด

Mr. Kantapon Paiboonmahapong Mahapong Paper Co., Ltd.

For more than 40 years, Mahapong Paper Co., Ltd. has distributed paper packaging with Packaging Business, SCG, as its partner. The firm has now had Mr. Kantapon “Khun Pete” Paiboonmahapong in charge of its manufacturing and warehousing. Being a third-generation owner of this family business, he has taken up the mission of taking it to the next level.

“I need to adjust myself and talk a lot to senior members of the firm so as to promote mutual understanding. It’s necessary to persuade them to embrace new-generation styles and concepts. And

I’ve tried to apply those concepts step by step,” Mr. Kantapon says.

In taking care of this family business, Mr. Kantapon finds Packaging Business, SCG, a trusted and valuable partner.

“Our partnership with SCG has supported our business growth. Because we get good products for distribution, we have won customers’ trust. If any problem arises, SCG is quick to solve it. Aside, SCG keeps moving forward and that naturally pushes our business ahead as well,” he points out.

“I have joined the Young Executive Camp since its first year. Via it, I’ve met many young executives in the same industry. Such connections present opportunities for business deals. I see them not as my competitors, but partners. We can share experiences and all, which can be applied to my work,” he continues.

After taking up a key role in his family business, Mr. Kantapon has managed it well amid increasingly-competitive environment. His performance and determination have allowed him to win acceptance from all.



คุณกันตภณ ไพบูลย์มหพงษ์
(Mr. Kantapon Paiboonmahapong)
บริษัท มหพงษ์ค้ากระดาษ จำกัด
Mahapong Paper Co., Ltd.





คุณอภิสิทธิ์ กันทนฤมิตรกุล บริษัท เอ.เอ็น.บี. บรรจุภัณฑ์ จำกัด

ตลอด 26 ปีที่บริษัท เอ.เอ็น.บี. บรรจุภัณฑ์ จำกัด ผู้ผลิตและจำหน่ายกล่องกระดาษลูกฟูก ได้ก้าวเข้ามาเป็นหนึ่งในคู่ค้าคนสำคัญของธุรกิจแพคเกจจิ้ง เอสซีจี ซึ่งยังคงไว้วางใจในคุณภาพและมาตรฐานสินค้าของเอสซีจีมาอย่างต่อเนื่อง แม้ในวันที่ธุรกิจผลิตเปลี่ยนมาสู่ทายาทรุ่นที่ 2 ความร่วมมือในฐานะพาร์ตเนอร์ทางธุรกิจยังคงถูกส่งต่อจากรุ่นสู่รุ่น

คุณแนต อภิสิทธิ์ กันทนฤมิตรกุล รองกรรมการผู้จัดการ ผู้เข้ามาสานต่อกิจการครอบครัวและเป็นผู้วางแผนการบริหารงานเต็มตัวตั้งแต่ปี พ.ศ.2557 ด้วยการเริ่มต้นปรับเปลี่ยนระบบต่างๆ ให้เป็นสากลมากขึ้น เช่น ระบบความปลอดภัยในโรงงาน สวัสดิการสำหรับพนักงาน

“ผมคลุกคลีเรียนรู้กระบวนการผลิตบรรจุภัณฑ์กระดาษลูกฟูกจากคุณพ่อคุณแม่มาตั้งแต่เด็กแล้ว สิ่งที่ได้ทำเพิ่มเติมคือ เน้นการตอบโจทยความต้องการของลูกค้าให้ได้มากที่สุด ผมจึงพัฒนา Lab และ R&D ขึ้นมา เพื่อตรวจเช็คคุณภาพของผลิตภัณฑ์ ส่วนทิศทางการธุรกิจของเรายังใส่ใจเรื่องความเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมด้วย วัตถุดิบกระดาษที่เราใช้จึงต้องมีต้นทางมาจากป่าปลูก ก่อนแปรรูปมาเป็นบรรจุภัณฑ์ ซึ่งซัพพลายเออร์ที่เราวางใจในเรื่องนี้มาโดยตลอด คือ เอสซีจี”

คุณแนตบอกอีกว่า ธุรกิจแพคเกจจิ้ง เอสซีจี เป็นพาร์ตเนอร์ที่มีส่วนสำคัญอย่างมากในการผลักดันให้ธุรกิจของ เอ.เอ็น.บี. บรรจุภัณฑ์ มีประสิทธิภาพในการแข่งขันกับผู้ผลิตรายอื่นมากขึ้น ด้วยการสนับสนุนด้านข้อมูลทางธุรกิจ คุณภาพวัตถุดิบ รวมถึงมาตรฐานการผลิตบรรจุภัณฑ์ แต่เหนือสิ่งอื่นใดคือความใส่ใจที่เอสซีจี มีต่อลูกค้าเสมอมา

“ผมคุ้นเคยกับทีมงานของเอสซีจี มาตั้งแต่ก่อนจะเข้ามารับช่วงธุรกิจ มองว่าเอสซีจีเป็นองค์กรที่มีความรับผิดชอบต่อลูกค้า และคอยให้คำแนะนำที่ดีต่อการดำเนินธุรกิจ อย่างกิจกรรม Young Executive Camp ก็เปิดโอกาสให้ผู้บริหารรุ่นใหม่ได้มาพบปะเพื่อนร่วมธุรกิจเดียวกัน ได้แลกเปลี่ยนความคิดเห็นและประสบการณ์กัน ผมรู้สึกประทับใจและอยากให้เอสซีจี สานต่อการเป็นเพื่อนคู่คิดของลูกค้าแบบนี้ต่อไป”

การเข้ามาบริหารงานในช่วงระยะเวลาห้าปี สิ่งที่ยากที่สุดเรื่องหนึ่ง คือการสื่อสารวิสัยทัศน์ในการบริหารไปยังพนักงานรุ่นเก่า เพื่อให้พวกเขายอมรับและเชื่อมั่นในศักยภาพของทายาทธุรกิจอย่างเขา แม้ต้องใช้เวลาปรับตัว แต่คุณแนตเชื่อว่าธุรกิจครอบครัวในรุ่นของเขาจะเติบโตและก้าวไปข้างหน้าได้อย่างยั่งยืน

Mr. Apinat Kuntanarumitkul A.N.B. Packaging Co., Ltd.

It has been 26 full years that A.N.B. Packaging Co., Ltd. a manufacturer and distributor of corrugated paper, has partnered with Packaging Business, SCG, out of its trust in the latter’s quality and standards. Now, the second-generation owner of A.N.B. Packaging Co., Ltd. has risen to its helm and chosen to continue partnership.



คุณอภิสิทธิ์ กันทนฤมิตรกุล (Mr. Apinat Kuntanarumitkul)
บริษัท เอ.เอ็น.บี. บรรจุภัณฑ์ จำกัด
A.N.B. Packaging Co., Ltd.

Mr. Apinat “Khun Nat” Kuntanarumitkul, Vice President of A.N.B. Packaging Co., Ltd. has stepped in since 2014 to bring his family business’s operations more in line with international practice.

“I have been familiar with corrugated paper since I was young because I’ve seen how my parents worked. But with an emphasis on best answering to customers’ needs, I have set up a lab and gone ahead with R&D effort. We focus on quality and environmental friendliness. Our raw materials come from manmade forest. We trust SCG in providing us with that,” he says.

He adds that thanks to Packaging Business, SCG, his family business has enjoyed greater efficiency in the market. SCG, he says, has offered business insights, quality raw materials, great packaging standards, and caring support.

“I’ve known the SCG team long before I took up an executive role here. In my opinion, SCG has demonstrated solid responsibility and always provided useful advice. I especially find the Young Executive Camp a great project. Via this camp, I’ve met people with the same background and we share experiences. I really hope that SCG will continue to play a role of such a great business partner”.

After managing his family business for five years, Mr. Apinat says the biggest difficulty is to make old staff trust his abilities. He says he has continued to work towards winning their trust. With his unwavering determination, he has full confidence that A.N.B. Packaging will roar ahead on a sustainable basis under his leadership. **P**



Brands across Industries

Make it Fresh & Marketable!

เมื่อแบรนด์ต่างจับมือกัน ทำอย่างไร ให้แปลกใหม่และขายได้

ฉีกคาแร็กเตอร์แบบเดิม ๆ และสร้างความแตกต่างให้แบรนด์ด้วยการ Collaboration ข้ามสายธุรกิจ นอกจากเพิ่มความน่าสนใจ สร้างสีสัน และทำให้ผู้บริโภคได้รับความแปลกใหม่ ยังช่วยขยายกำแพงความต่างของธุรกิจ ลองมาดูกันว่าสี่แบรนด์ใหญ่ที่คุ้นชื่อกันเป็นอย่างดีทำอะไรสนุก ๆ กันบ้าง

To freshen up their image, several prominent brands have lately embraced partners from different industries. Such collaboration, after all, looks fresh and enables them to explore new possibilities. Let's look at a few examples below:



THE ALLEY SUPPORTS THE COLLABORATION BY SERVING RASPBERRY PEACH STAR



ARTISTARMAKE

แรงบันดาลใจจากชาไข่มุก

สู่เครื่องสำอางสีสันสดใส

When Inspiring Bubble Tea Brings about Colorful Cosmetics...



เมื่อชานมไข่มุกในยุคนี้ไม่ได้เป็นเพียงน้ำหวานยอดฮิตที่ทำให้ชื่นใจและเคี้ยวสนุกเพียงอย่างเดียว แต่มีการดีไซน์หน้าตาให้สวยงามพร้อม ๆ กับการหาเอกลักษณ์ด้านรสชาติ THE ALLEY ถือเป็นหนึ่งแบรนด์ชานมไข่มุกที่โดดเด่น เพราะคนไทยหลาย ๆ คนตั้งใจบินไปถึงประเทศไต้หวันเพื่อชิมรสชาติออริจินัลความหอมนี่เองที่ส่งผลให้ SHISEIDO แบรนด์เครื่องสำอางแดนอาทิตย์อุทัยคิดไอเดียสนุก ๆ ออกแบบคอลเล็กชั่นเครื่องสำอางสีสันสดใสที่ได้รับแรงบันดาลใจจากชานมไข่มุกบ้าน THE ALLEY ในชื่อ ARTISTARMAKE โดยมีสินค้า 2 ชิ้น 3 เฉดสี ได้แก่ Stamp Liner 3 อายไลเนอร์รูปทรงฟุ้งนูนติน้ำที่สามารถใช้ได้ทุกวัน มาพร้อมกับแอสตัมปรูปดาวง่ายต่อการแต่งหน้า และ Topping Shower อายแชโดว์แบบฟุ้ง ใช้เป็นบลัชออนหรือไฮไลท์ก็ได้เช่นกัน

ไม่เพียงเท่านั้นยังออกแบบเครื่องสำอางพิเศษชื่อ Raspberry Peach Star โดยมีลูกก็รูปดาวและน้ำตาลเป็นท็อปปิ้งเพื่อขายที่ THE ALLEY ทุกสาขา แต่ที่พิเศษสุด ๆ คือ THE ALLEY สาขานากาเมกูระ ประเทศญี่ปุ่น ได้แปลงโฉมเป็น Collaboration Store ให้ลูกค้าได้ทดลองใช้เมคอัพของ ARTISTARMAKE กันได้อย่างเต็มที่

สำหรับคนที่สนใจเครื่องสำอางสวยๆ โดยเฉพาะในญี่ปุ่นเท่านั้น ส่วนเครื่องสำอาง ตามไปสั่งทางออนไลน์กันได้เลย

Because THE ALLEY delivers refreshing and tasty bubble tea in a stylish way, many customers are so impressed that they fly to Taiwan to taste its original version. Drawn by such tantalizing appeal, Japan's famous cosmetic brand 'SHISEIDO' has entered into a creative collaboration with this bubble-tea chain. Under this partnership, the ARTISTARMAKE cosmetic collection hits the market. It features two cosmetic products in three different shades. The first, Stamp Liner, is a liquid eyeliner at one end. At the other end, it boasts a star stamp to enliven its user's makeup. The second is Topping Shower that proves perfect for highlighting and as blusher.

THE ALLEY supports the collaboration by serving Raspberry Peach Star, which serves star-shaped cookies and toppings to remind customers of the lovely cosmetic set. Even more special is the fact that it has turned its Nagamekuro branch into the Collaboration Store whereby customers may have fun trying the super cute ARTISTARMAKE.

Special drinks are available in Japan only. But for cosmetics, just browse to the website to get hold of them.



SAMMANKOPPLA

คอลเล็กชั่นวิถีสบาย ๆ แบบไทย ๆ จาก Ikea และ Greyhound Original Easy Thai Style by Ikea X Greyhound Original

จะนำตื่นตื่นแค่ไหนเมื่อ Ikea แปรพันธุ์เฟอร์นิเจอร์ระดับโลกที่คนไทยหลายคนหลงรัก ร่วมกับแบรนด์ Greyhound Original แปรพันธุ์แฟชั่นและไลฟ์สไตล์สัญชาติไทย ออกสินค้าคอลเล็กชั่นพิเศษชื่อ SAMMANKOPPLA (ซั่ม-มัน-คอป-ลา) ภายใต้โจทย์ Small Space, Small Business และ Asian Flavor

ด้วยความร่วมมือนี้เกิดจากไอเดียในตลาดเอเชียกำลังเติบโตได้ดีและสนใจวิถีชีวิตคนรุ่นใหม่ในภูมิภาคนี้ จึงอยากออกแบบเครื่องใช้ที่สื่อสารถึงวิถีชีวิตคนเมืองยุคใหม่ที่มีแนวโน้มอยู่อาศัยในพื้นที่จำกัด รวมถึงวิถีชีวิตของคนรุ่นใหม่ที่ยากทำกิจการเล็ก ๆ ของตัวเองโดยเลือกกระดาษรีไซเคิล เพราะประสบการณ์และการเติบโตที่แสดงออกถึงตัวตน เข้ากับวัฒนธรรมแนวสตรีทได้ และยังเป็นแบรนด์แฟชั่นที่ขยายตัวสู่ธุรกิจอื่น เช่น คาเฟ่ ฯลฯ



ตัวอย่างของสินค้าที่ใช้ ดีไซน์เก๋ที่มาในคอนเซ็ปต์รักษ์โลกในคอลเล็กชั่นนี้ ได้แก่ พรมหรือเสื่ออย่างไทยที่ทำจากพลาสติกรีไซเคิลจากหลอดพลาสติก ซึ่งออกแบบให้ใช้ได้ทั้งสองด้าน หมอนอิงทรงสามเหลี่ยมของไทยเดิม คอนเซ็ปต์น่ารักตรงที่ขายปลอกหมอนไม่ขายไส้หมอน เพราะอยากให้คนหาเสื่อยัดที่ไมใช่แล้วหรือหลอดมาอัดใส่เป็นไส้หมอนแทน กระเป๋า Frakta ของอียิปต์กับลายผ้าขาม้าแบบเกรฮาร์ดที่ทำจากพลาสติกรีไซเคิล เป็นต้น ซึ่งทั้งหมดนี้จะวางขายในสโตร์อียิปต์ทั่วโลกเดือนสิงหาคม พ.ศ. 2563

Excitement runs high over news that world-class furniture brand 'IKEA' has now partnered with Thai fashion/lifestyle brand 'Greyhound Original' for the so-special collection of SAMMANKOPPLA. Designed based on Small Space, Small Business and Asian Flavor concept, this collection promises to be a Big Wow. IKEA has chosen Greyhound Original because it is associated with street culture and having an outstanding ability to expand from fashion industry into cafés.

SAMMANKOPPLA will present chic and eco-friendly items. Its double-sided Thai-style mats, for example, will be made of recycled plastic drinking straws. Inspired by traditional Thai backrest pillows, it will



DESIGNED BASED ON SMALL SPACE, SMALL BUSINESS AND ASIAN FLAVOR CONCEPT, THIS COLLECTION PROMISES TO BE A BIG WOW.

also feature triangular pillow covering. Users will be encouraged to stuff it with unused T-shirts or discarded straws. For those in love with Ikea's Frakta, this collection will offer it in Thai-style checkered patterns and make it from recycled plastic. SAMMANKOPPLA will hit the market across the world in August 2020. 📍

SCG Circular Way

ถ้าไม่เริ่มวันนี้ วันหน้าอาจสายเกินไป 
Start Today, Tomorrow may be Too Late!

การจะสร้างโลกให้อยู่ยืนขึ้น โดยการใช้แนวคิด Circular Economy ฟังดูเป็นเรื่องยาก ใช้เวลา แต่จริงๆ แล้วมันจะสำเร็จได้ จะช้าหรือเร็ว อยู่ที่การรวมพลังของทุกคน ทุกหน่วยงาน ทุกภาคส่วน

It sounds difficult and time-consuming to build a more sustainable world based on Circular Economy concept. Yet, that goal is in fact within reach if all sides join hands for the shared goal.

ถ้าเราเริ่ม ถ้าเราลงมือทำ เป็นแบบอย่าง สักวันเราจะเห็นผลสำเร็จ

เอสซีจีมุ่งมั่นในการนำแนวคิดนี้มาปรับใช้ในทุกกระบวนการ เพื่อเป็นแบบอย่างให้เห็น จึงสร้างวิถีที่เรียกว่า SCG Circular Way เรียกได้ว่า ท่องคำนี้ให้ขึ้นใจเสมอเวลาจะทำงานใด ๆ วันนี้เราขวนมาตุ๊กกันว่า วิถีคิดที่ในบ้านของแพคเกจจิ้งยั่งยืนเป็นอย่างไร

Get Started to Set Good Example!

Committed to the application of Circular Economy concept, SCG has developed SCG Circular Way as the guiding principle for all of its work processes. So, let's take a look at how Packaging Business, SCG, has integrated this principle.



8
Circular
Economy
Principles

1

Product and Process Design :

คิดเป็นวงกลม คิดให้ครบรูป

เริ่มจาก Product and Process Design การพัฒนาออกแบบสินค้าและบริการ ตลอดจนกระบวนการทำงาน จะต้องคิดให้รอบด้าน ยึด 8 หลักการของ Circular Economy และมองหาวิธีการ เทคโนโลยี หรือนวัตกรรมเพื่อให้เกิดการใช้ทรัพยากรให้คุ้มค่า ใช้ให้น้อย ใช้ให้นาน นำกลับมาใช้ซ้ำ และง่ายต่อการหมุนเวียนมากที่สุด ตัวอย่างเช่น

ทำอย่างไร ชั้นกระดาด (Merchandising Display) รวมไปถึงการจัดทำบูธกระดาด (Exhibition) จะสามารถคงทนอยู่ได้นานขึ้นกลับมาใช้ซ้ำได้หลาย ๆ ครั้ง และสุดท้ายแล้วนำกลับมาหมุนเวียนเป็นวัตถุดิบในการผลิตกระดาดใหม่ได้เมื่อสิ้นสุดการใช้งานแล้ว

บรรจุภัณฑ์กระดาดลูกฟูก ที่นำ G Technology มาใช้ในการผลิต ทำให้ใช้กระดาดน้อย เบาลง แต่ยังคงความแข็งแรง ตอบโจทย์การใช้งานของลูกค้าได้เหมือนเดิม

ในส่วนของบรรจุภัณฑ์พลาสติก จะต้องออกแบบให้ง่ายต่อการนำไปรีไซเคิล ด้วยการเลือกใช้พลาสติกชนิดเดียวกันในการผลิต

เท่านั้นยังไม่พอ ยังต้องคิดถึงการหมุนเวียนพลังงานและบำบัดน้ำจากกระบวนการผลิตกลับมาใช้ใหม่ เพื่อผลิตพลังงานทดแทน (Renewable Energy) ทำให้เกิดการใช้อย่างคุ้มค่าที่สุด

Product and Process Design: Think for the Whole Cycle!

During Product and Process Design, the eight elements of Circular Economy are the ultimate rules requiring everyone to search for methods, technologies and innovations that deliver maximum resource efficiency. The bottom line is to use as little resources as possible for highest benefits and ensure products created are easy for reuse as well as recycling. Paper Merchandising Displays and exhibition booths by Packaging Business, for example, are now fine for reuse. After their used life ends, they are also perfect as raw materials for paper production.

The application of G Technology for corrugated paper is another solid example. Thanks to this manufacturing innovation, the product remains as durable and practical but lighter in weight.

Flexible & Rigid Packaging, moreover, are now designed with recycling in mind. The use of same material for each product makes recycling all easier.

On top of this, Packaging Business places as a strong emphasis on the use of Renewable Energy and treating wastewater for reuse.

2

Waste Management ของเสียต้องไม่เสียของ

ทำอย่างไรให้สิ่งเหล่านี้กลับมาหมุนเวียนได้ใหม่ หรือสร้างมูลค่าเพิ่มได้อีก

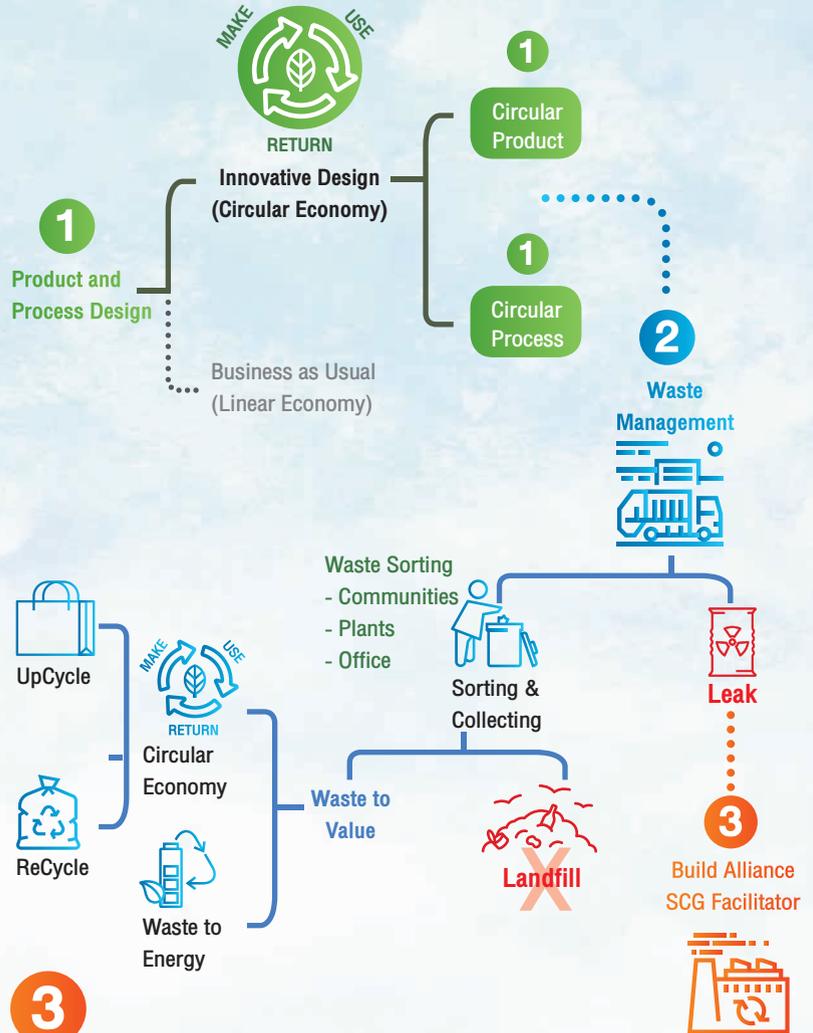
เศษกระดาษสามารถนำกลับมาเป็นวัตถุดิบในกระบวนการผลิตกระดาษใหม่อีกครั้ง เช่น ผลิตเป็นบรรจุภัณฑ์กระดาษสีน้ำตาลหรือกระดาษถ่ายเอกสาร Idea Green และรู้ไหมว่า ถ้าเราแยกกระดาษกันตามประเภท (กระดาษถ่ายเอกสาร / กระดาษพิมพ์สีหรือนิตยสาร / กระดาษลังน้ำตาล) จะยิ่งช่วยง่ายต่อการจัดการและสร้างมูลค่าในการกลับมาใช้ใหม่ได้มากขึ้น ได้ทั้งคนแยกขาย และได้ทั้งคนจัดการต่อ

ยังไม่หมด! แล้วของเสียหรือเศษที่เหลือจากกระบวนการผลิตล่ะ เราจะสร้างมูลค่าเพิ่มหรือ UpCycle มันได้อย่างไร มาดูกัน เศษของเสียจากกระบวนการผลิต เรานำมาแปรสภาพกลายเป็นอิฐ Problock หรืออิฐมวลเบาที่สามารถนำไปใช้งานได้จริง รวมไปถึงสายรัดม้วนกระดาษ (Paper Band) หรือเศษพลาสติก ก็สามารถนำไปสานตะกร้า สร้างรายได้ ส่งเสริมให้อาชีพให้กับชุมชนได้อีกด้วย ปัจจุบันออเดอร์ล้นหลามจนแทบจะผลิตกันไม่ทันเลยทีเดียว ส่วนของเสียอื่น ๆ ที่ไม่สามารถนำมารีไซเคิลได้แล้ว เราจัดการเศษเหล่านั้นเปลี่ยนกลับมาเป็นพลังงานไว้ใช้ในโรงงาน

Waste Management for Waste to Value

Instead of throwing paper scraps away, the Packaging Business has used them as raw materials for the production of brown paper boxes and Idea Green paper. If ones properly separate discarded paper based on their categories office paper, mixed paper and brown paper, the whole recycling process will be much more efficient and deliver benefits to all.

On top of this, waste from manufacturing process can be upcycled to Problock bricks. Discarded Paper Bands and plastic scraps, meanwhile, become good materials for basket-making locals, who have now enjoyed brisk trade and supplementary income. Many other forms of waste, moreover, can generate energy.



3

Build Alliance : ดูแลให้ดีที่สุด จนหยุดสุดท้าย

แล้วที่เผาไม่ได้ล่ะ? ถ้าถึงที่สุดแล้วจริง ๆ เราจะมองหาพาร์ทเนอร์หรือผู้เชี่ยวชาญในการจัดการอย่างถูกต้องและคุ้มค่าที่สุด

Build Alliance : Find a Partner for Circular Economy

What to do with waste Packaging Business cannot reuse/recycle on its own? The answer is finding a partner who is specialized in handling that kind of waste in a way that maximizes energy efficiency.

ท้ายสุดแล้ว อย่าลืมว่า ตัวเราเองก็เป็นหนึ่งพลังที่จะทำให้ Circular Economy เกิดขึ้นได้ และช่วยกันสร้างให้โลกนี้น่าอยู่มากขึ้น มาช่วยกันส่งต่อพลังในการรักษ โลกกัน

Last but not least, don't forget that everyone can help support Circular Economy and make this world a more pleasant place to live in. So, let's jump onto this bandwagon and spread the concept all around.





General Safety Rules

กฎความปลอดภัยทั่วไป



General Safety Rules

เป็นข้อบังคับพื้นฐานในการปฏิบัติงานให้เกิดความปลอดภัยของพนักงาน คู่ธุรกิจ ตลอดจนผู้เกี่ยวข้องอื่น ๆ ซึ่งเป็นข้อปฏิบัติ หรือข้อห้ามที่เหมาะสมกับลักษณะความเสี่ยงของบริษัท

มีผลบังคับใช้ 1 กรกฎาคม 2562

It is **basic working regulations** to ensure the safety of employees, business partners, as well as related parties which are rules or prohibitions that are in line with the risks of the company.

Effective date: July 1, 2019



ต่างจาก LIFE SAVING RULES อย่างไร? How is it different from LIFE SAVING RULES?

LIFE SAVING RULES เป็นข้อบังคับที่สำคัญ ต้องปฏิบัติตามอย่างเคร่งครัด หากฝ่าฝืนจะนำไปสู่การเกิดอุบัติเหตุรุนแรงถึงขั้นสูญเสียวัยวะ หรือเสียชีวิต และ/หรือทรัพย์สินเสียหายจำนวนมากได้ กำหนดกับพฤติกรรมที่ร้ายแรง มีการควบคุมและการบังคับใช้ที่ชัดเจน เสมอภาค และทั่วถึง รวมถึงบทลงโทษสำหรับการฝ่าฝืนกฎจะมีความรุนแรง หรือแตกต่างจากกฎความปลอดภัยทั่วไป

LIFE SAVING RULES are the critical regulations which require strict conformity. Violation will lead to severe accidents to the loss of organs or death and/or loss of property in substantial amount. Life Saving Rules are determined based on extreme behaviors. The rules are consistent, equally, clearly controlled and enforced. Penalties for violating the rules are harsher or different from the general safety rules.



11 Packaging Business General Safety Rules

1



ต้องรายงานผู้บังคับบัญชา หรือพนักงานผู้ควบคุมงาน ในกรณีเกิดอุบัติเหตุ หรือมีเหตุการณ์เกือบเกิดอุบัติเหตุ ที่ทำให้เกิดหรืออาจเกิดการบาดเจ็บ / ทรัพย์สินเสียหาย หรืออัคคีภัย

Directly report to line supervisor when an accident or a near-miss incident which may cause injury, property damage or fire occurred.

2



ต้องสวมใส่อุปกรณ์ป้องกันอันตรายส่วนบุคคลที่กำหนด ตามแต่ละประเภทงานทุกครั้ง

Wear the required personal protective equipment (PPE) necessary for the job.

3



ห้ามใส่กางเกงขาสั้น หรือสวมใส่รองเท้าแตะ ในเขต โรงงาน และต้องแต่งกายให้รัดกุม เก็บชายเสื้อเข้าใน กางเกง รวบผมให้เรียบร้อยเมื่อเข้าเขตปฏิบัติงานที่มี เครื่องจักร

Do not wear shorts or slippers in plant area and must wear proper uniform, tuck in shirt, tie up hair when entering the machine operation area.

4



ห้ามเข้าไปในพื้นที่ควบคุม (Restricted Area) เช่น ห้องไฟฟ้า ห้องหม้อแปลง โดยไม่ได้รับอนุญาต

Do not enter Restricted Area such as electrical room or transformer room without authorization.

5



ห้ามทำงานกับเครื่องจักร โดยไม่มีหน้าที่เกี่ยวข้อง

Do not work with machine without authorization.

6



ห้ามโหน เกาะ หรืออาศัยไปกับรถงานทุกชนิด เช่น Forklift, Clamp lift, Hand lift, Transfer car, รถตัก เป็นต้น

Do not climb, hang or catch with Forklift, Clamp lift, Hand lift, Transfer car, Loader.

7



ห้ามใช้โทรศัพท์ หรือสวมใส่หูฟัง ขณะปฏิบัติงานกับ เครื่องจักร

Do not use mobile phone or ear phone while working with machine.

8



ห้ามใช้โทรศัพท์ขณะขี่รถจักรยานในเขตโรงงาน

Do not use mobile phone while riding bicycle in plant area.

9



ห้ามนำรถยนต์ รถจักรยานยนต์ และรถจักรยาน เข้าใน เขตอาคารเครื่องจักร โดยไม่ได้รับอนุญาต

Do not use car, motorcycle and bicycle in building area without authorization.

10



ห้ามขับขี่ยานพาหนะ เกินความเร็วตามที่แต่ละพื้นที่ กำหนด

Do not drive or ride vehicle over the specified speed limit.

11



ห้ามนำภาชนะบรรจุอาหาร หรือเครื่องดื่มมาใช้ในการ บรรจุสารเคมี

Do not use food and drink container with chemical substance. **P**



Word Collect

ไหน ๆ เล่มนี้ก็จัดแน่นไปด้วยเนื้อหาสาระแล้ว มาเล่นเกมคลายเครียดกันหน่อย ใน a LOT เล่มนี้นอกจาก Collaboration แล้ว ยังมีคำศัพท์อื่น ๆ อีกเยอะแยะ ลองเรียกคำศัพท์จากคอลัมน์ต่าง ๆ ที่อยู่ใน a LOT เล่มนี้กันดีกว่า แล้วมาดูกันว่าคุณอ่าน a LOT ละเอียดทุกหน้าจริง ๆ หรือเปล่า

Didn't you know that there are many interesting vocabularies in this volume of a LOT? If you finish reading this whole newsletter, test yourself by creating words from the provided sets of letters.

1 a c e h l e n g l

2 o n o u l s i t s

3 t e r t e b

4 e t h g o t r e

5 i s n r a t p i o n i

6 p n p a r s t e r h i



สำหรับท่านที่ทราบคำตอบแล้ว อย่ารอช้า รีบส่งคำตอบพร้อมอีเมลชื่อและสถานที่สำหรับส่งของรางวัลมาได้ที่ kamonrae@scg.com ภายในวันที่ 13 กันยายน 2562 (กรณีเป็นพนักงาน SCG ขอเป็นที่อยู่สำนักงานนะค่ะ) ผู้ที่โชคดีและตอบถูกรับ “กระเป๋ากงปูน SCG” 3 รางวัล และ “ถุงผ้า SCG Circular Way” 10 รางวัล

If you know the answers, send them together with your email and mailing address to kamonrae@scg.com by 13 September 2019 (If you are SCG employees, please use your office address). This time, three bags made from SCG cement bags and 10 SCG Circular Way fabric bags are up for grabs. **P**

Congratulations!

สำหรับผู้โชคดีที่ตอบคำถามถูกต้องใน a LOT ฉบับที่ 15 ได้แก่
Congratulations! Winners from a LOT Vol. 15 are:

นิรันดร์ มงคลพันธุ์

ภณิดา รัตนโมรานนท์

วันนา ชื่นโม

อิศรศักดิ์ วงศ์วานกุล

เจตน์ณรงค์ วิวัฒน์วารมย์

เจดีย์ Relax & Have Fun ใน a LOT Vol. 15 /
Answers: Relax & Have Fun in a LOT Vol. 15

1. B 2. E 3. C 4. D 5. A 6. F



Color Up Your Dining Table!

เพื่อกลวดลาย
สร้างสีสันให้โต๊ะอาหาร



ชวนมาสร้างสีสันบนโต๊ะอาหารด้วยไอเดียการเพ้นท์ลายน่ารัก ๆ ตามชอบบนกระดาษคราฟท์หรือผ้าดิบก็ได้ ด้วยวิธีทำง่าย ๆ แสนสนุกที่ชวนกันมาทำได้ทั้งครอบครัว

It's a lovely idea to juice up your dining table with a handmade tablecloth featuring your favorite patterns in your best-loved colors. Invite your family members to join this creative project too because it promises to be fun.



ขั้นตอนการทำ

1. ถ่ายเอกสารลวดลายตามแพตเทิร์นหรือวาดรูปภาพลงบนกระดาษ
2. วางพลาสติกใสบนกระดาษตามรอย
3. วางพลาสติกใสบนกระดาษหรือผ้าดิบแล้วทาสี
4. ตัดกระดาษตามขนาดที่ต้องการ (หากเป็นผ้าดิบให้เย็บเก็บริมผ้า)

Instructions

1. Copy a chosen pattern with a photocopier or drawing.
2. Place transparent plastic over that copy and perforate it along pattern lines.
3. Put the perforated plastic over kraft paper/unbleached cloth and paint.
4. Cut it to size (If using cloth, sew its rim). **P**



อุปกรณ์ / Materials



Pattern



Collaboration: Healthy Together

จับมือกันสร้างนวัตกรรม ดูแลโลก ดูแลสุขภาพ
Joint Innovations for Good Health & Nature



การจับคู่ Collaboration ในปัจจุบันขยายไปถึงกลุ่มธุรกิจสินค้าและบริการเพื่อสุขภาพรวมถึงการดูแลร่างกาย มีการนำไลฟ์สไตล์ของผู้บริโภคมาจับรวมกับสินค้าและบริการเพื่อเจาะกลุ่มเป้าหมายเฉพาะ ทำให้ผู้บริโภคได้รับประโยชน์และมีความเลือกมากขึ้น ลอรวมดูสินค้าและบริการใหม่ล่าสุดที่ Collaboration ออกมาได้เป็นอย่างดีน่าสนใจเราอยากแนะนำให้ทุกคนรู้จัก

Collaborations have now taken up various health and hygiene themes, as brands have mixed growing trends with their product/services of the consumers for whom more choices and better benefits are provided. Below are some of the interesting outcomes.



“XBOX body wash” สบู่อาบน้ำสูตรพิเศษ โดย Microsoft x Axe “XBOX body wash” by Microsoft x Axe



เมื่อ Microsoft บริษัทผู้ผลิตเกมต้องการแสดงความยินดีกับผู้เล่นที่เข้ามาเพิ่มเลเวลในเกม โดยหวังว่าการเพิ่มพลังต่าง ๆ ในเกมจะทำให้ทำได้ง่ายเหมือนการฉีดสเปรย์น้ำหอมก่อนออกจากบ้าน จึงร่วมกับแบรนด์ Axe ออกแบบผลิตภัณฑ์บำรุงผิวภายใต้ชื่อ XBOX เอาใจเหล่าเกมเมอร์ โดยมีผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ ได้แก่ สบู่เหลวอาบน้ำ ผลิตภัณฑ์ระงับกลิ่นกาย และสเปรย์หอม ซึ่งกลิ่นของสเปรย์มาจากการผสมกันของกลิ่นสมุนไพรผลไม้และไม่หอมต่าง ๆ รวมถึงน้ำมันหอมระเหยจากธรรมชาติอีกหลากหลายชนิดที่ให้ความสดชื่น เช่น กลิ่นของผิวมะกรูด เลมอน หรือมินต์ พร้อมดีไซน์รูปทรงของขวดให้ดูเรียบหรูและน่าใช้ โดยจัดวางจำหน่ายเฉพาะประเทศออสเตรเลียเป็นประเทศแรก

Out of its wish to congratulate its game players for every level upgrade, Microsoft has partnered with Axe in producing XBOX toiletry set. Gamers find this set a big delight. It features liquid body wash, deodorant and fragrant spray. The fragrance from the spray comes from the mixture of herbs, fruits and various fragrant woods. Among them are kaffir lime, lemon and mint. Bottle designs are simple yet elegant. Australia is the first country to see the launch of this special set.

สุขภาพดีรอบด้านที่ Better Moon café x Refill Station Holistic Way to Great Health at Better Moon café x Refill Station

ชวนกันมารักสุขภาพและรักโลกที่ Better Moon café x Refill Station คาเฟ่กึ่ง co-working space และที่พักในซอยอ่อนนุช 77/1 โดยมีคอนเซ็ปต์ที่อยากส่งต่อแนวคิดรักสิ่งแวดล้อมและช่วยให้คนลดขยะได้มากขึ้น ซึ่งหากมาที่ Better Moon จะได้ชิมอาหารไทยแบบบ้าน ๆ ที่พอดีต่อสุขภาพ ไม่คัลอรีหรือออร์แกนิกจำ แต่กินง่าย ทานน้อย และครบ 5 หมู่ ส่วน Refill Station ที่ห้อยท้ายชื่อคาเฟ่ คือ พื้นที่เล็กๆ ของธุรกิจปั้มน้ำยาเปิดจำหน่ายน้ำยาหลากหลายที่ใช้กันในชีวิตประจำวัน โดยมีโปรดักต์แบบออร์แกนิกและกึ่งออร์แกนิกให้เลือกตามชอบ นอกจากนี้ยังมีสินค้าช่วยโลกให้ซื้อหา อย่างหลอดซิลิโคน หลอดสแตนเลส แปรงสีฟันไม้ฝ่ ขวดน้ำ กล่องข้าว ไปจนถึงสบู่อ่อนหอมน่าใช้ที่จะช่วยลดปริมาณขยะพลาสติกให้โลกอีกด้วย

Let's take care of your health and the world at the Better Moon café x Refill Station. Located on Soi On Nut 77/1, this café functions like semi-working spaces with healthy dishes. Highly-nutritious but not too organic, each dish has low level of sweetness. It includes a Refill Station too. In this corner, customers find various types of liquid solutions they need for their life and house. Also available are eco-friendly products like silicone straws, bamboo toothbrushes, water bottles and reusable food boxes. 



กัปตันใหม่ของ ธุรกิจแพคเกจจิ้ง วิชาญ จิตรภักดี

Wichan Jitpukdee New Captain of Packaging Business

กรรมการผู้จัดการใหญ่ ธุรกิจแพคเกจจิ้ง เอสซีจี
President - Packaging Business, SCG

*Total Packaging Solutions Provider
คือ Customer Solutions
มองที่ลูกค้า หาปัญหาให้พบ
และตอบให้จบครบทุกปัญหา*

*Total Packaging Solutions Provider
is about focusing on customers,
identifying their problems
and presenting
Total Customer Solutions*



บนเส้นทางที่ท้าทายกว่าเดิม

“การเดินทางของพวกเราจนมาเป็น Packaging Business เรียกได้ว่าเป็น Journey ที่พวกเราได้เดินทางร่วมกันมา ในช่วงหลายปีที่ผ่านมา เราจะเห็นการเติบโตทางธุรกิจอย่างชัดเจน และยังมีแผนที่จะเติบโตอย่างต่อเนื่อง ซึ่งการที่เราจะเติบโตไปได้ มุมมองที่สำคัญในการทำธุรกิจที่เราต้องมุ่งไป คือ การมองที่ลูกค้าเป็นหลัก (Customer Centricity) ศึกษา Customer Journey ปัญหาของลูกค้า หา Voice of Customer ที่สำคัญคือ ช่วยแก้ปัญหาหรือตอบโจทย์ลูกค้าให้ครบถ้วน - Total Packaging Solutions Provider”

เคียงข้างลูกค้า เติบโตไปด้วยกัน

Customer Centricity - การให้ความสำคัญกับความต้องการของลูกค้า คือ หน้าตาของเรา เราต้องเข้าถึงลูกค้าหรือไปอยู่กับลูกค้ามากขึ้น หาความต้องการที่แท้จริงให้เจอ ทำความเข้าใจและส่งเสริมสินค้า บริการและโซลูชันเพื่อตอบโจทย์ลูกค้า

ปรับตัวให้ทันในทุกสถานการณ์

ตลาดมีการเปลี่ยนแปลงตลอดเวลา ทำให้เราต้องปรับตัวให้ทันทั้งวิธีคิด วิธีการทำงาน และกระบวนการ โดยยึดความสะดวกสบายของลูกค้าเป็นหลัก (Customer Convenience) เราต้องหาสิ่งใหม่ ๆ วิธีการใหม่ ๆ เทคโนโลยี หรือนวัตกรรม มาออกแบบและพัฒนา ผลิตภัณฑ์ เพื่อให้การดำเนินธุรกิจสอดคล้องไปกับสถานการณ์ตลาดในขณะนั้น

คนคือหัวใจ Leader คือคนใส่ใจ

พนักงานทุกคน คือ หัวใจสำคัญในการขับเคลื่อนธุรกิจ เราจึงให้ความสำคัญกับพัฒนาความสามารถของพนักงาน การสร้างบรรยากาศการทำงานที่ดี ทำงานกันแบบพี่น้อง ที่ ๆ Leader เป็นแบบอย่างในการทำงานที่ดี รวมถึงใส่ใจในเรื่องความปลอดภัย ไม่ว่าจะเป็นพนักงาน ครอบครัว รวมไปถึงลูกค้าและคู่ธุรกิจของเรา”

Challenges of the New Role

“After transforming ourselves from a paper business into a packaging business, we have significant growth. With the transformation, we have changed our business approach too. Customer Centricity becomes the key to our business operations. We have studied Customer Journeys. We have listened to the Voice of Customers. More importantly, we have presented total solutions to customers’ problems. That’s how we have positioned ourselves as the Total Packaging Solutions Provider.

Grow alongside the Customers

Customer Centricity is our first priority. Therefore, it is necessary that we spend more time with customers or reach out to them better. It’s our duty, after all, to identify their latent needs and deliver values through our products, services and solutions.

Adapt to Every Single Situation

Evolving digital technologies require us to constantly change our work methods to deliver maximum convenience to customers. We must search for new ways of using technology or innovations to ensure we keep pace with market situation.

People are Core, Leader is Carer

People are valuable drivers of our businesses. We therefore focus on the development of the unions’ ability. Creating a good working atmosphere in workplace, having leaders as the role models as well. Safety is our priority. We promote safety among our employees, their family members, customers and also business partners.

ก้าวต่อไปของพวกเขา

“ในด้านการเติบโตทางธุรกิจ ธุรกิจที่เรามีอยู่ เราต้องปรับปรุงประสิทธิภาพอย่างต่อเนื่อง เพื่อสร้างความสามารถทางการแข่งขัน (Competitive Advantage)

ส่วนการขยายธุรกิจให้หลากหลายทั้งด้าน Scale และ Scope นั้น เราก้าวไปเรียนรู้เส้นทางใหม่ ๆ ไม่ว่าจะเป็น Food Packaging เราจะพัฒนาผลิตภัณฑ์ ขยายกลุ่มลูกค้า ตลอดจนเพิ่มช่องทางการขาย Flexible และ Rigid Packaging เราจะมุ่งสู่การพัฒนา advanced materials มากขึ้น เช่น การใช้ส่วนผสมของพลาสติกรีไซเคิลเป็นองค์ประกอบ และกระดาษบรรจุภัณฑ์ หรือ Packaging Paper ล่าสุดเราลงทุนเพิ่มเติมในประเทศอินโดนีเซีย เพื่อให้ครอบคลุมอาเซียนมากขึ้น

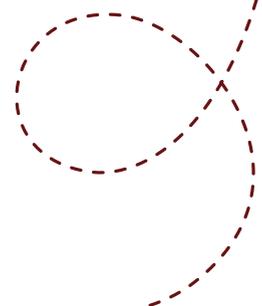
นอกจากนี้ เรายังมีพาร์ทเนอร์ชั้นนำที่มีความเชี่ยวชาญมาร่วมทุนและพัฒนาในเส้นทางต่าง ๆ ที่เราก้าวไปเพื่อให้มั่นใจในคุณภาพที่เป็นเลิศ”

“

ความท้าทายทำให้เห็นโอกาส
และอุปสรรค จงเลือกมอง
ที่โอกาส เราจะเห็นเส้นทาง
หรืออนาคตข้างหน้า

*Challenges present us with both
opportunities and threats. We must
set our sight on opportunities
so as to move ahead”.*

”



Our next steps

“In pursuit of business growth, we need to continuously improve the efficiency of our existing businesses to achieve competitive advantages.

We have to diversify our businesses both in terms of Scale and Scope. We have explored new businesses, such as Food Packaging: developing new products, expanding our target market, and increasing our distribution channels. For Flexible and Rigid Packaging, we are going to develop increasingly advanced materials, such as the use of recycled plastics as raw materials. Regarding Packaging Paper, we have now invested further in Indonesia to expand our business presence in the ASEAN region.

We have leading partners with their expertise, for our new business development. So, in making our next steps, we have confidence about delivering the business excellence”.

สิ่งสำคัญที่จะพาเราก้าวไปข้างหน้า

“ที่เชื่อว่า การที่เรามีธุรกิจใหม่ ลูกค้าใหม่ หรือเจออะไรใหม่ ทำให้เราเกิดการเรียนรู้ใหม่ ได้ความรู้ใหม่ ได้สิ่งใหม่ที่ดีขึ้นกว่าเดิม มาเติมเต็มสิ่งที่มีอยู่ อยากให้เรามองไปข้างหน้าอยู่เสมอ ถ้าเราคิดแบบนี้แล้ว ไม่ว่าจะเป็เป้าหมายใด ๆ เราจะสามารถทำให้สำเร็จได้”

Key to Moving Forward

“In my opinion, we have always learned something when we open new businesses, acquire new customers or find new things. New knowledge makes us fuller and paves the way for our development towards better things. By following this path, we can fulfill any goal”.

แนวคิดในการทำงาน

“การเรียนรู้อยู่ตลอดเวลาจะทำให้เราพัฒนาอย่างต่อเนื่อง ไม่มีที่สิ้นสุด นอกเหนือจากการทำงาน พี่ชอบอ่านหนังสือ ทุกครั้งที่อ่าน จะได้มุมมองใหม่ ๆ ตลอดเวลา แล้วก็นำมาแลกเปลี่ยนกับน้อง ๆ และวินัยคือปัจจัยแห่งประสิทธิภาพ ทำอย่างไรให้ตอบวัตถุประสงค์ โดยใช้วิธีการที่ดีที่สุด มีวินัยในการติดตาม คิดทบทวนอยู่เสมอ จัดลำดับความสำคัญ เพื่อพร้อมปรับเปลี่ยนและยืดหยุ่นได้”

Work Philosophy

“Constant learning means opportunities for endless development. Discipline then guarantees efficiency. The bottom line is how to fulfill goals with the best method. It takes discipline to follow up, review, prioritize for flexible adjustment”.



การทำงานและการใช้ชีวิต

“คนที่ประสบความสำเร็จ คือ คนที่ลงมือทำ อยู่กับการจัดการ และบริหารอย่างไรตามบริบทของแต่ละคน เวลาทำงานร่วมกับคนอื่น พี่จะแยกเรื่องคนกับงาน (Separate issues from people) ให้ดูที่ความตั้งใจและเรียนรู้ร่วมไปกับเขา

ส่วนเรื่องการใช้ชีวิต พี่จะหาวิธีบริหารเวลาให้กับตัวเองและครอบครัว เช่น การออกกำลังกาย หากกลับบ้าน พี่จะเดินรอบหมู่บ้านประมาณ 1 ชั่วโมง ตั้งเป้าว่าจะต้องเดินให้ได้ 10,000 ก้าวต่อวัน ระหว่างเดินพี่ก็ฟังเพลงไปด้วย ถือว่าเป็นการผ่อนคลายอย่างหนึ่ง”

Work & Personal Life

“Successful people are doers. But to maintain work-life balance, each of them embraces a different method depending on his or her context. In context of work, I treat work as separate issues from people.

To ensure my personal life, I do one-hour walk every day. I make it a mission to make 10,000 steps each day. During my walk, I listen to songs. It's the way to relax myself".

ฝากถึงน้อง ๆ ทุกคน

“ขอขอบคุณทุกคนที่ร่วมเดินทางมาด้วยกัน อยากให้ทุกคนคิดว่า นี่คือบ้านของพวกเรา อยากให้เรียนรู้ รักษา พัฒนาและทำงานเป็นทีมไปด้วยกัน ช่วยกันต่อเติมบ้านหลังใหญ่หลังนี้ให้เข้มแข็ง ทำงานอย่างมีความพลั่งและมีความสุข เพื่อส่งต่อให้กับน้อง ๆ รุ่นต่อไป และอย่าลืมนใส่ใจในความปลอดภัยกันด้วยนะครับ”

Messages for our Staffs

“First of all, thank you for growing our businesses together. I hope you see this firm as our home. Let’s learn and develop together as a team. Maintain this big home for the new generations. And last but not least, prioritize safety.”

“

การเรียนรู้อยู่ตลอดเวลา
จะทำให้เราพัฒนา
อย่างต่อเนื่อง ไม่มีที่สิ้นสุด
และวินัยคือ
ปัจจัยแห่งประสิทธิภาพ

*Constant learning
means opportunities for
endless development.
Discipline then
guarantees efficiency.*

”



5 คติประจำใจ
My 5 Mottos

“**Leaders** set tone of **organization.**”

Open and Challenge, start with me.”

“**Change** is everyday’s life.”

“**Our Actions** communicate louder than **our Voices.**”

“**The biggest room** in the world is the room for **improvement.**”

4 สิ่งคู่กาย
Indispensable Items

- 1 กล่องใส่เครื่องเขียน Stationery Box
- 2 GARMIN Step Counter
- 3 กระบอกน้ำพกพา Portable Flask
- 4 สมุดมูจิสีดำ Black MUJI’s Notebook



หากไม่หยุดนิ้วอยู่กับที่ ช่องทางการฝึกฝนภาษาอังกฤษยังมีทางเลือกใหม่ ๆ เสมอ English Chit Chat ฉบับนี้ อยากชวนเพื่อน ๆ ชาวแพคเกจจิ้ง มาลองฝึกภาษาอังกฤษผ่านทางแอปพลิเคชันในสมาร์ตโฟน อุปกรณ์สามัญประจำตัวที่ทุกคนในยุคนี้ ต้องพกติดตัวไปไหนมาไหนตลอดเวลา

There are almost countless ways to learn English. But in this volume, English Chit Chat would like to recommend that you improve your command of English with a smartphone application.

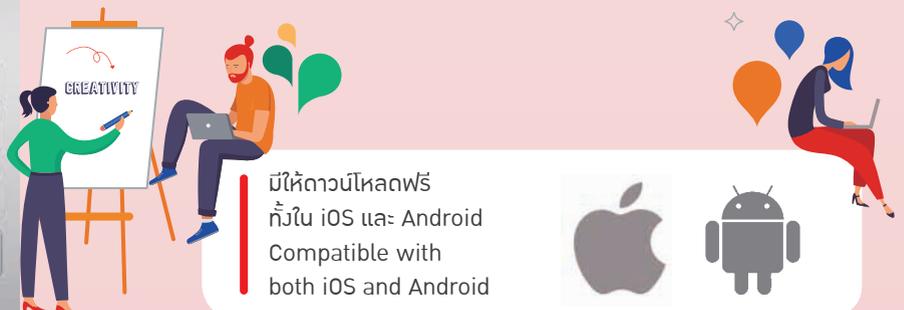
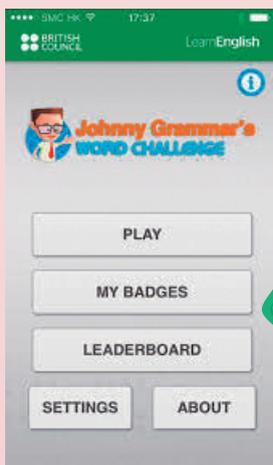
แอปพลิเคชันที่ว่ามีชื่อ **Johnny Grammar's Word Challenge** เป็นแอปพลิเคชันที่พัฒนาขึ้นโดยสถาบันสอนภาษาชื่อดัง British Council สำหรับใช้ในการฝึกภาษาอังกฤษด้วยฟีเจอร์ที่หลากหลาย ให้ผู้ใช้งานสามารถเลือกหัวข้อฝึกได้ตามต้องการ ไม่ว่าจะเป็นเรื่องไวยากรณ์ (Grammar) คำศัพท์ (Word) หรือการสะกดคำ (Spelling) แบ่งเอาไว้เป็นหมวดหมู่ เช่นภาษาอังกฤษสำหรับใช้ในชีวิตประจำวัน หรือหมวดที่ใช้ในการทำงาน เป็นต้น ตลอดจนการแบ่งระดับความยากออกเป็น 3 ระดับ แบบประถม แบบมัธยม และแบบบุคคลทั่วไป เรียกว่าง่าย ๆ ว่าสนุกไปพร้อมความรู้กันได้ทั้งครอบครัว

ความน่าสนใจที่สุดของแอปพลิเคชันนี้คือ การทำให้บทเรียนต่าง ๆ กลายเป็นเรื่องสนุก ในรูปแบบเกมที่ผู้เล่นต้องตอบคำถามแข่งกับเวลา มีการให้คะแนนและคำแนะนำเมื่อตอบคำถามผิด ซึ่งการแข่งขันและทำคะแนนเหล่านั้นนอกจากเป็นการวัดความสามารถของตัวเองแล้ว ยังเป็นการแข่งขันกับผู้ใช้แอปพลิเคชันคนอื่น ๆ ทั่วโลกอีกด้วย



Developed by the British Council, **Johnny Grammar's Word Challenge** ensures its users can practice English based on a category they are interested in be it Grammar, Word or Spelling. There are three levels in the app: Easy, Medium and Hard. So, all family members can have fun learning from this app together.

What's so fun about this app is that users must compete against time to answer a question, see their scores, and know their spot in the global leaderboard. 

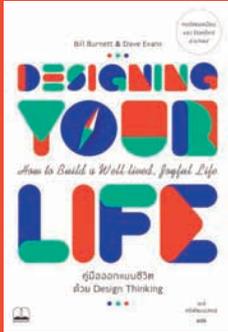


มีให้ดาวน์โหลดฟรี ทั้งใน iOS และ Android Compatible with both iOS and Android



ENTERTAINMENT

BOOK



Designing Your Life

ผู้เขียน: Bill Burnett และ Dave Evans

ผู้แปล: เมธ ศรีพัฒนาสกุล

สำนักพิมพ์: bookscape

แม้ทุกชีวิตจะเผชิญข้อจำกัดอันแตกต่างกัน แต่จงเชื่อว่าชีวิตออกแบบได้ หนังสือเล่มนี้เขียนโดยนักออกแบบผลิตภัณฑ์ชั้นนำผู้ประยุกต์ Design Thinking เข้ากับการออกแบบชีวิต และเป็นผู้ริเริ่มหลักสูตร Designing Your Life ซึ่งกลายเป็นวิชายอดนิยมแห่งมหาวิทยาลัยสแตนฟอร์ด โดยพวกเขาถกกรองประสบการณ์และเคล็ดลับที่สั่งสมตลอดหลายปีมาแบ่งปัน ตั้งแต่ค้นหาวิธีแก้ปัญหาที่ถูกต้อง การสร้างทีม การออกแบบงานในฝัน ไปจนถึงการสร้างภูมิคุ้มกันความล้มเหลว

Designing Your Life

Authors: Bill Burnett and Dave Evans

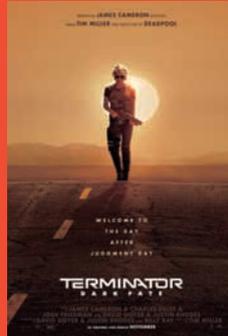
Translator: May Sripatanasakul

Publishing House: bookscape

Every life has its challenges and limitations. But the writers of this book, both leading product designers, have found a way to apply Design Thinking to design the life they want. Their concept is so brilliant that they can launch Designing Your Life program at Stanford University. Their book now recommends a practical approach towards life: identifying problems, team-building, creating a dream job and developing immunity.



MOVIE



Terminator: Dark Fate

วันที่เข้าฉาย: 23 ตุลาคม 2562

Terminator: Dark Fate หนึ่งภาคต่อที่จะพาทุกคนย้อนกลับไปยังจุดกำเนิดของหุ่นยนต์ T-800 ที่ยังไม่เคยมีใครกล่าวถึงมาก่อน และถือเป็นการเปลี่ยนแปลงครั้งยิ่งใหญ่ของซีรีส์ชุดนี้ ด้วยการกลับมาของ Sarah Connor ที่ครั้งนี้เธอมาพร้อมกับฮีโร่หญิงเลือดใหม่ Dani และ Grace นักรบหญิงในโลกอนาคต ผลงานกำกับของ Tim Miller จาก Deadpool

Terminator: Dark Fate

Released Date: 23 October 2019

Terminator: Dark Fate is a prequel to Terminator 2: Judgment Day, with an interesting promise to reveal the origin of T-800. In this film, Sarah Connor will be back alive and join forces with female fighters from the future, Dani and Grace. Tim Miller from Deadpool serves as film director and guarantees film quality.

MUSIC



Taylor Swift

Album: Lover

Taylor Swift นักร้องและนักแต่งเพลงป๊อปที่เรา รู้จักกันดีเตรียมปล่อยอัลบั้มใหม่ในชื่อ Lover ภายใต้สังกัดใหม่ชื่อ Republic โดยก่อนหน้านี้ได้ปล่อยสองซิงเกิ้ลที่ได้รับความนิยม ME! และเพลง You Need to Calm Down ออกมาเรียกน้ำย่อยระหว่างที่รออัลบั้มเต็มในเดือนสิงหาคมก็ชมมิวสิกวิดีโอน่ารัก ๆ ของเธอกันไปพลาง ๆ

Taylor Swift

Album: Lover

Taylor Swift, one of the world's best-known singers and music composers, is preparing to launch her Lover album under 'Republic' music label in August. But two singles, ME! and You Need to Calm Down, from the album have already been released to delight her fans. Check out her MVs and enjoy the feel-good sentiment.

Big Bad Wolf Book Sale Bangkok 2019

9 - 19 August 2019

IMPACT Muang Thong Thani

Being the world's biggest international book fair, it is going to operate round the clock. Available at this event will be more than one million books from various categories: children's book, literature, fashion, gardening, cooking, biographies, music and many more. Indeed, Big Bad Wolf has everything for readers no matter what their age and their interest. P

Big Bad Wolf Book Sale Bangkok 2019

วันที่ 9 - 19 สิงหาคม 2562

อิมแพ็ค เมืองทองธานี

มหกรรมหนังสือนานาชาติที่ใหญ่ที่สุดระดับโลก เปิดบริการ 24 ชั่วโมง มีหนังสือให้เลือกกว่าล้านเล่ม ครอบคลุมทุกหมวดหมู่ ทุกเพศ ทุกวัย ทั้งหนังสือสำหรับเด็ก การออกแบบ ดนตรี กีฬา ภาพยนตร์ แฟชั่น จักรยาน จัดสวน ทำอาหาร รอยนต์ นวนิยาย ชีวประวัติ วรรณกรรมเยาวชน และอื่น ๆ อีกมากมาย



“Passion for the Mission”

การทำงานในยุคดิจิทัลนั้นต้องอาศัยความรวดเร็วในการทำงาน สภาพแวดล้อมเปลี่ยน เราต้องปรับเพื่อรับมือกับความรวดเร็วของยุคสมัย เช่น การปรับโครงสร้างองค์กรหรือการจัดตั้งหน่วยงานใหม่ขึ้น หนึ่งในนั้นคือ ‘Industry 4.0 Transformation Office – (ID4 Office)’ ที่ประกอบด้วยทีมด้าน IT, Supply Chain, Engineering, Industry 4.0 และ New Business Development

โอกาสที่เราเชิญตัวแทนทีม New Business Development มาแชร์ให้ฟังว่ามีแนวคิดในการทำงานแบบไหน และอะไรที่ทุกคนใช้รับมือกับความท้าทายในครั้งนี้

In digital age, everything happens at a fast speed requiring all to adjust quickly to changing circumstances. To stay competitive and keep pace with market trends, Packaging Business, SCG has now established ‘Industry 4.0 Transformation Office (ID4 Office)’. In it are IT, Supply Chain, Engineering, Industry 4.0 and New Business Development teams. Now, let’s hear how ID4 Office has sprung into operation and how it has addressed all its challenges.

ID 4 Office เตรียมความพร้อม เร่งเครื่องธุรกิจให้คล่องตัวยิ่งขึ้น ID 4 Office Promises to Deliver Greater Business Agility

“ในปัจจุบันมีการเปลี่ยนแปลงรวดเร็วทั้งสภาพการแข่งขันและความต้องการของลูกค้าที่มีความหลากหลาย การพัฒนาคุณภาพสินค้าและการบริการเป็นสิ่งจำเป็น การเชื่อมโยงส่วนต่างๆ ของธุรกิจเข้ากับเทคโนโลยีที่เหมาะสมจะช่วยให้การทำงานมีประสิทธิภาพมากขึ้น สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้รวดเร็วและตรงตามความต้องการ ที่ๆ ผู้บริหารระดับสูงของ SCG เล็งเห็นถึงความสำคัญในเรื่องนี้ จึงจัดตั้งหน่วยงาน ID 4.0 ขึ้นในทุกธุรกิจ เพื่อเสริมสร้างความสามารถขององค์กรในระยะยาว ด้วยเหตุนี้ทีมงานจำเป็นต้องมีความคล่องตัว รวดเร็ว และอาจมีกระบวนการทำงานที่แตกต่างจากรูปแบบธุรกิจในปัจจุบัน เพื่อพร้อมที่จะ Test and Learn และ Fail Fast, Learn Fast”

“Today, it is necessary to leverage technologies for product/service development to achieve higher efficiency and responding faster to customers’ needs. Recognizing this need, high-level executives of SCG have prescribed the establishment of ID4 Office in each of its businesses to boost its competitiveness in the long run. ID4 Office is very agile. Its work approach is about Test and Learn. We fail fast and learn fast”.



สุรศักดิ์ อัมมวรสร์
(Surasak Amawat)
Industry 4.0 Transformation Director

ความท้าทายของ New Business Development The Challenges of New Business Development

“ความท้าทายมีหลายระดับ สำหรับ New Business แล้วเป็นการนำสินค้าใหม่เข้าสู่ตลาดใหม่ ถือว่ามีความท้าทายมากที่สุดอย่างหนึ่ง จำเป็นที่จะต้องอาศัยวิธีการทำงานแบบใหม่ รวมถึง mindset ที่ต้องเข้าใจพฤติกรรมผู้บริโภค ทีมงานจะต้องมี passion ในการผลักดันไอเดียใหม่ๆ ไปข้างหน้า มี Winning Mindset ที่เชื่อมั่นต้องสำเร็จได้ มองเห็นความสำเร็จในสิ่งที่เราไม่เคยทำ อีกอย่างหนึ่งคือความคาดหวังจากรอบด้าน นับเป็นความกดดันและท้าทายอย่างมาก อย่างไรก็ตาม ทีมเชื่อว่าการเดินทางไปถึงจุดนั้น ระหว่างทางมีองค์ความรู้มากมายที่เกิดขึ้น เราจะได้เรียนรู้กระบวนการทำงานใหม่ๆ ได้ทดลอง Fail Fast, Learn Fast, and Move On ทั้งหมดนี้ถือเป็นประสบการณ์ดี ๆ ที่มีประโยชน์ทั้งสิ้น”

“Our office addresses the highest level of challenges because we have to introduce entirely new product to the market. So, we need lots of passion to keep going. All of our members have had a winning mindset and do our best to live up to expectations from others. Our work is extremely challenging. Along the way, we have struggled but have also learned useful things. We Fail Fast, Learn Fast, and Move On. These are good experiences.”



วันดี กมวณัส
(Wandee Kamolpanus)
Manager - New Business Development

Mindset คิดแบบไทย ไปไหน ในยุคนี้

Mindset for This Age

“ความท้าทายของการทำ New Business คือ เราไม่รู้อความต้องการของลูกค้าอย่างแท้จริง ไม่รู้ว่าสิ่งที่คิดขึ้นมาจะตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้หรือไม่ ขายได้หรือไม่ ขายได้แล้วคุ้มไหม เรามีสิ่งที่ไม่รู้เยอะมาก ผมคิดว่าเรามี Entrepreneur Mindset หรือความเป็นเจ้าของธุรกิจ เมื่อรู้สึกว่า New Business ที่ทำอยู่นั้นคือของเรา เราจะมีคามมุ่งมั่นที่จะทำออกมาให้ดีที่สุด หากมีความผิดพลาดหรือยังทำได้ไม่ดี เราจะไม่ย่อท้อแต่เราจะเรียนรู้เพื่อปรับปรุง เปลี่ยนแปลง และพัฒนางานที่ตัวเองทำอยู่ให้ออกมาดีที่สุด และดียิ่งขึ้นในทุก ๆ วัน”

“The challenge of developing a New Business is that we don't know exactly what customers want. We are not so sure as to whether our new product will sell well. In this realm of uncertainties, we have embraced the Entrepreneur Mindset. We treat this new business as ours. This way, we are so determined to do our best. If it fails, we don't get discouraged. We keep improving to deliver better results”.



ussan ตรีชีวันนา
(Norraron Treecheewannath)
Manager - Business Incubation

“ผมใช้ Mindset เรื่องการยอมรับการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นเสมอ พร้อมออกจากเซฟตี้โซนเพื่อลองทำอะไรใหม่ ๆ และไม่ต้องกลัวกับความล้มเหลว และระหว่างทางไม่ว่าจะสำเร็จหรือล้มเหลว พวกเราได้รับการสนับสนุนที่ดีทั้งจากพี่ ๆ ผู้บริหารให้คำปรึกษา ช่วยให้พวกเราลดความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้นได้ อีกทั้งช่วยเราก้าวข้ามผ่านส่วนที่ยากไปได้”

“I always embrace changes. Not afraid of failure, I am always ready to step out of my comfort zone. Aside, during our work, we have received really good support and counseling from executives. So, we can overcome the most difficult parts of our job”.



เกียรติศักดิ์ บุญมณี
(Kiattisak Boonmanee)
Engineer

“เราเป็นพนักงานที่รับผิดชอบงานในองค์กร ก็ต้องรับผิดชอบในการ Deliver Value ให้กับบริษัท อะไรที่เป็นประโยชน์กับบริษัทก็ทำและทำให้ดียิ่ง ๆ ขึ้นมองในมุมกว้าง ทั้งในเนื้องานเอง ทั้ง Supply Chain และมุมมองของการเปลี่ยนแปลงสิ่งแวดล้อมในการทำธุรกิจที่เปลี่ยนไป เราต้องเอามาประยุกต์ใช้ให้เกิดประโยชน์มากที่สุด”

“As an employee, I am committed to delivering value. I do what is useful for the company. I try to look at a bigger picture for both my job and the overall business context. Then, I apply what it is best”.



ธีระพันธุ์ รัชมีเกียรติศักดิ์
(Teerapun Rassamekiartisak)
Supervisor

“โปรดักต์ที่ดีอาจไม่สามารถตอบโจทย์ลูกค้า ทุกคนจึงต้องมีความยืดหยุ่นมาก ๆ เราต้องกล้า มุ่งมั่น พยายาม เพราะความล้มเหลวมันไม่ใช่เรื่องที่น่ากลัว และเมื่อความเปลี่ยนแปลงเกิดขึ้นเร็ว ทุกคนก็ต้องเปลี่ยนแปลงตามได้เร็ว ทีมต้องคุยกันมาก ๆ ซึ่งแจ้งเหตุผลให้ชัดเจน บางอย่างต้องไปต่อ บางอย่างถ้าต้องหยุดให้รีบหยุด”

“A good products can't win all customers. So, it is necessary that we are flexible and full of courage. When changes happen, adjust. Don't be afraid of failure. We talk a lot with our team members so that we can keep going ahead. If this thing works, continue it fast. If that thing doesn't work, we stop it as fast too”.



พินทิพย์ คุตวิจนากานต์
(Pintip Kutiwanakan)
Marketing & Sales Development
Team Lead

“การมี Growth Mindset เป็นสิ่งที่สำคัญมาก เนื่องจากสิ่งที่เรากำลังทำนั้นหลายเรื่องทีมงานเราไม่เคยมีประสบการณ์ในเรื่องนั้นมาก่อน เราจึงต้องพยายามหาหนทางหรือความเป็นไปได้และต้องกล้าในการริเริ่มลงมือทำสิ่งใหม่ ๆ แม้ว่าการทำธุรกิจใหม่จะไม่ใช่ว่าเรื่องง่าย อาจมีคนทำสำเร็จแค่ 1 ในพันคน หรือ 1 ในล้านคน แต่ทัศนคติที่ดีจะทำให้เราสนุกกับการแก้ปัญหา และพร้อมเรียนรู้จากการลงมือทำอย่างมุ่งมั่น”

“Growth Mindset is the key because it drives us into exploring possibilities and taking initiatives. Just one in 1,000 or probably in 1,000,000 attempts can successfully launch a New Business. So, our task is not easy. But with the right attitude, we have fun trying and getting things done with our determination”.



จิรัชฎ์ มีสุขเจ้าสำราญ
(Jirat Meesukchaosumran)
Manager - Partner Engagement

“สิ่งที่ผมคิดเสมอ คือ การทำหน้าที่ของเราตามบทบาทที่ได้รับให้ดีที่สุด หากเราเป็นลูกจ้าง บทบาทคือ ทำให้นายจ้างได้กำไร ทำประโยชน์ให้เขาได้มากที่สุด แล้วก็เอาเป้าหมายของบริษัทมาเป็นเป้าหมายของตัวเอง เมื่อคิดแบบนี้ก็จะช่วยให้เราอินกับมัน มีแรงจูงใจในการทำงานมากกว่าการทำงานไปวัน ๆ”

“I focus on doing my best. As an employee, I focus on delivering maximum benefits and profits to my employer. I take my company's goals as mine. Such mindset keeps me motivated. I have never taken my job responsibility for granted”.



วรพจน์ วิทยาทอง
(Worapoj Withthayathong)
Marketing & Sales Development
Team Lead

Circular Economy

หมุนเวียนกลับมาใช้ให้คุ้มค่า เพื่อสร้างโลกที่ยั่งยืน



ธุรกิจแพคเกจจิ้ง ในเอสซีจี

พร้อมเป็นผู้นำแนวคิดเศรษฐกิจหมุนเวียน เพื่ออนาคตของทุกคน



www.scgpackaging.com

✉ scgpackaging@scg.com