

SCGP

VOL.25

# alot

newsletter



NEW  
THE NEXT

YEAR  
ASPIRATION



# CONTENTS

25  
1/2022

04



26



11

42

## 02 Start Right Here

อัปเดตความเคลื่อนไหวของ SCGP

## 04 Packaging Spotlight

CUre AIR SURE หน้ากากป้องกันแบคทีเรียได้ 99%  
มั่นใจได้ ปลอดภัยชัวร์

## 06 Wow Around

MAGICAL FOREST Happy Meal ลูกใหม่  
บรรจุอาหารพร้อมจินตนาการ

## 08 The Big Idea

New Year, the Next Aspiration ต้อนรับศักราช  
สู่การเริ่มต้นสิ่งใหม่

## 11 P-DNA

สมภพ วิทยวรสกุล ความสำเร็จเริ่มต้นจากการลงมือทำ

## 14 P-Story

SCGP ชาเลนจ์คนรุ่นใหม่ คิดใหม่ ทำใหม่ เพื่อทุกคน

## 18 Journey of Growth

SCGP ลงทุนในเวียดนามตอนเหนือ สร้างฐานผลิตใหม่  
รองรับติมาณต์การใช้บรรจุภัณฑ์เติบโตในอาเซียน

## 20 Safety

ทุกคนคือแบบอย่างด้านความปลอดภัย

## 22 Inspiring Innovation

HAPTIC VR GLOVES ถุงมือสัมผัสโลก METAVERSE

## 24 Digital Planet

VIRTUAL INFLUENCER มนุษย์เสมือนจริงผู้มีอิทธิพลบนโลกออนไลน์

## 26 Lift Up Your Voice

ศรีนานาพร มาร์เก็ตติ้ง อาณาจักรขนม  
ที่ตอบโจทย์ผู้บริโภค และดูแลโลกไปด้วยกัน

## 29 Relax & Have Fun

ตอบคำถามสนุก ๆ ลุ้นรับของรางวัล

## 30 Your Answers

ออกสตาร์ท ให้สมาร์ท ปี 2022 ต้องคิดเร็ว  
ทำเร็วอย่างเป็นระบบ

## 32 Alive

ห้องสมุดยุคใหม่ บอกเลย...มันดี๊ดีมาก

## 34 Today for Tomorrow

งานแสดงสินค้ารูปแบบใหม่  
ใช้วัสดุที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม

## 36 Your Healthy Hub

10 ทริค พลิกมุมมอง ให้ชีวิต...แฮปปี้

## 38 WJ Walk

ปรับให้ไว พร้อมรับมือทุกการเปลี่ยนแปลง

## 41 a LOT of Ideas

ชวนทำก้อนน้ำแข็งจากดอกไม้กินได้

## 42 Spark Your Passion

PASSION เต็มกำลัง ลงมือทำแบบอันลิมิต

## 44 Unbounded Way

เริ่มต้นทุกวันด้วย PASSION



## New Year, the Next Aspiration

นอกจากการเริ่มต้นปีใหม่จะเป็นช่วงเวลาแห่งการเฉลิมฉลองและส่งความสุขให้แก่กันและกันแล้ว หลาย ๆ คนยังใช้โอกาสนี้เริ่มต้นวางแผนชีวิตให้กับตัวเอง ทั้งการวางเป้าหมายเพื่อลองลงมือทำสิ่งใหม่ ๆ ไปจนถึงการตั้งใจปรับเปลี่ยนตัวเอง เพื่อให้ไปถึงเป้าหมายที่ต้องการ

หลาย ๆ คนมักจะตั้งเป้าหมายในการเปลี่ยนตัวเองจากเดิมที่ดีอยู่แล้วให้ดีขึ้นกว่าเดิม เริ่มต้นเรียนรู้สิ่งใหม่ ๆ ที่น่าตื่นเต้นและท้าทาย เดิมสีสันให้ชีวิตเราได้ก้าวไปเจอกับประสบการณ์ใหม่ เปิดโลกใหม่ให้กว้างขึ้นกว่าเดิม

ยิ่งไปกว่านั้น การแสดงออกถึงความตั้งใจและความทุ่มเทอย่างเต็มที่ไม่ว่าจะลงมือทำเรื่องใด ๆ ก็ตาม ยังเป็นการส่งต่อแนวคิดและพลังบวกที่ดีให้กับครอบครัว ซึ่งจะช่วยเหลือกลมให้เกิดขึ้นเป็นสังคมที่น่าอยู่ ผู้คนพร้อมที่จะดูแลใส่ใจกัน และผลักดันให้เกิดการเปลี่ยนแปลงไปในทางที่ดีขึ้นอย่างไม่มีที่สิ้นสุด

a LOT ก็เช่นเดียวกันค่ะ ฉบับนี้เราตั้งใจนำเสนอเนื้อหาสาระดี ๆ และพิเศษสุดให้กับผู้อ่านทุกท่าน เริ่มต้นด้วยคอลัมน์ The Big Idea ฉบับนี้ เรามีวิธีการพลิกโฉมตัวเองแบบง่าย ๆ ให้ได้อ่านและนำไปปรับใช้กัน และคอลัมน์ Unbounded Way ที่มาพร้อมกับประสบการณ์ดี ๆ จากเพื่อนพนักงานที่เริ่มต้นทำงานด้วยใจรัก เปิดใจและพร้อมก้าวไปสู่การเปลี่ยนแปลงใหม่ ๆ อยู่เสมอ

ปีใหม่นี้ขอส่งความสุขผ่านการคิดสรรเรื่องราวดี ๆ มาแนะนำให้อ่านกัน เชื่อว่าการแบ่งปันประสบการณ์ที่ดีจากคอลัมน์ต่าง ๆ จะทำให้ทุกคนมีความสุขเช่นกัน เราสัญญาว่าจะแนะนำเนื้อหาเรื่องราวดี ๆ เพื่อส่งต่อพลังบวกแบบนี้ให้ทุกคนตลอดปีและตลอดไปนะคะ

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

The beginning of the new year provides an occasion for celebrations and greetings. To many people, it also marks a good time to plan their life, set new goals, try new things, or change themselves.

Several people have made it a New Year resolution to improve themselves, learn new exciting things, and take up challenges so as to color up their life, enrich their experience, and expand their horizons.

The show of determination or dedication to fulfill the New Year resolutions is also a way to spread positive energy around. Society will become more pleasant to live in. People will be more caring towards one another. Efforts to make better changes then will continue endlessly.

a LOT is determined to serve good and exclusive content to readers. In this volume, The Big Idea shares easy tips about how to create a new you while Unbounded Way offers insight into employees' experience. Loving their job, they are open-minded and ready to embrace changes.

Let's send happiness your way with inspiring stories and great columns. A good read will make you happy. We promise to feature more of wonderful content for you to receive positive energy throughout 2022 and all years to come.

เจ้าของ: บมจ.เอสซีซี แพคเกจจิ้ง สำนักงานใหญ่ เลขที่ 1 ถนนปูนซิเมนต์ไทย บางซื่อ กรุงเทพฯ 10800 E-mail: scgpackaging@scg.com Homepage: www.scgpackaging.com  
จัดทำโดย: Brand Management Office ที่ปรึกษา: โอบบูนุญ แยมศิริกุล บรรณาธิการบริหาร: ปอแก้ว ทิพยมณฑล รองบรรณาธิการบริหาร: กมลรัตน์ จรรย์วานิชย์ กองบรรณาธิการ: สุวรรณี เตชอมรอนกิจ พิมพ์มาดา บริพณีย์ ณัฐยา นัยประยูร วัชรพล ลักชีพิณศกุล ปานใจ เลิศเด่นธรรม มัสลิน สิ้นสวาท ออรวรรณ ตังคนารักษ์กุล นพวรรณ เภาสุวรรณกุล ผู้สดี แสงศิริฉาย รณิดา ปาณันณพ

ออกแบบโดย: ฝ่าย The Creatia บริษัทอมรินทร์พริ้นติ้งแอนด์พับลิชชิ่ง จำกัด (มหาชน)  
พิมพ์ที่: สายงานโรงพิมพ์และบรรจุภัณฑ์ บริษัทอมรินทร์พริ้นติ้งแอนด์พับลิชชิ่ง จำกัด (มหาชน)  
376 ถนนชัยพฤกษ์ เขตตลิ่งชัน กรุงเทพฯ 10170 โทรศัพท์: 0-2422-9000  
โทรสาร: 0-2433-2742 เว็บไซต์: www.amarin.co.th

Owner: SCG Packaging PLC, No. 1 Siam Cement Rd., Bangsue, Bangkok 10800, Thailand  
E-mail: scgpackaging@scg.com Homepage: www.scgpackaging.com Production  
Coordinator: Brand Management Office Advisor: Aobboon Yamsirikul Editor-in-chief:  
Porkaew Tippayamontol Assistant Managing Editor: Kamonrat Chanyavanich  
Editorial Staff: Suwannee Taecha-Amorntanaj, Pimmada Boripon, Natthaya  
Naiprayoon, Wajchalapon Lukkepinikun, Panjai Lertdentam, Muslin Sinsawat, Orawan  
Tangkanarakkul, Noppawan Ngaosuwanukul, Phusadee Saengsirichai, Ranida Panannop

Design: The Creatia, Amarin Printing and Publishing Public Co., Ltd. Printed by  
Printing and Packaging Division, Amarin Printing and Publishing Public Co., Ltd.  
376 Chaiyaphruk Rd., Taling Chan, Bangkok 10170 Tel: +66-2422-9000  
Fax: +66-2433-2742 Website: www.amarin.co.th



## SCGP มุ่งมั่นพัฒนาธุรกิจ เสริมแกร่งตลาดทุนไทย การันตีด้วย 2 รางวัลโดดเด่น ใน SET Awards 2021

SCGP Shows Commitment to Business and Sustainability Excellence,  
Guaranteeing by Winning 2 SET Awards 2021

SCGP ได้รับรางวัล SET Awards 2021 รางวัลเกียรติยศแห่งความสำเร็จของตลาดทุนไทยในกลุ่มรางวัล Business Excellence ประเภท Best Deal of the Year Awards ที่มีความยอดเยี่ยมและโดดเด่นในการเสนอขายหุ้นต่อประชาชนเป็นครั้งแรก (IPO) ด้วยมูลค่าเสนอขายสูงกว่า 3,000 ล้านบาท และกลุ่มรางวัล Sustainability Excellence ประเภท Rising Star Sustainability Awards ซึ่งเป็นบริษัทจดทะเบียนฯ มูลค่าหลักทรัพย์ตามราคาตลาดสูงกว่า 100,000 ล้านบาท ที่มีการดำเนินธุรกิจตามแนวทางการพัฒนาอย่างยั่งยืน มีการกำกับดูแลกิจการที่ดี คำนึงถึงผู้มีส่วนได้เสีย พร้อมเติบโตด้านเศรษฐกิจ ควบคู่ไปกับการพัฒนาสังคมและสิ่งแวดล้อมอย่างสมดุล

2 รางวัลแห่งความภาคภูมิใจนี้สะท้อนถึงความมุ่งมั่นและทุ่มเทของ SCGP ในการมีส่วนร่วมช่วยยกระดับมาตรฐานและสร้างการเติบโตของเศรษฐกิจและสังคมให้กับประเทศได้อย่างยั่งยืนในระยะยาว จนเป็นที่ยอมรับจากนักลงทุนไทย

SCGP has proudly won two SET Awards 2021. From Business Excellence category, the Company has received the Best Deal of the Year Awards for its impressive initial public offering that successfully raised more than 3 billion baht. In the Sustainability Excellence category, SCGP has bagged Rising Star Sustainability Award for being a listed company with over 100 billion baht in market capitalization that has conducted its business operations based on the principle of sustainable development, corporate governance, a focus on stakeholders, and balanced economic, social, and environmental promotion.

These two accolades underline SCGP's long-term commitment and contribution to Thailand's sustainable economic and social development, which has made the Company well-recognized among Thai investors.

## SCGP กว่า 4 รางวัลการออกแบบสินค้ายอดเยี่ยม

### GOOD DESIGN AWARD 2021 (G-Mark) และ DESIGN EXCELLENCE AWARD 2021 (DEmark)

#### SCGP BAGS 1 GOOD DESIGN AWARD 2021 (G-Mark) AND 3 DESIGN EXCELLENCE AWARDS 2021 (DEmark)



หน้ากาก CURE AIR SURE ผลงานจากความร่วมมือของนักวิจัยจากจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ที่ออกแบบร่วมกับ Inspired Solutions Studio โดยนักออกแบบ คุณรัชพล พริ้งประยูร บริษัทกลุ่มสยามบรรจุภัณฑ์ จำกัด และผลิตโดย Conimex Co., Ltd. ใน SCGP ได้รับรางวัลการออกแบบถึง 2 รางวัล ได้แก่

- **Good Design Award 2021 (G-Mark)**  
ประเภท Accessories and personal items for professional use จาก Japan Institute of Design Promotion ประเทศญี่ปุ่น
  - **Design Excellence Award 2021 (DEmark)**  
ประเภทกลุ่มสินค้าอุตสาหกรรมและดิจิทัล
- CURE AIR SURE mask, jointly developed by Chulalongkorn University's researchers, Mr. Ratchapon Pringprayoon of Inspired Solutions Studio via Thai Containers Group Co., Ltd. as well as Conimex Co., Ltd. in SCGP, won two design awards, namely:
- **Good Design Award 2021 (G-Mark)**  
Accessories and personal items for professional use category, awarded by Japan's Japan Institute of Design Promotion (JDP);
  - **Design Excellence Award 2021 (DEmark)**  
Industrial & Digital Product Category.



### Design Excellence Award (DEmark)

#### ประเภทกลุ่มผลงานออกแบบบรรจุภัณฑ์ Packaging Design Category



**กล่องส้มมั่งมี**  
โดย คุณธนพร วรवास และคุณอรปวีณ์ บวรพัฒน์ไพศาล บริษัทกลุ่มสยามบรรจุภัณฑ์ จำกัด

**Wealthy Orange Box**  
By Ms. Thanaporn Worawas and Ms. Onpawee Bavonpattanapaisarn  
Thai Containers Group Co., Ltd.



**โคโคบัคเก็ต**  
โดย คุณณฤทัย ปิยะวัฒน์กุล บริษัทกลุ่มสยามบรรจุภัณฑ์ จำกัด

**CocoBucket**  
By Ms. Naruetai Piyawatkul  
Thai Containers Group Co., Ltd.

นับเป็นอีกหนึ่งความภาคภูมิใจของ SCGP และเป็นเครื่องหมายการันตีสินค้าถึงคุณภาพและการออกแบบ ที่ช่วยเสริมสร้างความมั่นใจให้กับผู้บริโภคทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติได้อย่างยอดเยี่ยม

These awards are not only the pride of SCGP but also the guarantee of its product & design quality. With these awards in SCGP hands, Thai and foreign consumers can have full confidence in SCGP. 🍊

#### Good Design Award (G-Mark)

เป็นหนึ่งใน Top 4 ของรางวัลการออกแบบระดับโลก ซึ่งตัดสินโดยผู้เชี่ยวชาญของสถาบันส่งเสริมการออกแบบแห่งประเทศไทย (JDP) โดยมีการจัดการประกวดต่อเนื่องนานเกือบ 60 ปี

#### Design Excellence Award (DEmark)

รางวัลการออกแบบจากกรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ กระทรวงพาณิชย์ ซึ่งได้รับการสนับสนุนจากองค์การส่งเสริมการค้าต่างประเทศของญี่ปุ่น (JETRO) และสถาบันส่งเสริมการออกแบบแห่งประเทศไทย (JDP) ร่วมเป็นคณะกรรมการตัดสิน

#### Good Design Award (G-Mark)

Good Design Award is one of Top 4 world's design awards organized by Japan Institute of Design Promotion (JDP) for nearly 60 consecutive years.

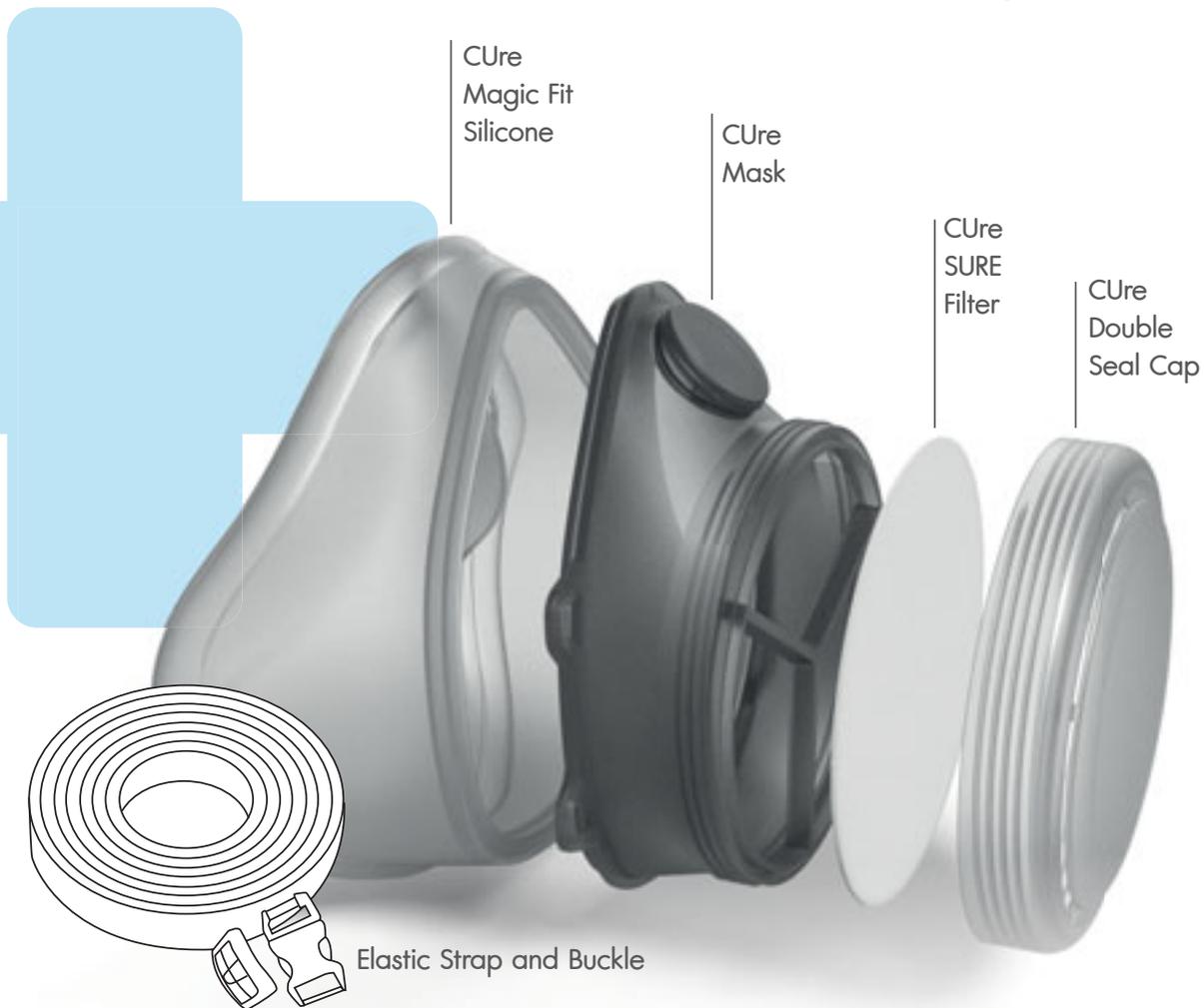
#### Design Excellence Award (DEmark)

Thailand's Department of International Trade Promotion has conferred DEmark awards with support from the Japan External Trade Organization (JETRO) and Japan Institute of Design Promotion (JDP).

# cUre

## AIR SURE

หน้ากากป้องกันแบคทีเรียได้ 99% มั่นใจได้ ปลอดภัยชัวร์  
Respirator with 99% Bacteria Filtration Efficiency  
to Give You Full Confidence & Safety



CURE AIR SURE คือหน้ากาก Respirator แบบครอบครึ่งหน้าที่มีประสิทธิภาพสูงในการป้องกันเชื้อโรค โดยเป็นผลงานการพัฒนานักวิจัยจากจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ร่วมออกแบบและผลิตโดย Inspired Solutions Studio และ Conimex Co., Ltd. ใน SCGP เพื่อช่วยอำนวยความสะดวกและความปลอดภัยในการปฏิบัติงานของบุคลากรสาธารณสุข ซึ่งเป็นกลุ่มที่มีความเสี่ยงสูงในการดูแลผู้ป่วยโควิด 19

**CUre AIR SURE is a half-face respirator with high efficiency in blocking out pathogens. Developed by Chulalongkorn University's researchers with joint design and production by SCGP's Inspired Solutions Studio and Conimex Co., Ltd., this invention promises to deliver convenience and safety to medical workers who have been treating COVID-19 patients.**



 DEmark	 GOOD DESIGN	<b>THAILAND-JAPAN: DESIGN AWARD PARTNERSHIP</b>
---	--	---

### CUre AIR SURE ใช้อย่างไร?

- ป้องกันอนุภาคขนาดเล็กและแบคทีเรียสูงถึง 99%
- ผ่านเกณฑ์หน้ากากอนามัยชั้นที่หนึ่งตามมาตรฐาน Medical Face Mask ASTM F2100 นำมาล้างเพื่อนำกลับมาใช้ซ้ำได้
- ฟิลเตอร์ผลิตแบบ Melt Blown มีประสิทธิภาพสูง ทำให้มีคุณสมบัติกรองอนุภาคขนาดเล็ก ทั้งกายภาพและไฟฟ้าสถิต
- ออกแบบพิเศษสวมใส่สบาย เข้ากับโครงหน้าชาวไทยและเอเชียโดยเฉพาะ (ทดสอบตาม OSHA 29 CFR 1910.134 ผลแต่ละบุคคลอาจแตกต่างกันได้ ขึ้นอยู่กับลักษณะใบหน้า)
- ดีไซน์สวยงามทันสมัย ช่วยป้องกันเชื้อโรคได้อย่างมั่นใจและปลอดภัย

### Benefits of CUre AIR SURE

- It filters out 99% of small particles and bacteria;
- It meets the standard of Medical Face Mask ASTM F2100 Level 1 and is washable & reusable;
- Its filter is manufactured through melt blown technique, thus boasting high efficiency in filtering small particles with the help of both physical and electrostatic properties;
- It offers comfortable wear. It is designed to fit the facial shapes of Thais and Asians (Tests were done based on OSHA 29 CFR 1910.134. However, results may vary among users); and
- Boasting a modern and nice design, it offers its users not just confidence but also safety. 

### การันตีด้วย 2 รางวัลคุณภาพด้านนวัตกรรม ออกแบบ ได้แก่

1. รางวัล Good Design Award 2021 (G-Mark) ประเภท Accessories and personal items for professional use จาก Japan Institute of Design Promotion ประเทศญี่ปุ่น
2. รางวัล Design Excellence Award (DEmark) ประเภท กลุ่มสินค้าอุตสาหกรรมและดิจิทัล จากกรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ กระทรวงพาณิชย์

### Its design quality is guaranteed by two innovative-design awards, namely:

1. Good Design Award 2021 (G-Mark) in Accessories and personal items for professional use category from Japan Institute of Design Promotion, Japan; and
2. Design Excellence Award (DEmark) in industrial and digital product category from the Department of International Trade Promotion, the Ministry of Commerce, Thailand.

ผู้สนใจสอบถามเพิ่มเติมได้ที่ CUre  
 โทร. 09-8790-9788 หรือเว็บไซต์ [cureenterprise.co.th](http://cureenterprise.co.th)  
 For more information on CUre,  
 call 09-8790-9788 or browse to [cureenterprise.co.th](http://cureenterprise.co.th).



## MAGICAL FOREST

### Happy Meal ลุกใหม่ บรรจุน้ำอาหารพร้อมจินตนาการ

#### New Look of Happy Meal: Full of Imagination

เมื่อพูดถึงชุด Happy Meal ที่เรารู้จักกันดี เราจะนึกถึงภาพกล่องกระดาษสีแดง ภายในบรรจุอาหารและของเล่นพลาสติกสีสันสดใส พร้อมเครื่องดื่มน้ำอีกหนึ่งแก้ว กล่องแห่งความสุขสำหรับเด็ก ๆ ที่จะได้ดื่มออร์่อยกับเมนูโปรด และได้ของเล่นที่มีจำนวนจำกัด ชุด Happy Meal ไม่เพียงเป็นตัวแทนแห่งความสุข แต่ยังเป็นสัญลักษณ์แห่งการเติบโตของคนรุ่นใหม่ ที่ปลูกแรงบันดาลใจในการออกแบบชุด Happy Meal ให้อัดแน่นด้วยเมนูโปรดและจินตนาการที่ไม่รู้จบ

At the mention of Happy Meal, a red paper box containing food and colorful plastic toys pops up in the mind of many. It usually comes to kids' hands with a cup of beverages too. To kids, this box offers happiness in the form of favorite snacks and limited-edition toys. The new generation is really growing up with Happy Meal.



หนึ่งในความตั้งใจของการพัฒนาผลิตภัณฑ์ของแมคโดนัลด์ที่เป็นแบรนด์ฟาสต์ฟู้ดระดับโลกคือ การเปลี่ยนมาใช้บรรจุภัณฑ์ที่สามารถรีไซเคิลได้ เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม ซึ่งนี่คือโจทย์ล่าสุดของการออกแบบชุด Happy Meal บนพื้นฐานของความยั่งยืน ลดการใช้พลาสติก ไม่ใช้วัสดุสิ้นเปลือง และต้องใช้งานได้ดีไม่แพ้ก่องรูปแบบเดิม และถ้าจะให้ดียิ่งขึ้นสามารถเป็นสื่อกลางให้เด็กได้เรียนรู้เรื่องสิ่งแวดล้อมอีกทางหนึ่งด้วย

ชุด Happy Meal โฉมใหม่ ออกแบบภายใต้คอนเซปต์ Magical Forest ซึ่งเป็นดินแดนแห่งมนตร์สะกดของบรรดาพรรณไม้และดอกไม้นานาชนิด สีสันโดยรวมเน้นความสดใสหลากหลาย ช่วยให้เด็ก ๆ จินตนาการถึงความงดงามและความเป็นเอกลักษณ์ของธรรมชาติ ป่าไม้ ต้นไม้ และพรรณพืช ซึ่งทั้งหมดนี้ถูกนำเสนอผ่านภาพประกอบอย่างสวยงาม และใช้ AR มาเสริมให้เรื่องราวที่วาดไว้บนกล่องโลดแล่นมีชีวิตชีวา

ในแง่ฟังก์ชัน ชุด Happy Meal นี้ ออกแบบมาให้ใส่อาหาร เครื่องดื่ม และของเล่นทั้งหมดได้พอดีในกล่องเดียว เพื่อลดการใช้วัสดุ ใช้การพิมพ์ลงบนกระดาษแผ่นเดียวประกอบขึ้นรูปโดยไม่ใช้กาว ด้วยเทคนิคแบบโอริกามิ หรือการพับกระดาษสไตล์ญี่ปุ่น ทำให้กล่องอาหารสามารถเปลี่ยนเป็นฉากหลังของของเล่นได้อีกต่อ ของเล่นพลาสติกที่เคยแถมมาในกล่องก็เปลี่ยนเป็นต้นไม้ และโมเดลกระดาษรูปสัตว์ต่าง ๆ เป็นของเล่นเสริมจินตนาการให้สนุกยิ่งขึ้น

แม้ว่าชุด Happy Meal ใหม่นี้จะไม่ใช้ภาวก่องอาหาร สีแดงพร้อมเครื่องดื่มเหมือนเดิม แต่ยังคงบรรจุความอร่อย ความสุข และจินตนาการเอาไว้เช่นเดิม พิเศษยิ่งขึ้นด้วยการบรรจุความรู้เรื่องธรรมชาติให้กับเด็ก ๆ ทุกครั้งที่เราหยิบยื่นชุด Happy Meal ให้ใคร ก็เหมือนเราได้เริ่มต้นส่งต่อปณิธานแห่งความยั่งยืนต่อไปไม่รู้จบ



McDonald's, an international fast-food brand, has lately decided to ensure its Happy Meal set resonates with its green concept. To become more environmentally friendly, the brand seeks to ensure its Happy Meal packaging uses less plastic, avoids single-use materials, and is as functional as its previous versions. McDonald's also hopes to communicate about environmental care with kids.

Happy Meal box in Magical Forest theme, as a result, materializes. Featuring beautiful flowers and plants, it definitely spurs kids' imagination and love for the beauty of nature, jungle, and plants. AR technology is also integrated to bring graphics on the packaging to life.

On functionality, this packaging impressively holds food, drink, and toys. Not only that it requires fewer resources, but it also smartly deploys origami techniques. No glue is used. When the packaging is unfolded, it becomes a nice background for animal/plant-shaped toys. Kids will definitely have more fun with such packaging.

Although Happy Meal no longer comes to the market in its signature red color, it presents deliciousness, happiness, and joyful imagination just like before. Better still, it now effectively communicates about the nature and promises to inspire kids to pursue sustainability now and forever. 

ที่มาของข้อมูล / Sources:  
[www.creativebloq.com](http://www.creativebloq.com)  
[www.packagingoftheworld.com](http://www.packagingoftheworld.com)





# New Year, the Next Aspiration

## ต้อนรับศักราช สู่การเริ่มต้นสิ่งใหม่

สิ่งหนึ่งในโลกใบนี้ที่ไม่เคยหยุดทำงานเลยคือ “เวลา” ตัวแปรสำคัญที่ทำให้เราพบเจอเรื่องราวหรือสิ่งใหม่ ๆ อยู่เสมอ “เวลา” พาให้เราเข้าสู่ศักราชใหม่ พร้อมกับโอกาสในการเริ่มต้น พบกับความท้าทายใหม่ บนโลกที่เปลี่ยนไปตลอดเวลา

As time never stops, it brings us to various new things in life. Now, time will usher us towards the new year for our new beginning and challenges in this forever-changing world.



### ปรับตัวเองใหม่ ปณิธานปีใหม่ที่ไม่มีวันเก่า

ทุกครั้งที่ต้องเปลี่ยนปฏิทินใหม่ หลายคนจะตั้งใจปรับตัวเองเป็นคนใหม่ไปพร้อมกัน เพราะปีใหม่คือสัญลักษณ์แห่งการเริ่มต้น การมองไปข้างหน้า และการตัดขาดจากสิ่งที่ไม่ดีในปีก่อน นี่จึงเป็นจุดเริ่มต้นสู่การทำสิ่งดี ๆ ให้กับตัวเองก่อนจะส่งต่อไปสู่คนรอบข้าง ซึ่งโดยปกติเรามักจะตั้งเป้าหมายจากไอเดียใหญ่ ๆ 3 ด้านคือ

**พลิกโฉมสดใส** ปรับเปลี่ยนตัวเองเป็นคนใหม่ เริ่มได้ตั้งแต่การปรับลุคให้มีความมั่นใจยิ่งขึ้น เป็นตัวเองในแบบที่สดใสกว่าเดิม หรือการเปลี่ยนกิจวัตรประจำวัน วิธีคิด หรือพฤติกรรมใหม่ เพื่อเปิดรับพลังบวกจากรอบตัว และสร้างเกราะที่แข็งแกร่งขึ้นมาป้องกันจิตใจ

**สร้างสรรค์สิ่งใหม่** ไม่หยุดพัฒนาตัวเอง ด้วยการตั้งเป้าหมายที่ท้าทาย แต่ไม่ไกลเกินเอื้อม เช่น การเรียนรู้สิ่งใหม่ๆ การลงมือทำในสิ่งที่ไม่เคยลองมาก่อน เคล็ดลับในการตั้งเป้าหมายอยู่ที่การเลือกสิ่งที่คุณใจให้อยากทำตาม หรือการจินตนาการภาพตัวเองในอนาคตว่าอยากเป็นแบบไหน แล้วตั้งเป้าก้าวไปในทิศทางนั้น

**ใส่ใจตัวเองและคนรอบข้าง** ในแต่ละปีที่ผ่านมา เราอาจหลงลืมหรือละเลยอะไรไประหว่างทาง การเริ่มต้นปีใหม่จึงเป็นโอกาสที่เราจะหันมาทบทวนและใส่ใจกับสิ่งต่างๆ มากขึ้น บางคนอาจจะทำงานจนลืมนดูแลสุขภาพ บางคนอาจจะไม่มีเวลาให้ครอบครัว ลองใช้โอกาสนี้เริ่มต้นใหม่ ปล่อยๆ ยังสามารถแบ่งปันความใส่ใจให้กับสังคมรอบข้างก็ยังได้

เมื่อกำหนดเป้าหมายแล้วก็ถึงเวลาที่เรต้องทำให้ได้ เทคนิคอยู่ที่การโฟกัสที่ขั้นตอนการไปสู่เป้าหมาย แทนที่การมองภาพความสำเร็จที่ปลายทาง เราอาจเริ่มจากวางแผนว่าจะทำอย่างไรให้บรรลุผล วางขั้นตอน ศึกษาหาวิธีทำ แล้วค่อยๆ ทำตามทีละขั้น เมื่อทำสำเร็จทีละขั้นก็ให้รางวัลตัวเองสักนิด เพื่อให้ใจฟิตพร้อมพิชิตเป้าหมายต่อไป เพียงเท่านั้นเป้าหมายที่ท้าทายก็จะกลายเป็นเรื่องง่าย เพราะเราหมั่นเติมพลัง เพิ่มแรงเพื่อเร่งไปสู่เส้นชัยในที่สุด



## ไม่ยึดติดแนวคิดเก่า ก้าวสู่เป้าหมายใหม่

ชีวิตและการทำงานเป็นของคู่กัน อย่างเราๆ ยังต้องตั้งเป้าหมายไปสู่การเปลี่ยนแปลงตัวเอง ธุรกิจก็ต้องตั้งโจทย์ใหม่ และวางเป้าหมายที่ท้าทายขึ้นทุกปีเช่นกัน โดยเฉพาะองค์กรใหญ่จะต้องรีเฟรชตัวเองให้เป็นแบรนด์ที่สดใหม่ ใส่ใจและรู้ใจผู้บริโภคอยู่ตลอดเวลา

เมื่อความต้องการของผู้บริโภคมีความหลากหลายมากขึ้น คำถามที่ว่า เราจะตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้อย่างไร คือคำถามที่สำคัญมากสำหรับการตั้งเป้าหมาย เมื่อเราตั้งใจจะนำเสนอสิ่งใหม่ๆ ก้าวแต่ละก้าวที่ธุรกิจจะเดินไปจะต้องทำเพื่อพิชิตเป้าหมายนี้ ทำได้หลายวิธี เช่น การปรับปรุงธุรกิจเดิม การปรับเปลี่ยนภายในองค์กร ลองก้าวใหม่บนเส้นทางที่เราไม่เคยไป เพื่อที่จะก้าวไกลสู่เป้าหมายระยะยาว นั่นคือการชนะใจลูกค้า

เส้นทางสู่เป้าหมายนั้นไม่่ง่าย ยังมีความท้าทายต่างๆ เข้ามาร่วมทางกับเราเสมอ ทั้งสถานการณ์ความไม่แน่นอนทางสังคมและเศรษฐกิจ เราจึงต้องอาศัยความร่วมมือและใจที่ไม่ยอมแพ้ของทุกคนในองค์กร มาช่วยกันผลักดันก้าวต่อไปของบริษัท ให้ประสบความสำเร็จ การทำงานให้บรรลุเป้าก็อาจเป็นปณิธานปีใหม่ของใครหลายคน หรือความตั้งใจพัฒนาศักยภาพของตัวเองก็อาจเป็นก้าวหนึ่งของการนำพาองค์กรไปสู่เป้าหมายได้เช่นกัน

“ปีใหม่ = ความท้าทายใหม่” ไม่ว่าจะเป็เป้าหมายในการใช้ชีวิต หรือเส้นทางของธุรกิจก็ต้องเจอความท้าทาย เราต้องเตรียมพร้อมทั้งกายและใจ เตรียมร่างกายให้แข็งแรง เสริมพลังใจให้แข็งแกร่ง แล้วยึดปณิธานเอาไว้ให้มั่น เราจะก้าวสู่เส้นชัยไปด้วยกัน



## NEW YOU WITH NEW YEAR RESOLUTION

Whenever we get ourselves a new calendar, many of us intend to create a new us. To mark the new year, we love to look ahead and say goodbye to bad old things. Most New Year resolutions embrace three main themes as follows:

**Become Cheerful:** New Year offers a great time to enhance confidence and look. It will be great to change daily routines, behaviors, and thinking approaches for positive impacts. Let's become more cheerful and emotionally stable.

**Try New Things:** Set an ambitious goal like learning new things or trying something you have never done before. Picture in your head what you want yourself to be in the future and head towards that direction.

**Pay Caring Attention to Ourselves and Our Beloved:** During the past year, you might have been too busy to think clearly. So, when the New Year arrives, it offers a perfect time for you to reflect on your life. Check if you have ignored your health or family. Be more caring and attentive in the new year.

Pursue your goal in the coming year, with clear steps planned and laid down. Reward yourself along the way so you have enough energy to go for it!



## SET NEW GOAL, EXPLORE NEW PATH

Just like people, businesses also need to change for the better. Every year, they set a new goal and refresh themselves, regain customer insight, and pay attention to their target groups.

In the face of consumers' various needs, an enterprise must focus on how best to respond to those needs and set relevant goals. There are many ways to achieve the goals. Among them are improving existing businesses, making internal changes, and exploring new opportunities. A long-term goal should be winning the hearts of customers.

Several challenges such as volatile economic and social changes will stand in the way as we try to pursue our goals. The pursuit, therefore, will take cooperation and determination of all employees. When you set self-development as a New Year goal, you, for example, are making a contribution to your company too.

"New Year = New Challenge." It's time to get ourselves ready, with a firm resolution, as life and business will take us to a new challenge. Be resolute! Let's head towards a victory together! **P**





## สมภพ วิกย์วรสกุล

### ความสำเร็จเริ่มต้นจากการลงมือทำ

**MR. SOMPOB WITWORRASAKUL**  
**SUCCESS STARTS WITH DOING**

หลายคนมักใช้ช่วงปีใหม่เป็นจุดเริ่มต้นในการปรับเปลี่ยนตัวเอง ไม่ว่าจะเป็นพฤติกรรม การใช้ชีวิต แนวคิดในการทำงาน เพื่อพัฒนาตัวเอง P-DNA ฉบับนี้ จึงขอใช้โอกาสนี้ชักชวนพี่ต๋อ - สมภพ วิกย์วรสกุล Chief Regional Officer, SCGP และ General Director - Vina Kraft Paper Company Limited ประเทศเวียดนาม มาบอกเล่าประสบการณ์จากการทำงานที่เต็มไปด้วยความคิดสร้างสรรค์ รวมถึงแนวคิดและแง่มุมมอง ๆ เพื่อจุดประกายความคิดให้ใครหลายคนในโมเมนต์แห่งการเริ่มต้นปีใหม่นี้

When New Year approaches, people usually come up with new resolutions to change their behaviors, living, and working for the better. Mr. Sompob Witworrasakul, Chief Regional Officer, SCGP and General Director - Vina Kraft Paper Company Limited, is therefore here with us today to share his motivational experiences and ideas that promise to inspire great New Year's resolutions.

## วิศวกรผู้เก็บเกี่ยวประสบการณ์อันหลากหลาย

ย้อนไปเมื่อ 30 ปีที่แล้ว พี่ต๊อเริ่มงานกับ SCGP ด้วยบทบาทวิศวกรที่บริษัทสยามคราฟท์อุตสาหกรรม จำกัด โรงงานบ้านโป่ง โดยหมุนเวียนเปลี่ยนงานในด้านการผลิตมาแล้วแทบทุกส่วน

“พี่เข้ามาเป็นวิศวกรอยู่ในงานผลิต ส่งเสริมการผลิต รวมไปถึงงานซ่อมบำรุง ช่วงนั้นบริษัท ขยายตัว มีงานต่าง ๆ ให้ลองทำค่อนข้างเยอะ ได้โยกย้ายไปตามส่วนต่าง ๆ ทั้งโรงงานบ้านโป่งและวังศาลา เวลาพี่ ๆ มาถามว่าลองไหม พี่ลองทำหมด เลยได้ทักษะค่อนข้างหลากหลาย และกลายเป็นคลังความรู้ที่เราเก็บสะสมเอาไว้

“หลังจากนั้นก็ได้ทุนไปเรียนต่อด้านเยื่อและกระดาษที่สหรัฐอเมริกา เป็นช่วงที่เราได้เห็นโลกมากขึ้น ได้เรียนรู้เทคโนโลยี ได้ใช้ภาษาอังกฤษ พอกลับเมืองไทยก็ถูกส่งไปประจำที่ประเทศฟิลิปปินส์ 3 ปี ก็กลับมาไทย มาอยู่ที่ส่วนงานวิศวกรรม ซึ่งเป็นช่วงจังหวะชีวิตที่นานที่สุด ถือเป็นข้อดีที่ทำให้เราได้เห็นภาพธุรกิจของ SCGP ทั้งหมด จนกระทั่งปัจจุบันย้ายไปประจำที่เวียดนาม ซึ่งเป็นงานที่ต้องดูทั้งหมด รวมถึงงานการตลาด และการขายด้วย นับว่าท้าทายทีเดียว”

## ตอบใจย่ลู่ค่าด้วยการทำงานแบบ Dynamic

บทบาทใหม่ดูเหมือนจะเป็นเรื่องท้าทาย เมื่อคนทำงานสายวิศวกรรมต้องเพิ่มทักษะเรื่องการให้บริการลูกค้ามากขึ้น เพื่อให้เข้าใจและตอบใจย่ลู่ค่าหรือผู้บริโภค แต่สำหรับพี่ต๊อ ประสบการณ์จากเส้นทางที่ผ่านมาช่วยให้เขามีมุมมองที่น่าสนใจและใช้ประโยชน์ได้ไม่รู้จัก

“ทักษะและความเชี่ยวชาญในโรงงาน เราทำมาครบหมด ส่วนเรื่องความเข้าใจและใส่ใจลูกค้าก็ฝึกจากงานภายในบริษัทที่ผ่านมา เพราะไม่ว่าจะเป็นงานวิศวกรที่ทำงานแก้ปัญหาเฉพาะหน้า หรืองานวิศวกรรมที่สร้างสรรค์สิ่งใหม่ ๆ อยู่ตลอด พี่มองว่าทุกหน่วยงานที่เราทำงานด้วยคือลูกค้า เป็นการฝึกให้เรารับมือกับลูกค้าในเรื่องการให้บริการได้เป็นอย่างดี เพราะเขาจะสะท้อนกลับอย่างตรงไปตรงมา บางครั้งลูกค้าภายในโหดกว่าลูกค้าภายนอกอีก แต่ก็ทำให้เราได้ feedback ที่ดีมาก เพราะว่าเขารู้สึกว่า

“อีกเรื่องหนึ่งที่พี่ได้เรียนรู้จากลูกค้าภายในคือ ความ dynamic เพราะเขาต้องการความก้าวหน้า ถ้าเรามีนวัตกรรมสินค้าและบริการที่ดี เพิ่มมูลค่าสินค้าตอบใจย่ลู่เขาได้ เขาก็พร้อมจะรับ เป็นพาร์ทเนอร์ที่โตไปด้วยกัน คือสิ่งที่เกิดขึ้นจริงจากลูกค้าภายในเอาไปปรับใช้กับลูกค้าภายนอกได้”

## “ลองดู” จุดเริ่มต้นของความสำเรีจ

ปัจจุบันลูกค้าต้องการสิ่งใหม่ ๆ อยู่เสมอ การคิดค้นอย่างสร้างสรรค์จึงเป็นสิ่งที่ยืดหยุ่น SCGP สำหรับผู้บริหารอย่างพี่ต๊อ ในวันนี้อาจไม่ได้ลงมือทำเองทุกขั้นตอน แต่ยังคงนำทีมให้เดินหน้าไปได้ภายใต้แนวคิดรูปแบบการทำงานที่ไม่หยุดนิ่ง และพร้อมที่จะทดลอง เรียนรู้ตลอดเวลา

“เราต้องพยายามคิดสิ่งใหม่อยู่ตลอดเวลา สำเรีจหรือไม่สำเรีจก็ต้องคิดให้ตกผลึก ต้องทดลอง พลาดไปบ้างก็ไม่เป็นไร มันเป็นเรื่องที่ข้มนั้นครั้งหนึ่งเราเคยผลิตสินค้าแล้วล้มเหลว แต่เมื่อเวลาผ่านไปตลาด

พลิกกลับมา กลายเป็นสินค้าที่มียอดขายอันดับหนึ่ง หรือตอนที่ตัดสินใจทำ solar roof เราก็ติดต่อไปยังสถานที่ราชการต่างๆ ให้มาร่วมพัฒนาด้วยกัน เวลาเรามีไอเดียใหม่ๆ เราก็ลองดู จนมันสามารถสร้างประโยชน์ให้กับบริษัท พี่ชอบคำว่า ‘ลองดู’ นะ คำนี้ทำให้เกิดธุรกิจใหม่ๆ ขึ้นมาได้

“พี่ชอบเรื่อง sense of accomplishment ด้วย สมมุติว่าสินค้าไหนทำได้สำเร็จ พี่จะบอกกับน้อง ๆ ว่า มันสำเร็จแล้ว เป็น small win ดีใจด้วยกัน ทำให้คนรู้สึกกล้าที่จะลองทำ ถ้ามันยังขายไม่ได้ก็เก็บไว้ก่อน พี่ว่าการยอมรับกับสิ่งที่ทำขึ้นใหม่เป็นสิ่งที่สำคัญ ไม่จำเป็นต้องวัดความสำเร็จจากการขาย ได้เงินแล้วถึงมาชื่นชม แต่ดูว่าเราได้อะไรบ้างจากสิ่งที่ทำออกมาแล้วมากกว่า พี่ว่าทุกคนจะได้เรียนรู้จากประสบการณ์ของตนเองและกล้าที่จะทดลองต่อไป”

ยิ่งไปกว่านั้น ความท้าทายในฐานะผู้บริหารยังมีเรื่องของการจัดการความหลากหลาย ทั้งด้านวัยและวัฒนธรรมที่แตกต่าง พี่ต๊อเชื่อว่าแม้จะไม่สามารถเข้าใจได้ทั้งหมด ก็ต้องเปิดใจเรื่องความต่างและหาวิธีเชื่อมโยงถึงกัน

“พี่ว่าเราใช้เครื่องมือที่มีอยู่รอบตัว บริหารจัดการเรื่องความต่างระหว่างวัยได้ เพราะเราไปทำตัวเป็นเด็กเหมือนเขาไม่ได้ ก็ดูว่าใครจะช่วยประสานหรือเข้าถึงเขาได้ ส่วนในเรื่องวัฒนธรรม อาจเป็นความโชคดี SCGP เราเริ่มจาก regional ก่อน ซึ่งพี่คิดว่า วัฒนธรรมไม่ได้แตกต่างกันมากนัก เราต้องมองว่าทุกคนคือบริษัทเดียวกัน ไม่ว่าจะประเทศไหนก็ไม่น่าใช่เรื่องยากครับ”

“เราต้องพยายามคิดสิ่งใหม่อยู่ตลอดเวลา สำเรีจหรือไม่สำเรีจก็ต้องคิดให้ตกผลึก ต้องทดลอง พลาดไปบ้างก็ไม่เป็นไร มันเป็นเรื่องที่ข้มนั้น”

## เรียนรู้ไม่สิ้นสุด และมุ่งสร้างสิ่งดีเพื่อสังคม

ในช่วงท้ายพี่ต๊อฝากว่า จงสร้างคุณค่าให้กับตัวเอง หากเปรียบเป็นก้อนหิน หน้าทีของทุกคนคือ การเจียรระไนตัวเองให้มีเหลี่ยมมุมที่สวยงามขึ้น อาจจะเหนื่อยและต้องใช้เวลา แต่ท้ายที่สุดแล้วทุกคนจะเป็นเพชรที่งดงาม

“เราอยู่ในองค์กรใหญ่ที่มีคนเก่ง ๆ เยอะ เวลาเจอเรื่องที่ไม่เคยเจอ ลองหาคนที่รู้และขอความรู้จากเขา นอกจากจะไ้ด้งานแล้ว ยังทำให้เกิดการ collaboration ซึ่งเป็นเรื่องที่สำคัญมาก และสามารถนำไปใช้ข้างนอกองค์กรได้ด้วย

“ในด้านสังคมและสิ่งแวดล้อม อย่ยามองแค่การก่อกอฐิ แต่ให้มองเป็นการสร้างโบสถ์ เพราะสิ่งที่ SCGP ทำคือการสร้างสิ่งดี เราต้องเดินหน้าทำสิ่งที่ดีกว่าเพื่อเป็นตัวอย่ขงที่ดี บางโครงการถ้าเราทำสำเรีจ มันจะช่วยลดการใช้ทรัพยากรได้มาก หรือว่าสร้างคุณค่าให้กับโลกได้มากขึ้น พี่ว่าวิธีนี้จะทำให้เราเห็นคุณค่า รู้สึกภูมิใจและข้มนกับสิ่งที่เราทำมากขึ้น”

## ENGINEER WITH RICH EXPERIENCES

Mr. Sompob joined SCGP about 30 years ago as an engineer at the Ban Pong plant of Siam Kraft Industry Company Limited. He would later participate in most manufacturing units.

“I worked for the manufacturing, manufacturing support and maintenance. As the company was expanding at that time, I was offered opportunities to take on various roles at Ban Pong and Wang Sala plants. Over time, I had also acquired various skills and vast knowledge,” he recounted.

“Then, I got a scholarship to study pulp and paper in the United States. During my time there, I picked up not just new technological knowledge but also English fluency. After I completed my study, I was sent to the Philippines for a three-year stint. I would later come back to work in Thailand for a long period of time, during which I'd seen the overall picture of SCGP businesses. Now, I have moved to Vietnam and overseen marketing and sales operations too,” he continued.

## DYNAMIC RESPONSE TO CUSTOMERS' NEEDS

To Mr. Sompob, his current job is quite challenging given his engineering background. Yet, he is confident that his rich work experience has already equipped him with practical perspectives.

“While working at the plant, I had also learnt about paying attention to customers. As an engineer, I had to solve various problems at hand and constantly create new things. I considered all internal units I worked with as customers. So, I am well prepared to deal with customers. Feedback from internal units is frank. These internal customers are sometimes even more demanding,” he explained.

“Another big lesson from internal customers was dynamics. They sought growth. So, when we had interesting innovative services and products, they eagerly embraced our proposed solutions. Over time, we grew together. Such work process can apply well to external customers too,” Mr. Sompob concluded.

## “GIVE IT A TRY!”: BEGINNING OF SUCCESS

Today, customers have constantly looked for new solutions. SCGP, therefore, has dynamically explored new things. As an executive, Mr. Sompob has steered the exploration and encouraged new development all the time.

“We are always thinking about creating something new. It's okay if we fail sometimes because failure has at least offered

a lesson. Aside, a product that failed to tap into the market may later become a best-seller at the right time later on. When we decided to experiment with solar roofs, we approached government agencies for joint development. When my staff presented an interesting idea, my common reply was 'Let's give it a try!'. Such approach has spawned new businesses,” he quipped.

“I personally appreciate and encourage a sense of accomplishment. When a product is successfully launched, I inform my team of the small win. It's a way to motivate and inspire my team. If our new product does not sell well, I teach my team to accept the results and see what we have learnt. Success does not necessarily mean impressive sales only. We can learn from our experiences and keep experimenting,” he explained.

As an executive, Mr. Sompob has also found a way to manage cultural diversity and generation gap. Even though members of different cultural or age groups may not fully understand one another, they are nudged to embrace diversity and find ways to connect.

“I have used various tools to handle generation gaps. I cannot act like young people but I know whom I can assign to manage our young members. Regarding cultural differences, I think we are not that different. This was probably I had worked at a regional level before. All members, regardless of which country they are based, are SCGP people,” he added.

“We are always thinking about creating something new. It's okay if we fail sometimes because failure has at least offered a lesson.”

## ENDLESS LEARNING, FOCUS ON DELIVERING GOOD THINGS TO SOCIETY

Mr. Sompob has encouraged all to create value for themselves, even if the process may take time and hard work.

“Our organization has many talents. If you are not sure about something, ask those who know. When you start collaborating with others, you hone your social skills and enhance your own work. This tip applies internally as well as externally,” he said.

“On social and environmental responsibility, I would like to emphasize that SCGP focuses on creating better things. For example, many of our projects – if successful – will curb the use of resources or add value to the world. We can be proud of what we have been doing,” Mr. Sompob concluded. 

# SCGP ชาเลนจ์คนรุ่นใหม่

## คิดใหม่ ทำใหม่ เพื่อทุกคน



SCGP Challenges New-Gen People to Think Anew, Do Anew for Everyone



SCGP เปิดพื้นที่ให้กับนิสิตนักศึกษาและกลุ่มคนรุ่นใหม่ได้โชว์ศักยภาพในการออกแบบบรรจุภัณฑ์ และนำเสนอไอเดียโซลูชันที่จะเป็นประโยชน์ต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม ผ่านกิจกรรมการประกวดพร้อม ๆ กันถึง 2 โครงการ ใน 2 ประเทศ เพื่อจุดประกายให้ทุกคนเข้ามาร่วมกันแลกเปลี่ยนไอเดีย ความรู้ และพัฒนาการออกแบบบรรจุภัณฑ์ ให้เป็นมากกว่าบรรจุภัณฑ์ห่อหุ้มสินค้า

SCGP has created forums for university students or young people to show off their packaging-design potential and amazing ideas for better society and environment. The forums have recently materialized in the form of two contests. Held at the same time in two countries, these contests have inspired contestants to develop packaging that is much more than just a container.



### SCGP PACKAGING SPEAK OUT 2021

SCGP ผลักดันโครงการสำหรับคนรุ่นใหม่อย่างต่อเนื่อง โดยในปีนี้ได้ชวนคนรุ่นใหม่วัย Gen Z มาร่วมประกวดไอเดียสร้างสรรค์บรรจุภัณฑ์รูปแบบใหม่ที่จะช่วยสื่อสารออกไปให้โลกรู้ ถึงประเด็นที่คนรุ่นใหม่ต้องการเปลี่ยนแปลงให้ดีขึ้น ทั้งด้านสิ่งแวดล้อมและสังคม ผ่านโจทย์ที่ท้าทาย 2 หัวข้อคือ Packaging Design และ Packaging Solutions

จาก 379 ไอเดีย คัดเหลือเพียงแค่ 10 ไอเดียจาก 10 ทีมเข้าสู่รอบสุดท้าย ซึ่งตลอดเส้นทางที่ผ่านมาของโครงการกว่า 2 เดือน น้อง ๆ ทั้ง 10 ทีมได้มีโอกาสขัดเกลาฝีมือ เสริมเทคนิค ผ่านกิจกรรม “Design Thinking Virtual Workshop” และ “Pitching Technique” ที่อัดแน่นความรู้และประสบการณ์ จากวิทยากรระดับมืออาชีพ คุณปิ๊ปโป้ - เปรมวิรัช สีห์ชาติวงศ์ Co-founder และ CEO Storylog & Fictionlog รวมถึงได้รับคำปรึกษาจากทีม Mentor โดยพี่ ๆ จาก SCGP และ ZERO TO ONE (SCG Internal Startup) อย่างใกล้ชิด เพื่อพัฒนาผลงานให้มีความเฉียบคม พร้อมนำเสนอในรอบสุดท้าย

กิจกรรมในวันตัดสินรอบสุดท้ายของ SCGP PACKAGING SPEAK OUT 2021 จัดแบบ virtual event เปิดให้ทุกคนได้รับชมกันแบบสด ๆ ผ่านทาง Facebook Live ของ SCG พร้อมทั้งเปิดโอกาสให้ทุกคนร่วมโหวตผลงานที่ถูกใจผ่านทางเว็บไซต์ [speakout.scgpackaging.com](http://speakout.scgpackaging.com) ซึ่งแต่ละทีมจึงเอาไอเดียเด็ด ๆ ออกมาโชว์ศักยภาพกันแบบเต็มที่ และนำเสนอผลงานออกมาได้อย่างน่าสนใจ ภายในกรอบเวลาเพียงแค่วันละ 3 นาทีเท่านั้น

นอกจากการนำเสนอผลงานแล้ว ผู้เข้าแข่งขันและผู้ร่วมชมยังได้รับแรงบันดาลใจจาก Inspiration Talk by SCGP โดยคุณอัน - วุฒิสักดิ์ อนรรฆพร ผู้กำกับโฆษณา เจ้าของ production house FACTORY01 ที่มาแชร์วิธีคิดในการหาไอเดียสร้างสรรค์ผลงานให้โดนใจ ซึ่งสามารถจุดประกายความคิดและนำไปประยุกต์ใช้ได้ไม่ยาก

SCGP has conducted various inspiring projects for the new generation. This year, the Company has invited Gen Z to enter its contest for new-style packaging. Contestants were asked to communicate with the world through packaging about how to make better changes for society and the environment. The contest had two categories: Packaging Design and Packaging Solutions.

Contestants submitted 379 ideas. But only 10 ideas by 10 teams made it to the final round. Implemented for more than two months, the contest then groomed 10 finalist teams via its Special Workshop, “Design Thinking Virtual Workshop” and “Pitching Technique Workshop”. Speakers were true professionals, Mr. Pramewith “Pippo” Sreechatthiwong, Co-founder and CEO Storylog & Fictionlog. Aside, staff from SCGP and ZERO TO ONE (SCG Internal Startup) keenly served as finalists’ mentors.

The final round of SCGP PACKAGING SPEAK OUT 2021 took place as a virtual event. It was broadcast real time on SCG's Facebook live. Members of the audience could vote for what they liked best via speakout.scgpackaging.com. Each team had three minutes to do its pitching.

Mr. Wuthisak "Un" Anarnkaporn, who owns a production house, FACTORY01, also joined the stage to deliver Inspiration Talk by SCGP. This director behind several impressive ads shared both inspiring and practical tips.



คุณป๊อปปี้ - เปรมวิชช์ สีห์ชาติวงษ์  
Mr. Pramewith "Pippo"  
Sreechatthiwong



คุณอัน - วุฒิสักดิ์ อณรรขพร  
Mr. Wuthisak "Un"  
Anarnkaporn



### The Best of the Packaging Design Challenge

ทีม I Love House Husband  
ผลงาน Oh! My Man  
นางสาวชนิตา รัตนภักดิ์ และนางสาวภักดิ์ จตุพร



### The Best of the Packaging Solutions Challenge

ทีม The Victor  
ผลงาน BUGSGUARD พิล์มป้องกันมดและแมลง  
นายภัทรชัย ลายนาคชด และนางสาวภาวินี พิงไทย

#### รางวัลในประเภท Packaging Design Winners in the Packaging Design category

- The Best of the Packaging Design Challenge ได้แก่ ทีม I Love House Husband  
I Love House Husband team claimed the Best of the Packaging Design Challenge award.
- Runner-Up of the Packaging Design Challenge ได้แก่ ทีม Pineapple  
Pineapple team bagged the Runner-up of the Packaging Design Challenge award.
- Popular Vote ได้แก่ ทีม Marlin  
Marlin team won the Popular Vote award.

#### รางวัลในประเภท Packaging Solutions Winners in the Packaging Solutions category

- The Best of the Packaging Solutions Challenge ได้แก่ ทีม The Victor  
The Best of the Packaging Solutions Challenge award went to The Victor team.
- Runner-Up of the Packaging Solutions Challenge ได้แก่ ทีม Amoeba  
The Runner-up of the Packaging Solutions Challenge award went to Amoeba team.
- Popular Vote ได้แก่ ทีม The Victor  
The Popular Vote award went to The Victor team.

ติดตามผลการประกวดเพิ่มเติมได้ที่ / For more contest results, please visit  
<https://speakout.scgpackaging.com/>





Vươn  
Enhance  
Tâm  
Your  
Sáng  
Creativity  
Tạo

### SCGP PACKAGING DESIGN CHALLENGE VIETNAM 2021

จากโครงการที่ประสบความสำเร็จในประเทศไทยตลอด 4 ปีที่ผ่านมา SCGP ได้ต่อยอดข้ามฝั่งไปที่ประเทศเวียดนาม อีกหนึ่งพื้นที่ที่ SCGP ได้วางรากฐานทางธุรกิจมาอย่างยาวนานและเล็งเห็นศักยภาพในการออกแบบ โดยจัดโครงการประกวดการออกแบบบรรจุภัณฑ์เป็นครั้งแรก ภายใต้ชื่อ “SCGP PACKAGING DESIGN CHALLENGE VIETNAM 2021” ภายใต้แนวคิด Enhance Your Creativity เพื่อชักชวนคนรุ่นใหม่ต่อยอดความคิดสร้างสรรค์ที่ไม่หยุดนิ่ง ผ่านการออกแบบบรรจุภัณฑ์ล้ำสมัย

กิจกรรมในครั้งนี้ได้รับความสนใจจากนักศึกษาทั่วทั้งประเทศเวียดนาม ผู้เข้าร่วมประกวด 188 คนจาก 16 สถาบันการศึกษาชั้นนำ เข้าร่วมส่งผลงานใน 3 ประเภท ได้แก่ การออกแบบบรรจุภัณฑ์เพื่อการขายและการโปรโมทสินค้า การออกแบบบรรจุภัณฑ์เพื่อการขนส่ง และการออกแบบบรรจุภัณฑ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม

โดยผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบจาก SCGP ได้คัดเลือก 9 ทีมผ่านเข้าประกวดในรอบสุดท้าย ซึ่งทั้ง 9 ทีมได้นักออกแบบจาก SCGP เป็น Mentor คอยให้คำปรึกษา ฝึกอบรมไอเดีย เพื่อพัฒนาผลงานการออกแบบของน้อง ๆ ให้มีคุณภาพและเป็นมืออาชีพ

นอกจากนี้ยังมีการจัด Design Talk งานเสวนาด้านการออกแบบ โดยได้รับเกียรติจากคุณตุง จูโน่ นักออกแบบชื่อดังชาวเวียดนาม การันตีผลงานด้วยรางวัลมากมาย มาร่วมแชร์ประสบการณ์ในหัวข้อ “Enhance Your Creativity พัฒนาความคิดสร้างสรรค์ของคุณให้ก้าวหน้า” เพื่อสร้างแรงบันดาลใจแก่ผู้ร่วมฟังทุกท่าน

Because its project has been a success in Thailand throughout the past four years, SCGP has decided to introduce a similar project in Vietnam as well. Operating its business in Vietnam for a long time, the Company has recognized the potential of design there. “SCGP PACKAGING DESIGN CHALLENGE VIETNAM 2021” project, as a result, sprang into action. Embracing the “Enhance Your Creativity” theme, it invited young people to take their creativity to the next level for modern and better packaging.

In Vietnam, the project attracted 188 contesting teams from 16 leading universities. There were three categories: Sales Promoting Packaging Design, Transportation Packaging Design, and Environmentally-Friendly Packaging Design. Of all contestants, only nine teams sailed to the final round. SCGP designers served as the finalists' mentors so as to hone these young talents' skills further.

The contest included a Design Talk, which recruited award-winning Vietnamese designer Mr. Tung Juno as a speaker and addressed the "Enhance Your Creativity" theme. His lecture was inspiring for everyone.

**The Best of Challenge Award  
in Sales Promoting  
Packaging Design**



**TEAM GEM**



**NÂU**

**Ms. Mai Bảo Ngọc  
and Ms. Nguyễn Phương Anh**

**The Best of Challenge Award  
in Transportation  
Packaging Design**



**TEAM L'ESPOIR**



**BAO BÌ VẬN CHUYỂN CÂY LAN**

**Ms. Nguyễn Phạm Hoàng Lan,  
Mr. Trần Cao Sơn,  
and Mr. Nguyễn Quốc Trung**

**The Best of Challenge Award  
in Environmentally-Friendly  
Packaging Design**



**TEAM ULAGOD**



**REUSABLE CELLPHONE PACKAGING**

**Ms. Tran Tong Le Quyen  
and Mr. Doan Minh Duy**

นอกจากรางวัลที่ได้รับแล้ว สิ่งที่สำคัญที่สุดคือ ประสบการณ์ที่ดี ๆ ที่ได้คิด ได้เสนอไอเดีย และร่วมเป็นกระบอกเสียงในการเปลี่ยนแปลง เพื่อสังคมและสิ่งแวดล้อมที่ดีขึ้น ซึ่ง SCGP จะยังคงมุ่งมั่นส่งเสริมกิจกรรมดี ๆ แบบนี้ให้เกิดขึ้นอย่างต่อเนื่อง พร้อมขยายผลต่อยอด ในระดับภูมิภาค เพื่อสร้างสรรค์นวัตกรรมด้านบรรจุภัณฑ์ และยกระดับอุตสาหกรรมของบรรจุภัณฑ์ให้เติบโตอย่างยั่งยืนตลอดไป

On top of winning awards, the successful contestants have also got good experiences, opportunities to present their ideas, and a forum to speak up for better society and environment. SCGP is always committed to supporting and expanding such constructive projects with aim to constantly upgrade packaging innovation and industry on a sustainable basis. **P**

# SCGP ลงทุนในเวียดนามตอนเหนือ

สร้างฐานผลิตใหม่ รองรับดีมานด์การใช้บรรจุภัณฑ์เติบโตในอาเซียน

SCGP Invests in Northern Vietnam to Create  
New Manufacturing Base for ASEAN's Growing Packaging Demand

ประเทศเวียดนามเป็นประเทศที่มีการบริโภคภายในประเทศสูง และเป็นฐานการส่งออกสำคัญของภูมิภาคอาเซียน ส่งผลให้บรรจุภัณฑ์หลายรายเข้ามาลงทุนในประเทศเวียดนาม โดยเฉพาะอย่างยิ่งทางตอนเหนือของประเทศ ซึ่งคาดว่าความต้องการกระดาษบรรจุภัณฑ์และผลิตภัณฑ์บรรจุภัณฑ์ที่เกี่ยวข้องประเภทอื่น ๆ ในประเทศเวียดนามจะเพิ่มขึ้นประมาณร้อยละ 6 - 7 ต่อปี ในช่วง พ.ศ. 2564 - 2567 (ข้อมูลจาก Frost & Sullivan)

With high demand for its domestic consumption, Vietnam has proven appealing to multinational firms. Vietnam's demand for packaging paper and related packaging products is expected to grow by six or seven percent a year between 2021 and 2024 (Source: Frost & Sullivan).

จากการเล็งเห็นถึงศักยภาพและการเติบโตทางเศรษฐกิจที่มีอัตราสูง SCGP จึงได้เริ่มต้นเข้าลงทุนเชิงยุทธศาสตร์ตั้งแต่ปี 2552 ด้วยการสร้างฐานการผลิตกระดาษบรรจุภัณฑ์ใน Vina Kraft Paper Company Limited (VKPC) เป็นแห่งแรก ซึ่งเป็นบริษัทร่วมทุนระหว่าง SCGP กับ Rengo Company Limited ประเทศญี่ปุ่น ที่สัดส่วนร้อยละ 70:30 ตามลำดับ ในจังหวัดบิन्हเหือง นครโฮจิมินห์ ซึ่งอยู่ทางตอนใต้ของประเทศเวียดนาม นอกจากนี้ SCGP ยังได้ขยายธุรกิจด้วยการลงทุนในธุรกิจบรรจุภัณฑ์ต่าง ๆ ในประเทศเวียดนาม ได้แก่ กระดาษบรรจุภัณฑ์ บรรจุภัณฑ์จากเยื่อและกระดาษ บรรจุภัณฑ์อาหาร บรรจุภัณฑ์จากวัสดุผสมรณะสูงและพอลิเมอร์

เพื่อสร้างการเติบโตไปพร้อมกับอุตสาหกรรมต่าง ๆ ภายในประเทศเวียดนาม และสามารถตอบสนองความต้องการใช้บรรจุภัณฑ์ที่เพิ่มขึ้น SCGP จึงเดินทางขยายธุรกิจผ่าน Vina

Kraft Paper Company Limited ด้วยการลงทุนสร้างฐานการผลิตแห่งใหม่ที่ Vinh Phuc ทางตอนเหนือของประเทศเวียดนาม พร้อมทั้งสร้างฐานการผลิตกระดาษบรรจุภัณฑ์คุณภาพสูงเกรดพรีเมียมที่มีกำลังการผลิตประมาณ 370,000 ตันต่อปี ด้วยเทคโนโลยีที่ทันสมัยและเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม โดยมีงบลงทุนทั้งหมดประมาณ 8,133,000 ล้านบาท (ประมาณ 11,793 ล้านบาท) โดยรวมค่าเครื่องจักร ค่าใช้จ่ายทางการเงิน งานโยธา เงินทุนหมุนเวียนสำหรับการผลิตกระดาษบรรจุภัณฑ์ที่ดิน ค่าใช้จ่ายสำหรับโครงสร้างพื้นฐาน และระบบสาธารณูปโภคต่าง ๆ ทั้งนี้อยู่ระหว่างขั้นตอนการศึกษาผลกระทบสิ่งแวดล้อม (Environmental Impact Assessment: EIA) และคาดว่าจะการลงทุนนี้จะแล้วเสร็จและเริ่มดำเนินการผลิตในช่วงต้นปี 2567 และทำให้ VKPC มีกำลังการผลิตรวมทั้งสิ้น 870,000 ตันต่อปี ซึ่งจะช่วยส่งเสริมการขยายธุรกิจและเพิ่มศักยภาพการแข่งขันต่อไปในอนาคต

นับเป็นการเติบโตอีกหนึ่งก้าวที่สำคัญของ SCGP จากการเพิ่มโอกาสในตลาดตอนเหนือของประเทศเวียดนาม และการส่งออกไปยังตลาดตอนใต้ของประเทศจีน เสริมการฉีกกำลังเพื่อสร้างความแข็งแกร่งระหว่างธุรกิจของ SCGP ในด้านประสิทธิภาพการผลิตและการพัฒนาโซลูชันด้านบรรจุภัณฑ์แบบครบวงจรให้ดียิ่งขึ้น และพร้อมรองรับความต้องการใช้บรรจุภัณฑ์ที่เพิ่มขึ้นในภูมิภาคนี้

Recognizing Vietnam's solid potential and impressive economic growth, SCGP has made strategic investments in the country since 2009. The first investment gave Vina Kraft Paper Company Limited (VKPC), a joint venture of SCGP and Japan-based Rengo Company Limited, a manufacturing base of packaging paper in Ho Chi Minh in southern Vietnam. SCGP has held 70 percent of VKPC's shares while Rengo has held the rest. Later on, SCGP has also invested further in various packaging businesses in Vietnam. The investments cover packaging paper, fiber-based packaging, foodservice packaging, performance and polymer packaging.

SCGP is now investing further in Vina Kraft Paper Company Limited through the plan to set up a new production base for the firm in Vinh Phuc in northern Vietnam. This new base will have the annual capacity to produce 370,000 tons of premium packaging paper. The total investment budget of about 8,133,000 million Vietnamese dong (approximately 11,793 million baht) has already covered machinery, financial cost, public works, working capital, infrastructure, and public utilities. This investment plan is now in the stage of preparing its environmental impact assessment (EIA). Under the plan, the new manufacturing base is set to start its production in early 2024 and raise VKPC capacity to 870,000 tons a year. This strategic investment promises to expand VKPC's businesses and increase its competitiveness.

Another milestone of SCGP is materializing. Once this new manufacturing base takes off, it will deliver growth opportunities in northern Vietnam and southern China. Also, it will definitely deepen SCGP synergy in regard to manufacturing efficiency and total packaging solutions provider and get SCGP fully ready for the region's rising demand for packaging. 

## เวียดนามตอนเหนือ NORTHERN VIETNAM

กำลังการผลิต  
กระดาษบรรจุภัณฑ์

Capacity of  
approximately  
**370,000**

ตันต่อปี (+70%)  
tons/year

รวมลงทุน

Total investment of  
**11,793** ล้านบาท  
million baht

เปิดดำเนินการต้นปี

**2567**

Commercial  
start up is  
expected to be  
in early

**2024**



Care for Self  
ความปลอดภัยเริ่มที่ตัวเรา



# EVERYONE IS A ROLE MODEL

ทุกคนคือแบบอย่างด้านความปลอดภัย

SCGP ให้ความสำคัญในด้านความปลอดภัยเป็นอันดับแรก เรากระตุ้นและส่งเสริมให้พนักงานทุกคน ปฏิบัติตามกฎระเบียบที่บังคับอย่างเคร่งครัด โดยเริ่มจากตัวเราก่อนส่งต่อถึงผู้อื่นรอบข้าง เพราะทุกคน สามารถเป็นแบบอย่างที่ดี พร้อมเป็นผู้นำในทุก ๆ ด้าน เพื่อเป้าหมายด้านความปลอดภัยของธุรกิจ

Giving first priority to safety, SCGP has encouraged its employees to strictly comply with its safety rules. When one follows the rules well, one can become a role model for others.

Employees' safety also makes the firm's business secure.



## ตนเอง Care for Self

### “เก่งทำ”

#### “GOOD AT EXECUTION”

แก้ไขด้วยตัวเองเมื่อพบจุดเสี่ยง พร้อมชวนทีมตรวจสอบจุดเสี่ยงในที่ทำงาน

When you detect a risk, solve it and share by inviting your team to inspect risky work spots.

## เพื่อน ร่วมงาน Care for Colleagues

### “กล้าบอก & เตือน”

#### “HAVE COURAGE TO REFLECT & REPORT”

ส่งต่อด้วยความห่วงใยซึ่งกันและกัน ด้วยการเตือนเพื่อนและรายงาน เพื่อเป็นมาตรฐานที่ดีให้กับเพื่อนร่วมงาน

Express your caring concerns by reflecting and reporting safety behaviors so as to set good standards.



## องค์กร Care for Organization

### “สามารถต่อยอด”

#### “LEVERAGE SUCCESS”

หมั่นชื่นชมซึ่งกันและกัน สร้างขวัญกำลังใจ เพื่อขยายผลการลงมือทำ สร้างความภาคภูมิใจ พร้อมเป็นแบบอย่างที่ดี เพื่อเป้าหมายด้านความปลอดภัยของธุรกิจ

Praise each other to build up success and spread pride. Be a good role model to achieve safety goal in our business. 

“ความปลอดภัยเกิดขึ้นได้ เริ่มต้นที่ตัวเรา และส่งต่อแบบอย่างที่ดีให้กับคนรอบข้าง”  
“Safety is possible. Start with us by embracing safety culture, be a role model for others to follow.”



# HAPTIC VR GLOVES

## ถุงมือสัมผัสโลก METAVERSE

หนึ่งในเทคโนโลยีที่จะเห็นความเปลี่ยนแปลงอย่างมากในช่วงปี 2022 ก็คือ metaverse หรือการสร้างโลกเสมือนอีกใบด้วยเทคโนโลยีแห่งอนาคต โลกที่มนุษย์จะมีอีกร่าง ไร้ขีดเส้นอย่างไร้ขีดจำกัด เป็นโลกที่แม้จะสมมติขึ้น แต่ก็ให้ความรู้สึกไม่ต่างจาก ชีวิตจริงบนโลกปัจจุบัน ไม่ว่าจะเป็นการมองเห็น การมีปฏิสัมพันธ์ หรือแม้แต่ การสัมผัส ทุกสิ่งที่เกิดขึ้นบนโลกเสมือนจะถ่ายถอดมาสู่ประสาทสัมผัสจริง ๆ ของมนุษย์ จนแยกไม่ออกว่าความรู้สึกนี้เกิดขึ้นบนโลกใบเดิมที่เรายืนอยู่ หรือบนโลก metaverse ที่สร้างขึ้นใหม่

Metaverse looks set to change the world in a big way in 2022. By creating a virtual world where humans can experience everything just like what happen in the real world, metaverse will enable interactions, touches, and more.

### META จักรวาลแห่งใหม่ของ FACEBOOK

เมื่อเอ่ยถึง metaverse ก็ไม่พ้นต้องเอ่ยถึง Facebook ผู้จุดกระแสการรับรู้เรื่องโลกเสมือน ด้วยการประกาศวิสัยทัศน์ก้าวสู่การเป็นผู้สร้างโลก metaverse แบบครบวงจร พร้อมมีแบรนด์ บริษัทจากชื่อ Facebook ที่คนแทบทั้งโลกต้องรู้จัก เป็น Meta และขึ้นแท่นเป็น ผู้นำเทคโนโลยีแห่งโลกเสมือน ทั้งในแง่ของการสร้างแพลตฟอร์มและอุปกรณ์ที่รองรับ

Mark Zuckerberg ซีอีโอแห่ง Meta มองว่า เทคโนโลยี AR และ VR จะเป็นหัวใจสำคัญของ โลกออนไลน์ยุคถัดไป จึงหันมาลงทุนระยะยาวใน metaverse โดยเริ่มจากการลงทุนซื้อกิจการ ของ Oculus VR บริษัทผู้พัฒนาอุปกรณ์ประเภท virtual reality เพื่อนำเทคโนโลยีเกมแบบ สามมิติ รวมถึงการเปิดตัว Ray-Ban Stories แว่นตาอัจฉริยะที่สามารถใช้งานได้ใกล้เคียง กับสมาร์ตโฟน ทั้งการโทรศัพท์ ฟังเพลง และที่สำคัญคือการบันทึกภาพได้ในมุมมองเดียวกับ ที่สายตามองเห็น พร้อมทุ่มเงินอีกกว่าหนึ่งหมื่นล้านดอลลาร์สหรัฐ เพื่อสร้าง Facebook Reality Labs แผนวิจัยและพัฒนาเทคโนโลยีด้าน metaverse โดยเฉพาะ



### สัมผัสโลก METAVERSE ด้วยมือเรา

Facebook Reality Labs ประเดิมผลงานด้วยการเปิดตัวนวัตกรรม Haptic VR Gloves Prototype อุปกรณ์ VR ชนิดสวมใส่ที่ทำให้ผู้ใช้งานรู้สึกถึงการสัมผัสได้จริงกับมือของตัวเอง โดยตั้งเป้าให้ถุงมือชิ้นนี้มีความนุ่ม น้ำหนักเบา และสามารถใช้งานร่วมกับเทคโนโลยี AR และ VR ได้อย่างยอดเยี่ยม ด้วยการใช้อุปกรณ์เรียนรู้ลักษณะที่ซับซ้อนของการสัมผัส ทั้งแรงกด พื้นผิว แรงสั่นสะเทือน เพื่อประมวลผลจากการสัมผัส และสร้างปฏิกิริยาตอบสนองให้สะท้อนกลับมาที่มือของผู้ใช้งาน

เมื่อลงลึกในรายละเอียด Haptic VR Gloves ทำงานโดยใช้สองเทคโนโลยีหลักคือ actuators ซึ่งเป็นมอเตอร์พลาสติกแบบพองลม ลักษณะเป็นปุ่มสีดำเรียงกันตั้งแต่บริเวณฝ่ามือไปจนถึงปลายนิ้ว ร่วมกับ microfluidics ซิปประมวลผลความเร็วสูง มีหน้าที่ควบคุมกระแสลมที่กระตุ้นให้ actuators ทำงาน เมื่อ actuators พองลมตามคำสั่งก็จะทำให้เกิดความรู้สึกที่มือของผู้สวมใส่ ความพิเศษของ Haptic VR Gloves จาก Meta ก็คือ เทคโนโลยี microfluidics ที่นำมาใช้นั้นมีความเร็วที่สุดในโลก แถมยังมีความแม่นยำสูง ทำให้ความรู้สึกจากการสัมผัสเกิดขึ้นแทบจะทันที

ลองจินตนาการสิว่า จะเป็นอย่างไรหาก Meta พัฒนาถุงมือ Haptic VR Gloves และพร้อมจำหน่ายในเชิงพาณิชย์ คู่ไปกับแว่นตา Oculus ที่ทำหน้าที่เป็นดวงตาเสมือนพร้อมแพลตฟอร์ม metaverse สุดล้ำ ที่ว่ากันว่าจะมาทดแทนโซเชียลมีเดียอย่าง Facebook ถึงเวลานั้นโลกคู่ขนานของเราน่าจะมีความสมบูรณ์แบบไม่แพ้โลกที่เราอาศัยอยู่ คงเป็นเรื่องที่น่าสนใจและน่าทดลองอย่างมาก

### META: THE NEW UNIVERSE OF FACEBOOK

Facebook has raised awareness of the virtual world with its official announcement to focus on metaverse development and rebrand itself as Meta. Guided by this vision, Meta seeks to establish itself as the leader of virtual-reality (VR) technologies, platforms, and devices.

Mr. Mark Zuckerberg, CEO of Meta, says AR (augmented reality) and VR technologies will be the heart of the online world in the future. His firm, therefore, has made long-term investments in metaverse. Meta has already acquired Oculus VR, which develops VR gaming devices, and launched Ray-Ban Stories or smart glasses that can work like smartphones. In addition, Meta has spent more than USD10 billion on setting up Facebook Reality Labs for metaverse-tech development.

### EXPERIENCE METAVERSE WITH YOUR OWN HANDS

Facebook Reality Labs has already unveiled its Haptic VR Gloves Prototype. Backed by VR technology, these gloves make wearers feel like they are touching virtual items with their own hands. This innovation is also soft and lightweight. Compatible with AR and VR, it understands compression force, surface, and vibration for the simulation of real touch experiences.

In detail, Haptic VR Gloves feature actuators or inflatable plastic motors. Activated and controlled by speedy high-performance microprocessor or microfluidics, these motors are integrated into the gloves as black buttons that spread all over wearers' palms and fingers. When actuators inflate, wearers sense something in their hands. Microfluidics used by Haptic VR Gloves is the world's fastest microprocessor.

Imagine what will happen if Meta launches Haptic VR Gloves into the market. When used with Oculus or virtual eyes on metaverse platform, they look set to bring people away from Facebook. Metaverse, after all, will likely be so tempting and exciting. There will be much for people to discover in metaverse. **P**



# VIRTUAL INFLUENCER

มนุษย์เสมือนจริง  
ผู้มีอิทธิพลบนโลกออนไลน์

บรรดาคณดั่งในโลกออนไลน์มีอิทธิพลอย่างมากต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าและรูปแบบการใช้ชีวิตของผู้ติดตาม จากผลสำรวจของมายด์แชนด์พบว่า ผู้บริโภค 76% ซื้อสินค้าที่อินฟลูเอนเซอร์แนะนำ และกว่าครึ่งให้ความเชื่อมั่นในบุคคลที่พวกเขาติดตาม ในยุคที่เทคโนโลยีเติบโตอย่างก้าวกระโดด ก็หนีไม่พ้นที่จะเกิดนวัตกรรมใหม่ ๆ เข้ามา disrupt วงการอินฟลูเอนเซอร์ ด้วยการสร้างบุคคลเสมือนในโลกออนไลน์ที่สมบูรณ์แบบพร้อมเข้ามาอวดโฉมใส่สไตล์ที่แตกต่าง และปูทางสู่ความนิยมที่เพิ่มขึ้นเรื่อย ๆ

Today, social-media influencers have undeniably shaped consumers' purchase-decision making and lifestyles. According to a Mindshare survey, more than half of consumers say they really believe in persons they have followed online. In addition, 76 percent of people have bought products recommended by influencers. Yet, virtual influencers are now disrupting the way social-media influencers have controlled the online world.



## VIRTUAL INFLUENCER ชูป'ตาร์ออนไลน์สายพันธุ์ใหม่

เมื่อเทคโนโลยี AI พัฒนาขึ้นเป็นลำดับ นำไปสู่การสร้างโลกอีกใบที่เรียกว่า metaverse จากเดิมที่เทคโนโลยีสร้างขึ้นมาเพื่อใช้ทำงานบางอย่างแทนมนุษย์ ทว่าตอนนี้กลับถูกใช้เพื่อสร้างมนุษย์คนใหม่ได้อย่างเสมือนจริง และเป็นจุดกำเนิดของ virtual influencer หรือชูป'ตาร์ออนไลน์ ที่สร้างด้วยคอมพิวเตอร์กราฟิก ผสานกับความรู้อันล้ำด้านเทคโนโลยีขั้นสูงในการใช้แบบจำลองทางคณิตศาสตร์กำหนดสัดส่วนรูปร่าง คาแรกเตอร์ที่สมบูรณ์แบบ จนทำให้คนพร้อมจะเทใจให้อินฟลูเอนเซอร์สายพันธุ์ใหม่

virtual influencer จะมีช่องทาง social media ของตัวเอง เช่นเดียวกับคนธรรมดาทั่วไป ทั้ง Facebook, Instagram, TikTok และ YouTube โดยจะมีทีมผู้พัฒนาทำหน้าที่ดูแลภาพลักษณ์ บุคลิกภาพ ไลฟ์สไตล์ และการสื่อสารในช่องทางต่าง ๆ หรือเรียกอีกอย่างว่าเป็นการ “ปั้น” อินฟลูเอนเซอร์เสมือนของพวกเขาให้มีอิทธิพลและได้รับการยอมรับจากผู้คน ตลอดจนได้รับการยอมรับจากแบรนด์ ในการเป็นสื่อกลางบอกเล่าเรื่องราวไปสู่คนในวงกว้าง

### ความสมบูรณ์แบบสร้างแตกต่าง

ความไม่มีเลือดเนื้อและสมองที่ถูกสั่งการได้ด้วยโปรแกรม คือสิ่งที่ทำให้ virtual influencer มีความแตกต่างจากคนดังในโลกจริง ที่สำคัญคือ ปลอดภัยหรือข้อพิพาทขัดแย้งที่ทำให้เสื่อมเสียชื่อเสียง ในแง่ของการทำงานร่วมกับแบรนด์ ก็มีความพิเศษเหนือกว่า เพราะ virtual influencer สามารถปรากฏตัวได้ทุกที่หรือหลายที่ในเวลาเดียวกัน และเนื่องจากทุกอย่างสร้างได้ด้วยเทคโนโลยีคอมพิวเตอร์ จึงตัดปัญหาการจ้างทีมงานขนาดใหญ่ในกองถ่ายทำ เหมาะมากกับการร่วมงานในยุค new normal

ทุกวันนี้มี virtual influencer เกิดขึ้นมากมาย แต่ถ้าให้ยกตัวอย่างก็คงหนีไม่พ้น Lil Miquela - virtual influencer คนแรกของโลกที่สร้างขึ้นในปี 2016 โดย Brud บริษัทผู้เชี่ยวชาญเรื่องหุ่นยนต์และ AI จากสหรัฐอเมริกา ด้วยรูปลักษณ์ของสาวบราซิล-อเมริกัน วัย 19 ปี ตัดผมม้าเต๋อ และมีกระบนใบหน้าที่เป็นเอกลักษณ์ ปัจจุบันมีผู้ติดตามใน Instagram กว่าสามล้านคน เคยร่วมงานกับแบรนด์ระดับโลกมาแล้วมากมาย ทั้ง Prada, Chanel, Supreme, Calvin Klein, Samsung และรถยนต์ไฟฟ้า MINI Cooper SE ที่สำคัญเธอเคยติด 1 ใน 25 Most Influential People on the Internet ของนิตยสาร Time มาแล้ว

ทุกวันนี้โลกของเรามี virtual influencer ประมาณ 125 ราย เกือบครึ่งเพิ่งสร้างขึ้นในช่วง 1 - 2 ปีที่ผ่านมา การเกิดอย่างรวดเร็วของเหล่าซูเปอร์สตาร์เสมือนไม่ได้มีเพียงเพื่อสานต่อจินตนาการ หรือใช้เป็นเครื่องมือทางการตลาดเท่านั้น แต่ยังสร้างขึ้นเพื่อให้มีส่วนขับเคลื่อนสังคมอีกด้วย เช่น การสนับสนุนการคัดค้านการแบ่งแยกสีผิว ที่ทั่วโลกรู้จักในชื่อปรากฏการณ์ Black Lives Matter ของ “Lil Miquela” การเป็นตัวแทนเผยแพร่วัฒนธรรมและการท่องเที่ยวประเทศญี่ปุ่นของ “IMMA” อินฟลูเอนเซอร์สัญชาติซาบุมุไร การพูดถึงประเด็นเรื่องความแตกต่างทางเพศของ “Bangkok” ซึ่งเป็น non-binary influencer คนแรกของไทย รวมทั้ง “กะทิ” virtual influencer สาวไทย ที่ออกมาสื่อสารเรื่องรูปลักษณ์และความงาม ที่แม้จะดูไม่เพอร์เฟกต์ แต่ก็สมบูรณ์แบบได้ในสไตล์ของเราเอง เป็นต้น



### VIRTUAL INFLUENCER: NEW BREED OF NET IDOLS

Increasingly-advanced artificial-intelligence technology has now given birth to metaverse, whereby virtual persons are active. Virtual influencers, as a result, have come to life with the help of computer graphics and more. With a perfect body and character, these virtual stars can easily become a new breed of influencers.

Virtual influencers have social-media accounts just like humans. Managed by their human developers, their Facebook, Instagram, TikTok, and YouTube reinforce their image, projected lifestyle, and communications with aim to attract fans.

### PERFECTION FOR DIFFERENTIATION

Without flesh and blood, virtual influencers differ from their human counterparts. Their fans can be rest assured that they will be free from scandals and conflicts. Their collaboration with brands will be smoother. They can be omnipresent or attend many events all at the same time. Production involving virtual influencers does not require many crew members, thus suiting the new normal era well.

There are now many virtual influencers on the scene. But the first is Lil Miquela, which was created in 2016 by US-based Brud, a robotics and AI firm. Sporting a half-Brazilian, half-American look, Miquela is a 19-year-old with short bangs and freckles. This net idol has more than three million followers on Instagram. She has worked with many global brands including Prada, Chanel, Supreme, Calvin Klein, Samsung, and MINI Cooper SE. On top of that, TIME magazine once ranked her among the 25 Most Influential People on the Internet.

Of about 125 virtual influencers in the world, half of them have been created in the past one to two years. These net idols are used not just for marketing purposes but also social causes. Miquela, for example, used to join Black Lives Matter campaign. IMMA, the Japanese virtual influencer, meanwhile has promoted Japanese culture and tourism. Bangkok, Thailand's first non-binary influencer, speaks up about gender issues while Katii, another Thai virtual influencer, sets her own beauty standards. She may not look perfect. Yet, she considers herself complete, confident, and cool in her own way. 

# ศรีน่านาพร มาร์เก็ตติ้ง

## อาณาจักรขนมที่ตอบโจทย์ผู้บริโภค และดูแลโลกไปด้วยกัน

**SRINANAPORN MARKETING**  
SNACK MAKER WITH CUSTOMER-CENTRIC FOCUS & GREEN MIND



จากแนวคิด “อร่อย มีประโยชน์ ในราคาที่จับต้องได้” เป็นที่มาทำให้บริษัท ศรีน่านาพร มาร์เก็ตติ้ง จำกัด (มหาชน) ผู้ผลิตและจำหน่ายขนมตราजेลและเบนโตะ รวมถึงผลิตภัณฑ์คุณภาพอีกมากมายชนิดที่เรารู้จักกันเป็นอย่างดี ได้เติบโตอย่างแข็งแกร่งมาตลอด 30 ปี ซึ่งในครั้งนี่ Lift Up Your Voice ได้รับเกียรติจากคุณฐากร ชัยสภาพร - รองกรรมการผู้จัดการ ฝ่ายบริหารธุรกิจ 2 มาร่วมพูดคุยถึงกลยุทธ์และเส้นทางการต่อยอดธุรกิจของครอบครัวให้กลายเป็นอาณาจักรขนมอร่อยที่อยู่ในใจคนไทยทุกเพศทุกวัย

“Delicious, Functional, and Affordable” form the key concept of Srinanaporn Marketing Public Company Limited, which has produced and distributed snacks under many famous brands such as Jele and Bento. Boasting quality products, the firm has been growing strong throughout the past three decades. Lift Up Your Voice, therefore, has conducted an interview with Mr. Thakorn Chaisathaporn, the firm’s Senior Executive Vice President – Business Division 2, to learn about his business strategies and his family business’ path to provide Thai’s favorite snacks.

### ต่อยอดธุรกิจครอบครัว สู่แบรนด์ชั้นนำในใจคนไทย

จากร้านยี่ปี่วขายขนมในตลาดมหานาค ที่มีฐานลูกค้าแรกเริ่มเฉพาะคนกรุงเทพฯ ผู้ร้านค้าส่งขนาดใหญ่อันดับต้น ๆ ของประเทศ ในอีก 10 ปีให้หลัง พร้อมขยายฐานลูกค้าไปทุกจังหวัด และพัฒนาธุรกิจจนกระทั่งเป็นผู้ผลิตขนมรายใหญ่ เช่น เมล็ดแดง เวเฟอร์ ขนมปังบิสกิต ขยายการเติบโตส่งออกสินค้าไปยังมาเลเซียและสิงคโปร์ ซึ่งช่วงเวลานั้นเองที่คุณฐากรได้เริ่มเข้ามาช่วยดูแลกิจการ

“ผมกลับจากเรียนต่อที่ต่างประเทศเมื่อปลายปี 2533 มาช่วยดูแลบริษัท ตอนนั้นคิดจะขายสินค้าเองในเมืองไทย และมองว่าตลาดห้างกำลังมา จึงเปิดบริษัทศรีน่านาพรและตั้งแบรนด์สินค้าชื่อ Good Good เป็นแบรนด์ผลไม้ไม่อบแห้ง จากนั้นก็ซื้อเครื่องจักรผลิตเยลลี่เพิ่ม เริ่มทำตลาดห้างด้วยแบรนด์जेลในปี 2535 มีกิจกรรมทางการตลาดเสริมด้วย ทำให้जेลได้ผลตอบรับจากผู้บริโภคดีพอสมควร มีส่วนแบ่งการตลาดเป็นอันดับ 2

“ประกอบกับช่วงนั้นผงบุก หรือคอนยัคที่กำลังมาแรง จึงนำมาพัฒนาเป็นส่วนผสมหลักในผลิตภัณฑ์ภายใต้ชื่อ เจลลี่ โลก โดยใช้คอนเซปต์ ‘อร่อย สดชื่น อยู่ท้อง’ ซึ่งประสบความสำเร็จอย่างมากในตอนนั้นตลาด functional กำลังมาแรง เราจึงพัฒนาสินค้าต่อเนื่องโดยเติมสารอาหาร เช่น คอลลาเจนและวิตามินต่าง ๆ ลงไป จนเป็นที่มาของเจลลี่บิวตี้ ซึ่งปัจจุบันมีส่วนแบ่งการตลาดเป็นเบอร์ 1 ของตลาดเจลลี่พร้อมดื่มนี้”

“ส่วนเบนโตะ เราเริ่มปี 2539 เพราะเห็นช่องว่างในตลาดพิชชแนค ซึ่งอร่อยและมีประโยชน์ เลยลองพัฒนารสชาติและแพ็คเกจจิ้งมาเรื่อย ๆ พร้อมกันนั้นก็ผลิตสินค้าออกมาต่อเนื่อง ไม่ว่าจะเป็นขนมขากไก่แบนด์โลดัส ขนมปังสับประรด ขนมปังครีม และขนมปังอบกรอบ รวมไปถึงสินค้าประเภทเครื่องดื่มอย่างน้ำมะพร้าว น้ำเงาะกีว น้ำสมุนไพรมะนาวภายใต้แบรนด์เมจิกฟาร์ม และล่าสุด ปี 2563 ได้วางจำหน่ายเครื่องดื่มผสมวิตามินภายใต้แบรนด์ AQUAVITZ

“ทุกช่วงเวลาเป็นแรงบันดาลใจให้สร้างสรรค์ คิดค้น พัฒนา และต่อยอด และด้วยนโยบายที่ชัดเจน เราจึงพัฒนาตลาดอย่างต่อเนื่องโดยสำรวจสถานการณ์ตลาดและพฤติกรรมของผู้บริโภคอยู่เสมอแล้วนำข้อมูลมาพัฒนาทั้งผลิตภัณฑ์และช่องทางจัดจำหน่ายเพื่อให้ลูกค้าพอใจ ถึงวันนี้เรามีผลิตภัณฑ์ทั้งหมด 4 กลุ่มหลัก ๆ คือ 1. กลุ่มเยลลี่ 2. กลุ่มซีฟู้ดสแนค 3. กลุ่มบิสกิตและเวเฟอร์ และ 4. กลุ่มเครื่องดื่ม”

### ป็นธุรกิจ สร้างการเติบโต โดยมีลูกค้าเป็นศูนย์กลาง

เป้าหมายของศรีธานีพรคือ การเป็นผู้นำด้านการผลิตขนมและเครื่องดื่มในภูมิภาค โดยใช้แนวคิด customer centric ที่ตอบโจทย์ลูกค้าเป็นหลัก ควบคู่ไปกับกรรมวิธีการผลิตที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมให้มากที่สุด

**“เราผลิตสินค้าโดยมองที่ความต้องการของผู้บริโภคเป็นหลักเสมอ คอนเซปต์คือ การผลิตสินค้าที่อร่อยและมีประโยชน์ในราคาที่ผู้บริโภคจับต้องได้ ขณะเดียวกันยังให้ความสำคัญเรื่องสิ่งแวดล้อม เพราะนอกจากเราจะเป็นผู้ผลิตแล้ว เรายังเป็นคนในสังคม เป็นหนึ่งในประชากรโลก เราจะใช้ทรัพยากรโดยที่ไม่รบกวนโลกมากเกินไปได้อย่างไร เพราะฉะนั้นเราต้องเป็นมิตรกับโลกให้มากที่สุด**

“อย่างเช่นเรื่องแพ็คเกจจิ้ง เราปรึกษาและพัฒนาร่วมกับ SCGP จนได้ Green Carton แพ็คเกจจิ้งที่เป็นมิตรกับโลกมากขึ้น สามารถลดการใช้กระดาษลงได้ 30 - 40% โดยที่ยังคงความแข็งแรง ปกป้องสินค้าไปถึงมือผู้บริโภคได้เหมือนเดิม หรือของเจลลี่ เราก็พยายามพัฒนาให้สามารถรีไซเคิลได้มากขึ้น ขณะเดียวกันเราลดการใช้พลังงานในโรงงาน และหันมาใช้พลังงานสะอาดจากแสงอาทิตย์ในส่วนที่สามารถใช้ได้ ลดการปล่อยของเสีย นำวัสดุกลับมาใช้ใหม่ให้มากที่สุด แต่ยังคงรักษาคุณภาพและมาตรฐานไว้เหมือนเดิม”

### พันธมิตรทางธุรกิจ ต้องตอบโต้และจริงจัง

จากการให้ความสำคัญด้านสิ่งแวดล้อม จึงเป็นเหตุผลสำคัญในการมองหาพาร์ทเนอร์ที่ตอบโจทย์ได้ ในขณะเดียวกัน การผนึกกำลังกันด้วยความจริงใจก็เป็นอีกเหตุผลที่ทำให้ความร่วมมือนั้นยั่งยืน

“เราใช้ Green Carton จาก SCGP เป็นหลัก เพราะเราต้องการแพ็คเกจจิ้งที่ดีและไม่แพงเกินไป เนื่องจากเราขายในราคาที่ไม่สูงมาก SCGP ก็ช่วยตอบโจทย์ได้ครบทั้งราคาคุณภาพที่ดีและเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม ในอนาคตเราวางแผนจะเข้าสู่ตลาดค้าปลีกเพิ่ม เพราะเห็นโอกาสในกลุ่ม vending machine แต่การเข้าสู่ตลาดนี้เราต้องพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้เหมาะสมกับการกระจายสินค้าผ่านเครื่องขายสินค้าอัตโนมัติด้วย ซึ่ง Flexible Packaging ของ SCGP น่าจะเหมาะสมกับช่องทางจัดจำหน่ายที่เราตั้งเป้าไว้ในอนาคตด้วยเช่นกัน

“SCGP กับเราเป็นพันธมิตรที่ดีต่อกันมายาวนานด้วย 2 ปัจจัยหลัก ปัจจัยแรกคือ SCGP มีเทคโนโลยีที่เกี่ยวกับสิ่งแวดล้อมมากมาย สามารถออกแบบผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ ที่ตอบสนองความต้องการได้ในขณะเดียวกันก็เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมด้วย ซึ่งสอดคล้องกับนโยบายของเรา และปัจจัยที่สองคือ ความจริงใจของ SCGP ในการให้ความร่วมมือและพัฒนาพร้อมกับลูกค้า เราได้รับความร่วมมือที่ดีมาก ในอนาคตเราต้องมีการพัฒนาสินค้าที่เกี่ยวข้องกับสิ่งแวดล้อมมากขึ้นเรื่อย ๆ เราก็อยากให้ SCGP มาช่วยสนับสนุนต่อไป” คุณฐากรกล่าวทิ้งท้าย



### Transforming Family Business into Thailand's Top-of-The-Mind Snack Maker

His family business was initially a wholesaler of snacks based in Bangkok's Mahanak Market. Within 10 years, the business grew so big that it ranked among the country's top snack dealers as its customer base expanded across all provinces. Over time, the business expanded to the manufacturing sector as well. It started producing various snacks, including wafers and biscuits. Mr. Thakorn stepped into the firm around the time it began exporting its products to Malaysia and Singapore.

“When I returned from my overseas education in late 1990, I thought about producing products for Thai market because we had an extensive network of dealers in provinces. I also noticed that shopping complexes would be a growing market. So, my family decided to found Srinanaporn. Our first brand is Good Good, which

features dried fruits. Then, we bought jelly-making machines and entered shopping complexes with Jele brand in 1992. Backed by marketing activities, Jele received quite a good response. After its launch, it became the No. 2 brand in its segment,” Mr. Thakorn revealed.

At that time, konjaku was growing popular. Mr. Thakorn thus commissioned his team to add konjaku into the firm’s products and sold them under Jele Light brand based on the concept of “Delicious & Refreshing Snack for Full Stomach”. The firm also added various other nutrients including collagen and vitamins to its products under Jele Beautie brand, which has been the leader in this ready-to-drink jelly product segment.

Bento came to the market in 1996, because the firm noticed an opportunity in the fish-snack market. Later on, the firm has also launched various other products such as stick biscuits under Lotus brand, pineapple crackers, coconut juice, black-jelly juice, and herbal drinks under Magic Farm brand. The latest brand from the firm, AQUAVITZ, entered the market in 2020 with its vitamin-containing water.

“We have discovered inspirations for business development all the time. Guided by clear policies, we have constantly studied markets and consumer behaviors. Information has been used to develop both our products and distribution channels for customer satisfaction. Today, we have four main product categories, namely 1) Jelly products; 2) Seafood snacks; 3) Biscuits and wafers; and 4) Beverages,” Mr. Thakorn explained.

**“Focusing on consumers, we produce delicious and functional products and sell them at affordable prices. Moreover, we pay attention to the environment because we are not just a manufacturer but also a corporate citizen. We are doing our best to be eco-friendly,” Mr. Thakorn revealed.**

“As for packaging, our collaboration with SCGP has led to Green Carton. Friendlier to the environment than the previous version of packages, Green Cartons have curbed paper usage by 30 to 40 percent but have proven as efficient in protecting products. Our Jele packets, through our efforts, have also become increasingly recyclable. At our factory, we have used solar power where we can. Waste is minimized through an emphasis on reuse. All these measures are taken without compromising our quality and standard,” this executive quipped.

### **Solution & Sincerity from Business Partner**

While environmentally-friendly Srinanaporn demands green solutions, it also looks for sincerity from its business partners in pursuit of sustainable collaborations.

“We choose Green Carton by SCGP, because it has good quality with reasonable price. We need to pay attention to cost because we aim to deliver products to consumers at an affordable price as well. SCGP responds to our needs in all aspects – price, quality, functionality, and environmental friendliness. We aim to tap further into the retail market in the future as we have recognized opportunities from vending machines. We believe SCGP’s Flexible Packaging will suit our business plans well,” Mr. Thakorn continued.

“We have embraced SCGP as our long-time partner mainly on two grounds. Firstly, SCGP owns a number of technologies and offers various green solutions. Secondly, SCGP is sincere. We have always received great cooperation from SCGP. As the development of our eco-friendly products and packaging continues, we really hope that SCGP will continue to support us in our journey,” he concluded. 



### **Customer-Centric Approach Drives Growth**

Srinanaporn’s goal is to establish itself as the region’s leading snack/beverage manufacturer. In pursuit of this goal, the firm has embraced customer-centric approach and environmentally-friendly operations.



**Scan QR Code เพื่อชมวิดีโอสัมภาษณ์**  
**Scan QR Code for the interview**



# ลองดูสักตั้ง เราทำได้!



## Be Resolute, You Can Do It!

a LOT ชวนคุณแชร์เป้าหมายรับปีใหม่ เลือกรหัสข้อและลองกำหนดเป้าหมายที่คุณตั้งใจจะทำให้ได้ภายในปีนี้ แล้วลองเติมระยะเวลาหรือเลือกตัวเลขเลือกเพื่อหาเลขจริงของตัวเองสักหน่อย แล้วส่งมาบอกกัน ใครมีเป้าหมายเจ๋ง ๆ เราจะเลือกมาแชร์กันในฉบับถัดไป

a LOT would like to encourage you to make New Year resolutions. Think about the goals you want to achieve this year, using the following sentences as guidelines. Challenge yourself by filling blanks below. Share your goals with us and we may show your cool resolutions in our next volume.

**ฟิตแอนด์เฟิร์ม** ออกกำลังกายให้ได้อย่างน้อยวันละ ..... นาที

Get fit & firm! I will exercise ..... minutes a day.

**ดูแลร่างกาย** เซย์โบนายหวาน บอกลาอาหารรสจัด เริ่มต้นลองปรับลดวันละ 1 เมนู

Healthy from within! Avoid sweet and too spicy food by reducing one such item each day.

**NO!**

**ใส่ใจคนรอบข้าง** วามงาน วามมือถือ พุดคุยเอมาอยกับคนในครอบครัว อย่างน้อย ๆ ..... ชั่วโมง/วัน

Pay attention to our beloved! Make sure you leave your work and cell phone for a while to enjoy chatting with family members for ..... hours a day.

**ใส่ใจสิ่งแวดล้อม** แยกขยะก่อนทิ้งทุกครั้ง หมุนเวียนเปลี่ยนสลับเสื้อผ้ามาใช้ ปิดไฟเมื่อเลิกใช้ (อันนี้ทำง่าย ๆ ทำได้ทุกวัน)

Care for the environment! Separate your waste. Wear some old clothes. Turn off the light as soon as you don't need it. (Do it every day).

**เลิกเล่นมือถือก่อนนอน** ลองทำดูติดต่อกัน ..... วัน บอกลาแสงสีฟ้า และลดโอกาสมือถือหล่นใส่หน้าอีกด้วย

Avoid checking cell phones before bedtime. Try this for ..... consecutive days. It is a way to say goodbye to blue light and the risk of cell phone falling on your face.

**NO!**

**คิดส่วนลดจะไม่มีผลอีกต่อไป!** แม้ขอมจะบ่ากรบ่น่าซื้อเกินต้าน แต่ไม่มีทางที่คิดส่วนลดจะทำอะไร เราได้ ลดการซื้อปีออนไลน์จาก ..... ครั้งเหลือ ..... ครั้งต่อเดือน

Ignore discount codes! No matter how tempting products and discount codes are, ignore them to curb the number of your online shopping transactions from ..... to ..... a month.

**ออมเงินไว้เพื่ออนาคต** เก็บเงินไว้ ไม่ใช่ไม่เสียหาย ออมวันละ ..... บาทต่อวัน/เดือน/ปี

Save money for the future. It is good to have some savings. So, set aside Bt ..... per day/month/year for the purpose.

**ไม่หยุดพัฒนาตัวเอง** เสพคอนเทนต์ที่เป็นประโยชน์ เติมอาหารสมองอย่างน้อย ..... บทความต่อวัน หรือต่ออาทิตย์

Develop yourself all the time! Consume useful content. Nourish your brain by reading ..... articles each day/week.

**แพชชั่นส่วนตัว** อย่ามีวแต่เก็บ แชร์เป้าหมายที่คุณตั้งไว้บอกเพื่อนจากข้างบนมาให้เราได้รับรู้ เพื่อเป็นแรงบันดาลใจส่งต่อให้คนอื่น ๆ ได้ทำด้วยกัน

Share your passion! If you have already set your goals, share them with us because you can inspire others too.



สำหรับท่านที่ทราบคำตอบแล้ว ย่ารอช้า รับส่งคำตอบพร้อมอีเมลชื่อและสถานที่สำหรับส่งซองรางวัลมาได้ที่ kamonrae@scg.com ภายในวันที่ 15 มีนาคม พ.ศ. 2565 (กรณีเป็นพนักงาน SCG ขอเป็นที่อยู่สำนักงานนะค่ะ) รับส่งคำตอบมาร่วมสนุกกัน ผู้โชคดีรับไปเลย Starbucks card มูลค่า 300 บาท จำนวน 10 ใบ

After you have got your answers, send them together with your name and mailing address to kamonrae@scg.com by 15 March 2022 (If you are SCG employees, please use your office address). Lucky winners will get a Starbucks card worth Bt300 each. As many as 10 prizes are up for grabs.

สำหรับผู้ใช้สิทธิ์ที่ตอบคำถามถูกต้องใน a LOT ฉบับที่ 24 ได้แก่  
Lucky winners from a LOT Vol. 24 are:

1. Panachai Charusangvittaya
2. อารีรัตน์ นาคเกษม
3. รสสุคนธ์ ชีประเสริฐ
4. กัทรวรรณ วรรณสารพ
5. นุสรรา ธนิกเกษม
6. โปณุลย์ ศพรวิชัย
7. ศรีวรรณ จิรานันตรัตน์
8. สุรัตน์ ศิริวงกลอง
9. จักรกฤษณ์ เทพพรพิทักษ์
10. Amornrat Chaiworaporn





# SMART START

## ออกสตาร์ท ให้スマート



## ปี 2022 ต้องคิดเร็วทำเร็วอย่างเป็นระบบ

### The Year 2022 Calls for Fast & Systematic Actions

หลังจากผ่านเข้าสู่ช่วงที่มีการผ่อนคลายมาตรการมากขึ้น หลายธุรกิจก็กลับมาเดินเครื่องได้อีกครั้ง คอลัมน์ Your Answers ฉบับนี้จึงชักชวน ดร.เอกก์ ภทรธนกุล มาอัปเดตสถานการณ์และส่งต่อคำแนะนำดี ๆ เพื่อให้ผู้ประกอบการและเจ้าของธุรกิจเริ่มต้นออกตัวในปี 2022 ได้อย่างスマート

As lockdown measures have been easing, several businesses have restarted their engine. Your Answers has therefore interviewed Dr. Aek Pattaratanakun to get the latest situation update and useful advice that can be shared with all readers. Let's prepare a smart start for Year 2022.

### ออกสตาร์ทอย่างスマート

อ.เอกก์มองว่า การออกสตาร์ทใหม่ในครั้งนี้นี้ควรตระหนักถึง 3 เรื่อง 3 ร. เอาไว้อยู่เสมอ

- **ร.รวดเร็ว** - ความหมายของคำว่ารวดเร็วในที่นี้คืออย่ารีรอ ให้ทำทันที เพราะเราไม่รู้ว่าจะอะไรจะเกิดขึ้น และต้องพร้อมเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว ธุรกิจต้อง lean พอที่จะปรับเปลี่ยนอยู่เสมอ แม้ว่าเวลานี้ทุกอย่างเหมือนจะริสสตาร์ทแล้ว แต่ก็ไม่รู้ว่าจะเครื่องจะดับลงอีกเมื่อไร ซึ่งเราไม่สามารถควบคุมได้ ถ้ามีแม้แต่รีรอ อาจจะทำให้พลาดโอกาสในการทำธุรกิจที่สำคัญคือ การเปิดครั้งนี้ไม่ควรสต็อกสินค้าจำนวนมาก เพราะถ้าหากมีการล็อกดาวน์อีกครั้ง อาจจะทำให้ขายสินค้าไม่ได้ หรือเก็บเอาไว้จนเสียหายอย่าเพิ่งทำโครงการระยะยาว เพราะโครงการประเภทนี้จะผูกมัดเราเป็นเวลานานเกินไป

- **ร.ระมัดระวัง** - อย่าวางใจเกินไปว่า การเปิดประเทศรอบนี้จะไม่กลับไปปิดอีก เราได้เห็นตัวอย่างกันมาแล้ว ทั้งเยอรมนีหรือเนเธอร์แลนด์ก็ยังกลับไปปิดซ้ำ ต้องคิดไปล่วงหน้าด้วยว่า หากจะต้องเจอโควิด 22 หรือ โควิด 23 อีกจะเป็นอย่างไร เรื่องนี้คงไม่มีใครบอกได้ สมมุติว่าเกิดขึ้นจริง ธุรกิจจะดำเนินไปอย่างไรได้บ้าง ต้องระมัดระวังเรื่องนี้ให้ดี
- **ร.ระบบ** - ธุรกิจต้องไม่ติดกับดักเดิมที่ให้ความสำคัญกับการขายสินค้าเพียงอย่างเดียว จนไม่เก็บข้อมูลลูกค้าให้เป็นระบบ เพราะถ้าหากล็อกดาวน์ซ้ำอีก ธุรกิจจะไม่สามารถสื่อสารกับลูกค้าได้เลย เพราะฉะนั้นธุรกิจต้องมีฐานข้อมูลลูกค้าเอาไว้ติดต่อในวันที่ร้านเปิดขายไม่ได้อีกด้วย

## อัปเดตเทรนด์ 2022

มีคนมากมายใช้คำว่า “VUCA (วูก้า)” ในการอธิบายความเป็นไปของโลกยุคปัจจุบัน ซึ่งมาจากตัวย่อคือ ความผันผวน (Volatile) ความไม่แน่นอน (Uncertain) ความสลับซับซ้อน (Complex) และความคลุมเครือ (Ambiguous) แต่สำหรับ อ.เอกก์ ได้ยกคำใกล้เคียงกันมาใช้คาดการณ์สิ่งที่จะเกิดขึ้น และน่าจะเป็นเทรนด์ในปี 2022 ตามมุมมองของเขาด้วยคำว่า “TUBA (ตูบ่า)” พร้อมทั้งขยายความแต่ละตัวอักษรอย่างน่าสนใจ

**T - Tight** หมายถึง แน่น ตึง คือ การรัดเข็มขัดเรื่องงบประมาณทางการตลาดอย่างแน่นหนา ปี 2022 นี้ใครที่สามารถทำการตลาดในงบที่จำกัดได้จะชนะ เพราะเป็นปีที่การตลาดตึงตื้นทุน

**U - Unknown** หมายถึง ไม่รู้ เราจะคาดการณ์อะไรได้น้อยลง ต้องหัดทำงานในโลกแห่งความไม่รู้ และต้องทำใจเก่งขึ้น สิ่งที่ถูกรูการตลาดทั้งหลายทำอาจจะไม่สำเร็จทั้งหมดคนที่เคยประสบความสำเร็จมักเตือนร้อนใจในวันที่ไม่สำเร็จในวันที่โลกเป็นแบบนี้ ควรมูฟออนให้เร็ว หากรอให้เรื่องต่างๆ ชัดก่อนนั้นอาจจะไม่ทันเวลา และทำให้พลาดโอกาสไป จงจำไว้ว่า มันจะไม่มีการชัดเจน... อยู่ยาว

**B - Bold** หมายถึง หนาหรือเข้ม เพราะปีนี้จะเข้มข้นการแข่งขันกันจะรุนแรงขึ้น เพราะโอกาสทางตลาดนั้นเหลือน้อยลงทุกที เช่น ธุรกิจด้านความสะดวก สุขอนามัยจะมา ทำให้ทุกคนแห่กันเข้ามาในธุรกิจนี้ และก็เล่นกับราคา ทุกคนทำถูกมือ หน้ากากอนามัย เจลแอลกอฮอล์ จนตอนนี้ราคาถูกมาก และมันจะแข่งขันรุนแรงมากขึ้นในหลายกลุ่มธุรกิจ

**A - Ambiguous** หมายถึง ความคลุมเครือ สิ่งที่เคยใช้ได้ในอดีต ทำไม่ตายทางการตลาดต่าง ๆ ที่ทำอย่างไรก็สำเร็จมันจะไม่เหมือนเดิมอีกต่อไป เพราะมีการแข่งขันที่รุนแรงขึ้น ลูกค้าเข้าถึงได้ยากขึ้น หาข้อมูลและเปรียบเทียบง่ายขึ้น ระวังการใช้จ่ายมากขึ้น

**“ปี 2022 นี้จะเป็นปีที่ยากมากของนักการตลาดเลยนะครับ ในมุมมองธุรกิจจะเป็นปีที่เราจะได้เห็นคนถอดใจเยอะมาก ในเวลานี้ความอดทนจึงสำคัญมาก สู้ๆ ไปด้วยกันครับ”**

### TAKE OFF SMARTLY

Dr. Ake says the new start should focus on three following elements:

- **Fast Speed** - This means you should not wait and see. No one knows what will happen next. So, entrepreneurs must get ready to adjust fast by preparing a lean business. While economic engines

have already restarted, they may come to a halt again. Go ahead with your business operations when opportunities arise. But do not stock up too many products. Also, you should avoid long-term projects.

- **Caution** - Look at what has happened overseas. Germany and Netherlands have already reimposed lockdown measures. What if COVID-22 or COVID-23 emerges? Business operations thus must be conducted carefully.
- **Systematic Approach** - Don't focus on just selling. It is important to systematically compile customer data that can help enterprises connect with customers even during lockdown modes.

### 2022 TREND

Many people have described the current world situation as “VUCA”. V here stands for Volatile, U for Uncertain, C for Complex, and A for Ambiguous. Dr. Ake, however, predicts that the year 2022 will be about “TUBA”.

**T - Tight:** Marketing budget will be tight. Whoever conducts a successful marketing campaign within a tight budget will win.

**U - Unknown:** Enterprises will need to operate in unknown territory because abilities to predict will be limited. Gurus may not always achieve success anymore. When a failure happens, move on fast to grasp the next opportunity. Because the situation will not be clear, don't wait. Take action even if you don't know all.

**B - Bold:** Competition will intensify in the face of shrinking business opportunities. Thriving segments such as those about cleaning services and health will attract many more players.

**A - Ambiguous:** Marketing tactics that used to ensure success may not be able to wave magic anymore. Customers do more comparisons and become more cautious about spending too.

**“Marketers will find 2022 a very difficult year. Many entrepreneurs will become discouraged and give up hopes. At such time, patience is so important. Let's brave through this situation together!”** P

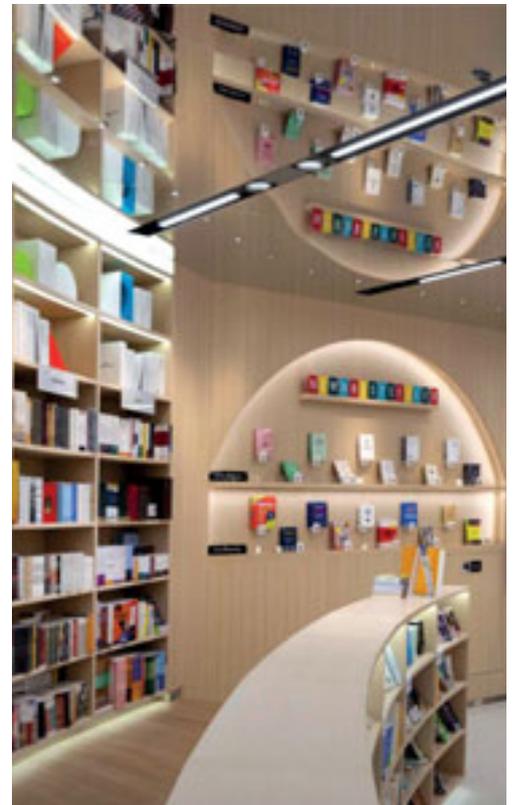


# ห้องสมุดยุคใหม่ บอกเลย...มันดี๊ดีมาก

**NEW-GEN LIBRARY & BOOKSTORE  
ARE AMAZING!**

มาชวนกันหากิจกรรมผ่อนคลายในวันสบาย ๆ ด้วยการไปห้องสมุดสุดเก๋  
ที่เพิ่งเปิดตัวไม่นาน และร้านหนังสือสวย ๆ ที่ปรับปรุงและเปิดใหม่  
พร้อมให้ได้สัมผัสประสบการณ์การอ่านในรูปแบบใหม่ ถ้าลองได้ไปแล้ว  
พูดได้คำเดียวว่า...มันดี๊ดีมากอย่างแน่นอน

When you are free, head to a cool library or an impressive  
bookstore because it promises to offer amazing experiences...  
It is indeed so sick!





## ห้องสมุดคณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ยินดีต้อนรับสู่ห้องสมุดยุคใหม่ที่เป็นทั้งพื้นที่อ่านหนังสือ พื้นที่ทำงาน และพื้นที่สร้างแรงบันดาลใจด้วยฟังก์ชันใหม่ที่หลากหลายจากการออกแบบของสถาปนิกผู้เป็นนิสิตเก่า ในคอนเซ็ปต์ Creative Incubator ที่มาในโทนสีดำสุดเท่

ภายในห้องสมุดแห่งนี้แบ่งพื้นที่การใช้งานแต่ละชั้นอย่างชัดเจน เริ่มจาก Co-working and Thinking Space ทั้งชั้นเต็มไปด้วยโต๊ะพร้อมปลั๊กไฟ มีจุดเด่นที่เป็นโครงเหล็กเกาะตลอดผนัง เพื่อให้นิสิตได้นำผลงานมาจัดวาง ทั้งยังมีบอร์ดแม่เหล็กแผ่นใหญ่และจอทีวีเพื่อการจัดนิทรรศการ ชั้นถัดไปโดดเด่นที่โต๊ะสำหรับทำงาน มีพาร์ทิชันไล่ระดับความสูงราวกับอยู่ในเขาวงกต จึงทำให้ทุกคนเงียบกันโดยไม่ต้องนัดหมาย ส่วนชั้นสุดท้ายคือ ห้องที่เก็บหนังสือหลักหมื่นเล่ม มีป้ายบอกหมวดการค้นหาหนังสือชัดเจน ตอบโจทย์เด็กสถาปัตย์และผู้สนใจเกี่ยวกับสถาปัตยกรรมได้เข้ามาค้นคว้าหาความรู้ได้อย่างสะดวก

## LIBRARY OF CHULALONGKORN UNIVERSITY'S FACULTY OF ARCHITECTURE

This new-gen library offers not just reading corners but also work and inspirational spaces. Designed by the faculty's alumni, it embraces the theme of Creative Incubator and looks cool with black décor.

Co-working and Thinking Space feature plenty of tables and power sockets. All around are built-in steel structure for students to showcase their creations. There are big magnet boards and screens to support exhibitions too. Next are tables with partitions, which are arranged neatly on the basis of height. As such arrangement is reminiscent of a maze, library users are very quiet. On another floor are thousands of clearly categorized books for people interested in architecture and knowledge.

เปิดบริการ วันจันทร์ - ศุกร์ สำหรับนิสิตในจุฬาฯ  
วันพุธ สำหรับนิสิตและคณาจารย์ต่างสถาบัน เวลา 08.30 - 18.00 u.  
วันเสาร์ สำหรับนิสิตในจุฬาฯ และบุคคลภายนอก เวลา 10.00 - 16.00 u.

Open from Mon to Fri for Chulalongkorn University's students  
Wednesday for students/lecturers from other institutes  
Opening hours: 8.30 a.m. - 6 p.m.  
Saturday for Chulalongkorn University's students and outsiders  
Opening hours: 10 a.m. - 4 p.m.

## B2S THINK SPACE เซ็นทรัล ชิดลม

ปล่อยให้ความคิดสร้างสรรค์ได้ทำงาน เพียงก้าวเข้ามาที่ B2S Think Space ฉบับปรับโฉมใหม่ให้เป็นมากกว่าพื้นที่ขายหนังสือและเครื่องเขียน กับการออกแบบภายใต้แนวคิดของ Creative Park หรืออุทยานขนาดย่อมที่จะพาทุกคนไปพบกับหลากหลายโซนสินค้า

เริ่มที่ Play&Learn Space สวนในจินตนาการที่จำลองโลกแห่งการตูนไว้ ทั้งทำเสาต้นไม้ไซซ์ยักษ์ ชั้นวางของเนินเขา และผ้าเพดานท้องฟ้าแสนสดใส ให้ผู้ใหญ่รู้สึกได้กลับไปเป็นเด็ก และให้เด็กได้สนุกสนานไปกับคลังหนังสือนิทาน ของเล่น รวมถึงอุโมงค์หนังสือขนาดใหญ่ แลนด์มาร์กสำคัญที่ให้ทุกคนได้เลือกหนังสือเงียบ ๆ ราวกับอยู่ในห้องส่วนตัว ทั้งยังเป็นมุมถ่ายรูปที่ให้ความรู้สึกเหมือนกับอยู่ในร้านหนังสือของต่างประเทศ อีกทั้งที่นี่ยังมีโซน Stationery Space และโซน Lifestyle Space รวบรวมของใช้สำนักงาน อุปกรณ์ต่างๆ รวมถึงเครื่องมือเครื่องใช้สำหรับงานศิลปะไว้ให้เลือกมากมาย ครบ จบในที่เดียว

## B2S THINK SPACE, CENTRAL CHIDLUM

As soon as you step into B2S Think Space, your creativity will soar high. Developed as Creative Park, this place does not just sell books or stationery.

Its Play&Learn Space presents the realm of imagination. Decorating the zone are big tree-like poles, mountain-like bookshelves, and ceiling that looks like a blue sky. Not just kids but also adults will have fun in this space. The big landmark here is Book Cave where visitors will feel like they are privately checking their books. Furthermore, this place includes beautiful photo corners that recreate the ambience of foreign bookstores. Visitors can also enjoy shopping for various office equipment, gadgets, and art tools in Stationery Space and Lifestyle Space. 



B2S Think Space ชั้น 6  
เซ็นทรัล ชิดลม เปิดทุกวัน เวลา  
10.00 - 20.00 u.

6<sup>th</sup> floor, Central Chidlom  
Open daily  
from 10 a.m. - 8 p.m.



## งานแสดงสินค้ารูปแบบใหม่ ใช้วัสดุที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม New-Style Exhibitions Go Green

SCGP ร่วมกับ BITEC เปิดโครงการ We Draw the New World Together เน้นการใช้วัสดุที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม และนำกลับมาใช้ใหม่ให้เกิดประโยชน์สูงสุดตามหลักเศรษฐกิจหมุนเวียน (Circular Economy) เพื่อลดปัญหาสิ่งแวดล้อมและผลักดันให้เกิดการบริหารจัดงานอย่างยั่งยืน ตามเป้าหมายในการขับเคลื่อนให้ประเทศไทยเป็นศูนย์กลางธุรกิจโมฆะแห่งภูมิภาคอาเซียน (ASEAN's MICE)

SCGP, in collaboration with BITEC, has launched “We Draw the New World Together” project. This initiative presents eco-friendly materials that can be recycled based on Circular Economy concept for the goals of solving environmental problems, promoting sustainability, and paving way for Thailand to become ASEAN’s MICE (Meetings, Incentives, Conferences, Exhibitions) hub.

### โครงการ “We Draw the New World Together” ปี 2565 มีอะไรบ้าง?

1. Recyclable Exhibition: นิทรรศการแสดงผลงานนวัตกรรมตกแต่งและจัดแสดงสินค้าจากกระดาษ Paper Art ที่จัดแสดงตามจุดต่างๆ ภายในไบเทค ให้ผู้ที่เข้ามาภายในศูนย์ได้รับชมตั้งแต่วันที่ 1 มกราคม พ.ศ. 2565 เป็นต้นไป โดยไม่เสียค่าใช้จ่าย
2. BITEC Exhibition Supplier: SCGP ร่วมนำเสนอโซลูชันที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมให้แก่ผู้จัดงานและผู้จัดแสดงสินค้า อาทิ การออกแบบ การผลิต การติดตั้งอุปกรณ์ตกแต่ง และเฟอร์นิเจอร์ที่ผลิตจากกระดาษเพื่อใช้ในบูธแสดงผลงานนิทรรศการ พร้อมทั้งสื่อ ฌ จุดขาย โดยผู้ที่ใช้บริการนี้จะได้รับรายงานแสดงผลการลดคาร์บอน รวมถึงบริการการติดตั้งพร้อมทั้งเก็บกลับเข้าสู่กระบวนการรีไซเคิลของ SCGP

3. Packaging Sustainability: บริษัท About Food ผู้ให้บริการด้านอาหารและเครื่องดื่มในเครือไบเทค ปรับใช้บรรจุภัณฑ์อาหารที่ปลอดภัยต่อสิ่งแวดล้อม และการใช้หลอดกระดาษแทนหลอดพลาสติก โดยคาดว่าจะสามารถช่วยลดปริมาณการใช้หลอดพลาสติกแบบใช้แล้วทิ้ง (Single-use) ได้ถึง 125,000 ชิ้นต่อเดือน และจะมีการใช้กล่องกระดาษที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมสำหรับ snack box มากถึง 65,000 ชิ้นภายในปี 2565
4. Recycle Campaign: ไบเทค ร่วมกับ About Food และ SAMA จัดขึ้นเพื่อรณรงค์ให้ทุกคนได้มีส่วนร่วมในโครงการด้วยการส่งมอบกล่องกระดาษลัง กระดาษทั่วไป กระดาษถ่ายเอกสาร รวมทั้งขวดน้ำพลาสติก PET และฝาขวดพลาสติก เพื่อนำไปรีไซเคิล ตลอดจนให้ความรู้ความเข้าใจแก่ผู้บริโภคเกี่ยวกับการใช้บรรจุภัณฑ์ และการจัดการวัสดุเหลือใช้ที่ถูกต้องตั้งแต่ต้นทาง



### What will “We Draw the New World Together” offer in 2022?

1. Recyclable Exhibition: From 1 January 2022 onward, this exhibition will showcase Paper Art innovations at various corners of BITEC without charging visitors who will see with their own eyes how paper can coolly decorate an event and support trade exhibitions;
2. BITEC Exhibition Supplier: SCGP will present eco-friendly solutions to both organizers and exhibitors. These solutions cover design, production, and installations of decorative items and paper furniture that can be used at exhibitions and points of sale. Solution buyers will receive a report on how much these solutions cut carbon emissions too. SCGP, moreover, offers not just installation services but also disassembly services that will put used materials in the proper recycling process;
3. Packaging Sustainability: About Food, the food-and-beverage provider under BITEC, will embrace environmentally friendly food packaging. It expects

to cut single-use plastic straws by 125,000 pieces a month as it replaces the plastic straws with paper straws. In 2022, About Food will use up to 65,000 green snack boxes as well; and

4. Recycle Campaign: BITEC will join hands with About Food and SAMA in encouraging people to join the campaign to send used paper boxes, paper, photocopy paper, PET bottles and caps to the recycling process. Also, they will raise consumers’ awareness of packaging types and the proper way to handle excess materials from their origin. **P**



**คุณดนัยเดช เกตุสุวรรณ**  
ประธานเจ้าหน้าที่บริหารสายการมี  
บริษัทเอสซีจี แพคเกจจิ้ง จำกัด (มหาชน)

**Mr. Danaidej Ketsuwan**  
Chief Financial Officer,  
SCG Packaging Public Company Limited

“SCGP มีความยินดีที่ได้ร่วมเป็นพันธมิตรกับไบเทค เพื่อร่วมผลักดันให้เกิดการใช้ทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพ และจัดการวัสดุเหลือใช้ได้อย่างถูกต้อง ตลอดจนห่วงโซ่คุณค่า หวังเป็นอย่างยิ่งว่าโครงการ ‘We Draw the New World Together’ นี้จะมีส่วนช่วยสร้างความเข้าใจและส่งเสริมพฤติกรรมการใช้ทรัพยากรอย่างคุ้มค่า ตามหลัก Circular Economy เพื่อการดูแลอย่างยั่งยืนไปด้วยกัน”

“We are pleased to partner with BITEC in promoting resource efficiency and proper management of already-used materials across the value chain. We really hope that ‘We Draw the New World Together’ will foster efficient use of resources based on Circular Economy in society for the sake of sustainable world.”



**คุณปณิษฐา บุรี**  
กรรมการผู้จัดการศูนย์นิทรรศการและการประชุม  
ไบเทค (BITEC)

**Ms. Panittha Buri**  
Managing Director,  
Bangkok International Trade  
& Exhibition Centre (BITEC)

“การร่วมมือกับ SCGP ในครั้งนี้ช่วยเสริมศักยภาพการให้บริการของเรา และยังเป็นการต่อยอดการทำงานด้วยการนำหลักการเรื่องการบริหารเศรษฐกิจแบบหมุนเวียนของ SCGP มาปรับใช้”

“Our collaboration with SCGP bolsters our services. It takes our work to a new height, as it enables us to integrate SCGP’s Circular-Economy management approach.”



# 10 ทริค

## พลิกมุมมอง ให้ชีวิต...แฮปปี้

### 10 Tricks to Change Your Perspectives for Happier Life

ชวนทุกคนมาสร้างความสุขให้ตัวเองง่าย ๆ ด้วยทริคเพียง 10 ข้อ จะลองเริ่มต้นทำไปที่ละข้อ หรือเลือกข้อที่ลงมือทำได้เลยก็ได้ แล้วจะรู้ว่าความสุขเกิดขึ้นง่าย ๆ แค่พลิกมุมมอง ชีวิตก็เปลี่ยนแล้ว

Give yourself more happiness by doing the following 10 tricks. Go ahead because it is much easier than you think!

1

#### พาตัวเองไปอยู่กับคนที่ทำให้เรายิ้มได้

คนเหล่านี้จะสร้างพลังบวกให้กับคนรอบ ๆ ตัว ทำให้เราจะได้รับพลังบวกและมีความสุขเมื่ออยู่ใกล้

#### SURROUND YOURSELF WITH PEOPLE WHO MAKE YOU SMILE

Some people always exude positive energy. So, go to them. Spend time with them for your optimism and joy to grow.

2

#### สร้างและยึดมั่นในคุณค่าของตัวเอง

คุณค่าของตัวเองมาจากการมองเห็นความหมาย และให้คุณค่ากับสิ่งที่กำลังทำ ทำให้เรารู้สึกดีกับตัวเองและเป็นหลักให้กับคนรอบข้างได้

#### CREATE AND BELIEVE IN YOUR VALUE

Your value is derived from your recognition of the value of what you are doing. If your actions make you feel good and are the solace for your beloved, you will be happy.

3

#### ยอมรับและมองหากุศลที่ดี

เพราะโลกนี้ไม่มีอะไรสมบูรณ์แบบ ลองปรับทัศนคติมองโลกตามความเป็นจริง และหาจุดดีของเหตุการณ์ที่เกิดขึ้น มองว่าสิ่งใดเกิดขึ้นแล้ว สิ่งนั้นย่อมดีเสมอ

#### LOOK AT THINGS ON A BRIGHT SIDE

Accept the world and life as it is. Be realistic, accept what has happened, and find good things about them.

4

#### จินตนาการถึงสิ่งที่ที่ดีที่สุด

กล้าจินตนาการในสิ่งที่เราอยากทำมากที่สุด โดยไม่ต้องกลัวว่าจะเป็นไปได้หรือไม่ และลองลงมือทำ ให้เราเป็นส่วนหนึ่งของความสำเร็จ ดูสักครั้ง

#### VISUALIZE THE BEST SCENARIO

Imagine what you want to do the most and have the courage to chase your dream. Get started and there arises a chance for you to become successful.



5

### ทำสิ่งที่รัก

แม้อาจไม่ได้ทำในสิ่งที่รักเป็นอาชีพ แต่แบ่งปันเวลาเล็กน้อยในแต่ละวัน อาจจะเป็นงานอดิเรก หรือ to-do list ประจำวัน เราก็อาจจะไม่โหยหาวันหยุดเพื่อพักผ่อนจากงานประจำอีกต่อไป

#### DO WHAT YOU LOVE

You may not land a job you love. But you should spare a little free time for your favorite hobby every day. When you do what you love, you won't feel drained. Your craving for a holiday will not be too strong.

6

### หาจุดมุ่งหมาย

ควรกำหนดเป้าหมายให้ชีวิต อาจไม่ยิ่งใหญ่ แค่เป้าหมายเล็ก ๆ ในระยะสั้น เพื่อสร้างความเชื่อมั่น สร้างกำลังใจ และค่อย ๆ ไล่หาความสำเร็จที่ใหญ่ขึ้นไปเรื่อย ๆ

#### SET YOUR GOALS

You should set goals for your life. They don't have to be big. Small goals are fine because achieving them one by one will give your confidence to pursue bigger goals.

7

### ฟังเสียงหัวใจตัวเอง

เราคือคนที่รู้ดีที่สุดว่าอะไรจะเติมเต็มเราได้ ดังนั้น ลงมือทำในสิ่งที่อยากทำ เชื่อสัตย์กับความารู้สึกตัวเอง

#### LISTEN TO YOUR HEART

You know best what will fulfill your life. So, follow your heart.

8

### ผลักดันตัวเอง

ลองอาสาทำในสิ่งใหม่ เลือกสนับสนุนตัวเองเป็นอันดับแรก เราอาจจะค้นพบพลังในตัวเอง และสามารถส่งต่อพลังบวกให้กับคนรอบตัวได้อีกด้วย

#### PUSH YOURSELF

Volunteer for a new task. Recommend yourself first because it is a way to discover your inner power and spread positive energy around.

9

### เปิดใจรับการเปลี่ยนแปลง

เตรียมใจให้พร้อมสำหรับการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นได้ตลอดเวลา เพราะนั่นหมายถึงประสบการณ์ใหม่ของชีวิตกำลังเดินทางมาหาเรา

#### OPEN UP TO CHANGES

Be prepared for changes because they may happen anytime. When a change emerges, consider it an opportunity to get new experience.

10

### ดื่มด่ำกับความสุขที่เรียบง่าย

ไม่ว่าจะเป็นวันที่เจออุปสรรค วันที่มีความสุข วันที่เจอแต่เรื่องตลก หรือวันที่พบกับเรื่องเศร้าก็ตาม ให้คิดว่าเรื่องที่เกิดขึ้นแล้วนั้นเป็นของขวัญที่เรียบง่ายที่สุดในชีวิต

#### INDULGE IN SIMPLICITY

No matter how your day turns out, good or bad, sad or funny, look at what has happened as simple gifts from life. P



#HAPPY

ที่มา / Source:  
[www.psychologytoday.com](http://www.psychologytoday.com)

ทริคค้นพบความสุขง่าย ๆ 10 ข้อมาจาก Barton Goldsmith, Ph.D., LMFT นักบำบัดและคอลัมนิสต์ของ *Chicago Tribune*, *New York Daily News* และเจ้าของหนังสือ *Visualization for Success*

These tricks are recommended by Barton Goldsmith, Ph.D., LMFT, a therapist, a columnist at both the *Chicago Tribune* and the *New York Daily News*, and author of *Visualization for Success*.

# ปรับให้ไว พร้อมรับมือ ทุกการเปลี่ยนแปลง

## Agile & Proactive to All Changes

กลับมาอีกครั้งกับ WJ Walk: Walk the Talk กับพี่วีชาญ จิตรภักดี ประธานเจ้าหน้าที่บริหาร SCGP ประจำปี 2564 ซึ่งในครั้งนี้สัญจรไปหาพี่น้องที่ บมจ.พีนิคฯ พัลพ แอนด์ เพเพอร์ จังหวัดขอนแก่นเลยทีเดียว

WJ Walk: Walk the Talk has just taken place again. For the fourth quarter of 2021, Mr. Wichan Jitpukdee, CEO, SCGP, had the event held at Phoenix Pulp and Paper PCL in Khon Kaen Province.



ต้อนรับทุกคนด้วยคลิปวิดีโอ Culture Contact ชุด New Normal Is Now, Working and Living for the Future ซึ่งประมวลภาพพลังความร่วมมือร่วมใจของชาว SCGP ในการก้าวข้ามความท้าทาย และส่งต่อช่วยเหลือสังคม พร้อมปรับตัววิถีใหม่ไปด้วยกัน ทั้งนี้ พี่สม ณรงค์ฤกษ์นาวัน - Director, PPPC Mill ได้ร่วมแชร์ประสบการณ์การบริหารงานท่ามกลางวิกฤติ ที่ต้องจัดสรรกำลังคนและใช้การ Bubble & Seal ที่ซึกซอมไว้จนสามารถผลิตสินค้าส่งมอบแก่ลูกค้าได้ตามเป้าหมาย



ช่วง Business Update กับพี่วิชาญ เริ่มต้นด้วยเรื่อง Safety ที่ย้ำให้ทุกคนตระหนักถึงความสำคัญในการบันทึกอุบัติเหตุเล็กน้อย (first aid) อย่างสม่ำเสมอ เพื่อนำไปสู่การป้องกันความเสียหายจากอุบัติเหตุที่ใหญ่กว่าได้ทันท่วงที ก่อนจะเริ่มอัปเดตสถานการณ์ตลาดของแต่ละประเทศที่ SCGP ดำเนินธุรกิจอยู่ ซึ่งมีการจัดการที่แตกต่างกันออกไป และแม้จะได้รับผลกระทบอยู่บ้าง แต่ก็ยังมีโอกาสที่เติบโตได้

**“ขอให้ทุกคนมุ่งมั่นสร้างโซลูชันและการสร้าง value ให้แก่ลูกค้าต่อไป ร่วมแรงร่วมใจกัน ความร่วมมือร่วมใจนั้นจะสะท้อนกลับมาหาพวกเราในที่สุด ปรับให้กัน ปรับให้ไว ตัดสินใจให้ได้ และเตรียมพร้อมสำหรับอนาคต”**

**“We determine to innovate solutions to deliver values for customers. We must be collaborative and adaptive. We must make fast decisions and be proactive for the future.”**

ธุรกิจโดยภาพรวมใน 9 เดือนที่ผ่านมา มียอดขายที่เติบโต 29% เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันในปีที่แล้ว โดยในฝั่ง Integrated Packaging Chain มียอดขายเพิ่มขึ้น 28% เนื่องจากการขยายธุรกิจไปในเวียดนามและอินโดนีเซีย แต่ยังไม่ได้รับผลกระทบจากการปรับตัวของราคาวัตถุดิบ ค่าใช้จ่ายด้านพลังงาน และค่าขนส่งที่สูงขึ้น ในขณะที่ทางฝั่ง Fibrous Business มียอดขายเพิ่มขึ้น 30% เนื่องจากการปรับปรุงประสิทธิภาพอย่างต่อเนื่อง ทำให้ผลกำไรดีขึ้นและช่วยให้ภาพรวมของธุรกิจเติบโตได้ดี

สำหรับสถานการณ์โควิด 19 หลังการผ่อนคลายของนโยบายภาครัฐ พี่วิชาญยังคงย้ำถึงหน้าที่ของทุกคน ให้วางแผนรับมือกับสิ่งที่จะเกิดขึ้นให้ได้ วิกฤติที่ผ่านมาได้กระตุ้นให้เราพิสูจน์ตัวเองในหลายเรื่อง เรียนรู้และนำจุดที่ดีมาใช้ หาโอกาสและจุดแตกต่างเพื่อเป็นจุดขาย โดยใช้ competency ของเรา

“ขอให้ทุกคนมุ่งมั่นสร้างโซลูชันและการสร้าง value ให้แก่ลูกค้าต่อไป ร่วมแรงร่วมใจกัน ความร่วมมือร่วมใจนั้นจะสะท้อนกลับมาหาพวกเราในที่สุด ปรับให้กัน ปรับให้ไว ตัดสินใจให้ได้ และเตรียมพร้อมสำหรับอนาคต” พี่วิชาญกล่าว

สำหรับวิสัยทัศน์และกลยุทธ์ในการดำเนินธุรกิจต่อไปของ SCGP มุ่งเน้นที่จะทำธุรกิจให้ใกล้ชิดกับลูกค้ามากขึ้นกว่าเดิม ด้วยโซลูชันที่หลากหลายตอบโจทย์ลูกค้า พร้อมแผนการขยายธุรกิจเพื่อการเติบโตในอนาคต รวมถึงการกระจายความเสี่ยง นอกจากนี้ยังให้ความสำคัญในเรื่อง ESG ที่ต้องทำอย่างต่อเนื่อง

ช่วง Recognition เพื่อขอบคุณพี่น้อง SCGP ที่แสดงศักยภาพและสร้างคุณประโยชน์แก่สังคมอย่างต่อเนื่อง รวมทั้งสิ้น 12 รายการด้วยกัน แบ่งเป็นด้าน Design 4 รายการ ด้าน Safety Health Environment (SHE) 6 รายการ และด้าน Operational Excellence 2 รายการ

และปิดท้ายด้วยช่วง Q&A ที่ทุกคนชื่นชอบและรอคอย พี่วิชาญได้ตอบข้อซักถามที่เป็นประโยชน์ต่อการทำงานในทุก ๆ หัวข้อ พร้อมทั้งกล่าวคำขอบคุณที่พนักงานทุกคนร่วมแรงร่วมใจกันมาตลอด และฝากให้ทุกคนตั้งใจและมุ่งมั่นกันต่อไป

“อยากให้เราทำงานอย่างมี passion โดยเข้าใจวัตถุประสงค์หรือ purpose เพื่อส่งมอบ productivity และเกิดความภาคภูมิใจที่เราสามารถทำธุรกิจให้เติบโตได้”



The event started with culture contact VDO: “New Normal Is Now, Working and Living for the Future”, which showed SCGP members’ united efforts to overcome challenges, repay society, and move ahead. Mr. Som Narongrekrnavin, Director of PPPC Mill, then took the stage to share his experience about how he reallocated staff for Bubble & Seal operations during the COVID-19 crisis and successfully delivered products on time.

In the Business Update session, Mr. Wichan emphasized the need to report incidents requiring first aid by explaining that such reports would enable the effective prevention of major incidents. Next were updates about SCGP performance. SCGP's Integrated Packaging Chain recorded 28 percent sales growth thanks to business expansion in Vietnam and Indonesia. However, its business was affected by the rising cost of raw materials, energy, and transportation. As for Fibrous Business, its sales grew by 30 percent. When coupled with continuous efficiency improvement, it achieved greater profit and boosted SCGP business on the overall.

Mr. Wichan added that after the government eased COVID-19 restrictions, all SCGP members must get prepared for what was next. He trusted SCGP members had already learned many things from the crisis and would be able to differentiate products and services based on their strengths.

"We determine to innovate solutions to deliver values for customers. We must be collaborative and adaptive. We must make fast decisions and be proactive for the future," the CEO said.

Regarding vision and strategies, SCGP aims to get even closer to customers through solutions and innovation. It also plans to expand its businesses and diversify risks without compromising its ESG focus.

During the Recognition session, Mr. Wichan thanked SCGP staff who have demonstrated potential and made contributions. The session recognized 4 design achievements, 6 Safety Health Environment (SHE) achievements, and 2 Operational Excellence achievements.

Mr. Wichan then concluded the event with the much-awaited Q&A session. After answering questions and thanking everyone, he quipped,

"Let's work with passion and purposes for our productivity and pride." 



“รู้สึกดีใจที่ WJ Walk สัญจรมาที่ขอนแก่น รู้สึกถึงความห่วงใยในเรื่องการทำงานของพนักงานในพื้นที่ต่างๆ และเปิดโอกาสให้ซักถามอย่างใกล้ชิด อยากให้จัดกิจกรรมเช่นนี้ต่อไป เพราะทำให้พนักงานได้ทราบทิศทางของบริษัท และมีสิ่งใหม่หรือแนวคิดให้ได้เรียนรู้ ชอบช่วง Recognition เพราะเป็นการให้กำลังใจและเชิดชูเกียรติให้กับพนักงานครับ”

“I am glad that WJ Walk has come to Khon Kaen. It reflects our CEO's attention to staff in all areas. I hope such event continues so as to keep staff updated about SCGP direction and new knowledge. I also especially like the Recognition session because it gives staff encouragement and honor.”

**วิสิษฐพงศ์ วรณวุฒิกุล (มิกซ์)**  
**Wisitphong Wanvuttikul (Mix)**  
**Employee Development Section Manager - PPPC**

“รู้สึกดีใจที่ได้ร่วมฟังทุกครั้ง รอบนี้พิเศษที่ได้เจอพี่วิชาญที่โรงงาน สังเกตได้ว่าพี่น้องทุกคนรู้สึกดีใจเช่นเดียวกัน การที่มารับฟังและได้พูดคุยโดยตรง ได้รับคำแนะนำดี ๆ ทำให้เกิดความเชื่อมั่นในการทำงาน และสามารถนำทีมให้สอดคล้องกับทิศทางขององค์กร โดยเฉพาะในเรื่องด้านความปลอดภัยในการทำงานที่พี่วิชาญได้แชร์และให้แนวทางไว้ เพื่อเป็นแบบอย่างและส่งเสริมความปลอดภัยให้กับเพื่อนพนักงานและคู่ธุรกิจ”

“I have always watched WJ Walk. But this time, I physically met Mr. Wichan at my plant. I noticed that all staff, just like I, are happy to see Mr. Wichan directly talk to us and offer advices. It makes me more confident to lead my team in line with SCGP's direction, particularly in regard to work safety. Mr. Wichan has given clear examples for us to promote safety among our staff and business partners.”



**บุสดี มุ่งหมาย (นก)**  
**Bussadee Mungmai (Nok)**  
**Safety Management - Fibrous Business**

# ชวนทำก้อนน้ำแข็ง จากดอกไม้กินได้

## Make Ice Cubes with Edible Flowers

ไอเดียสุดน่ารักที่จะช่วยให้ปาร์ตี้ของคุณมีสีสัน ด้วยการชวนทุกคนในบ้านมาทำก้อนน้ำแข็งจากดอกไม้กินได้ เพื่อเตรียมใส่ในเครื่องดื่ม นอกจากทำง่ายและสนุกแล้ว ยังมีรูปเครื่องดื่มสวย ๆ อป๋อโซเชียลรอดฝีมือตัวเองให้เพื่อนมากดเพิ่มยอดไลก์อีกด้วย

Here is a lovely and easy-to-do idea to color up your party – creating ice cubes that contain edible flowers. The process of making such ice cubes is enjoyable. Better still, you will have beautiful beverages to show off on social media too.

### อุปกรณ์

- ดอกไม้กินได้
- พิมพ์ซิลิโคนทำน้ำแข็ง
- น้ำสะอาด

### MATERIALS

- Edible flowers
- Silicone ice cube trays
- Clean water

### TIPS

- อยากรู้ให้น้ำแข็งใส ไม่มีฟองอากาศ ต้องใช้น้ำสะอาดต้มสุกแล้วรอให้เย็น
- พิมพ์ซิลิโคนควรมีความยืดหยุ่น จะไม่ทำให้ก้อนน้ำแข็งดอกไม้เสียรูปทรง และถ้าอยากให้น้ำแข็งสวยและละลายช้าก็ต้องเลือกพิมพ์ไซส์ใหญ่เข้าไป
- If you want clear cubes, use boiled water that is no longer hot.
- The chosen silicone tray should be flexible or else flowers may lose their beautiful shape. If you want ice cubes to melt slower and look nice longer, opt for bigger cubes.

### วิธีทำ

1. ล้างดอกไม้ให้สะอาด (หากดอกไม้ชนิดไหนมีกลีบบางให้แกว่งน้ำสะอาดเบา ๆ)
2. เลือกถาดซิลิโคนทำน้ำแข็งที่ถูกใจ ไม่ว่าจะเป็ทรงสี่เหลี่ยม สามเหลี่ยม หรือวงกลมก็มีความน่ารักแตกต่างกัน
3. จัดเรียงดอกไม้ลงพิมพ์
4. เติมน้ำสะอาด  $\frac{3}{4}$  ของพิมพ์ แช่ฟรีซให้พอน้ำแข็งเซตตัว
5. เติมน้ำสะอาดให้เต็ม วิธีนี้จะช่วยให้ดอกไม้อยู่ตรงกลางก้อนน้ำแข็ง
6. แช่ฟรีซต่อ จากนั้นพร้อมเสิร์ฟคู่เครื่องดื่มที่ชอบ

### INSTRUCTIONS

1. Wash flowers (if petals are fragile, just gently move them in clean water);
2. Choose the shape of silicone ice-cube tray you like — square, triangular, or round;
3. Place flowers in the tray;
4. Pour clean water into the tray until it is about 75percent full and put the tray in a freezer;
5. Fill the tray with additional clean water so as to ensure flowers are in the middle of cubes; and
6. Freeze the tray again before adding the ice cubes into a cup of beverages. **P**

### แนะนำดอกไม้กินได้ Recommended Edible Flowers

- ดอกอัญชัน • ดอกบีเสื่อ • ดอกบลูฮาวาย • ดอกพวงชมพู • ดอกดาวกระจาย • ดอกเบญจรงค์ 5 สี • ดอกแพนซี • ดอกลาเวนเดอร์ • ดอกโรสแมรี่ • ดอกบีโกเนีย
- Butterfly Pea • Dianthus • Blue Hawaii • Mexican Creeper • Sulfur Cosmos • Asystasia gangetica • Pansy • Lavender • Rosemary • Begonia

# PASSION

## เต็มกำลัง ลงมือทำแบบอันลิมิต

FULL PASSION = UNLIMITED ENERGY TO GET THINGS DONE



**โป อรรถพล ทองบริสุทธ์**  
**ผู้ชนะการแข่งขัน**  
**รายการ MASTERCHEF CELEBRITY THAILAND SEASON 2**

กำลังสนุกกับการทำงานในหลายบทบาท ทั้งนักร้อง พิธีกร และล่าสุดกับการคว้าตำแหน่งผู้ชนะการแข่งขันรายการ MasterChef Celebrity Thailand Season 2 ที่ทำให้ โป - อรรถพล ทองบริสุทธ์ มองเห็นตัวเองในมุมใหม่ ๆ และเชื่อว่าคนเราสามารถทำอะไรได้หลายอย่าง หากฝึกฝนอย่างตั้งใจและจริงจัง ทั้งยังเป็นจุดเปลี่ยนสำคัญของชีวิตที่เข้ามาปลุกไฟ ปลุกฝัน ในจังหวะเวลาที่กำลังห่อเหี่ยวจากสถานการณ์โควิด 19 จนเกือบจะโยกย้ายตัวเองออกจากวงการบันเทิง

After having fun with his jobs as a singer and MC, Mr. Unnop "Por" Thongborisut is now a contestant in MasterChef Celebrity Thailand. Not only that his participation in the show reveals another side of himself, but it has also sparked his passion. Before the show, COVID-19 situation had drained him to the point that he considered leaving entertainment industry.

### ประสบการณ์สำคัญกว่าพรสวรรค์

“การร้องเพลงเป็นสิ่งที่ทำมาตลอด รู้สึกว่าตัวเองโตขึ้นและมีประสบการณ์มากขึ้นในช่วงเวลาที่ผ่านมา สำหรับงานพิธีกรที่เพิ่งเข้ามาทำก็ต้องฝึกหนักเหมือนกัน ช่วงแรกเป็นคนที่พูดไม่รู้เรื่อง จับต้นชนปลายไม่ถูก จะดำเนินรายการอย่างไรดี จะรู้สึกตื่นเต้นตลอดเวลา

“ผมเชื่อในการฝึกฝน พรสวรรค์เป็นส่วนหนึ่ง แต่เราต้องฝึกฝนต่อให้ดีขึ้นเรื่อย ๆ ประสบการณ์เป็นสิ่งสำคัญ ถ้าเราทำอะไรบ่อย ๆ ก็จะเชี่ยวชาญด้านนั้นไปเรื่อย ๆ

“บางเรื่องต้องลงมือทำก่อนแล้วถึงจะรู้ว่าไม่เหมาะกับเรา เช่น การวิ่ง ช่วงหนึ่งอินกับการวิ่งมาราธอนมาก แต่พอวิ่งไปสักระยะหนึ่ง เราเจ็บเข้า ไปหารองเท้าใหม่ก็ยังไม่อยู่ สรุปหามอสแกนกระดูก ปรากฏว่ากระดูกเข้าเรามีปัญหา ไม่เหมาะกับการรับแรงกระแทก ก็พบบางประเภทก็ไม่เหมาะกับเรา เนี่ย! พอเราลองทำแล้วก็จะรู้ว่าไม่เหมาะกับวิถีของเรา ดังนั้น ต้องไม่ตีกรอบว่าตัวเองทำไม่ได้ ผมคิดเสมอว่าผมทำได้ดีหรือไม่ดีอีกเรื่องหนึ่ง ปลายทางเราจะรู้เอง ต้องลองทำก่อนซึ่งแนวคิดนี้ผมก็นำมาใช้ตอนแข่งขันในรายการมาสเตอร์เชฟครับ”

### ที่่สุดในจุดที่ได้ทำ

“หลายคนเซอร์ไพรส์ที่เห็นผมทำอาหารได้ (หัวเราะ) จริงๆ แล้วผมทำอาหารมาตั้งแต่เด็ก ๆ ผมมักจะเข้าครัวเป็นลูกมือพ่อ ทำอาหารไทย ต้มพริกแกงบ้าง หั่นโน่นนี่ พอมีพื้นฐานแต่มาฝึกต่อในเรื่องของความคิดสร้างสรรค์ เมื่อเข้ามาอยู่ในรายการมาสเตอร์เชฟ ผมฝึกวิธีคิดด้วยการใช้แอปพลิเคชันที่เป็นวงล้อตั้งโจทย์ เพื่อสุ่มหยิบวัตถุดิบก่อนเข้าซูเปอร์มาร์เก็ต ทำให้เราเหมือนได้เล่นเกมไปด้วย นอกจากนั้น การดูยูทูปก็ช่วยได้เยอะครับ บางอย่างเราไม่ต้องเรียนรู้เองทั้งหมด ลองดูคนอื่นทำเก็บเป็นคลังหรือห้องสมุดในหัว นำมาเปรียบเทียบปรับปรุงให้เข้ากับสิ่งที่เราจะทำ

“สำหรับคนทำอาหาร ตอนทำก็แอบปีเพราะได้มอพรสวรรค์ที่เป็นตัวเรา แต่จะแอบปีแบบสุด ๆ ก็ต่อเมื่อคนกินได้เห็นรายละเอียดที่เราใส่ใจลงมือทำในรายการท่ามกลางความกดดันในเวลานั้นยังไม่เคยรู้สึกท้อเสียใจหรือพลาดอะไรไป ระหว่างถ่ายทำเป็นช่วงเวลาที่ถูกกดดันก็จริง แต่บอกตัวเองว่าเราทำเต็มที่แล้ว ผมว่าในเวลานั้นผลลัพธ์มันดีสุด ๆ ผมภูมิใจนะ”

## เปลี่ยนพลังเบื่อ เป็นพลังบวก

“สองปีที่ผ่านมามีได้ร้องเพลง ไม่มีอีเวนต์ ก็ทำเอาแพชชั่นหายไปเหมือนกัน รู้สึกห่อเหี่ยว รู้สึกว่าแพชชั่นเราหมดแล้ว ไม่รู้จะไปทางไหนต่อ เราจะทำอาชีพนี้ได้ไม่นานหรือเปล่า หรือจะไปหารูธุรกิจอื่นที่ไม่ต้องทำงานในวงการแล้ว พอได้มาเป็นผู้แข่งขันในรายการมาสเตอร์เชฟ ได้ปลุกไฟในตัวเอง เหมือนการได้กลับมาเข้าครัว ทำอาหารจริงจัง ได้ฝึกซ้อม ก็ช่วยปลุกชีวิตด้านอื่น ๆ ไปด้วย รู้สึกมีเรี่ยวมีแรง มีชีวิตขึ้นมา

“สิ่งที่เรียนรู้คือ ไม่ใช่เราไม่มีค่า แต่ถ้าเราทำอะไรซ้ำ ๆ เราก็จะเบื่อ จึงต้องออกไปหาอะไรใหม่ๆ ทำ จะทำให้เกิดพลังบางอย่าง และเปลี่ยนแนวคิดจากสิ่งที่ทำประจำ อยากให้ลองหาว่าเราทำอะไรได้อีกบ้าง ดีกว่าอยู่เฉยๆ สำหรับผมหลังจากนี้โปรเจกต์เต็มไปหมดเลย มีไอเดียเยอะมาก ไม่ว่าจะไปทำเพลงแนวใหม่ๆ ลงคอร์สเรียนต่อๆ มวย ทำเชฟส์เทเบิล เพราะก่อนหน้านี้เราคิดแล้วก็ปล่อยผ่านไป แต่ตอนนี้จะลงมือทำจริงจังอีกครั้งครับ”

## EXPERIENCES ARE MORE IMPORTANT THAN GIFTS

“Singing is what I've always done. With my singing career, I felt like I had become experienced and mature. But when I started working as an MC, I still needed to train hard. In the beginning, I talked rather incoherently. Because I was very excited, it's hard to figure out in my head how to lead my show.

“But I believe in practice. Gifts matter, of course. But practice makes perfect. The more we are at it, the better we are.

“Aside, we will be able to tell whether an activity suits us or not only after we tried it. For example, I used to enjoy marathon runs but I got knee pain. A careful examination then confirms that running is not good for me. I don't put myself in a box. I always try first so that I know where it will lead me to. This rule applies to my participation in MasterChef Celebrity too.”

## DO MY BEST

“Many people were surprised about my cooking skills (laughed). But in fact, I started cooking at a young age. During my childhood, I had usually gone into the kitchen to help my dad with cooking. I had chopped ingredients and pounded chili paste. I have definitely had basic cooking skills. By the way, when I join the contest, I need to boost my creativity. I have practiced with an app for random ingredients. I have also watched YouTube clips.

“I enjoy cooking. But I will be happiest when diners recognize every small detail I have prepared. During MasterChef Celebrity, I have never had any regrets. I may feel pressured during shooting. But as I always do my best, I am proud of what I've done.”

## TURN BOREDOM INTO POSITIVE ENERGY

“During the past two years, I have had no singing jobs or events to attend. I had felt down and low. It's like all my passions in life had vanished. I even asked myself if I should leave the entertainment industry and work in other fields instead. But after becoming a contestant in MasterChef, my passions rush back. My return to kitchen and cooking practices have breathed new energy into my life. I feel alive once more.

“The bottom line is that we are not useless. It's just that banality may bore us to death. So, it's good to try something new and to step out of comfort zone. Explore new things and see what else we can do. Suddenly, many ideas popped up in my mind. I really want to do various kinds of things like taking a boxing class, arranging chef's table services, and producing new styles of songs. I won't just think. But I will take action now.” 

## ไอเดียสร้างสุขแบบพอ

- **ลองทำอะไรใหม่ ๆ ให้ชีวิตสนุกขึ้น** สร้างสีสันให้ชีวิตด้วยการมองหากิจกรรมสร้างความท้าทายให้ตัวเอง เช่น การทำอาหารกินเอง พกไปเป็นมือเที่ยงโชว์เพื่อน ๆ ที่ออฟฟิศ ก็ทำให้ระหว่างวันทำงานมีความสุขได้
- **ออกกำลังกาย** อยากให้ลองแบ่งเวลา อาจจะเป็นสัปดาห์ละสองสามวัน ไม่ต้องทุกวันก็ได้ เพื่อรีเฟรชตัวเอง ให้ฮอริโมนแห่งความสุขได้ทำงาน
- **กินอาหารที่มีประโยชน์** เพราะอาหารเป็นส่วนสำคัญ หากเลือกกินดีจะไม่ทำให้เกิดโรค ถ้าดูแลตัวเองดีตั้งแต่เนิ่นๆจะได้ไม่ต้องเสียเงินดูแลสุขภาพตัวเองตอนแก่
- **มีสติ ดูจิตใจตัวเอง** การรับรู้ข่าวสารเหตุการณ์ต่าง ๆ ในปัจจุบัน ทำให้เครียดได้ง่าย แต่จะทำให้ไม่ติดตามเลยคงยาก ดังนั้นการมีสติ รู้เท่าทันอารมณ์ของตัวเอง จึงเป็นสิ่งสำคัญมาก ๆ

## Happiness Tips

- **Try Something New to Add Fun to Life:** Color up your life with activities that will challenge yourself in some ways. For example, you may start preparing your own meal and bring your creative lunch box to the office to show off to colleagues;
- **Exercise:** Find time to exercise a few days per week to trigger the release of happiness hormones;
- **Eat Healthy:** Right food promises to keep you away from illnesses. Take good care of yourself to avoid paying hefty medical bills when you get old.
- **Be Mindful, Embrace Self-Awareness:** News updates may cause you stress. Keep your emotions in check.

# เริ่มต้นทุกวันด้วย BEGIN EVERY DAY WITH

# PASSION



Scan QR Code  
เพื่อชมวิดีโอสัมภาษณ์  
Scan QR Code for  
the interview

เมื่อความเปลี่ยนแปลงมาถึง การเปิดโอกาสให้ตัวเองได้ลองอะไรใหม่ ๆ จึงเป็นเรื่องน่าสนุก Unbounded Way ฉบับนี้เราได้คุยกับสอง AE ผู้ดูแลสินค้ากลุ่ม consumer product ที่จะต้องเข้าถึงผู้บริโภคอย่างใกล้ชิดมากขึ้น พร้อมทั้งร่วมแชร์วิธีการที่ทั้งคู่ใช้รับมือกับโจทย์ใหม่ ที่มีความท้าทายเข้ามาอย่างต่อเนื่อง

In the face of coming change, give yourself an opportunity to try something new. In this volume, Unbounded Way interviewed two account executives or AEs who have taken over consumer product accounts. As their new role requires them to get closer to consumers, let's find out how they are dealing with challenges.



ปริญญารณณ์ แสงสุข (ปลา) Parinyaporn Sangsuk (Pla)  
Account Executive – Consumer Product, SCGP

**“FEEDBACK IS POWER.  
LISTENING TO EVERY VOICE.”**

“จากเดิมปลาดูแลสินค้าแบบ B to B (Business to Business) เป็นสินค้าอุตสาหกรรมที่ขายให้กับผู้ผลิต ตีลผ่านผู้ประกอบการหรือฝ่ายจัดซื้อ ซึ่งขายหรือสื่อสารกับลูกค้าได้โดยตรง ถ้าสินค้าไม่ตอบใจก็ปรับหรือหาแนวทางพัฒนาพร้อมกับลูกค้าได้ทันที แต่การขายสินค้าแบบ B to C (Business to Consumer) การปฏิสัมพันธ์กับผู้บริโภคค่อนข้างยาก การทำการตลาดหรือการสื่อสารผ่านช่องทางต่าง ๆ จึงมีความสำคัญและท้าทาย ต้องปรับตัวและปรับกรอบความคิดในการทำงานใหม่เพื่อสู้กับความท้าทายนี้

“อย่างแรกคือ ต้องเปิดใจ เพื่อก้าวข้าม comfort zone การประสานงานกับหน่วยงานอื่น ๆ เราต้องมองเป้าหมายเดียวกัน นั่นคือ ความต้องการของผู้บริโภค และต้องเปิดใจยอมรับความคิดเห็นจากหน่วยงานต่าง ๆ เพื่อปรับปรุงสินค้าให้ออกมาดีที่สุด เมื่อสินค้าออกสู่ตลาด แน่นอนว่าเราจะได้รับ feedback ทุกรูปแบบ เสียงชื่นชมก็เก็บไว้เป็นแรงบันดาลใจหรือกำลังใจในการทำงาน ส่วนคำแนะนำก็นำมาปรับปรุง พัฒนาสินค้าของเราให้ดียิ่งขึ้น เพื่อตอบโจทย์ผู้บริโภคอย่างแท้จริง

“เป้าหมายของปลาคือ อยากพัฒนาสินค้าแบบ outside in ร่วมกับหน่วยงานอื่น ๆ ภายใน และนำสินค้าที่ตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคได้อย่างแท้จริงออกสู่ตลาดให้ได้ ปลามองว่าสินค้าเป็นลูกคนหนึ่ง หากเราต้องการให้เขาเติบโตในอนาคต เราต้องวางรากฐาน เลี้ยงดูและคอยเฝ้าดูว่ามีอะไรที่ควรชัฟฟอร์ด เพื่อเติมเต็มให้เขาเติบโตอย่างมีคุณภาพ

“ในแต่ละวัน ปลามีสองอย่างที่คิดและทำอยู่เสมอ อย่างแรกคือการประสานงานกับหน่วยงานต่าง ๆ ซึ่งมีค่อนข้างเยอะ ปลาจะใช้วิธีการที่เรียกว่า catch ball คือ การส่งต่องานไปให้หน่วยงานอื่น ๆ อย่างรวดเร็วและมีประสิทธิภาพ เพื่อให้เกิดข้อผิดพลาดน้อยที่สุด อย่างที่สองคือการรับมือกับงานที่หลากหลาย ซึ่งจะเจอทั้งวันที่สมหวังและผิดหวัง ปลาจะหา small win สักเรื่องหนึ่งในแต่ละวัน เพื่อเป็นกำลังใจในการทำงานวันต่อไปให้มีประสิทธิภาพมากเท่าที่จะทำได้”

“My old accounts were of B to B (Business to Business) type. I sold industrial products to manufacturers by dealing with entrepreneurs or purchasing department. This way, if a product did not suit customers, we could directly discuss with customers and plan improvements. A B to C (Business to Consumer) account is different. It is quite difficult to interact with end-consumers. Marketing communications, therefore, are both important and challenging. I had to change my mindset and many things.

“First of all, I became very open-minded as I was stepping out of my comfort zone. When collaborating with other units, we have to focus on common goal which is customers' needs. We have to listen to others to find the best solutions for customers. After product launch, we get all kinds of feedback. Praise is taken as inspiration. Comments, meanwhile, are used to improve our products further.

"I pursue outside in product development through collaboration with other internal units. In my view, a product is like my kid. If I want it to grow well and prosper, I must build solid foundation for it, groom it and provide support as it grows.

"Each day, I mainly do two things. Firstly, I collaborate with other units to facilitate workflow for maximum efficiency and speed with minimum mistakes. I have used the catch ball approach. Secondly, I deal with multitasking. On some days, I may face disappointment. But I look for small wins in each day so as to motivate myself and do my best every day."



ศุภมิตร แสงศักดิ์ (เดิว) Surapat Sawaengsak (Deaw)  
Account Executive – Consumer Product, SCGP

## “COLLABORATE WITH SENSE OF OWNERSHIP & SPEED.”

"เหมือนกับปลาครีบน้ำเงิน เดิมดูแลงานขายสินค้าแบบ B to B ที่เน้นการสร้าง ความสัมพันธ์ระหว่างเรากับลูกค้า สร้างความเชื่อมั่นในการเป็นพาร์ทเนอร์ พอเปลี่ยนมาดูแลสินค้าที่เป็น B to C มีความรู้สึกที่แตกต่างกันมาก เพราะการใกล้ชิดกับผู้บริโภคต้องทำมากกว่าการเดินเข้าประตูไปหา"

"เราต้องหาวิธีสื่อสารผ่านกิจกรรมการส่งเสริมทางการตลาดต่าง ๆ ที่เป็น เรื่องใหม่ ต้องเรียนรู้หาข้อมูลเพิ่มเติม เพื่อให้สินค้าใหม่ของเราเข้าถึง ผู้บริโภคมากขึ้น ซึ่งมีความท้าทายค่อนข้างมาก มีสองเรื่องสำคัญที่คิด อยู่เสมอคือ sense of ownership และ flexibility ในการทำงาน เพราะสินค้า B to C นั้นต้องศึกษาพฤติกรรมของผู้บริโภคก่อน ซึ่งปัจจุบันผู้บริโภคสามารถสั่งซื้อสินค้าได้ตลอดเวลา 7 วัน 24 ชั่วโมง"

ต่างจากเดิมที่เวลาการทำงานค่อนข้างชัดเจน หากต้องการเข้าถึงพฤติกรรม ผู้บริโภค เราจะต้องวิเคราะห์ว่าเวลาไหนเขาจะซื้อของ อย่างออนไลน์ เวลาที่ดีที่สุดคือ เวลากลางคืน นั่นแปลว่าเราต้องพร้อมที่จะเซอร์วิส หรือปิดการขายในช่วงเวลานั้น ถ้าคิดว่าเราเป็นส่วนหนึ่ง หรือมีความเป็นเจ้าของ เราจะรู้สึกว่าจะไม่เอาเวลาไหนเราก็พร้อมให้บริการ"

"อีกเรื่องคือ speed เป็นสิ่งสำคัญมาก เพราะตลาดมีความเปลี่ยนแปลง ค่อนข้างไว การที่เราปรับตัวได้เร็วเท่าทันพฤติกรรมของผู้บริโภคจึงมีความสำคัญมาก ต้องกล้าตัดสินใจบนข้อมูลที่แม่นยำ และนำเสนอ กิจกรรมทางการตลาดให้โดนใจและทันใจผู้บริโภคมากที่สุด"

"สำหรับเป้าหมายของตัวเองคือ การพัฒนาสินค้าให้ออกสู่ตลาดตรงตาม กรอบเวลาที่วางไว้และตรงตามความต้องการของผู้บริโภคด้วย ดังนั้น การได้มาซึ่งเป้าหมาย เราต้องเป็นฟันเฟืองหลักในการประสานความร่วมมือ ของหน่วยงานต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นงานวิจัย หรือ customer science ที่คอยวิเคราะห์หาข้อมูลตลาด หรืองานหลังบ้านอย่างบริการลูกค้า เราต้อง collaborate ให้ทุกคนร่วมมือกันได้อย่างมีประสิทธิภาพ และเห็น เป้าหมายเดียวกันให้ได้ เพราะเราไม่สามารถทำได้คนเดียวแน่ ๆ"

"หลักการการทำงานของตัวเองจะมองในเรื่อง passion เป็นหลัก เพราะ ถือเป็นจุดเริ่มต้นของทุกอย่าง เมื่อเรามีใจกับมันแล้ว ไม่ว่าจะเป็นอย่างอุปสรรค แบบไหนก็พร้อมที่จะเปิดใจรับ และค้นหาวิธีการต่าง ๆ มาใช้ ทุกวัน จะตื่นนอนด้วยความรู้สึกที่อยากทำงาน อยากพัฒนาสินค้า และส่งไปถึงมือ ผู้บริโภคให้ดีที่สุด ถ้าเราเริ่มต้นด้วยความรู้สึกแบบนี้ เชื่อว่าอุปสรรค มันจะเป็นแค่เรื่องเล็กน้อย และเราสามารถก้าวข้ามมันไปได้ด้วยดี"

"Just like Pla, I used to handle B to B accounts. When I was assigned to B to C accounts, work became very different. To get close to consumers, we need to do much more than walking into their door."

"We need to find ways to communicate with consumers and study promotions. We must learn more and acquire more information so as to make our products more relevant. In challenging work environment, sense of ownership and flexibility mean a lot. Consumers can today buy products anytime. Consumer-behavior study reveals purchases are now mostly made during the night. So, we must be ready to service them and close deals during those hours. If we have a sense of ownership, we will be ready to serve anytime."

"Speed is also very important. Consumer behaviors are changing fast. We need to keep pace and have the courage to make a decision based on accurate information. Marketing activities must be catered to impress consumers at the right time."

"My goal is to deliver a product in response to consumers' needs within a proper timeframe. To achieve this goal, I serve as a key mechanism to foster the collaboration of various units. As I cannot do everything alone, I seek to nudge all relevant units to work towards the same shared goals."

"My work principle is mainly passion. **If we have passion for our job, we will be ready for any challenges.** We will explore various means to get things done. We will wake up and head to work happily every day." **P**

# 4 สารสกัดธรรมชาติ 100% จาก ALMIND

สัมผัสได้ถึงความ อ่อนโยน ทั้กเก็บความชุ่มชื้นตั้งแต่ ครั้งแรกที่ใช้



**AQUACELLA**

เซลลูโลสธรรมชาติ  
จากต้นยูคาลิปตัส



สารสกัด  
**Aloe Vera**  
จากว่านหาง  
จระเข้



**Glycerin**  
Food Grade  
จากพืช



**Alcohol 70%**

Food Grade  
เอทานอลจาก  
วัตถุดิบธรรมชาติ  
100%

