

alot

newsletter

we *we*
Diversity
we *we*
Creates Harmony

chất lượng cuộc sống

better quality of life

sustainable growth

diversidad

tăng trưởng bền vững



CONTENTS

30
2/2023

11



42



26

- 02 **Start Right Here**
อัปเดตความเคลื่อนไหวของ SCGP
- 04 **Packaging Spotlight**
“Land Solution Services” บริการดูแลพัฒนาที่ดิน จากแบรนด์ คูดิน BY SCGP
- 06 **WOW Around**
รักษโลกอย่างมีสไตล์ สร้างสรรค์ได้ผ่านแพ็คเกจจิ้ง
- 08 **The Big Idea**
ความหลากหลาย ส่วนผสมที่ลงตัว สร้างสรรค์สู่การเติบโต
- 11 **P-DNA**
เปิดใจรับทุกความแตกต่าง ทุกอย่างก็เป็นไปได้ ดร.พงษ์สุดา (ภูมชะธน) ผ่องฉัญญา
- 14 **P-Story**
The Inspiring Innovation 2022 “Innovation Everyone, Everywhere”
- 18 **Journey of Growth**
SCGP เดินหน้า 5 กลยุทธ์ สร้างการเติบโตอย่างมีคุณภาพ
- 20 **Safety**
ช่วยกันชม ช่วยกันแชร์ พฤติกรรมความปลอดภัย
- 22 **Inspiring Innovation**
เปลี่ยนก๊าซคาร์บอนฯ เป็นน้ำหอม ลดโลกร้อนอย่างยั่งยืน
- 24 **Digital Planet**
เมตาเวิร์ส พื้นที่แห่งความหลากหลายและเท่าเทียม

44

- 26 **Lift Up Your Voice**
บริษัทไทย อันเป่า ผลิตภัณฑ์กระดาษ จำกัด ผู้ผลิตถ้วยกระดาษ 2 ชั้น สำหรับบรรจุขยะมีกิ่งสำเร็จรูป รายแรกในประเทศไทย
- 29 **Relax & Have Fun**
ตอบแบบสอบถามลุ้นรับของรางวัล
- 30 **Your Answers**
ทำการตลาดให้กลมกล่อมในยุค AI Marketing
- 32 **Alive**
จะปั่นหรือเพนต์ ก็ไม่ตกเทรนด์เซรามิก
- 34 **Today for Tomorrow**
SCGP X MCOT เดินหน้า “โครงการ MCOT CARES: PAPER-CYCLE แยก แลก ใหม่” แยกกระดาษเก่าสู่กระบวนการรีไซเคิล
- 36 **Your Healthy Hub**
อีโรจูลินทรีย์ “โพรไบโอติกส์” กำจัดเชื้อร้าย ช่วยร่างกายสมดุล
- 38 **Act Together**
Healthy People, Healthy Organization
- 41 **a LOT of Ideas**
กลิ่นหอมเปลี่ยนบ้าน อยู่มุมไหนก็ฟินกู๊ด
- 42 **Spark Your Passion**
เอาใจไปลงเล่น ถึงได้ดี
- 44 **Passionate Experiences**
Mr. Jose Saez เปลี่ยนความแตกต่างเป็นไอเดียใหม่ในการทำงาน



ความหลากหลายคือส่วนผสมที่ลงตัว

ขอบอกเลยว่าเล่มนี้สีสันสวยงามชวนสะดุดตาเป็นพิเศษนะ นั่นก็เพราะเราตั้งใจอยากให้เห็นสีสันจัดจ้านเป็นตัวแทนการเล่าเรื่อง “ความหลากหลาย” ใน a LOT ฉบับนี้ค่ะ

ความหลากหลายที่เรากำลังจะชวนทุกคนไปอ่านในคอลัมน์ต่าง ๆ นี้ ได้ผ่านการคัดสรรมาแล้วว่า จะช่วยเปิดมุมมองทางความคิด เปิดประสบการณ์ในการรับรู้ และเข้าใจในความหมายของความหลากหลายที่ต่างออกไป ไม่จำกัดอยู่เพียงแค่สิ่งใดสิ่งหนึ่งเท่านั้น

เริ่มต้นกันที่คอลัมน์ P-DNA ฉบับนี้สัมภาษณ์พี่เจน - ดร.พงษ์สุดา (ภูมะธนะ) ผ่องธัญญา นอกจากจะได้รับโอกาสใหม่ในการเดินทางไกลไปบริหารงานที่ Deltalab ประเทศสเปนแล้ว ยังทำให้เราได้เรียนรู้มุมมองการบริหารงานที่เรียกได้ว่าเป็นความท้าทายใหม่ ซึ่งผสมผสานความหลากหลายทั้งภาษา วัฒนธรรม วิถีคิด วิถีบริหารงาน และไลฟ์สไตล์ในต่างแดนมาแชร์ให้เราได้รู้กัน สำหรับคอลัมน์ Passionate Experiences เรามีโอกาสได้พูดคุยกับ Mr. Jose Saez Executive Director & Advisor ของ Deltalab ถึงรูปแบบการทำงานของคนในองค์กร ที่แม้จะแตกต่างกันทั้งภาษา การสื่อสาร แต่กลับเป็น Passion ที่ทำให้เขาเปิดใจ ปรับตัว เรียนรู้ความแตกต่าง และเดินทางบริหารงานอย่างเต็มกำลัง อีกหนึ่งคอลัมน์พิเศษ Spark Your Passion เราชวน ซาร่าห์ - ศัญพร เขียวโฮม หรือ Sarah Salola ศิลปินเสียงดีลูกสุดเท่ มาบอกเล่ามุมมองและประสบการณ์ผ่านเพลงทางเลือกที่เป็น Passion หล่อหลอมให้กลายเป็นศิลปินที่ประสบความสำเร็จจากความพยายามและความมุ่งมั่น

เพราะเราเชื่อว่าความหลากหลายเป็นสิ่งสวยงาม เพียงแค่เปิดใจ เรียนรู้ และยอมรับอย่างเข้าใจกับความหลากหลายที่อยู่รอบ ๆ ตัว แล้วคุณจะรู้ว่าความแตกต่างหลากหลายคือส่วนผสมที่ลงตัว ซึ่งเป็นเสน่ห์ที่จะขับเคลื่อนให้โลกนี้หมุนไปท่ามกลางความสวยงามและน่าอยู่ที่สุด

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

This volume is exceptionally colorful and eye-catching because vibrant colors are deliberately chosen to represent “diversity” here.

We serve diversity-themed content through our many columns with aim to expand your horizons, boost your awareness, and enhance your understanding of diversity that is itself multidimensional.

In P-DNA column, Dr. Pongsuda Phumathon Pongtanya who got a new opportunity to manage Deltalab in Spain shares her perspectives towards new challenges amid cultural and lingual diversity, her thinking approach, her management style, and her ways of life overseas. Passionate Experiences column, meanwhile, interviews Mr. Jose Saez, Executive Director & Advisor of Deltalab, about work culture at his company and how diversity spurs team members' passion and their eagerness to open up to, learn about differences, adapt, and work to the fullest of their abilities. In Spark Your Passion, cool singer Sayaporn Hianghome or Sarah Salola discusses her viewpoints and how her LGBTQ+ experience gives her the passion, efforts, and determination that foster her successful singing career.

We believe that diversity is beautiful. When you open up, learn, and embrace diverse things around you, you will find that diversity is the charming dynamic that drives the world ahead in the most touching and livable manner.

เจ้าของ: บมจ.เอสซีจี แพคเกจจิ้ง สำนักงานใหญ่ เลขที่ 1 ถนนปูนซิเมนต์ไทย บางซื่อ กรุงเทพฯ 10800 E-mail: scgpackaging@scg.com Homepage: www.scgpackaging.com
จัดทำโดย: Brand Management ที่ปรึกษา: โชติหทัย นพวงศ์ บรรณาธิการบริหาร: ปอแก้ว ทิพยมณฑล รองบรรณาธิการบริหาร: กมลรัตน์ จรรย์วนิชย์ กองบรรณาธิการ: ณัฐยา นัยประยูร สุวรรณี เตชอมรธนกิจ พิมพ์มาดา บริพันธ์ วัชรพล ลักชีพันธ์กุล ปานใจ เลิศเด่นธรรม มัสลิน สิ้นสวาท อรวรรณ ตั้งคนารักษ์กุล นพวรรณ เภาสุวรรณกุล ผุสดี แสงศิริฉาย รณิดา ปาณันณพ จิรภา แสงสงวงศ์

ออกแบบโดย: ฝ่าย The Creatia บริษัทอมรินทร์พริ้นติ้งแอนด์พับลิชชิ่ง จำกัด (มหาชน) พิมพ์ที่: สายงานโรงพิมพ์และบรรณภัณฑ์ 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 Advisor: Chotihathai Noppawong Editor-in-chief: Porkaew Tippayamontol Assistant Managing Editor: Kamonrat Chanyavanich Editorial Staff: Natthaya Naiprayoon, Suwannee Taecha-Amornthanakij, Pimmada Boripon, Wajchalapon Lukkepinikun, Panjai Lertdentam, Muslin Sinsawat, Orawan Tangkanarakkul, Noppawan Ngaosuwanikul, Phusadee Saengsirichai, Ranida Panannop, Jeerapa Saengsongwong 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 เดินหน้าคว้ารางวัลการออกแบบ ต่อเนื่องจากเวทีระดับเอเชียและระดับโลก

SCGP CONTINUES TO WIN DESIGN AWARDS FROM ASIAN AND INTERNATIONAL CONTESTS

SCGP มุ่งมั่นพัฒนาในทุกด้าน เพื่อตอบสนองโจทย์การใช้งานของลูกค้าอย่างแท้จริง รวมถึงการออกแบบให้ตรงกับการใช้งาน พร้อมรูปแบบดีไซน์ที่สวยงาม ดึงดูดใจผู้บริโภค ช่วยส่งเสริมการขายให้แก่ลูกค้า ซึ่งศักยภาพด้านการออกแบบของเหล่าดีไซเนอร์ SCGP ได้รับการยอมรับจากเวทีการประกวดมาอย่างต่อเนื่อง ไม่ว่าจะเป็นในระดับประเทศ และเดินหน้าคว้ารางวัลต่อเนื่องในเวทีระดับเอเชียและระดับโลก จนสามารถคว้ารางวัลชนะเลิศจาก 2 เวทีใหญ่มาได้ จำนวนทั้งสิ้น 5 รางวัล ได้แก่

SCGP is determined to keep developing in every aspect in order to truly meet the needs of customers. Our commitment is to design to optimize the functionality of the products and attract consumers with the beautiful design that helps promote the products. The creative potential of SCGP designers has continuously been recognized in many contests as we have received the awards at the national level and kept going forward to win at Asian and global level from 2 events, 5 awards in total.



ASIASTAR 2022 AWARDS

ประเภท Gift Package จำนวน 2 รางวัล ประเภท Transport Package จำนวน 1 รางวัล
2 prizes in the Gift Package category and 1 prize in Transport Package category,
จัดโดย/ held by Asian Packaging Federation.



Gift Package

ผลงาน "The Art of Hand Crafted"

โดย คุณธาวิตา รัตน์ย
บริษัทกลุ่มสยามบรรจุภัณฑ์ จำกัด

by Ms. Tavita Ratanaya
Thai Containers Group Co., Ltd.



Gift Package

ผลงาน "Lucky Fortune Gift Set"

โดย คุณกฤษพร กุลรัตน์รักษ์
และคุณสุรียา พิมพ์โคตร
บริษัทกลุ่มสยามบรรจุภัณฑ์ จำกัด

by Ms. Kritchaporn Kulrattanak and
Mr. Suriya Pimcoat
Thai Containers Group Co., Ltd.



Transport Package

ผลงาน "Ready to Share – Ready to Show"

โดย คุณธนพร วรवास
และคุณกฤษพร กุลรัตน์รักษ์
บริษัทกลุ่มสยามบรรจุภัณฑ์ จำกัด

by Ms. Thanaporn Worawas and
Ms. Kritchaporn Kulrattanak
Thai Containers Group Co., Ltd.



WORLDSTAR AWARDS 2023

ประเภท Luxury Package จำนวน 1 รางวัล ประเภท Point of Sale จำนวน 1 รางวัล (จากผลงานประกวด 440 ผลงาน ใน 16 ประเภทผลงาน จาก 37 ประเทศทั่วโลก) 1 prize in the Luxury Package category and 1 prize in the Point of Sale category, (out of the 440 entries that were submitted in 16 categories from 37 countries around the world.) จัดโดย/ held by World Packaging Organisation (WPO)



Luxury Package

ผลงาน "Moon Cake มองผ่านจันทร์"

โดย คุณภาณุพงศ์ ช่อผูก คุณวันชนะ ศรีไตรรัตน์
และคุณศิริน อมรกิจเจริญ
บริษัทกลุ่มสยามบรรจุภัณฑ์ จำกัด

by Mr. Panupong Chophuk, Mr. Wanchana Sirirattana,
and Ms. Sikin Amornkitcharoen
Thai Containers Group Co., Ltd.



Point of Sale

ผลงาน "3M Back to School P.O.P"

โดย คุณรินลดา อนุวัฒน์มงคล คุณปัทมิตา ศิริฤกษ์รัตน
คุณผนิษฐ เรืองแววมณี และคุณภาษา จุ้ยชุ่ม
บริษัทกลุ่มสยามบรรจุภัณฑ์ จำกัด

by Ms. Rinrada Anuwatmongkol, Ms. Pathitta Sirirerkratana,
Ms. Phaninthorn Ruangwaeomane, and Ms. Pasa Juichum
Thai Containers Group Co., Ltd.

SCGP ร่วมสร้างสังคม การอ่านอย่างยั่งยืน

ในงานสัปดาห์หนังสือแห่งชาติ ครั้งที่ 51ฯ

SCGP SUPPORTS SUSTAINABLE READING SOCIETY AT 51ST NATIONAL BOOK FAIR

Green Read by SCGP แปรนั้ดักระดาดษณอมสาดดา จับมอดกับพันธมอดรล่านักพอดมพ และผู้แทนจ่านายของ Green Read ร่วมอดอกบูทในงานสัปดาห์หนังสือแห่งชาติ คร้งที่ 51 และสัปดาห์หนังสือนานาชาติ คร้งที่ 21 ที่จัดขึ้นภายใต้แนวคิด "Bookfluencer: ผู้นำอ่าน" ณ ศูนย์การประชอมแห่งชาติ สอดรกด โดยภายในงานมอดกิจกรรมหอดปกหนังสือ และ Green Read Collector's Book เอาจาดษาประจ่านักอ่าน เมอดชอดหนังสือที่ใช้กระดาดษกรอดรุดภายในงานและนอดมาสะสมดัดมที่บูท แลกรด์บของรางวัลมอดมอด เพอดส่งเสริมให้ทุกคนเป็นผู้นำการอ่านร่วมสร้างสังคมแห่งการอ่านอย่างยั่งยืน



Green Read by SCGP, a brand of premium eye care paper, has partnered with Green Read publishers and distributors in operating booths at the 51st National Book Fair and the 21st Bangkok International Book Fair. Embracing the "Bookfluencer" theme, the events have taken place at the Queen Sirikit National Convention Center. The booth has offered free book covering service and Green Read Collector's Book, which has given reward points and prizes to people who have bought Green Read books during the events. These services and promotions have aimed at fostering bookfluencers and a sustainable reading society. P

“LAND SOLUTION SERVICES”

บริการดูแลพัฒนาที่ดิน จากแบรนด์ คู่ดิน BY SCGP

“LAND SOLUTION SERVICES” FROM KHUDIN BY SCGP



“Land Solution Services” ดีอย่างไร



เหมาะสำหรับผู้ที่มีที่ดินไม่ได้ใช้ประโยชน์
จำนวน 100 ไร่ขึ้นไป

They are useful to landlords who have
had more than 100 rai of unutilized land.



ช่วยบริหารจัดการที่ดินให้เกิดประโยชน์

The services manage and make good
use of the land plot.



เปลี่ยนที่ดินที่ไม่ได้ใช้ประโยชน์ให้เป็น
ป่าปลูกดี

Through the services, the plot is turned
into a plantation.



สร้างรายได้ระยะยาว และเพิ่มพื้นที่สีเขียว
This plantation will add green areas and
generate long-term returns.



มีผู้เชี่ยวชาญจาก SCGP ดูแลอย่างใกล้ชิด
SCGP specialists are on hand to provide
counseling and support.



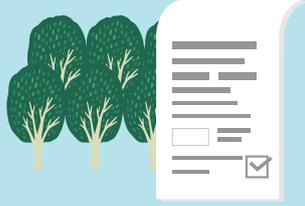
ไม่ต้องเสียภาษีที่ดินที่ไม่ได้ใช้ประโยชน์
With the services, you will not have to
pay land tax related to unutilized plots.

ทางเลือกที่ 1: เจ้าของที่ดินให้ผู้เชี่ยวชาญจาก SCGP รับเช่าที่ดินเต็มพื้นที่



สะดวกสบาย บริหารจัดการง่าย ไม่ต้องใช้องค์ความรู้และความเชี่ยวชาญส่วนตัว

As landlords, you enjoy convenience and easy management because this option does not require you to acquire any new knowledge or expertise.



SCGP รับผิดชอบการปลูก และดูแลรักษาสวนไม้ยูคาลิปตัสตลอดระยะเวลาเช่า

SCGP is responsible for growing and taking care of eucalyptus trees throughout the rental period.



ใช้ประโยชน์จากที่ดินได้เต็มที่ และรับผลตอบแทนสูง

It makes the utmost use of land plots and delivers high returns.



หลังครบสัญญา ยังเก็บเกี่ยวผลผลิตต่อไปอีกถึง 10 ปี

After the rental contract ends, you will enjoy the harvests for 10 more years.

ทางเลือกที่ 2: เจ้าของที่ดินลงทุนด้วยตัวเอง SCGP ให้คำปรึกษาเต็มรูปแบบ



ทีมงานมืออาชีพจาก SCGP

As landlords, you have SCGP professionals by your side.



SCGP พร้อมให้บริการครบวงจร ตั้งแต่เตรียมพื้นที่ คัดเลือกสายพันธุ์ยูคาลิปตัส ปลูก ดูแลรักษา พร้อมบำรุงด้วยปุ๋ยคุณภาพจากคูดิน by SCGP รวมไปถึงการเก็บเกี่ยว

SCGP offers total services, from land preparations to the selection of eucalyptus varieties, tree planting, plantation management, using Khu Din by SCGP fertilizer for soil nourishment, and harvesting.



ประกันราคาซื้อคืน เพื่อรายได้ที่มั่นคง

Eucalyptus prices are guaranteed. So, you have income security.

ทางเลือกทั้งสองทางตอบโจทย์ความต้องการที่ต่างกัน เจ้าของพื้นที่จะได้รับบริการและคำแนะนำจากผู้เชี่ยวชาญตลอดการจัดการจัดการพื้นที่ โดย SCGP นำเอานวัตกรรมองค์ความรู้ในการพัฒนาสายพันธุ์ยูคาลิปตัสที่เหมาะสมกับสภาพดินและปริมาณน้ำฝนที่แตกต่างกันไปในแต่ละพื้นที่ มาต่อยอดเป็นโซลูชันช่วยให้คำแนะนำในการคัดเลือกสายพันธุ์ยูคาลิปตัสที่จะได้ผลผลิตที่ดีที่สุด เจ้าของพื้นที่สามารถบริหารจัดการพื้นที่เดิมที่เคยรกร้างว่างเปล่าได้อย่างมีประสิทธิภาพ และยังเพิ่มรายได้อีกด้วย

While these two options serve different needs, both allow landlords to receive services and advice from specialists. SCGP has designed the Land Solution Services based on its innovative knowledge of eucalyptus varieties, each of them suitable for different environmental conditions. Services users, therefore, are bound to get useful advice for maximum productivity, as they efficiently turn their empty land into income-generating plantations. P



GENILED BRIGHT LED BULBS

รักษ์โลกอย่างมีสไตล์ สร้างสรรค์ได้ผ่านแพ็คเกจจิ้ง
 PROTECT OUR PLANET STYLISHLY & CREATIVELY WITH PACKAGING



Geniled บริษัทผลิตหลอดไฟในประเทศไทยได้ออกแบบหลอดไฟเพื่อใช้งานในสถานที่ต่าง ๆ หลากหลายรูปแบบ และด้วยความมุ่งมั่นในการพัฒนาผลิตภัณฑ์อย่างไม่หยุดนิ่ง รวมถึงความใส่ใจในการประเมินผลิตภัณฑ์แต่ละชิ้นอย่างรอบคอบ ภายใต้นโยบายด้านราคาที่คุณคุ้มค่ากับประสิทธิภาพสินค้า ทำให้ Geniled กลายเป็นแบรนด์ที่มีภาพลักษณ์ที่ดีในการรับรู้ของผู้บริโภคในประเทศไทย ซึ่งหนึ่งในนั้นคือผลงานการออกแบบบรรจุภัณฑ์หลอดไฟ LED ที่สร้างจุดขายด้วยรูปลักษณะของผลไม้ ตอกย้ำแนวคิดเรื่องความเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมสอดคล้องกับภาพลักษณ์ของ Geniled ที่ต้องการเน้นผลิตภัณฑ์สินค้าหลอดไฟที่รักษ์โลก แต่ยังคงมีประสิทธิภาพการส่องสว่างสูง แข็งแรง มีอายุการใช้งานยาวนาน และไม่มีสารอันตราย



บรรจุภัณฑ์ Geniled Bright LED Bulbs เป็นผลงานการออกแบบของ Evgeniy Pelin นักออกแบบชาวรัสเซีย ที่นำหลอดไฟ LED แบรินด์ Geniled ใส่เข้าไปในบรรจุภัณฑ์ที่ได้แรงบันดาลใจจากรูปทรงผลไม้หลากหลายชนิด เพื่อสื่อว่าหลอดไฟ LED แบรินด์นี้ช่วยทั้งประหยัดพลังงานไฟฟ้า และมีความเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม ซึ่งผู้บริโภครับรู้ได้ทันทีจากรูปลักษณะของบรรจุภัณฑ์ ที่ดึงดูดด้วยสีสันและการดีไซน์แปลกตา เมื่อจัดวางรวมกันอยู่บนชั้นวางสินค้า อีกทั้งการเลือกใช้สีเขียวและเหลืองที่สื่อถึงพลังงานสะอาดและการใช้พลังงานต่ำ เป็นอีกหนึ่งความใส่ใจในผลงานดีไซน์นี้ ที่ช่วยสร้างยอดขายและทำให้แบรนด์แข็งแกร่งยิ่งขึ้นด้วย

ผลงานนี้ยังได้รับคำชมจากโลกออนไลน์ค่อนข้างมาก ถึงการออกแบบบรรจุภัณฑ์ที่สร้างแรงบันดาลใจเกี่ยวกับความเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม และการรักษาสภาพโลก จนได้รับการยกย่องให้เป็นหนึ่งในงานดีไซน์บรรจุภัณฑ์ที่สามารถเสริมสร้างภาพลักษณ์ของแบรนด์ และส่งเสริมการขายได้จริง ตลอดจนสร้างความแตกต่างอย่างโดดเด่นในการนำเสนอผลิตภัณฑ์ของตนเองได้อย่างลงตัวด้วย

Russian light bulb manufacturer Geniled has produced various types of bulbs to serve various purposes. Its constant product development has delivered not just efficient but also great-value products to the market, paving the way for the company to enjoy a good reputation. Included in its impressive portfolio is the fruit-shaped bulb packaging that underlines Geniled's image as a green light bulb manufacturer. Geniled light bulbs are known for solid brightness, durability, long use life, and being free from hazardous chemicals.

Russian designer Evgeniy Pelin is behind the eye-catching packaging of Geniled Bright LED Bulbs. Inspired by fruit shapes, his design is effective in communicating about the project's electricity-saving and eco-friendly benefits. On shelves, such design easily stands out. Its green or yellow color represents clean energy or low energy consumption. After this packaging design was launched, Geniled enjoys not just a better image but also bigger sales.

This packaging design has also won rave reviews in the online world. As it communicates about environmental friendliness, it differentiates products to the point of enhancing both brand images and sales. 

ที่มา / Source: www.packagingoftheworld.com





ความหลากหลาย ส่วนผสมที่ลงตัว สร้างสรรค์สู่การเติบโต

DIVERSITY CONTRIBUTES TO PROPER BLEND FOR CREATIVE GROWTH

องค์กรที่มีความเป็นสากล (Multinational Company หรือ MNC) เป็นรูปแบบองค์กรที่ได้รับความนิยมจากหลายบริษัททั่วโลก ส่วนหนึ่งเพราะองค์กรแบบ MNC ประกอบด้วยบุคลากรที่มีความหลากหลายด้านเชื้อชาติ วัฒนธรรม ครอบครัว ไปถึงความหลากหลายทางเพศ วัย มุมมอง และประสบการณ์ ซึ่งสอดคล้องกับเทรนด์โลกที่ต้องการก้าวข้ามเรื่องดังกล่าว และอีกส่วนหนึ่งที่สำคัญคือ ความหลากหลายในองค์กรมีส่วนช่วยขับเคลื่อนธุรกิจให้เติบโต และนำไปสู่การสร้างสรรค์นวัตกรรมอย่างยอดเยี่ยม เพราะ “ความคิดสร้างสรรค์” และ “นวัตกรรม” มักเกิดจากความหลากหลายในองค์กรที่ทุกคนมีเป้าหมายร่วมกัน พร้อมจะเสนอมุมมองที่ต่างกันอย่างสร้างสรรค์ เพื่อนำมาผสมผสานต่อยอดจนเกิดผลงานที่สมบูรณ์ และตอบโจทย์ทุกด้านได้อย่างครบถ้วน

Multinational companies (MNCs) have now received much recognition because they have resonated well with a growing trend for diversity, which is increasingly recognized as a driving force behind business growth and innovations. MNCs have fostered people from diverse cultures, races, genders, perspectives, ages, and experiences, just as their diversity has spawned “creativity” and “innovations”. With shared goals, people with different backgrounds and viewpoints can blend their abilities for perfect solutions or great output.

ความหลากหลายสร้างความแข็งแกร่งหลายด้าน ให้องค์กร

McKinsey & Company แห่งวงการที่ปรึกษาด้านธุรกิจ ให้ข้อมูลจากการศึกษาเรื่องความหลากหลายของบริษัทกลุ่มควอไทล์ชั้นนำพบว่า ในปี 2017 บริษัทที่มีความหลากหลายด้านเชื้อชาติและวัฒนธรรมในทีมบริหาร มีแนวโน้มที่จะได้รับผลตอบแทนที่สูงขึ้นร้อยละ 35 จากปี 2014 เช่นเดียวกับบริษัทที่มีทีมผู้บริหารที่มีความหลากหลายทางเพศ มีการแลกเปลี่ยนมุมมอง และมีทีมเวิร์กที่ดี มีแนวโน้มสร้างผลตอบแทนที่ดีขึ้นถึงร้อยละ 21 และบริษัทเหล่านั้นยังได้รับความแข็งแกร่งหลายด้านเพิ่มขึ้นด้วย เช่น

1. ความคิดสร้างสรรค์ ถือเป็น 1 ใน 3 ทักษะสำคัญของศตวรรษที่ 21 เพราะการคิดนอกกรอบมีส่วนสร้างให้เกิดนวัตกรรม และการแลกเปลี่ยนทางวัฒนธรรมอย่างสร้างสรรค์มีส่วนช่วยให้องค์กรประสบความสำเร็จ
2. ประสิทธิภาพในการทำงาน ประสบการณ์ที่หลากหลายช่วยเพิ่มความสามารถในการแก้ปัญหาที่ต่างกันไป ไปสู่การพัฒนาสินค้าและบริการที่ตอบโจทย์ลูกค้าได้ดียิ่งขึ้น หรือกระตุ้นให้เกิดความคิดสร้างสรรค์แปลกใหม่ที่เหนือความคาดหมายอยู่เสมอ สิ่งนี้ถือเป็นตัวเพิ่มประสิทธิภาพการทำงานและเติมเต็มศักยภาพที่ทำให้องค์กรเหนือกว่าคู่แข่งได้

3. การรักษานักงานที่มีคุณภาพและขับเคลื่อนศักยภาพขององค์กรได้ดี มีต้นทุนที่ถูกกว่าการพยายามหานักงานใหม่ การเคารพในความหลากหลาย รับฟังเสียงและมุมมองความคิดที่แตกต่างของพนักงาน จะนำไปสู่ความไว้วางใจ สร้างความเชื่อมั่นต่อผู้นำและองค์กร พร้อมเปิดโอกาสให้พวกเขาได้ใช้ทักษะและความสามารถอย่างเต็มที่ สิ่งเหล่านี้มีค่าอย่างมากทั้งต่อตัวพนักงานและต่อองค์กรเอง

4. ทักษะที่เกิดจากการแบ่งปันประสบการณ์ การเคารพและรับฟังเสียงจากความหลากหลาย ทำให้คนในองค์กรมีแนวโน้มที่จะเกิดการแลกเปลี่ยนเรียนรู้กันมากขึ้น มองข้ามอคติ และมีเป้าหมายเดียวกันที่ยากขับเคลื่อนองค์กรให้ดีขึ้น รวมถึงทักษะด้านอารมณ์ เช่น ภาวะความเป็นผู้นำ การสร้างความร่วมมือ การสื่อสาร ซึ่งถือเป็นทักษะสำคัญในการบริหารธุรกิจและสร้างความผูกพันต่อองค์กรในเชิงบวกได้



ความหลากหลายส่งเสริมให้เกิดนวัตกรรมได้อย่างไร?

หากคุณกำลังทำงานอยู่ในองค์กรหนึ่ง ซึ่งแต่ละคนมีบุคลิก ไลฟ์สไตล์ รสนิยม หรือมีงานอดิเรกเหมือน ๆ กัน เป็นไปได้ว่าคนในองค์กรจะมีมุมมองต่อเรื่องใดเรื่องหนึ่งไปในทิศทางเดียวกัน และคงเป็นเรื่องยากที่จะเกิดความคิดสร้างสรรค์และนวัตกรรมขึ้น ท้ายที่สุดแล้ว อาจจะไม่มีคนกล้าแสดงความคิดเห็นหรือเสนอไอเดียที่แตกต่างออกไปเลย

ดังนั้น องค์กรที่มีความหลากหลาย ไม่ว่าจะเชื้อชาติ ช่างวัย ภาษา วัฒนธรรม ตำแหน่งที่ตั้งองค์กร จึงมีส่วนส่งเสริมให้เกิดนวัตกรรมและความคิดสร้างสรรค์ เพราะทุกคนได้เรียนรู้ที่จะเคารพในคุณค่าความหลากหลาย สร้างส่วนผสมที่ลงตัวให้เกิดขึ้นในองค์กรได้ เมื่อมีคนกล้าที่จะคิดต่างออกไป ย่อมนำไปสู่การถกเถียงหรืออภิปรายภายใต้เหตุผล แลกเปลี่ยนความคิดและประสบการณ์ที่แตกต่าง สร้างความสามัคคีในการทำงาน สามารถต่อยอดไปสู่กระบวนการคิดมุมมองใหม่ ๆ ขึ้นมาช่วยเติมเต็มในจุดที่เรานึกไม่ถึงหรือมองข้ามไปได้

นอกจากนี้ การสนับสนุนความหลากหลายในองค์กรยังมีส่วนดึงดูดใจและรักษานักงานที่มีคุณภาพเอาไว้กับองค์กร เพื่อร่วมขับเคลื่อนนวัตกรรมไปด้วยกันได้อย่างไม่สิ้นสุด ประเด็นนี้สอดคล้องกับเทรนด์การบริหารแบบ “องค์กรสีเทอร์คอยซ์ (Teal Organization)” ที่มีจุดเริ่มต้นจากการเปิดรับและเคารพความคิดเห็นที่แปลกใหม่และแตกต่างของบุคลากร สนับสนุนให้คนในองค์กรมีการบริหารจัดการตนเอง (Self-Management) ที่มีประสิทธิภาพ สามารถพัฒนาและปรับเปลี่ยนตนเองไปสู่สิ่งที่ดีกว่าได้เสมอ ส่งเสริมให้ทุกคนเป็นนวัตกรรมที่ขอสรรคสร้างสิ่งใหม่ ๆ ทั้งที่เป็นผลิตภัณฑ์ในงานของตนเอง จนถึงระบบการทำงานที่จะช่วยขับเคลื่อนองค์กรได้อย่างมีประสิทธิภาพ เพื่อช่วยให้องค์กรบรรลุเป้าหมายได้ง่ายยิ่งขึ้น ถือเป็นหลักการบริหารองค์กรยุคใหม่ที่ให้ความสำคัญกับความหลากหลายและทรัพยากรบุคคลในฐานะกุญแจแห่งความสำเร็จขององค์กรอย่างแท้จริง



ความหลากหลายสร้างความสำเร็จ

L’Oreal เป็นหนึ่งในองค์กรระดับโลกที่เชื่อว่า ความหลากหลาย การยอมรับความแตกต่าง และความเท่าเทียม เป็นปัจจัยสำคัญที่ทำให้องค์กรประสบความสำเร็จได้อย่างยั่งยืน เช่น เปิดโอกาสให้คนพิการได้ทำงานร่วมกับบริษัท มีนโยบายครอบคลุมถึงระบบการจัดหา รับสมัคร ฝึกอบรม และการสัมมนาสร้างความเข้าใจเรื่องความแตกต่างและการยอมรับ ควบคู่ไปกับการพัฒนาทักษะพนักงาน รวมถึงนโยบายส่งเสริมการจ่ายค่าตอบแทนพนักงานทุกกลุ่มอย่างเหมาะสม และให้ความสำคัญเรื่องความเท่าเทียมทางเพศ ตลอดจนจัดประเมินพนักงานระดับผู้จัดการ เพื่อสร้างสภาพแวดล้อมการทำงานให้สอดคล้องกับการสนับสนุนนโยบายด้านความหลากหลายและความเท่าเทียม

รูปแบบการบริหารจัดการดังกล่าวก็ได้นำมาใช้กับ L’Oreal ประเทศไทย ด้วยเช่นกัน จะเห็นได้จากพนักงานที่มีมากกว่า 12 เชื้อชาติ และมีกิจกรรมส่งเสริมความหลากหลายออกมาจำนวนมาก เช่น โครงการการกุศลวิจัยลอรีอัล เพื่อสตรีในงานวิทยาศาสตร์ โครงการจัดจ้างผู้ด้อยโอกาสทางสังคม และโครงการหลักสูตรฝึกทักษะอาชีพเสริมสวยเพื่อพัฒนาคุณภาพชีวิต สะท้อนถึงจุดยืนเรื่องการยอมรับความแตกต่าง เชื้อชนและเคารพในคุณค่าของความหลากหลาย สามารถเชื่อมโยงทุกคนไว้เป็นอันหนึ่งอันเดียวกัน เพื่อขับเคลื่อนองค์กรไปสู่เป้าหมายข้างหน้าได้อย่างมั่นคงและยั่งยืน



DIVERSITY CREATES MULTIDIMENSIONAL STRENGTHS

McKinsey & Company, which provides consultancy services on a global scale, has revealed that companies in the top quartile related to their management's cultural and racial diversity tended to enjoy 35 percent return growth in 2017 when compared with 2014. Gender diversity in the management team, moreover, contributed to 21 percent growth in returns, apparently because executives exchanged different perspectives and fostered teamwork. Thanks to diversity, these companies have enjoyed multidimensional strengths as follows:

- 1. Creativity:** Ranking among the top 3 important skills of the 21st Century, creativity encourages people to think outside the box and thus contributes to innovation development. Constructive exchanges of cultural differences always help organizations build their success.
- 2. Efficiency:** Diverse experiences allow team members to think up different solutions, paving the way for more efficient development of products/services. As diversity encourages creativity that exceeds expectations, organizations have achieved higher efficiency and stayed ahead of competitors.
- 3. Employee Retention:** Retaining quality employees is cheaper than finding new talents. Diversity helps in this regard. When organizations respect different views and diverse opinions, employees trust their leaders and their organization more. As they work to the fullest of their abilities, both they and their organization enjoy the benefits.
- 4. Skills from Sharing of Experiences:** As members in the organization have learned to respect others' opinions, they share more and learn more from one another. Without biases, they therefore pursue their organization's shared goals with better skills like enhanced leadership, collaboration, and communication. Such skills are crucial to business administration and positive engagement.

HOW CAN DIVERSITY GIVE BIRTH TO INNOVATIONS?

If you work in an organization where all members share the same taste, lifestyles, and hobbies, there is a high chance that the whole workforce will have the same opinion on almost everything. Such corporate culture, so far, is not conducive to creativity and innovation because members who have different opinions will just decide to not speak up.

Organizations with diverse age groups, cultures, languages, and geographical locations, on the contrary, can foster creativity and innovations more easily because their members have learned to respect the value of diversity. With the right mix, their members have presented their opinions, shared experiences, and debated rationally for increasingly better perspectives. Such practices help ensure that their team does not miss anything.

Respect for diversity, moreover, helps retain quality staff. It also supports Teal Organization, which is a growing trend and promotes efficient self-management. At Teal organizations, members constantly improve and innovate under their scope of job responsibilities. They, as a result, have driven their organization ahead at all times. This new human-resource management principle celebrates diversity and puts humans at the heart of their organization's success. **P**

DIVERSITY BRINGS SUCCESS

L'Oreal, a multinational company, recognizes that diversity and equality are the bases of sustainable success. Guided by its beliefs, it offers job opportunities to people with physical disabilities. Its pro-diversity policy covers recruitment, training, and seminars as it seeks to promote respect for differences or diversity. While developing its human resources, L'Oreal also ensures all groups of its employees receive proper remuneration. Gender equality is well in place at this company. Its managers are evaluated based on these causes too to promote an environment that supports both diversity and equality.

Such practices apply to L'Oreal Thailand as well. In Thailand, L'Oreal employees have come from 12 different races. The company has also offered science-research grants to women. Furthermore, it has hired underprivileged people and implemented various pro-diversity projects. For example, it has organized beautician training in hopes of promoting trainees' quality of life and underlining its support and respect for diversity. As L'Oreal Thailand moves ahead towards its goals solidly and sustainably, it also harmoniously connects people.



พื deltalab

member of SCGP

อีกหนึ่งผู้บริหารที่ขับเคลื่อนการทำงานโดยใช้ Passion ในการสร้างสรรค์สิ่งใหม่เพื่อต่อยอดทางธุรกิจมาอย่างยาวนาน กระทั่งพืเจน - ดร.พงษ์สุดา (ภูมธน) ผ่องธัญญา Managing Director - Deltalab SL ประเทศสเปน มีโอกาสได้รับผิดชอบภารกิจใหม่ใกล้ถึงยุโรป ได้พบเจอกับความแตกต่างหลากหลายรอบด้าน ด้วยความมุ่งมั่นพร้อม Mindset ที่ดีที่พืเจนพกติดตัวไปด้วย ทำให้ช่วยขับเคลื่อนให้งานบริหารที่ท้าทายดินหน้าไปได้อย่างราบรื่น

Driven by passion, Dr. Pongsuda Phumathon Pongtanya has long developed innovations supporting business development. Today, this executive has served as the Managing Director of Deltalab SL, a Spain-based company. As her new role requires her to move to Europe, she is exposed to diversity in various aspects. But her determination and mindset have enabled her to take up the challenging job smoothly.

เปิดใจรับทุกความแตกต่าง ทุกอย่างก็เป็นไปได้

EMBRACES DIVERSITY TO MAKE EVERYTHING POSSIBLE

จากนักวิจัย สู่ผู้บริหาร

“พืเป็นนักเรียนทุนรัฐบาลอังกฤษ-ไทย เรียนจบปริญญาโทและเอกจากสหราชอาณาจักร ในสาขาวิชาที่เกี่ยวข้องกับ Biotechnology และ Biochemical Engineering พอเรียนจบก็กลับมาทำงานเป็นนักวิจัยทางด้านไบโอเทคโนโลยีในประเทศไทย โดยส่วนตัวที่มีความสนใจเกี่ยวกับการทำงานวิจัยให้สามารถนำไปใช้ประโยชน์ในเชิงธุรกิจหรือประโยชน์ต่อผู้คนอยู่แล้ว จึงอยากทำงานกับองค์กรชั้นนำ เพื่อผลักดันให้สินค้าเป็นทั้งนวัตกรรม และนำไปต่อยอดทางธุรกิจได้

“พืเริ่มงานที่ SCG เมื่อปี 2550 ทำหน้าที่ในการหารธุรกิจใหม่ ๆ ให้กับบริษัท ทั้งด้านที่เกี่ยวข้องกับ Healthcare & Life Science รวมถึงการบริหารจัดการระบบวิจัยและพัฒนา ตอนนั้นเป็นช่วงที่บริษัทหานักวิจัยเข้ามาพัฒนานวัตกรรมสินค้าและบริการที่มีมูลค่าเพิ่ม (High Value Added Product & Services) พืได้มีส่วนร่วมในการจัดการระบบงานวิจัยพัฒนาและนวัตกรรม เรื่องการวัด Performance รวมถึงการดูแลนักวิจัยต่าง ๆ

“พอถึงช่วงกลางปี 2556 ก็ย้ายไปเป็นผู้อำนวยการศูนย์พัฒนาผลิตภัณฑ์และเทคโนโลยี SCGP ทำหน้าที่ผลักดันงานวิจัยให้เข้าสู่ธุรกิจจริง ซึ่งเป็นงานที่พืชอบและรักมาก ๆ กระทั่งเดือนธันวาคม 2564 ได้รับมอบหมายให้มาทำหน้าที่ Deputy Managing Director ที่ Deltalab ประเทศสเปน จนเวลาผ่านไปประมาณ 1 ปี Mr. Jose Saez (Managing Director ท่านก่อน) ได้ส่งต่องานมาให้พืดูแลในฐานะ Managing Director”

เตรียมพร้อม เรียนรู้ สู้! ทุกความท้าทาย

“สำหรับพืความท้าทายเกิดขึ้นตั้งแต่ทราบว่าจะต้องมาทำงานนี้แล้ว เพราะแม้จะเรียนจบมา แต่ก็ยังไม่เคยบริหารจัดการธุรกิจด้านนี้มาก่อน และต้องมาไกลถึงยุโรปด้วย ทั้งหมดเป็นเรื่องใหม่ เรากังวลทั้งเรื่องธุรกิจและวัฒนธรรม ไม่ทราบว่าจะได้รับการยอมรับมากน้อยแค่ไหน เรียกได้ว่าสิ่งที่เป็ Growth Mindset จำเป็นมาก ๆ เราพร้อมกับการเปิดใจ เตรียมตัวสู่อย่างเดียว ศึกษาข้อมูลธุรกิจประเภทนี้ องค์กรความรู้ต่าง ๆ ตั้งแต่สมัยเรียนอยู่ต่างประเทศก็ดึงกลับมาใช้ ควบคู่กับการเรียนรู้สิ่งใหม่ เทคโนโลยีใหม่ เพื่อให้สอดคล้องกับธุรกิจทางด้าน Healthcare & Life Science ที่เป็นวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี”





“ในฐานะผู้บริหารและเข้าไปอยู่ใหม่ ซึ่งเรามากัน 2 คนกับน้องอีกท่านหนึ่ง ก่อนอื่นเลย ต้องคิดว่าทำอย่างไรที่เราจะสามารถทำงานกับทีมที่นั่นได้อย่างมีประสิทธิภาพ ส่งเสริม เป็นประโยชน์ และต่อยอดงานของบริษัทได้ในขณะเดียวกันก็ต้องสร้างความไว้วางใจให้ทีม ต้องเอาตัวเราเข้าไปหาเขาในทุกฟังก์ชัน ต้องมีวัตถุประสงค์ชัดเจน มีข้อมูล วางแผนเตรียมตัวให้พร้อม นอกจากนั้นการสื่อสารกับทีมและผู้ที่เกี่ยวข้องต่าง ๆ เป็นเรื่องที่สำคัญมาก ๆ ที่จะทำให้เข้าใจและพร้อมที่จะทำงานไปด้วยกัน หรือแม้แต่การไปพบลูกค้าก็ต้องทำความเข้าใจในธุรกิจของลูกค้าด้วย เราต่างเรียนรู้ซึ่งกันและกัน เพื่อให้สามารถทำงานได้ตามที่รับมอบหมาย ทั้งในเรื่องการดูแลการดำเนินงานธุรกิจให้เติบโต และการประสานเชื่อมโยงทั้งสองบริษัทเพื่อที่จะร่วมงานกันได้อย่างราบรื่น

“ขณะเดียวกันหน้าที่หลักของพี่คือ ทำงานร่วมกันกับทีม Deltalab วางแผนให้ธุรกิจเติบโตอย่างยั่งยืน ดำเนินการได้จริง ผ่านการบริหารจัดการอย่างเป็นระบบ สร้างแรงจูงใจให้พนักงาน ทำให้เขาเข้าใจถึงความเป็น SCGP และ Deltalab ว่าบริษัทจะขับเคลื่อนได้ด้วยพลังของพวกเขา สร้างทีมเวิร์ก เป็น Happy Workplace ตลอดปีที่ผ่านมา ธุรกิจเราต้องเจอกับความท้าทายรอบด้าน ทั้งเรื่องโควิด 19 เรื่องสงครามรัสเซีย-ยูเครน ซึ่งอยู่ใกล้ตัวมากในยุโรป เรื่องต้นทุนการผลิตสูงขึ้นทั้งราคาวัตถุดิบ ค่าขนส่ง และค่าพลังงานไฟฟ้า พี่คิดว่าในสถานการณ์ต่างๆ เหล่านี้ เราต้องเริ่มต้นด้วยการเปิดใจเรียนรู้ เตรียมพร้อมตั้งรับ ต้องหาวิธีแก้ไขปัญหอย่างมีกลยุทธ์ สิ่งหนึ่งที่มีความประทับใจคือ ความเชี่ยวชาญ ตลอดจนการเปิดใจและมิตรภาพของทีมงานที่นี่ ทำให้พวกเราสามารถทำงานเป็นทีมเดียวกันเป็นอย่างดี ช่วยกันแก้ไขปัญหา และผ่านสิ่งที่เป็นความท้าทายต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นมาได้”

เปิดใจ ปรับตัวรับความหลากหลาย

หากมองในเรื่องความหลากหลาย สถานการณ์ของพี่เจนในเวลานี้น่าจะเป็นตัวอย่างที่ดีที่สุด จากการทำงานในพื้นที่ที่ต่างออกไปทั้งธุรกิจ ผู้คน ภาษากฎหมาย และวัฒนธรรม

“การมาทำงานที่ Deltalab พี่พบเรื่องความหลากหลายค่อนข้างมากจริง ๆ แล้ว Deltalab ประกอบด้วยบริษัทย่อยอีก 5 บริษัท ได้แก่ Keylab, Nirco, Equilabo, Enfa และ Sanilabo เป็นทั้งผู้ผลิตและผู้จัดจำหน่ายวัสดุอุปกรณ์ทางห้องปฏิบัติการและทางการแพทย์ ทั้งแบบ B2B และ B2C ซึ่งมีสินค้าที่ผลิตเองและไม่ได้ผลิตเองรวมกันกว่าหมื่นรายการ เจาะตลาดทั้งกลุ่ม Healthcare, Life Science และอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องทั้งหมด ความหลากหลายด้านอาชีพและวิชาชีพ จากการร่วมงานกับทีมงานกว่า 200 คน การส่งออกสินค้าไปกว่า 100 ประเทศทั่วโลก ทำให้พี่ได้เรียนรู้วิธีการสื่อสารกับลูกค้า และตลาดในการขายสินค้าที่มีความหลากหลายมาก

“เรื่องวัฒนธรรม วิถีคิด และภาษา ก็เป็นเรื่องที่ต้องเรียนรู้เช่นกัน แม้ว่าจะใช้ภาษาอังกฤษเป็นหลักในการสื่อสาร แต่พี่ก็ต้องพยายามเข้าใจ ฝึกภาษาสเปนด้วย และใช้ภาษากายประกอบ เพื่อแสดงความตั้งใจให้ออกมาได้มากที่สุด นอกจากนี้ยังมีเรื่องอื่น ๆ เช่น การสอบใบขับขี่รถยนต์ของสเปน เป็นต้น พี่คิดว่าทุกอย่างมันไม่ได้ยากเกินกว่าที่เราจะทำได้ ใช้วิธีคิดแบบมีจุดใจตัวเอง มองแง่บวกกับทุกเรื่อง มองทุกอย่างเป็นข้อดี เป็นโอกาส พยายามปรับตัวและเรียนรู้ไปเรื่อย ๆ”

ไม่มีอะไรเป็นไปไม่ได้

“Mindset ของพี่คือ ไม่มีอะไรที่เป็นไปไม่ได้ พี่คิดแบบนี้มาตลอด พี่จะพูดเสมอว่า ต่อให้วันนี้เป็นไปไม่ได้ วันข้างหน้ามันจะเป็นไปได้แน่นอน เหมือนที่เราเห็นหลาย ๆ อย่างในโลก เมื่อก่อนยังเป็นไปไม่ได้ แต่วันนี้มันก็เกิดขึ้น ทั้งนี้ทั้งนั้นเราต้องคิดอย่างถี่ถ้วน หาวิธีที่จะทำสิ่งนั้นให้เป็นไปได้ และลงมือทำให้ดีที่สุดเท่าที่จะทำได้ ถึงจะเรียกได้ว่าครบรูป ถ้าสิ่งที่เราทำแล้วสำเร็จ พี่จะดีใจอย่างพอประมาณ เก็บสิ่งนั้นมาเป็นพลังในการทำงานอื่นต่อ ถ้าไม่สำเร็จ ก็เรียนรู้ในสิ่งที่ผิดพลาด เพื่อเป็นประสบการณ์และหาจุดที่ควรแก้ต่อไป จะเก็บทั้งสองอย่างมาใช้ขับเคลื่อนตัวเรา เพราะคิดแล้วลงมือทำ ดีกว่าได้แต่คิดแล้วไม่ทำ

“เรื่องการพัฒนาตัวเองก็ต้องทำอยู่ตลอด เพราะเรื่องใหม่ ๆ เกิดขึ้นตลอดเวลา และต้องคาดการณ์ให้ได้ว่า สิ่งใหม่ที่จะเกิดขึ้นต่อไปคืออะไร พี่ก็ต้องคิดว่าในอนาคต Deltalab จะเป็นอย่างไร ต้องดูภาพรวมทั้งหมดว่าโลกเปลี่ยนไปอย่างไร ความต้องการลูกค้าเป็นแบบไหน ยังมีโอกาสทางธุรกิจที่ไหนอีกบ้าง นอกเหนือจากที่เป็นอยู่ และจะเติบโตไปอย่างไร ฉะนั้นต้องอาศัยทั้งเรื่องการเรียนรู้ใหม่ ๆ การพัฒนาตนเองอยู่ตลอดเวลา

“ฝากถึงน้อง ๆ ทุกคนนะคะ SCGP เป็นองค์กรชั้นนำที่พัฒนารูปแบบธุรกิจเพื่อการเติบโตอย่างยั่งยืน ที่เปิดโอกาสให้พนักงานได้พัฒนาตัวเอง มีการเทรนนิ่งเพื่อติดอาวุธให้พนักงานอยู่ตลอดด้วย พวกเราเองก็ต้องพร้อมที่จะเปิดใจ เรียนรู้ พัฒนาตัวเองแบบไม่หยุดนิ่ง หากเหนื่อยเราก็กักแล้วค่อยกลับมาสู้อต่อ หากจุดที่เราชอบ ทำให้เรามีความสุข และพัฒนาตนเองเพื่อเป็นอีกหนึ่งกำลังสนับสนุนให้บริษัทได้มากขึ้น พวกเราสามารถมีส่วนร่วมในการเติบโตของบริษัทจากการทำ M&P ได้ทั้งกลุ่ม ทีม แนวหน้าที่เดินทางมาปฏิบัติงานที่ต่างประเทศ และกลุ่มทีมสนับสนุนที่ทำงานอยู่ที่ประเทศไทย ตัวพี่เองแม้จะเตรียมพร้อมอยู่ตลอด แต่การมาสถานที่ใหม่ ผู้คนใหม่ ๆ พี่ก็ยังต้องเรียนรู้เพิ่ม ต้องปรับตัว คนที่อยู่ไทยก็ต้องเตรียมพร้อมและทำงานร่วมกันในสิ่งใหม่ ๆ เราไม่มีทางรู้เลยว่าวันใดโอกาสจะมาถึง ทุกคนต้องเปิดใจ เรียนรู้ เตรียมความพร้อม เพื่อให้องค์กรเราเดินทางไปด้วยกันนะคะ” พี่เจนกล่าวทิ้งท้าย

RESEARCHER-TURNED EXECUTIVE

“I was awarded British & Thai government scholarships to study in the UK. After graduating with master's and doctorate degrees in Biotechnology and Biochemical Engineering, I returned to Thailand and started working as a biotech researcher. Driven by a desire to apply my research for commercial purposes and make a broad impact, I was keen to work for a leading enterprise. I dreamed of developing innovative and practical products. In 2007, I joined SCG and was assigned to explore new business opportunities in the fields of Healthcare & Life Science. I was also in charge of managing R&D system. SCG back then started recruiting researchers for the creation of High Value Added Products & Services. So, I actively participated in the development of R&D and innovation management system, researchers' performance evaluations, and researcher management.

“In the middle of 2013, I was named the Director of SCGP's Product and Technology Development Center and was entrusted with the mission of transforming research outcomes into business solutions. I really enjoyed and loved the job. In December 2021, I then got a new role as the Deputy Managing Director of Deltalab. After about a year in the stint, Mr. Jose Saez – the former Managing Director – passed on his position to me.”



READY TO LEARN! TACKLE EVERY CHALLENGE

"I faced up to the challenges ever since I knew I would be assigned to work at Deltalab. After my graduation, I had never managed this kind of business before. So, everything was new to me. I was worried about business affairs as well as culture. I was not sure how much acceptance I would receive. A Growth Mindset, therefore, was much needed. I had to prepare myself mentally and get ready to tackle any challenge on my way. As part of my preparations, I started studying business information and reviving knowledge from my educational background. I also looked into new knowledge and technologies that could apply to Healthcare & Life Science businesses.

"I have come to Spain with another Thai staff. First of all, we planned how to work well with the team in Spain, achieve synergy, and create value for the company. I have also focused on building trust by presenting myself in every company function, identifying clear goals, and preparing factual information. I have always placed emphasis on communications to promote mutual understanding and readiness to work ahead together too. Prior to any customer visits, I enhanced my understanding of customers' businesses. We have learned from one another. My goals are to fulfill the tasks I was assigned, drive business growth, and smoothly link SCGP and Deltalab.



"My main duty is to build further growth of business with Deltalab team. My principles surround sustainable growth, practicality, systematic management, and employee motivation. In my opinion, it is necessary that employees are motivated to understand both SCGP and Deltalab, as well as the fact that teamwork and employees' contributions are meaningful to drive business and create a happy workplace. In the past year, we faced many challenges such as the post COVID-19 pandemic, the Russia-Ukraine war, and the rising costs of raw materials, transportation, production, and even electricity. In such a climate, the first must-take step is to get ready to learn and deal with whatever emerges. Then, we need to explore solutions strategically. I am very much impressed with the team members' expertise and friendship. As we really work as a team, we have beaten all odds."

OPEN UP, EMBRACE DIVERSITY

Dr. Pongsuda has now worked amid diversity. Her workplace is different than before in terms of business nature, people, language, laws, and culture. "At Deltalab, I have experienced much diversity.

Under Deltalab's wings are five subsidiaries, namely Keylab, Nirco, Equilabo, Enfa, and Sanilabo. They have produced and distributed more than 10,000 medical and labware products to both B2B and B2C sectors. Their product portfolio covers Healthcare, Life Science, and related industries. I have therefore worked with professionals from many fields. Our team consists of more than 200 members, with products exported to over 100 countries worldwide. I have learned how to communicate with diversified groups of customers and conduct commercialization of vast product varieties," she said. "Aside, I have been learning new culture, mindset, and language. While we mainly communicate in English, I need to try to learn Spanish as much as possible and use body language in various contexts. On top of this, I have had to handle many other things like taking a test to get a Spanish driving license. But because I have never considered anything too difficult, so far, fortunately I can handle them all. I am motivated, driven, and positive. I try to look at everything as an opportunity. I have kept adapting and learning more."

NOTHING IS IMPOSSIBLE

"Based on my mindset, nothing is impossible. Even if something is not possible today, it may be possible tomorrow. Many things in the world could have never happened in the past. But today, they exist. So, if we set our sights on doing something, we have to think carefully and explore ways to make it possible. After we find a way, do our best. When I succeed, I am glad to an extent and use it as a motivation to keep going. If I fail, I learn from my mistakes. That's how I keep moving ahead. I take action because it's better than doing nothing related to our ideas.

"I have also developed myself constantly because new things keep happening. We need to look ahead and predict what will be next. I look into the future and imagine what Deltalab will be like in the changing world. What are the customers' needs? Where are the new business opportunities? How will Deltalab pursue further growth? Answers lie in our self-development.

"To all younger staff, SCGP is a truly leading organization that pursues sustainable growth and keeps developing its business models. Moreover, it has generated opportunities for its employees to improve themselves. Training has been provided all the time. So, we just need to be open-minded and constantly improve ourselves. If we feel tired, we can take a short break. Then, come back and do what we need to do. Try to find what you love & passionate about because it will fill you with happiness. Our self-development will support our company's growth, which is now expanding through M&P. Employees based overseas or in Thailand can be contributors. I have tried self-development at all times. Now that I am in a new environment, I think I should learn and adapt more. Staff who are in Thailand should keep learning and adapting as well. No one knows when an opportunity will knock on their door. Therefore, let's open up, learn, and be well-prepared so that our company and we can march ahead together," Dr. Pongsuda concluded. 



P-Story

The **INSPIRING** 2022 INNOVATION

Innovation Everyone, Everywhere

อีกหนึ่งโครงการที่จัดขึ้นต่อเนื่องมาเป็นปีที่ 3 เพื่อย้ำจุดยืนการสร้างองค์กรนวัตกรรมของ SCGP ผ่านโครงการ “The Inspiring Innovation” เวทีเพื่อส่งเสริมให้พนักงานนำไอเดียมาต่อยอดความรู้ ลงมือทำ และสร้างสรรค์นวัตกรรมที่สามารถต่อยอดในทางธุรกิจ เพื่อตอบโจทย์ลูกค้าอย่างแท้จริง

Underscoring its positioning as an innovative organization, SCGP has held “The Inspiring Innovation” contest for three consecutive years now. This forum has efficiently encouraged staff to turn their ideas into reality, creating innovations that can serve as business solutions.

เส้นทางกว่า 9 เดือนที่ผ่านมา ตั้งแต่การเปิดรับสมัคร โดยครั้งนี้มีพนักงานกว่า 480 คน จากทุกสายธุรกิจทั้งในประเทศไทยและต่างประเทศ ส่งผลงานเข้าร่วมโครงการมากกว่า 80 ผลงาน ก่อนจะผ่านการคัดเลือกรอบแรกมาได้ 23 ทีม เข้าสู่ Incubation Program ที่ทุกทีมจะได้บ่มเพาะ ฝึกฝน ชัดเกล้าไอเดีย ให้เฉียบคมยิ่งขึ้น จนมาสู่รอบ Final Round ที่ต้อง Pitching เพื่อนำเสนอคณะกรรมการ จนได้ผลงานที่ได้รับการคัดเลือก 8 ทีม จาก 3 ประเภท ได้แก่ ประเภท Product จำนวน 3 ทีม ประเภท Process จำนวน 3 ทีม และประเภท Business Model and Service จำนวน 2 ทีม

This year, the contest took place over a period of more than nine months. More than 480 employees from all of SCGP’s business units, both in Thailand and overseas, joined the contest with over 80 entries. Only 23 teams sailed into the Incubation Program, during which their ideas were sharpened. In the final round, competing teams did the pitching in front of judges. The pitching results allow eight teams to claim recognition from three categories. Of these teams, three are from the Product category, three others are from the Process category, and two others are from Business Model and Service category.

SHARING & RECOGNITION DAY

ภายในงานได้มีการจัด Inspiring Gallery นิทรรศการผลงานของทั้ง 23 ทีม ให้ผู้เข้าร่วมงานได้ชมกัน นอกจากนี้ยังมี Showcase & Sharing of Innovation 2021 ที่ได้ทีมรุ่นพี่อย่างทีม Go Green เจ้าของผลงานบรรจุภัณฑ์อาหารสดแช่เย็น และทีม KÜFF เจ้าของผลงาน Doozy Lifestyle by SCGP ที่มาร่วมแชร์ประสบการณ์การต่อยอดผลงานที่ได้นำไปพัฒนาเชิงพาณิชย์ที่เราเห็นในตลาดอย่างต่อเนื่อง

สำหรับช่วง Inspiring Sharing เป็นการนำเสนอของ 8 ผลงานที่ได้รับการคัดเลือกในปีนี พร้อมกับประกาศ Recognition Reward เพื่อเป็นขวัญและกำลังใจให้กับความมุ่งมั่นและตั้งใจของทั้ง 8 ผลงาน โดยผลการคัดเลือกในปีนี้ได้แก่

This event displayed entries by 23 finalist teams at Inspiring Gallery. At the Showcase & Sharing of Innovation 2021 zone, winners from the 2021 contest proudly shared their experience. Their entries, after all, have already been developed further and launched for commercial markets. Go Green Team has created packaging for frozen food, while KÜFF Team has shone with its Doozy Lifestyle by SCGP.

During the Inspiring Sharing session, the eight top entries from The Inspiring Innovation 2022 were presented. Then, the announcement of Recognition Reward took place to honor the teams behind these outstanding innovations. The eight honored entries are:



ประเภท BUSINESS MODEL AND SERVICE



The Best of Innovative Business Model and Service

ทีม: D-Zi
ผลงาน: DZIGN solutions

โซลูชันการขายแบบเชิงรุก ยกระดับโซลูชันการออกแบบบรรจุภัณฑ์ Upcycling หรือสามารถนำมาใช้ประโยชน์ต่อได้ สร้างความแตกต่างให้กับสินค้าของลูกค้า เพื่อส่งเสริมการตลาด เพิ่มยอดขายและกำไร อีกทั้งยังเป็นผู้นำเทรนด์สินค้าที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม

Design for proactive selling with Upcycling solutions for customers' product differentiation. This entry has the potential to spur the market, boost sales, and raise profitability. Users of such solutions will also enjoy the image as leading environmentally friendly brands.



The Outstanding of Innovative Business Model and Service

ทีม: Duy Tan ERP Consulting
ผลงาน: Implementation SAP S/4HANA for Box Plant in Vietnam

การนำระบบ Leveraging SAP มาเชื่อมโยงข้อมูลต่อกัน สามารถเข้าถึงได้ง่าย ลดค่าใช้จ่าย ลดเวลา และมีความแม่นยำมากขึ้น

Leveraging SAP to enhance information integration. Access to a database becomes easier and with greater accuracy, saving both expenses and time.

ประเภท PRODUCT //



The Outstanding of Innovative Product

ทีม: EU TUBE
ผลงาน: Eucalyptus Nursery Paper Tube

การพัฒนาหลอดกระดาษในการเพาะพันธุ์ต้นกล้า

Developing Eucalyptus Nursery Paper Tube

ทีม: กระดาษเหนียว
ผลงาน: กระดาษ High Extensible Sack Kraft 95 gsm

ใช้สัดส่วนของเยื่อหมุนเวียนหรือ Recycled fiber สอดรับแนวนโยบาย ESG

High Extensible Sack Kraft 95 gsm is made of recycled fiber, responding to ESG policy.

ทีม: WE R1+
ผลงาน: Recycle Ready Plus (R1+)

บรรจุภัณฑ์ที่ประกอบไปด้วยพลาสติกเพียงชนิดเดียว รีไซเคิลได้ 100% เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม

Recycle ready plus (R1+) is made of single-type plastic material, which is 100% recyclable and eco-friendly.

ประเภท PROCESS //



The Outstanding of Innovative Process

ทีม: Thinking outside the AI
ผลงาน: Artwork Process Automation

การพัฒนาโปรแกรมทำอาร์ตเวิร์กให้เป็น Automation Process

Developing automation for artwork making process.

ทีม: Zo-Gud!
ผลงาน: AUXA: Online Dirt Detection ระบบวัดคุณภาพสิ่งสกปรกด้วยเทคโนโลยี Machine Vision และ Machine Learning

Online Dirt Detection deploys Machine Vision & Machine Learning technologies in detecting dirt.

ทีม: วันนีไม่ว่าง
ผลงาน: CIP Production Platform

เชื่อมโยงระบบ Production Planning กับเครื่องจักรเพื่อส่งข้อมูลโดยอัตโนมัติ และใช้ Machine Learning ในการวิเคราะห์ข้อมูล Production Platform links Production Planning system to machines for automatic data transfers and uses Machine Learning for data analytics.

Popular Vote

สำหรับรางวัล Popular Vote ทีมที่กวาดคะแนนโหวตไปกว่า 250 คะแนน ได้แก่ ทีม PACK PLEARN

Popular Vote Award, meanwhile, went to PACK PLEARN after it received more than 250 votes of support.



นับเป็นช่วงเวลา que ทุกคนได้มารวมพลังและแสดงออกถึงการให้ความสำคัญในเรื่องนวัตกรรม ทั้งในแง่การสร้างสรรคสิ่งใหม่และการสร้างศักยภาพทางการแข่งขัน เพื่อส่งมอบคุณค่าและประสบการณ์ที่ดีแก่ลูกค้า ตลอดจนการวางรากฐานสู่การเป็น Innovative Organization ของ SCGP ผ่านความร่วมมือและการทำงานเป็นทีม ควบคู่ไปกับการลงมือทำ (Execution) เพื่อให้คน ชุมชน ธุรกิจ สังคม และโลกเติบโตอย่างมีคุณภาพและยั่งยืนไปด้วยกัน

Thanks to the contest, SCGP employees have come together to show their attention to innovations that may materialize in the form of new things or competitive advantages for the delivery of values and good experiences to customers. Their participation in the contest is paving way for SCGP to become an Innovative Organization. Through collaborations, teamwork, and execution, SCGP is innovatively building mutual quality growth for people, communities, businesses, society, and the planet on a sustainable basis. **P**



“สิ่งสำคัญของงานในครั้งนี้คือ การที่ทุกคนได้ร่วมกันทำงาน ร่วมกันสร้างบริษัทนี้ด้วย Innovation เพราะการที่บริษัทจะเติบโตไปข้างหน้าในอนาคตอย่างแข็งแรง บริษัทต้องมีวัฒนธรรมองค์กรที่มี Innovation ซึ่งการจะมีสิ่งนี้ได้ นั้น ไม่ใช่แค่การที่เราพูดออกมาเอง แต่ต้องมาจากคนภายนอกเห็นหรือสัมผัสสิ่งที่เราทำ ไม่ว่าจะเป็นการกระทำ การแสดงออก และกิจกรรมต่าง ๆ ที่มาจากวัฒนธรรมองค์กรที่มีนวัตกรรมเป็นหัวใจ

“Innovation จะยั่งยืนได้ต้องทำอย่างต่อเนื่อง พี่ขอฝาก 3 ประเด็นคือ 1. Innovation ต้องใช้เวลา ขอให้พวกเรามีความมุ่งมั่น เรียนรู้ Lifelong Learning กันต่อไป 2. แปรนด์ ต้องสร้างมูลค่าเพิ่ม และทำให้ลูกค้าจดจำได้ง่าย 3. การต่อยอดทางธุรกิจ หมั่นหาโอกาสขยายผลเพื่อให้ได้ประโยชน์ร่วมกัน และทำให้เห็นถึงความเป็นองค์กรนวัตกรรมของเราด้วย

“ขอขอบคุณทุก ๆ คนที่ทำให้เกิดกิจกรรมดี ๆ และขอให้ทุกคนมีส่วนร่วมอย่างต่อเนื่องในปีถัด ๆ ไปเพิ่มมากยิ่งขึ้นไปอีก”

พี่วิชาญ จิตรภักดี ประธานเจ้าหน้าที่บริหาร SCGP



สิ่งสำคัญของงานในครั้งนี้คือ การที่ทุกคนได้ร่วมกันทำงาน ร่วมกันสร้างบริษัทนี้ด้วย Innovation เพราะการที่บริษัทจะเติบโตไปข้างหน้าในอนาคตอย่างแข็งแรง บริษัทต้องมีวัฒนธรรมองค์กรที่มี Innovation

This event is important in that it fosters collaborations for the company's innovations. Our company will roar ahead solidly, only when our corporate culture embraces innovations.



“This event is important in that it fosters collaborations for the company's innovations. Our company will roar ahead solidly, only when our corporate culture embraces innovations. We can't just say we are an innovative organization. It is necessary that we prove to others too that at the heart of our organization is innovation. Our actions, expressions, and activities must be innovation-driven.

“We can sustain our innovation culture when we keep pursuing it. I would like to emphasize three points: 1) Some innovations take time to develop. So, be patient and keep going. Let's embrace lifelong learning; 2) Branding is a must. Branding will add value and make it easier for customers to remember them; and 3) Business development should follow to expand the impacts of innovations for SCGP's benefits and strengthen its image as an innovative organization.

“Last but not least, I would like to thank everyone for making such good activities happen. I am also looking forward to your participation and contributions in the coming years.”

Mr. Wichan Jitpukdee – CEO, SCGP



SCGP เดินหน้า 5 กลยุทธ์ สร้างการเติบโตอย่างมีคุณภาพ

SCGP GOES AHEAD WITH 5 STRATEGIES FOR QUALITY GROWTH

ภาพรวมอุตสาหกรรมบรรจุภัณฑ์ของปี 2566 มีแนวโน้มดีขึ้น โดยเฉพาะภูมิภาคอาเซียน จะได้รับประโยชน์จากการฟื้นตัวของภาคการท่องเที่ยว การนำเข้า และการส่งออก ตลอดจนห่วงโซ่การผลิตในอุตสาหกรรมต่าง ๆ กลับสู่ภาวะปกติ ส่งผลต่อภาพรวมเศรษฐกิจและการใช้จ่ายใช้สอยสินค้าต่าง ๆ ซึ่งทำให้เกิดความต้องการใช้บรรจุภัณฑ์เพิ่มขึ้น และปัจจัยบวกจากประเทศจีนเริ่มเปิดประเทศ ทั้งนี้ ยังคงมีความท้าทายจากเศรษฐกิจทั่วโลกที่ยังผันผวน แรงกดดันด้านเงินเฟ้อ และการปรับขึ้นของอัตราดอกเบี้ย

SCGP จึงมุ่งสร้างการเติบโตอย่างมีคุณภาพ และรักษาความเป็นผู้นำด้านโซลูชันบรรจุภัณฑ์แบบครบวงจรในภูมิภาค พร้อมรองรับความต้องการบรรจุภัณฑ์ที่มีแนวโน้มสูงขึ้นจากการฟื้นตัวของเศรษฐกิจ และติดตามสถานการณ์อย่างใกล้ชิด รวมถึงดำเนินธุรกิจเพื่อสร้างการเติบโตอย่างต่อเนื่อง ด้วย 5 กลยุทธ์หลัก ได้แก่

The overall packaging industry has been improving in 2023 especially in ASEAN, where tourism, imports, and exports have rebounded. Manufacturing chains across various industries have also returned to normal, spurring the economy and spending. Demand for packaging has thus been increasing. Several positive impacts have materialized after China's re-opening. Yet, many economic challenges have prevailed with volatility, soaring inflation, and rising interest rates in the picture.

In such situation, SCGP focuses on achieving quality growth, staying on as a leading multinational consumer packaging solutions provider, and responding to bigger packaging demand that is triggered by economic recovery. The company has closely monitored the changing situation. In pursuit of its continued growth, it has implemented the five following core strategies:

สร้างการเติบโตผ่านความร่วมมือกับพันธมิตรธุรกิจ ขยายธุรกิจบรรจุภัณฑ์และธุรกิจที่เกี่ยวข้อง และมองหาโอกาสขยายสู่ธุรกิจอื่น ๆ ที่มีศักยภาพสูง โดยมุ่งเน้นกลุ่มสินค้าอุปโภคบริโภค กลุ่มสินค้าเพื่อสุขภาพ ผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร วัสดุอุปกรณ์ทางการแพทย์ และผลงานความร่วมมือทางธุรกิจระหว่างบริษัทย่อย ด้วยการแลกเปลี่ยนองค์ความรู้ เทคโนโลยี การขยายฐานลูกค้าและจัดหาวัตถุดิบ เพื่อยกระดับขีดความสามารถการดำเนินงาน โดยตั้งงบประมาณการลงทุนในปีที่ 18,000 ล้านบาท

Expedition of growth through focused M&P, expansion of packaging and related businesses with high growth potential, especially in consumer products, healthcare-related products, medical supplies, and labware. Efforts to capture internal synergy are carried out via knowledge and technology sharing, customer network expansion, and co-sourcing of raw materials to enhance overall capability and operational efficiency. The investment budget for this year has been set at 18,000 million baht.



ตั้งงบประมาณ
การลงทุนในปี
Investment budget

18,000

ล้านบาท
MILLION BAHT

งบลงทุนการวิจัยและพัฒนา / the R&D budget

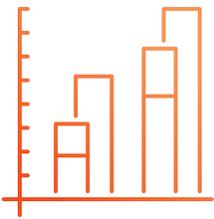


800

ล้านบาท / MILLION BAHT

พัฒนานวัตกรรมและโซลูชันด้านบรรจุภัณฑ์อย่างต่อเนื่อง และร่วมมือกับลูกค้าในการพัฒนานวัตกรรมและโซลูชันบรรจุภัณฑ์ที่เพิ่มคุณค่าและตอบโจทย์ไลฟ์สไตล์ของผู้บริโภค ด้วยงบประมาณเพื่อการวิจัยและพัฒนา 800 ล้านบาท

Continuous development of innovations and packaging solutions, collaboration with customers to develop innovations and value-accretive packaging solutions to meet the evolving consumers' lifestyles. The budget for research, development, and innovation spending is set at 800 million baht.



DATA ANALYTICS

ยกระดับประสิทธิภาพในการดำเนินงานของทั้งห่วงโซ่อุปทาน ดำเนินงานเพื่อมุ่งสู่ความเป็นเลิศ ด้วยการนำระบบอัตโนมัติมาใช้ในการวิเคราะห์คาดการณ์ และเพิ่มประสิทธิภาพของการผลิตและผลิตผล และการใช้ Data Analytics เพื่อสร้างความแข็งแกร่งด้านข้อมูลตลอดทั้งห่วงโซ่อุปทาน (End-to-End)

Enhance supply chain integration and further strengthen the business via operational excellence by applying the data-driven approach and automation system to analyze, forecast, and optimize the efficiency of production and productivity. Using data analytics to ensure data visibility throughout the supply chain (end-to-end).



วางแผนบริหารจัดการเชิงรุกเพื่อรับมือกับความไม่แน่นอน โดยการวางแผนบริหารความเสี่ยงในช่วงที่ภาวะดอกเบี้ยยังเป็นขาขึ้น การบริหารจัดการเงินสด และงบประมาณการลงทุน (CAPEX) อีกทั้งยังมีการกระจายฐานลูกค้าหลากหลายประเทศและกลุ่มอุตสาหกรรม รวมถึงการมองหาตลาดใหม่ในแถบตะวันออกกลาง เอเชียใต้ และแอฟริกาใต้

Proactive management and effective planning to cope with uncertainties by regular risk management and planning are carried out as the preparation for a surging interest rate environment along with prudent cash and CAPEX management. Expand portfolio to cover new growth markets, i.e. South Asia, Middle East, Southern Africa.

ขับเคลื่อนธุรกิจด้วยแนวคิด ESG 4 Plus โดยมีเป้าหมายและแผนปฏิบัติการที่ชัดเจน ด้วยการเพิ่มสัดส่วนบรรจุภัณฑ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม และสามารถรีไซเคิลหรือย่อยสลายได้ทั้งหมดร้อยละ 100 จากปริมาณบรรจุภัณฑ์ที่ผลิตทั้งหมดในปี 2568 พร้อมทั้งการดำเนินงานตามแผนงานเพื่อที่จะก้าวไปสู่เป้าหมายในการปล่อยก๊าซเรือนกระจกสุทธิเป็นศูนย์ในปี 2593

Driving the business through the ESG 4 Plus concept. Goals and action plans are clearly identified with target to enlarge the proportion of environmentally friendly packaging while increasing the recyclability rate of all products to 100% in 2025. Meanwhile, GHG emissions reduction efforts are being executed as planned in order to achieve Net Zero by 2050. 



กลยุทธ์การสร้างการเติบโต / 2023 GROWTH STRATEGIES



มุ่งเติบโตจากการ M&P และการขยายกำลังการผลิต
PURSUE GROWTH THROUGH M&P AND
PRODUCTION-CAPACITY INCREASE



พัฒนานวัตกรรม เพิ่มโซลูชันบรรจุภัณฑ์
DEVELOP INNOVATIONS AND DELIVER PACKAGING
SOLUTIONS



เพิ่มประสิทธิภาพการผลิตและพนักงานกำลังทางธุรกิจ
ENHANCE MANUFACTURING EFFICIENCY
& BUSINESS SYNERGY



ขับเคลื่อนธุรกิจด้วยแนวคิด ESG 4 PLUS
และมุ่งสู่ NET ZERO / DRIVE BUSINESSES BASED ON
ESG 4 PLUS & PURSUE NET ZERO EMISSIONS



บริหารจัดการเชิงรุก
PROACTIVE MANAGEMENT

Care for Self

ความปลอดภัยเริ่มที่ตัวเรา



ช่วยกันชม ช่วยกันแชร์ พฤติกรรมความปลอดภัย LET'S PRAISE & SHARE SAFETY BEHAVIORS!

สร้างคนให้มีพฤติกรรมด้านความปลอดภัยมากขึ้น จะเลือกทำอะไรดี?
What should you do to encourage safety behaviors?



1 ตั้งกฎและมีบทลงโทษเมื่อเกิดอุบัติเหตุ เพื่อเป็นข้อบังคับในการปฏิบัติ

Set safety rules and mete out punishments if accidents happen, to ensure strict compliance.



2 เอ่ยคำชมต่อบุคคลที่ปฏิบัติตนด้านความปลอดภัยได้ดี พร้อมสร้างแรงบันดาลใจให้กับคนอื่น ๆ เพื่อให้เห็นถึงความสำคัญด้านความปลอดภัย

Praise persons who have demonstrated good safety behaviors and inspired others to follow suit.

Driving safely today

ในทางจิตวิทยาถือว่า คำชมเชยส่งผลต่อ Mindset และความเชื่อของบุคคลที่ได้รับคำชมเชยนั้น ว่าสิ่งที่ตนได้ประพฤติเป็นสิ่งที่ดี และถือเป็นการเสริมพลังบวก เมื่อเรากล่าวคำชื่นชมตามหลังการเกิดพฤติกรรมที่ดี จะทำให้พฤติกรรมนั้นเกิดมากขึ้นในอนาคต หรือช่วยกระตุ้นให้พัฒนาพฤติกรรมนั้นให้ดียิ่งขึ้น

การชื่นชมสามารถเกิดขึ้นได้กับหลายความสัมพันธ์ เช่น พ่อแม่ชื่นชมลูก หัวหน้าที่ชื่นชมลูกน้อง เพื่อนชื่นชมเพื่อน หรือในบางครั้งก็สามารถชื่นชมตนเองได้ โดยไม่ต้องรอคำชื่นชมจากผู้อื่น เช่น “วันนี้เราขับที่ปลอดภัย คาดเข็มขัดนิรภัย ไม่ใจลอย ไม่โทรหาใครตอนขับรถ รู้สึกดีจังที่เราเป็นคนใส่ใจ รับผิดชอบทั้งต่อตัวเองและผู้อื่นบนท้องถนน”

Psychologically speaking, a compliment fosters a mindset by reinforcing the belief that the actions that reward a person with praise are good. Compliments, therefore, are positive motivations. If we praise someone for their good behaviors, it is likely that they will repeat or even improve those behaviors.

Praise can be given by parents, supervisors, and friends. Sometimes, we can even compliment ourselves. For example, we may praise ourselves for, “Driving safely today, putting on safety belts, focusing on driving, and not calling anyone while behind the wheel. We feel good about being attentive and responsible for ourselves and other road users.”



10 เทคนิคการชมที่ดี

เพื่อช่วยกระตุ้นให้เกิดพฤติกรรมการทำงานและการใช้ชีวิตได้อย่างปลอดภัย

10 Praise-Giving Techniques

That Foster Safety Behaviors in Work & Personal Life

1. ชมให้ถูกที่ถูกเวลา
Praise at the right time and at the right place.
2. ชมต่อหน้า
Praise in person.
3. ชมให้รู้สึกมีคุณค่า
Praise to show they are valued.
4. ชมอย่างจริงใจ
Praise sincerely.
5. ชมพฤติกรรมที่เฉพาะเจาะจง
Mention specific behaviors when offering praise.
6. ชมความตั้งใจ ความพยายาม
Praise dedication and efforts.
7. ชมที่ผลลัพธ์และกระบวนการ
Praise process and output.
8. ชมแล้วบอกถึงสิ่งดีที่ตามมาจกสิ่งที่ทำ
Praise and specify positive results.
9. ชมจนเกิดเป็นวัฒนธรรม
Praise to foster corporate culture.
10. ชมด้วยการขอบคุณหรือส่งกำลังใจ
Praise by offering thanks or moral support.



การชื่นชมพฤติกรรมความปลอดภัยของหัวหน้างาน เมื่อลูกน้องทำดี ต้องการให้รักษาไว้ ด้วยเทคนิค “ชม - ใช้ (ข้อมูล) - โชว์ (ผลลัพธ์ ฯลฯ)”

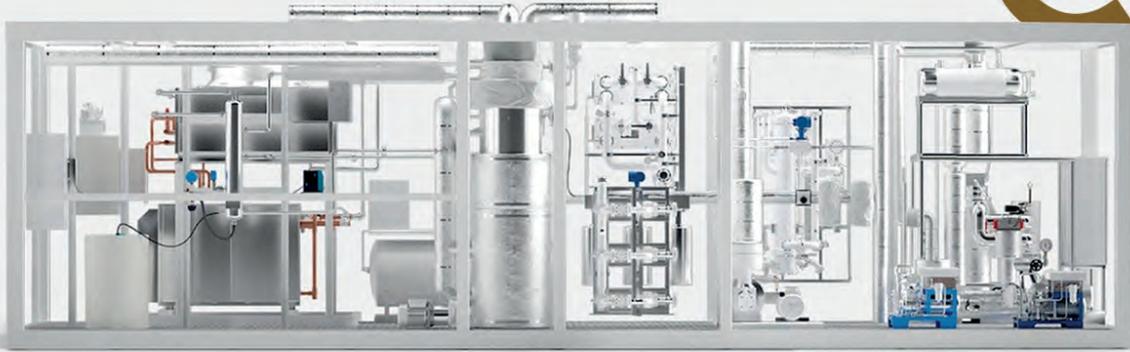
- **ชม:** พี่ขอบคุณมาก ๆ ที่เป็นตัวอย่างที่ดีเรื่องการทำงานด้วยความปลอดภัย
- **ใช้ข้อมูล:** พี่เห็นว่าน้องสวมใส่อุปกรณ์ PPE ทุกครั้งที่เข้ามาที่หน้างาน นอกจากนี้น้องยังลงไปตรวจสอบหน้างานอยู่เป็นประจำ เมื่อเห็นความผิดปกติหรือความเสี่ยง ก็มักจะดำเนินการแก้ไขหากสามารถทำได้หลายครั้งที่เป็นเคสที่แก้ไขไม่ได้เองก็จะแจ้งกับผู้ที่เกี่ยวข้องให้ทราบเพื่อเข้าไปแก้ไข
- **โชว์ผลลัพธ์:** ทำให้สามารถลดความเสี่ยงต่อการเกิดอุบัติเหตุในการทำงานได้เป็นอย่างดีมาก

Supervisors can promote safety behaviors by praising subordinates' good safety practices based on “Compliment with Information and Presentation of Positive Outcome”.

- **Compliment:** Thank you very much for setting good examples of how to work safely.
- **Information:** I've noticed that you always put on PPE at worksites and regularly conduct inspections. When you detect an irregularity or risk, you also solve it. In events that you cannot solve the problem yourself, you notify relevant parties for solutions.
- **Positive Outcome:** Because you have done so, you have significantly reduced accident risks at workplaces.

เพราะคำชมเล็ก ๆ ก็พลังที่ยิ่งใหญ่ มาร่วมกันสร้างวัฒนธรรมเพื่อความปลอดภัยกัน
Just a little praise forms meaningful power. Let's foster safety culture together! P

CO₂

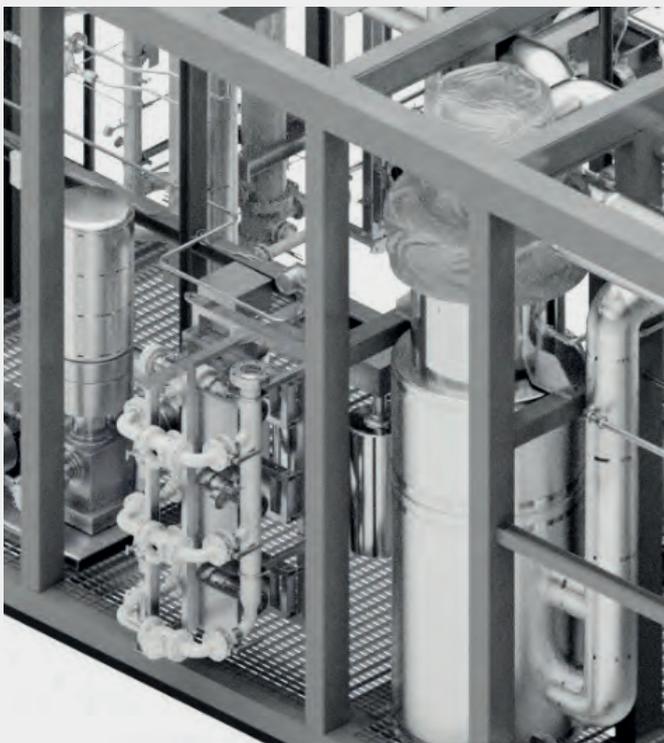


เปลี่ยนก๊าซคาร์บอนฯ เป็นน้ำหอม ลดโลกร้อนอย่างยั่งยืน

TURN CO₂ INTO PERFUME FOR SUSTAINABLE EFFORTS AGAINST GLOBAL WARMING

ไม่น่าเชื่อเลยว่า ก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์ หนึ่งในปัจจัยหลักที่ทำให้โลกร้อน จะกลายเป็นนวัตกรรมที่กอบกู้โลก จากภาวะโลกร้อนได้ เพราะล่าสุดบริษัทสตาร์ทอัพในนิวยอร์กปีงไอเดียสุดเจ๋ง นำก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์มาผ่านกระบวนการเปลี่ยนเป็นผลิตภัณฑ์อุปโภคบริโภค อย่างเช่น วอดก้า เจลแอลกอฮอล์ และน้ำหอมกลิ่นละมุนที่สามารถใช้ได้จริงในชีวิตประจำวัน

It is unbelievable that carbon dioxide (CO₂), a major cause of global warming, can be innovatively used to fight global warming. But in reality, a start-up in New York has already turned CO₂ into various commodities such as vodka, alcohol gel, and even perfume for daily use.



จากคาร์บอนสู่สินค้าหลากหลาย

ถึงจะไม่ใช่นักวิทยาศาสตร์ แต่ทุกคนคงรับรู้ได้ถึงความผิดปกติของสภาพอากาศที่ได้รับผลพวงจากภาวะโลกร้อนอันเนื่องมาจากการปล่อยก๊าซเรือนกระจกผ่านกิจกรรมต่าง ๆ ของมนุษย์ เพื่อแก้ปัญหาที่เกิดขึ้นนานาชาติต่างก็ร่วมกันทำพันธสัญญามุ่งสู่เป้าหมาย Carbon Neutrality ภายในปี 2050 และ Net Zero ภายในปี 2065 ทว่าในขณะที่รัฐบาลแทบทุกประเทศเน้นไปที่การลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก ทางฝั่งธุรกิจที่มีวิทยาศาสตร์เป็นพื้นฐานอย่างสหรัฐอเมริกา ก็ได้ค้นพบหนทางแก้ไขที่ปลายเหตุ ด้วยการจับเอาคาร์บอนในอากาศมาเปลี่ยนเป็นสินค้าที่ใช้งานได้จริงในชีวิตประจำวัน

สองนักวิจัยด้านเคมีฟิสิกส์ Gregory Constantine และ Stafford Sheehan ภายใต้ Air Company สตาร์ทอัพจากนิวยอร์ก ก็ได้นำเอาก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์มาเปลี่ยนเป็นวอดก้า เจลแอลกอฮอล์ล้างมือ และน้ำหอม ซึ่งนับเป็นนวัตกรรมใหม่ที่ทำให้คนทั่วโลกทิ้ง อีกรั้งวิธีการเนรมิตสินค้าของพวกเขาที่ไม่ซับซ้อน เพียงดักจับคาร์บอนในอากาศมาทำให้เย็นลงด้วยความดันจนกลายเป็นของเหลว แล้วผสมเข้ากับก๊าซไฮโดรเจนซึ่งได้จากกระบวนการอิเล็กโทรไลต์ของน้ำในเครื่องปฏิกรณ์เคมีที่คิดค้นขึ้นเป็นพิเศษ จนได้ออกมาเป็นของเหลว 4 ชนิดคือ เอทานอลแอลกอฮอล์ เมทานอลแอลกอฮอล์ อัลเคน และน้ำ จากนั้นจึงนำเอทานอลแอลกอฮอล์ซึ่งเป็นแอลกอฮอล์ชนิดที่รับประทานได้

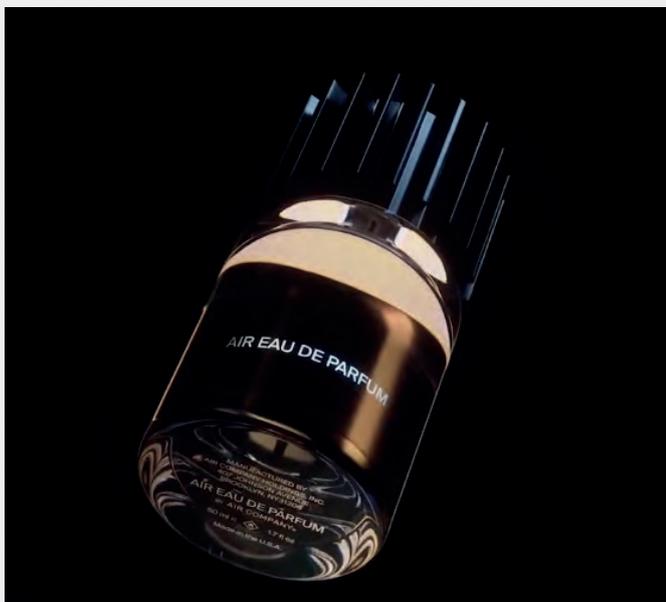
ไปทำเป็นขวดแก้ว ส่งเมทานอลแอลกอฮอล์ที่รับประทานไม่ได้ไปทำเป็นสเปรย์แอลกอฮอล์สำหรับฆ่าเชื้อโรคและน้ำหอม ส่วนอัลเคนนำไปใช้เป็นสารตั้งต้นการผลิตสารซักฟอกและสารฆ่าวัชพืช สุดท้ายคือน้ำ จะถูกนำกลับไปใช้ซ้ำในกระบวนการอิเล็กทรอนิกส์อีกครั้ง เรียกได้ว่าเป็นนวัตกรรมสร้างสรรค์ที่ต่อยอดจากห้องวิจัยทางวิทยาศาสตร์มาสู่การแก้ปัญหาที่เห็นผลได้จริง

วิทยาศาสตร์ สุนทรียศาสตร์ และความยั่งยืน

ก่อนหน้านี้ “Air Vodka” ของพวกเขาถูกพูดถึงในวงกว้าง เพราะกรรมวิธีการกลั่นที่ใช้วัตถุดิบเพียงสามอย่างคือ คาร์บอน น้ำ และแสงแดด แต่ให้รสชาติดี มีความบริสุทธิ์ ปราศจากน้ำตาลและคาร์โบไฮเดรต จึงเป็นเครื่องดื่มพรีเมียมที่ถูกใจนักดื่มผู้ใส่ใจความยั่งยืนเป็นอย่างมาก

หลังจากนั้นทางบริษัทก็วางแผนขยายฐานธุรกิจให้เติบโตยิ่งขึ้น ด้วยการเพิ่มไลน์สินค้าจากคาร์บอน ทั้งเจลแอลกอฮอล์ เชื้อเพลิงเครื่องบิน และที่น่าสนใจคือ การจับเอาสุนทรียศาสตร์มาพบกับวิทยาศาสตร์ สร้างสรรค์เป็นน้ำหอม “Air Eau de Parfum” ซึ่งมีกลิ่นสดชื่นของผิวส้มและใบฟิก ตามด้วยความหอมละมุนของพืชพรรณอย่างกล้วยไม้ ดอกไวโอเล็ต และกุหลาบพันปี ตบท้ายด้วยกลิ่นแบ่งอ่อน ๆ ที่ให้ความรู้สึกราวกับได้สัมผัสช่วงเวลาที่ดีที่สุดของวัน

เชื่อว่ากลิ่นของ Air Eau de Parfum คงรื่นรมย์เยี่ยมเสน่ห์ไม่ต่างจากน้ำหอมแบรนด์ชั้นนำ แต่ที่พิเศษกว่าคือ คุณค่าที่สร้างขึ้นจากจิตสำนึกรักษ์โลก ซึ่งไม่เพียงเปลี่ยนคาร์บอนเป็นน้ำหอม ทุกกระบวนการผลิตยังใส่ใจสิ่งแวดล้อมด้วยการเลือกใช้พลังงานสะอาดจากโซลาร์เซลล์ รวมถึงใช้วัสดุรีไซเคิลในการทำบรรจุภัณฑ์ จึงนับได้ว่าเป็นธุรกิจที่ทั้งช่วยลดปริมาณคาร์บอนในอากาศ และไม่สร้าง Carbon Footprint เพิ่มอีกด้วย โดยทางบริษัทคาดว่า การดักจับคาร์บอนมาเปลี่ยนเป็นผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ จะสามารถลดการปล่อยก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์ทั่วโลกได้ถึงร้อยละ 10.8 หรือประมาณ 4,600 ล้านตันต่อปีเลยทีเดียว



CARBON STARTS VARIOUS PRODUCTS

Even if you are not a scientist, you must have already noticed climate-change impacts that are triggered by global warming. Aware that the planet is getting warmer because of human activities, the international community has made pacts to achieve Carbon Neutrality by 2050 and Net Zero Emissions by 2065. While most governments focus on the reduction of greenhouse gas emissions, science-based businesses explore opportunities to make good use of carbon.

Researchers Gregory Constantine and Stafford Sheehan of Air Company, which is a New York-based start-up, for example, have used innovative means to turn carbon into an ingredient for vodka, alcohol gel, and perfume production. The process is quite simple. Carbon in the air is captured and liquefied through cooling and then mixed with hydrogen from electrolyte in a specially-designed chemical reactor. Coming out of the process are ethanol, methanol, alkane, and water. Ethanol, which is edible, then goes to vodka production. Methanol, which is an inedible alcohol, goes to the production of alcohol-based spray and perfume. Alkane, meanwhile, is a precursor chemical for detergents and weedkillers. Water can be reused for electrolyte process. The researchers' ideas have truly delivered practical solutions beyond the scope of laboratories.

SCIENCE, AESTHETICS & SUSTAINABILITY

“Air Vodka” by Air Company has already won widespread interest. While its production requires just carbon, water, and sunlight, its taste is just so good. Free from sugar and carbohydrate, this premium drink pleases sustainability-craving drinkers worldwide.

Buoyed by Air Vodka's success, the company has expanded its product portfolio to alcohol gel and aviation fuel. Interestingly, the company has also blended aesthetics into its pro-science operations with the production of “Air Eau de Parfum”. Exuding the refreshing fragrance of orange peel and fig leaf, this perfume also boasts a tinge of floral and powder scent. The fragrance promises to give the best time of the day to its users.

Created out of green minds, Air Eau de Parfum is eco-friendly in every step. Its carbon comes from carbon dioxide. Its production process is driven by solar cells. Its packaging is made of recycled materials. Therefore, it does not leave any carbon footprint. Air Company believes turning captured carbon into products will curb the world's CO₂ emissions by 10.8 percent or by about 4,600 million tons a year. 



เมตาเวิร์ส พื้นที่แห่งความหลากหลายและเท่าเทียม AN EQUITABLE METAVERSE: DIVERSE YET EQUAL

นับตั้งแต่เมตาเวิร์ส (Metaverse) ถูกพูดถึงเป็นวงกว้างเมื่อปี 2021 ผู้คนต่างก็คาดหวังว่า โลกเสมือนที่วาดไว้จะเป็นทางเลือกใหม่ โดยเฉพาะในด้านของการยอมรับความหลากหลายและความเท่าเทียมกันในทุกแง่มุม

Ever since the metaverse has generated widespread debates, there have been high expectations that the virtual world will create new and better alternatives, especially in regard to diversity and equity.

เมตาเวิร์ส เปิดกว้าง เสมอภาค และเท่าเทียม

แม้เราจะตระหนักถึงความแตกต่างหลากหลายของผู้คนในสังคมมากขึ้น แต่ปฏิเสธไม่ได้ว่าในความเป็นจริงยังคงมีคนที่ถูกคนอื่นมองข้าม หรือถูกปฏิเสธตัวตนของพวกเขาอยู่ ทั้งที่ความแตกต่างคือสิ่งที่ทำให้โลกของเราเต็มไปด้วยสีสันและเรื่องราว ซึ่งก่อให้เกิดแรงบันดาลใจและพลังสร้างสรรค์ ดังนั้นในเมื่อโลกจริงยังต้องใช้เวลาในการทำความเข้าใจและปรับเปลี่ยนเรื่องนี้ เมตาเวิร์สจึงกลายเป็นความหวังในการแสวงหาพื้นที่แห่งความหลากหลาย เสมอภาค เท่าเทียม และเปิดกว้างให้ทุกคนได้มีส่วนร่วมในสังคมอย่างแท้จริง แม้จะเป็นสังคมเสมือนก็ตาม

จากรายงานเรื่อง Into the Metaverse ของ Wunderman Thompson ระบุว่า ร้อยละ 78 ของผู้บริโภคทั่วโลกเห็นด้วยว่า เทคโนโลยีช่วยสร้างสังคมที่มีความเท่าเทียมกันได้ และร้อยละ 65 ของผู้คนที่รู้จักเมตาเวิร์สคิดว่า โลกเสมือนจะมีความเป็นอันหนึ่งอันเดียวกันมากกว่าโลกแห่งความเป็นจริง นอกจากนี้ในรายงานเรื่อง Inclusion's Next Wave จากสถาบันเดียวกัน ยังเผยให้ทราบว่า ปัจจุบันผู้บริโภคให้ความสำคัญกับพื้นที่ดิจิทัล (Digital Space) ที่แบรนด์จะต้องทำให้เป็นพื้นที่ปลอดภัย เข้าถึงได้ มีความหลากหลาย และมีความเป็นประชาธิปไตยด้วย ซึ่งหากดูจากพัฒนาการของเมตาเวิร์สที่หลายพื้นที่ให้ความสำคัญต่อความหลากหลายของประชากรบนโลกเสมือนก็สะท้อนให้เห็นทิศทางที่ค่อนข้างชัดเจนว่า อนาคตเมตาเวิร์สจะเป็นพื้นที่ที่ต้อนรับทุกคน ไม่ว่าจะมาจากที่ไหน อายุเท่าไร เชื้อชาติอะไร ทำอาชีพอะไร

สีผิวแบบไหน มีความเชื่ออย่างไร ฯลฯ ก็สามารถติดต่อเชื่อมโยงกันได้ในโลกเสมือน ซึ่งบางทีอาจจะดีกว่าความจริงที่เราเป็นอยู่ตอนนี้ก็เป็นได้

AVATAR ตัวตนสะท้อนความหลากหลาย

เมตาเวิร์สหรือโลกเสมือนก็ไม่ต่างจากโลกแห่งความเป็นจริงที่มีกลุ่มคนมากมายหลายแบบ หลายพื้นที่จึงพยายามจะสร้างรูปแบบการสื่อสารให้มีหลากหลายสไตล์ มีเครื่องมือหลายอย่าง มีกฎเกณฑ์ที่ครอบคลุมและตอบสนองผู้คนทุกกลุ่ม เพื่อให้สังคมเมตาเวิร์สมีความหลากหลาย (Diversity) มีความเสมอภาค (Equity) และมุ่งเน้นการมีส่วนร่วม (Inclusion) อย่างแท้จริง ซึ่งนับเป็นความท้าทายอย่างมาก เพราะอย่างที่รู้ว่าผู้คนในทุกสังคมมีทั้งดีและไม่ดีปะปนกัน ดังนั้นนอกจากความหลากหลายและเท่าเทียม ผู้พัฒนาโลกเสมือนยังต้องมั่นใจด้วยว่า เมตาเวิร์สที่สร้างขึ้นจะปลอดภัยสำหรับทุกคน

สิ่งที่สะท้อนภาพความหลากหลายและเท่าเทียมในสังคมเมตาเวิร์สได้ชัดเจนคือ Virtual Identity หรืออวาตาร์ที่ผู้ใช้งานนำเสนอตัวตนและอัตลักษณ์ในโลกเสมือน ซึ่งสามารถสร้างสรรค์ขึ้นได้ตามที่แต่ละคนต้องการ โดยปัจจุบันผู้คนยังคงสนใจที่จะพัฒนาอัตลักษณ์ให้เหมือนตัวตนจริง แต่อาจจะเปลี่ยนไปตามเวลา สถานที่ และบริบท หรือตามแต่ภาพที่ผู้ใช้งานอยากให้เป็นด้วยเหตุนี้หลายพื้นที่ในโลกเสมือนจึงพยายามออกแบบองค์ประกอบต่างๆ ให้การสร้างสรรคอวาตาร์ตรงกับความต้องการของผู้ใช้งานมากที่สุด เช่น การคำนึงถึง

ผู้ใช้งานมุสลิมของ Decentraland แพลตฟอร์มโลกเสมือนยอดนิยมที่ให้ผู้ใช้เนอรั้นำความงามแบบไนจีเรียและเอกลักษณ์ของมุสลิมมาออกแบบแฟชั่นเครื่องแต่งกายให้กับเหล่าอวาตาร์ ทั้งฮิญาบ รูปแบบการถักผม และสัญลักษณ์ชนเผ่า หรือการให้ความสำคัญกับชุมชน LGBTQIA+ ของเกมสุดฮิต The Sims 4 ซึ่งนำเสนอคาแรกเตอร์ทรานส์แบบสมจริงให้ผู้เล่นเลือกรอยแผลเป็นจากการผ่าตัดหน้าอกได้ มีแถบรัดหน้าอกให้เลือกใช้ และยังมียราที่ใส่ได้ทั้งหญิงและชาย ฯลฯ

กล่าวได้ว่า ภาพของความหลากหลายและเท่าเทียมบนโลกเสมือนอย่างเมตาเวิร์สค่อยๆ ชัดเจนขึ้นเรื่อยๆ แล้ว ในขณะที่โลกของความเป็นจริงยังต้องการพลังขับเคลื่อนจากทุกฝ่าย ซึ่งหากทุกคนเปิดกว้างและมองเห็นความสำคัญในเรื่องนี้ เชื่อว่าทั้งโลกเสมือนและโลกจริงจะเกิดความเท่าเทียมไปพร้อมๆ กันได้อย่างแน่นอน

METaverse IS OPEN, EQUAL, AND EQUITABLE

While public awareness of diversity has been growing, discrimination has not really disappeared. Many people are still ignored or rejected just because they are different. Such practices have continued even though differences have in fact colored up the world, created inspiration, and bolstered creativity. It may take time for the real world to fully embrace diversity. Metaverse, as a result, has been a space whereby people can seek equality, equity, and true participation for now.

The Wunderman Thompson's report on "Into the Metaverse" reveals that 78 percent of consumers think technologies can contribute to equal societies. Up to 65 percent of people who know what metaverse is believe that the virtual world is more harmonious than the real world. Aside, the Wunderman Thompson's report on Inclusion's Next Wave shows that people expect brands to create safe, accessible,

democratic, and diverse digital spaces. Ongoing metaverse development suggests that metaverse will welcome everyone in the future, regardless of his/her age, location, race, occupation, complexion, or faith. People, therefore, trust that things can be better when they get connected in a metaverse.

AVATARS REPRESENT DIVERSITY

Just like the real world, the metaverse has seen a diverse range of people. Therefore, it needs to present various forms of communication and tools. Rules are laid down to address the needs of all groups of people to support diversity, equity, and inclusion. Efforts to foster an ideal metaverse meet challenges because the virtual world, like everywhere else, has both good and bad people. As its developers deal with diversity and equity, they must also try to ensure that their virtual universe is safe for everyone.

For diversity and equity, the metaverse enables users to create the virtual identity based on what they want. At present, people's virtual identity is in line with their actual identity. Metaverse platforms, therefore, have prepared what they may need. For example, Decentraland – a popular metaverse – makes sure its Muslim users can wear hijab, in Nigerian styles such as typical braids, tribal symbols, etc. The Sims 4, meanwhile, honors LGBTQIA+ by creating trans characters. Avatars there are also so real that they can choose scar patterns from breast surgery, breast bands, and various unisex bras.

Diversity and equality in metaverses are getting clearer while more needs to be done in the real world. If all people recognize the importance of these qualities, equity will materialize not just in the virtual but also physical realms. **P**

พื้นที่สนับสนุนความหลากหลายและเท่าเทียมบนเมตาเวิร์ส METAVERSES SUPPORTING DIVERSITY AND EQUALITY



Qtopia

พื้นที่ของชุมชน LGBTQIA+ ที่สร้างขึ้นใน AlphaVerse เพื่อสนับสนุนความหลากหลายทางเพศบนโลกเมตาเวิร์ส

This online community of LGBTQIA+ has been set up in AlphaVerse to advocate gender diversity.



MetaKawn

โลกเสมือนที่ได้แรงบันดาลใจจากมุสลิมสมัยใหม่ ซึ่งให้ความสำคัญกับความหลากหลายทางเชื้อชาติ และมีความเสมอภาคเท่าเทียมทางเพศ

Inspired by modern Muslims, this metaverse shows respect for racial diversity and gender equality.



True Self World

พื้นที่ที่ Meta และ Mastercard ร่วมกันสร้างสรรค์ขึ้นใน Horizon Worlds เพื่อให้สมาชิก LGBTQIA+ และพันธมิตรของผู้คนกลุ่มนี้สามารถพบปะและติดต่อกันได้อย่างอิสระและเป็นตัวเองได้อย่างเต็มที่

Meta and Mastercard have jointly created Horizon Worlds for LGBTQIA+ and their friends to connect and be themselves.



Metaverse More Like Us

แคมเปญของแบรนด์เครื่องสำอาง Clinique ที่สนับสนุนให้ทุกคนภูมิใจในความเป็นตัวเองแบบไม่เหมือนใคร โดยร่วมกับทีมออกแบบอวาตาร์ของ Daz 3D และช่างแต่งหน้าชั้นนำ

Cosmetic brand Clinique's campaign promotes people's pride in their unique identity by collaborating with Daz 3D's avatar-design team and leading makeup artists.

บริษัทไทย อันเป่า ผลิตภัณฑ์กระดาษ จำกัด THAI ANBAO PAPER PRODUCTS COMPANY LIMITED



Scan QR Code
เพื่อชมวิดีโอสัมภาษณ์
Scan QR Code for
the interview

ผู้ผลิตถ้วยกระดาษ 2 ชั้น สำหรับบรรจุบะหมี่กึ่งสำเร็จรูปรายแรกในประเทศไทย

THAILAND'S FIRST MANUFACTURER OF DOUBLE-WALL PAPER CUPS FOR INSTANT NOODLES

บะหมี่กึ่งสำเร็จรูปนับเป็นอีกหนึ่งเมนูคลายหิวจานด่วนที่เดินทางมาอย่างยาวนานหลายทศวรรษ เราได้เห็นพัฒนาการทั้งทางด้านรสชาติที่แต่ละแบรนด์สร้างสรรค์ ตลอดจนบรรจุภัณฑ์ที่เพิ่มทางเลือกให้ผู้บริโภคมีความสุขมากขึ้นเรื่อย ๆ ตั้งแต่แบบซอง มาจนถึงแบบถ้วยที่ถือรับประทานที่ไหนก็ได้ เพียงแค่เปิดฝาเติมน้ำร้อน

ในโอกาสนี้ คุณพจนารถ พะเนียงเวทย์ กรรมการผู้จัดการ บริษัทไทย อันเป่า ผลิตภัณฑ์กระดาษ จำกัด ผู้ดำเนินธุรกิจผลิตถ้วยกระดาษที่มีคุณภาพตามมาตรฐานสากล หนึ่งในองค์ประกอบสำคัญของอุตสาหกรรมบะหมี่กึ่งสำเร็จรูป ได้ใช้เวลาจากงานบริหารมาบอกเล่าถึงจุดเริ่มต้น แนวคิด และการเป็นพันธมิตรทางธุรกิจกับ SCGP

For decades, people have embraced instant noodles as their fast-food staple. Manufacturers have developed and diversified their products over the period too, with more tasty choices and packaging alternatives coming to the market for consumers' convenience. While instant noodles are still packed in packets, they are also available in cups. Consumers can just lift a lid, pour in hot water, and eat instant noodles anytime, anywhere.

Ms. Pajjanard Paniangvait, managing director of Thai Anbao Paper Products Company Limited that has manufactured paper cups based on international standards in support of instant-noodles market, is here today to reveal her company's origin, its philosophy, and its partnership with SCGP.

เริ่มต้นจากความร่วมมือ

“บริษัทไทย อันเป่า ผลิตภัณฑ์กระดาษ จำกัด เริ่มดำเนินธุรกิจเมื่อวันที่ 31 สิงหาคม พ.ศ. 2547 โดยการร่วมทุนกันระหว่างบริษัทไทย เพอร์ซิเดนท์พุดส์ จำกัด (มหาชน) ผู้ผลิตบะหมี่กึ่งสำเร็จรูปแบรนด์ มามา กับบริษัทอันเป่า ประเทศจีน ผู้ผลิตบรรจุภัณฑ์กระดาษสำหรับอาหารและเครื่องดื่ม ซึ่งในขณะนั้น ไทยเพอร์ซิเดนท์พุดส์มีแนวคิดที่ต้องการจะเปลี่ยนด้วยบะหมี่ที่ใช้กับสินค้ากลุ่มมาคัพ โจ๊กคัพ ไปเป็นวัสดุที่ตอบโจทย์เรื่องการลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม และต้องปลอดภัยต่อผู้บริโภค ซึ่งแต่เดิมนั้นผลิตภัณฑ์ดังกล่าวเริ่มต้นวางตลาด ด้วยการใช้ถ้วยแบบพลาสติก

“หลังจากการร่วมทุน ไทย อันเป่า จึงได้นำเทคโนโลยีการผลิต ด้วยกระดาษเพื่อบรรจุบะหมี่กึ่งสำเร็จรูปแบบ 2 ชั้น (Double Wall) จากอันเป่า ประเทศจีนมาใช้ ขณะเดียวกันก็นำเอาระบบประกันคุณภาพ อาหารจากไทยเพอร์ซิเดนท์พุดส์มาใช้ในกระบวนการผลิตด้วย กระดาษ นับเป็นผู้ผลิตด้วยกระดาษสำหรับบรรจุบะหมี่กึ่งสำเร็จรูป รายแรกในประเทศไทยค่ะ”

ผลิตภัณฑ์สัมผัสอาหาร มาตรฐานต้องมาก่อน

“ตัวถ้วยกระดาษที่เราผลิตนั้นทำจากกระดาษซ้อนกัน 2 ชั้น เพื่อป้องกัน ความร้อน เวลาที่ผู้บริโภคใช้งานจะสามารถถือได้โดยไม่ร้อนมือ โดย กระดาษชั้นในซึ่งเป็นส่วนที่สัมผัสอาหาร จะใช้กระดาษ Cupstock ซึ่งเป็นกระดาษเคลือบด้วยพลาสติก PE ที่ทนความร้อน เหมาะสำหรับใช้ บรรจุอาหารโดยเฉพาะ (Food Grade) ส่วนชั้นนอกจะหุ้มด้วยกระดาษ Duplex เพื่อพิมพ์โลโก้ แบรินต์ และรายละเอียดต่าง ๆ ของสินค้า ได้อย่างชัดเจน มีสีสันสวยงาม ซึ่งถ้วยกระดาษจะต้องผ่านการทดสอบ ความแข็งแรง ปลอดภัย และเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม เหมาะสำหรับ นำมาใช้เป็นบรรจุภัณฑ์อาหาร”



ไม่เพียงแต่สินค้าคุณภาพที่ใช้สำหรับแบรนด์ชั้นนำอย่างมามาเท่านั้น ไทย อันเป่า ยังผลิตถ้วยกระดาษหลากหลายขนาดเพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าทุกรูปแบบ ทั้งประเภทถ้วยกระดาษใส่บะหมี่ และซูชิชนิด Double Wall และถ้วยกระดาษสำหรับเครื่องดื่มร้อน ทั้งแบบ Single Wall และ Double Wall ซึ่งที่ผ่านมามี ไทย อันเป่า เป็นผู้ผลิตด้วยกระดาษให้กับแบรนด์ชั้นนำอีกหลายต่อหลายแบรนด์ด้วยกัน

“จุดเด่นที่ทำให้เราเป็นตัวเลือกสำคัญในใจลูกค้าคือ เราผลิตด้วยกระดาษ ที่มีคุณภาพ ได้มาตรฐานสากลทั้ง ISO 9001, FSSC 22000, GHP และ HACCP ซึ่งก็เป็นส่วนสำคัญที่ทำให้ลูกค้าแบรนด์ชั้นนำมีความมั่นใจ ในสินค้าและนำไปใช้ในธุรกิจ ขณะเดียวกัน เรามีความคล่องตัว เรามี การบริการที่รวดเร็ว เพื่อไม่ให้เสียโอกาสที่ได้รับเข้ามา และก็สามารถ ตอบโจทย์ในสถานการณ์ปัจจุบันด้วย

“แนวคิดหรือกลยุทธ์ในการดำเนินธุรกิจของไทย อันเป่า ที่สำคัญที่สุดคือ ความซื่อสัตย์ต่อคู่ค้า เราทำธุรกิจแบบ win-win เราไม่เอาเปรียบ คู่ค้า ทั้งลูกค้า Supplier ผู้เกี่ยวข้อง รวมถึงพนักงาน เพื่อให้ทุกฝ่าย สามารถทำงานร่วมกันได้อย่างมีความสุข มีความไว้วางใจซึ่งกันและกัน ขณะเดียวกันเราก็ไม่หยุดที่จะพัฒนาและหาโอกาสใหม่ ๆ ในการขยาย ธุรกิจอยู่เสมอ

“ถัดจากนี้ ทางบริษัทฯ ได้วางแผนในการใช้ระบบ Automation ในกระบวนการผลิตเพิ่มมากขึ้น โดยนำเอาระบบสายพานเข้ามาใช้ ในการผลิต เพื่อใช้แรงงานคนให้น้อยลง และช่วยให้พนักงานทำงาน ได้อย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น ในส่วนของ AI จะเข้ามาช่วยเรื่องการ วิเคราะห์ข้อมูลสำคัญของการผลิตในแต่ละวัน เพื่อให้การประมวลผล ข้อมูลสะดวกยิ่งขึ้น นอกจากนี้ยังมองเรื่องการขยายไลน์ผลิต ในกรณี ที่ลูกค้าต้องการเพิ่มปริมาณสินค้า หรือรูปแบบสินค้าที่หลากหลาย นอกเหนือจากที่มีอยู่ เราก็มินต์ที่จะลงทุนเพิ่มเพื่อให้สามารถแข่งขัน ในตลาด และตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้มากขึ้น”

จากความเชื่อมั่นสู่การเป็นพาร์ทเนอร์ธุรกิจ

“จากเดิมไทย อันเป่า ใช้การนำเข้าวัตถุดิบกระดาษ Cupstock จาก ต่างประเทศร้อยเปอร์เซ็นต์ จนกระทั่งทางผู้บริหารได้มีแนวคิดที่จะลด การนำเข้าวัตถุดิบชนิดดังกล่าว และเชื่อมั่นว่า SCGP มีศักยภาพ

CUPSTOCK

ที่จะผลิตกระดาษ Cupstock ที่มีคุณภาพเทียบเท่ากับต่างประเทศได้ จึงได้เกิดความร่วมมือกันพัฒนากระดาษจนสำเร็จตามที่เรากำลังต้องการใช้งาน และก็เป็นพันธมิตรกันเรื่อยมา

“เราประทับใจ SCGP เพราะที่ทีมงานมีความรู้ ความสามารถ มีการบริการที่ดี เมื่อพบว่าสินค้ามีปัญหา เราจะได้รับทราบสาเหตุและแนวทางแก้ไขได้อย่างรวดเร็ว ตลอดเวลาที่ร่วมงานกันมา SCGP รับฟังความคิดเห็น อีกทั้งให้ความรู้ เสนอแนวทางใหม่ๆ มีการอัปเดตข้อมูลให้กับลูกค้าอย่างสม่ำเสมอ ทำให้รู้สึกว่าการผ่านมามีพันธมิตรทางธุรกิจต่อกันมากกว่าที่จะเป็น Supplier หรือ Customer

“ในอนาคตเราก็อยากให้ SCGP ให้ความร่วมมือและพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ เพื่อเพิ่มโอกาสทางธุรกิจให้กับไทย อันเป่า เติบโตยิ่งขึ้น และยังเป็นพันธมิตรที่ต่อเนื่องกันไปค่ะ” คุณพจนารถกล่าวทิ้งท้าย



แนวคิดหรือกลยุทธ์ในการดำเนินธุรกิจของไทย อันเป่าที่สำคัญที่สุดคือ ความซื่อสัตย์ต่อลูกค้า เราทำธุรกิจแบบ win-win เราไม่เอาเปรียบลูกค้า ทั้งลูกค้า Supplier ผู้เกี่ยวข้อง รวมถึงพนักงาน

We focus on creating win-win results. We do not take advantage of our customers, suppliers, employees, or any relevant party as we hope all sides can work together happily with mutual trust.



BORN OUT OF COLLABORATION

“Thai Anbao Paper Products began its operations on 31 August 2004 as a joint venture of Thai President Foods Public Company Limited, which produces instant noodles under Mama brand, and China’s An Bao, which produces paper packaging for foods and beverages. This joint venture was established because Thai President Foods wanted to change cups for its Mama instant noodles and instant rice porridge in response to a stronger focus on environmental impacts and consumer safety. The plastic cups should be replaced.

“Thai Anbao has combined An Bao’s technologies for the manufacturing of double-walled paper cups for instant noodles with Thai President Foods’ food quality assurance standards. That’s how we became Thailand’s first manufacturer of instant-noodles paper cups,” Ms. Pojjanard said.

STANDARD PRIORITIZED FOR FOOD-GRADE PACKAGING

“We have used double walls to ensure consumers can hold the cup without feeling hot. The inner wall is food-grade. Made of cupstock paperboard, it is coated with heat-resistant PE and thus perfect for food. The outer wall is covered with duplex

board, which accommodates printed colorful logo, brand name, and product information. Paper used for our products must pass the tests of strengths, safety, environmental friendliness, and suitability as food packaging,” she continued.

Thai Anbao has produced packaging not just for Mama but also for various other leading Thai brands. Its product portfolio includes single-wall and double-wall paper cups.

“We have successfully attracted customers because our paper cups have met international standards such as ISO 9001, FSSC 22000, GHP, and HACCP. Customers trust us and our products. Moreover, we are very agile. We deliver fast, as we don’t want to miss any opportunity,” Ms. Pojjanard said.

“Thai Anbao’s utmost business philosophy is integrity. We focus on creating win-win results. We do not take advantage of our customers, suppliers, employees, or any relevant party as we hope all sides can work together happily with mutual trust. Moreover, we have constantly pursued further development and business-expansion opportunities,” she added.

“From now on, we have planned to increase automation in our production line. Belt conveyor systems will have a bigger presence as we seek to curb manual labor and enable our employees to work with greater efficiency. AI will also be integrated for daily production analytics. We, furthermore, have set our sights on expanding our product lineup to accommodate bigger orders or orders for new packaging. We are ready to make investments to enhance our competitiveness and respond better to customers’ needs,” she emphasized.

TRUST LEADS TO BUSINESS PARTNERSHIP

“We used to import all cupstock paperboards we needed. But in response to our executives’ decision and our trust in SCGP, we started developing the type of cupstock we wanted with SCGP,” she said.

“SCGP has impressed us with its knowledgeable and capable team. It has also offered great services. If a problem occurs, we will be fast briefed about the causes and solutions. SCGP has also attentively listened to our feedback and opinions. Throughout the long period that we have worked together, SCGP has presented new knowledge, methods, and updates to us too. So, in our view, SCGP is not just a supplier. We feel like it is our business partner.”

Ms. Pojjanard then concluded, “We hope SCGP will collaborate and develop new products with us in the future, paving the way for us to grow further. We hope to have SCGP as our great partner always.” **P**

แบบสำรวจความพึงพอใจของผู้อ่านที่มีต่อวารสาร a LOT SURVEY ON A LOT READERS' SATISFACTION

สแกน QR CODE ตอนนี้ได้เลย

SCAN ME



ทีมงานขอขอบคุณทุกคำตอบ และพร้อมรับทุกความคิดเห็นไปปรับปรุงเพื่อให้ a LOT เป็นช่องทางในการสื่อสารและนำเสนอเรื่องราวดี ๆ ที่จะทำให้เราใกล้ชิดกันมากขึ้น และเข้าใจกันมากขึ้น

We would like to thank you for your feedback. Your comments will be used to improve a LOT so that this newsletter, as a channel for communications and sharing good stories, will bring all us closer and enable all of us to understand one another more.

ท่านสามารถร่วมตอบแบบสอบถามด้วยการสแกน QR CODE ที่อยู่ด้านบนนี้ ผู้ที่ตอบแบบสอบถามสามารถส่งคำตอบเข้ามาภายในวันที่ 31 กรกฎาคม พ.ศ. 2566 ผู้โชคดีได้รับไปเลย Starbucks Gift Card มูลค่า 300 บาท ท่านละ 1 ใบ จำนวน 10 รางวัล

Scan this QR code to join our survey. Do so by 31 July 2023 for a chance to win prizes. A total of 10 Starbucks cards worth Bt300 each will go to lucky winners. **P**

สำหรับผู้โชคดีที่ตอบคำถามถูกต้องใน a LOT ฉบับที่ 29 ได้แก่
Lucky winners from a LOT Vol. 29 are:

- | | | | |
|-----------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------|
| 1. Pintip kutiwanakan | 2. ณภัทร นันทศิริระศิลป์ | 3. พิมพ์นภา บุญนาพิรัชต์ | 4. สุภาวดี รุ่งงาม |
| 5. วีระชาติ ปกรณ์เลิศตระกูล | 6. Patcharin Ramasoot | 7. กานต์ติกรณ เต็มทรัพย์ | 8. วันนา ชื่นโม |
| 9. พรพินา มะเต๋อ | 10. ปัทมาวดี รัตนธ | | |



ทำการตลาดให้กลมกล่อมในยุค AI MARKETING

GO MELLOW WITH AI MARKETING

การตลาดหลังโควิดนั้นท้าทาย รูปแบบการตลาดเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา และการเปลี่ยนแปลงนั้นทำให้ทำงานยากขึ้นกว่าเดิม เช่น สื่อออนไลน์ถึงเรื่องการปิดกั้นการมองเห็นของ Facebook หรือการปิดคอนเทนต์ที่จับใจลูกค้าได้รวดเร็วของ TikTok นักการตลาดควรโฟกัสที่จุดไหน ควรปรับตัวหรือปรับ Mindset ต่อเรื่องนี้อย่างไร หลังโควิด Your Answers ฉบับนี้ พบกับกูรูการตลาดอย่าง ผศ. ดร.เอกก์ ภทรธนกุล ที่จะมาไขคำตอบให้

In the post-COVID era, marketing landscape has been changing all the time. Marketers, therefore, have found their work increasingly complicated in the face of constant changes. On Facebook, the visibility of several posts has become limited due to new rules. Feeds on TikTok, meanwhile, have moved really fast.

Where should marketers focus now? Your Answers are here, with advice from marketing guru Asst. Prof. Ake Pattaratanakun, Ph.D.

อัปเดตให้กับเกณฑ์และกันเกม

อ.เอกก์แนะนำให้นักการตลาดแยกประเด็นเรื่องกฎเกณฑ์ ระเบียบ หรือข้อปฏิบัติของโซเชียลมีเดียแต่ละประเภทให้ชัดและหาข้อมูลให้เท่าทัน ในช่วงเปลี่ยนผ่านนี้ สิ่งที่ทำให้ให้นักการตลาดเดือดร้อนคือ กฎเกณฑ์ ระเบียบ และข้อปฏิบัติที่ไม่นิ่ง ตั้งแต่เรื่องเล็กน้อย เช่น Facebook การนำโลโก้มาใช้ผิดที่ผิดทาง หรือการย้ายโลโก้แพลตฟอร์มอื่นมาใส่ในคอนเทนต์ อาจถูกปิดกั้นการมองเห็นได้อย่างมาก หรือการใช้ Picture Content ที่มีตัวอักษรมากและที่หลายแบรนด์นิยมใช้อาจไม่ได้รับอนุญาตให้ Boost Post นั้นเลย

ที่ทำหยาบกว่านั้นคือ กฎเกณฑ์บางอย่างอาจไม่ได้มีการระบุอย่างชัดเจน ซึ่งปัจจุบันจะมีกลุ่ม Certified Coach คอยให้ข้อมูลหรือคำแนะนำในเรื่องนี้อยู่ตลอด เพราะฉะนั้นนักการตลาดต้องติดตามการเปลี่ยนแปลง และทันเกมเหล่านี้เพื่อไม่ให้ตกม้าตายง่าย ๆ

AI ในแพลตฟอร์มต่าง ๆ จะคอยทำหน้าที่ “ควบคุมและขับเคลื่อน” กล่าวคือ สิ่งใดที่ผิดหลักกฎเกณฑ์ ระเบียบ และแนวปฏิบัติ AI จะควบคุมและปิดกั้นการมองเห็น โดยที่แพลตฟอร์มไม่ต้องตรวจสอบเอง นักการตลาดจึงต้องทำให้ถูกต้อง

ใช้ AI สร้างประโยชน์

การใช้ AI ขับเคลื่อนการสื่อสารของแบรนด์ เช่น การทำ Retargeting เมื่อเราใส่ข้อมูลกลุ่มเป้าหมายที่ต้องการโฆษณา AI ฉลาดพอที่จะรู้ว่าใครเป็นใคร แล้วสื่อสารข้อมูลของแบรนด์ไปยังคนที่สนใจให้โดยอัตโนมัติ เพราะฉะนั้นถ้าถามว่า AI นำกลั้วสำหรับนักการตลาดไหม? คำตอบคือ “นำกลั้วสำหรับนักการตลาดที่รู้จักใช้” เนื่องจากคู่แข่งของเราจะใช้สิ่งนี้ได้เก่งและฉลาดกว่า เพราะมี AI เป็นพันธมิตร

การบริหารจัดการ AI อย่างมีประสิทธิภาพ จึงช่วยทำให้เกิดประโยชน์ต่อแบรนด์เป็นอย่างมาก

4 เรื่องที่นักการตลาดสามารถใช้ AI สร้างความแตกต่าง เพื่อให้แบรนด์มีศักยภาพเหนือคู่แข่ง และช่วยให้ปิดการขายได้อย่างมีประสิทธิภาพ

1. **Personalize** - ต้องรู้ Pain point และความต้องการของลูกค้ารายบุคคล โดยพึ่งพาเครื่องมืออย่าง AI เป็นตัวช่วย

“เวลาเข้าไปใน e-Marketplace จะเห็นว่าหน้าจอของแต่ละคนจะมีการแนะนำสินค้าที่ไม่เหมือนกัน และโดนใจคนที่กำลังดูหน้าจอนั้นอยู่นี้คือตัวอย่างของ AI กำลัง Personalize ให้ ซึ่งต่างจากในอดีตที่เว็บไซต์เดียวกัน ใครเข้าไปก็เห็นหน้าจอดีเหมือนกัน”

2. **Immediately Responsive** - หลายแบรนด์มีการนำ AI Chatbot เข้ามาใช้อย่างแพร่หลาย สามารถพูดคุย บอกสี บอกไซส์ ราคา ระยะเวลาจัดส่งได้อย่างละเอียด และคุยได้สนุกเหมือนคุยกับคนขายเก่ง ๆ ทุกวันนี้ การตอบข้อซักถามลูกค้าทางออนไลน์คือ ต้องตอบทันทีตลอด 24 ชั่วโมง หากแบรนด์ยังไม่ได้พัฒนาในเรื่องนี้ โอกาสปิดการขายจะน้อยลงอย่างมหาศาล

3. **One-Stop Service** - AI ต้องทำหน้าที่เหมือนผู้ช่วยชั้นดี การบริการต้องครบจบในที่เดียว เลือกสินค้าแล้ว ถามข้อมูลได้ โอนเงินได้ ยืนยันการส่งได้ เพราะความยุ่งยากจะทำให้ลูกค้ารำคาญแล้วก็ไม่ซื้อเลย

4. **Customer Data Management** - หลังปิดการขายได้แล้ว แรนด์ต้องเก็บข้อมูลลูกค้า และอาจใช้ AI ติดตามลูกค้าเพื่อกระตุ้นให้เกิดการซื้อซ้ำ เช่น วันนี้ลูกค้าซื้อยาสิฟีนของเราและคาดว่าจะใช้หมดในเวลาประมาณ 1 เดือน ฉะนั้นเดือนถัดไประบบอาจจะมีการเสนอขายสินค้าเพิ่ม เพื่อให้ลูกค้ากลับมาซื้อซ้ำ อัยารอให้เขากลับมาหาเอง

ใช้ AI แล้วอย่าทิ้งออฟไลน์

นอกจากการทุ่มกับการตลาดออนไลน์และ AI แล้ว อ.เอกก์แนะนำว่าไม่ควรทิ้งโลกออฟไลน์ โดยใช้หลัก 3 Re

- **Rejuvenation** - ใช้ออฟไลน์สร้าง Good old day ทำให้คนคิดถึงวันวานและหันมาสนใจแบรนด์เราอีกครั้ง (Brand Rejuvenation) เช่นหลายคนรับประทานพิซซ่าอยู่บ้านมานาน จนลืมไปว่า เมื่อก่อนเราไปที่ร้าน เราสนุกกับเพื่อน ๆ สนุกกับการดักสลัดบาร์ให้ได้สูง ๆ เป็นต้น
- **Relationship** - ใช้การทำออฟไลน์ช่วยสานสัมพันธ์ จัดกิจกรรมให้คนมาพบปะกันเพื่อสร้างความสัมพันธ์กับแบรนด์ เช่น ขายเสื้อผ้าออนไลน์เป็นหลัก แปรนต์อาจลองจัดให้ลูกค้าได้มาเจอกับดีไซเนอร์แลกเปลี่ยนมุมมอง วิถีคิดการออกแบบ หรือน้ำหอมแบรนด์นี้หอมมาก แปรนต์ก็อาจจะชวนลูกค้ามา Workshop ในหัวข้อต่าง ๆ กับแบรนด์
- **Revenue** - สร้างยอดขายเพิ่ม ด้วยการชวนลูกค้ามาเลือกชมสินค้าในร้านเพื่อสร้างโอกาสให้สินค้าชนิดอื่นไปด้วย เช่น ปกติซื้อน้ำหอมกลิ่นนี้ทางออนไลน์อยู่ประจำ แต่พอมาที่ร้านก็ได้ลองกลิ่นอื่น หรืออาจได้ลองครีมทาผิว ลองลิปสติก และสินค้าอื่นของแบรนด์ เป็นต้น เกิดการ Re-experience และการ Cross-selling (การสร้างยอดขายจากสินค้าที่เกี่ยวข้องกับสินค้าหลัก) และ Upselling (การเพิ่มยอดขายให้สินค้าที่นอกเหนือจากสิ่งที่ลูกค้าตั้งใจซื้อ) ได้อีกทางหนึ่ง

UPDATE YOURSELF & STAY IN THE GAME

Dr. Ake emphasizes that marketers must keep pace with updated social platforms' rules to stay in the game. During the transitional period, rules may be changing almost all the time. Any minor point can cause big problems too. For example, Facebook may suddenly display their logo in the wrong way or significantly limit the visibility of their posts. Picture content, which is used by many brands, is not eligible for Boost Post services, etc.

Even more challenging is the fact that some rules are not clearly stated. But marketers may rely on certified coaches, who keep abreast of any movement and offer practical advice.

Artificial intelligence (AI) now takes charge of "controlling and driving" social-media platforms. When AI detects any suspected breach, it takes action very fast. So, marketers must seriously comply with the rules.

MAKE USE OF AI

It is high time that marketers leveraged AI for brand communications. AI, for example, can support retargeting. When we redefine our target groups, AI is smart enough to reach out to target consumers and make an interesting offer. Is AI a threat to marketers? Dr. Ake's answer is, "Only to marketers who don't know how to use AI". We should always keep in mind that our competitors will get increasingly better at AI utilization and enhance their brands.

We should use AI in the four following ways to differentiate our brands, stay ahead of our competitors, and close sales.

1. **Personalize** - Use AI to identify the pain points and needs of each customer and personalize offerings.

"When people browse into an e-Marketplace today, their screen shows different items. Displays are personalized to best appeal to each user with the help of AI."

2. **Immediately Responsive** - Many brands have already rolled out AI Chatbot. This feature enables consumers to get product information, a range of color choices, product prices, and delivery schedules. Some chatbots are so good that they can talk like real salespersons. Today, consumers expect a brand to respond anytime. So, if a brand fails to have AI chatbots available, their selling opportunities will drastically reduce.

3. **One-Stop Service** - AI must be used as an amazing assistant that can offer one-stop services to consumers. It must be able to offer information, help with production selection, answer queries, acknowledge money transfers, and confirm deliveries. If there are too many steps on the platform, consumers may not want to bother and give up the plan to buy.

4. **Customer Data Management** - After closing a sale, a brand should collect customer data and use AI to stay close to customers. For instance, if customers buy our toothpaste in a volume that will last about a month, our AI-enabled system should send a promotional message to customers the following month to stimulate repeat purchases. Don't wait for customers to contact us again on their own.

EMBRACE AI WITHOUT ABANDONING OFFLINE TACTICS

While marketers should pay serious attention to online marketing, Dr. Ake advises them to implement offline strategies too based on 3 REs.

- **Rejuvenation** - Use offline tactics to spur Good-Old-Day feelings. Such brand rejuvenation will revive consumers' interest in our brand. So many people may get too used to ordering pizza deliveries that they forget about the fun of eating hot pizza and enjoying unlimited access to salad bars inside a pizzeria. If we bring back the memories of the good old days, they will likely head back to pizzerias.

- **Relationship** - Offline activities can strengthen relationships with customers. For instance, an online fashion brand may invite customers to an event where they can interact with its designers. Perfume brands, meanwhile, may encourage customers to join their workshops.

- **Revenue** - Generate more revenue by inviting customers to physical stores. As consumers enjoy in-store experiences, there is a greater chance of selling other products as well. For example, they may regularly buy a specific fragrance or lipstick color. But once they walk into the physical store, they may get exposed to other choices and interested in buying more. In-store experiences pave the way for re-experience, cross-selling, and even upselling.

ท้ายที่สุด อ.เอกก์ย้ำว่า นักการตลาดต้องใช้อากาศที่ AI เก่งขึ้นให้เป็นประโยชน์ ควบคู่ไปกับการผสมผสานโลกเดิมให้กลมกล่อม เพื่อกำหนดตลาดให้มีประสิทธิภาพสูงสุด
In conclusion, Dr. Ake emphasizes that marketers should utilize the increasingly smarter AI and blend AI tools with the offline world in a mellow way for maximum marketing efficiency. 

จะปั้นหรือเพนต์ ก็ไม่ตกเกรดเซรามิก

ASPIRANT POTTERS' HOTTEST CHECK-IN SPOTS



ต้อนรับฤดูฝนด้วยกิจกรรมชิล ๆ ที่เรามั่นใจว่าต้องถูกใจคราฟต์ลิฟเวอร์อย่างแน่นอน กับ 3 พิกัดชวนปักหมุดสถานที่เวิร์กช็อปปั้นและเพนต์เซรามิกในกรุงเทพฯ ไม่ต้องเดินทางไกล แถมยังชวนทุกคนในครอบครัวไปสนุกและเพลิดเพลินกันได้ด้วย

Let's celebrate the rainy season by checking into these three cool places and joining their creative workshops. Located in Bangkok, they offer pottery and ceramic-painting fun for craft lovers to enjoy.

A CLAY CERAMIC

A Clay Ceramic ที่นี่มีทั้งคอร์สปั้นเซรามิกแบบขึ้นรูปด้วยมือ และคอร์สเพนต์น้ำดินสีด้วยเทคนิคเอนโกบ ซึ่งคุณสามารถวาดตกแต่งลงบนภาชนะได้ง่าย ๆ และรับชิ้นงานหลังเผาเสร็จภายใน 2 - 4 สัปดาห์ หรือหากใครมีเวลาไม่มาก ทางร้านก็มีชิ้นงานที่เผาเสร็จเตรียมพร้อมไว้ให้เพนต์เช่นกัน ที่สำคัญไม่ต้องกังวลเหงา เพราะชวนเพื่อนมาเป็นกลุ่มได้ ที่นี้รองรับมากถึง 25 คน

A Clay Ceramic conducts both ceramic-making and ceramic-painting workshops. Here, painters can easily apply earth water-based stain with Engobe techniques on chosen ceramic ware, which will be fired later. The finished piece will be ready for participants to pick up within two or four weeks from the workshop. Importantly, each workshop can seat up to 25 people. So, you can bring in a group of friends.

การเอนโกบคือ การใช้สีดินผสมกับผงสีตะดินหรือสีออกไซด์ในอัตราส่วนต่าง ๆ เพื่อให้ค่าสีมีน้ำหนักที่แตกต่างกัน การเอนโกบดินสีสามารถวาดตกแต่งลงบนภาชนะได้ง่ายและรวดเร็ว อีกทั้งยังทาปกปิดผิวดินเดิมให้มีความสวยงามขึ้น

Engobe involves the application of earth water-based stain or oxide color in different ratios to achieve different color intensity levels. With this technique, patterns can be painted on a ceramic piece fast and easily. When it is used as coating, the whole piece also looks more beautiful.



ที่อยู่ / Address

50 ซอยสาทร 8 แขวงสีลม เขตบางรัก กรุงเทพฯ 10500
(BTS ช่องนนทรี ทาวเวอร์ 2)

50 Soi Sathon 8, Silom, Bang Rak, Bangkok 10500
(BTS Chong Nonsi, Exit 2)

เวลาเปิด-ปิด /

10.00 - 17.30 น. (หยุดวันพฤหัสบดี)

Opening hours

10 a.m. to 5.30 p.m. (closed on Thursdays)

โทร. / Tel.

06 1193 9838

Facebook:

A clay ceramic

SANIT HANDMADE

ที่นั้ซึ้นชื่อเรื่องบรรยากาศ ร้านสวย อาหารอร่อย ใครเป็นสายคาเฟ่ แต่อยากทำกิจกรรมด้วยต้องแวะมา! Sanit Handmade มีคอร์สที่น้าสนใจ หลายคอร์ส รองรับทุกคนในครอบครัว โดยเฉพาะเด็ก ๆ อายุ 4 ขวบ ขึ้นไปต้องเอนจอยซัวร์ เพราะไม่ว่าน้อง ๆ หนู ๆ อยากจะปั้นเป็นรูปอะไร ก็ปั้นได้ตามจินตนาการเลย แถมยังมีครูใจดีคอยไกด์วิธีให้อีกด้วย หรือใครที่อยากมีแบรนด์เครื่องประดับเซรามิกเล็ก ๆ เป็นของตัวเอง ที่นั้ก็มีคอร์สทำเครื่องประดับที่สอนวิธีการทำทุกขั้นตอนอย่างละเอียด ตั้งแต่ปั้นไปจนถึงการสร้างแบรนด์และทำการตลาดออนไลน์

If you love beautiful cafes and crafts, Sanit Handmade is a must-visit. Known for beautiful decor, nice ambience, and marvelous food, this place also features a wide range of workshops for customers aged from 4 years up. Kids can mold their creations based on their imagination under the guidance of teachers. Older workshop participants may make decorative ceramics for use themselves. For serious makers, they may enroll in a course that teaches ornament-making in every step and even offers knowledge of branding and online marketing.



ที่อยู่ / Address

245/7 หมู่บ้านสัมมารก ถนนรามคำแหง 110
เขตสะพานสูง แขวงสะพานสูง กรุงเทพฯ 10240
245/7 Sammakorn Village, Ramkhamhaeng 110 Road,
Saphan Sung, Bangkok 10240

เวลาเปิด-ปิด /

เปิดทุกวัน เวลา 08.30 - 18.00 น.

Opening hours

Open daily from 8.30 a.m. to 6 p.m.

Ins. / Tel.

08 1818 1148

Facebook:

Sanit Handmade

UPON THE MOON

จัดเต็มความสนุกและเสริมทักษะงานคราฟต์กันที่ Upon the Moon คาเฟ่สตูดิโอย่านพร้อมพงษ์ เราสามารถปั้นจาน ชาม แก้วน้ำ ในสไตล์ของตัวเองกับคลาส Ceramic Forming & Painting เราจะได้เรียนรู้การขึ้นรูปด้วยเทคนิค Hand Forming ใช้อุปกรณ์พร้อมดิน 500 กรัม (ไม่จำกัดชิ้นงาน) เผาชิ้นงานให้ฟรี รับชิ้นงานภายใน 2 วัน สามารถลงเรียนได้ทุกช่วงวัย ใช้เวลาเรียนเพียงแค่ 2 ชั่วโมงเท่านั้น นอกจากนี้ยังมีเวิร์กช็อปน่าสนใจอื่น ๆ อีกเพียบ อาทิ สวนขวด เพนต์เซรามิก และเทียนหอม ฯลฯ

Boost your craftsmanship and maximize your fun at Upon the Moon. This Craft & Café studio in Phrom Phong area offers spaces where you can mold your plates, bowls, and cups in your own style. By registering for Ceramic Forming & Painting Workshop, you will learn about Hand Forming technique. Provided for the workshop is 500-gram clay (which can be used to produce as many pieces as you can). Firing services are free. You can get the finished pieces within two days from the workshop. Learners of all ages are welcome. This workshop takes just two hours. If you are interested in other fields of crafts, there are many more workshops for you to explore. For example, Upon on the Moon has also conducted mini terrarium workshop, ceramic-painting workshop, natural wax candle workshop, etc. 



ที่อยู่ / Address

115 ซอยพมิตร แขวงคลองตันเหนือ เขตวัฒนา กรุงเทพฯ
115 Soi Pob Mit, Khlong Tan Nuea, Vadhana, Bangkok

เวลาเปิด-ปิด /

11.30 - 22.00 น. (หยุดวันพุธ)

Opening hours

11.30 a.m. to 10 p.m. (closed on Wednesdays)

Ins. / Tel.

09 8257 9792

Facebook:

uponthemoon

ปั้นเซรามิกดียังไง? / What is good about pottery?

- ✔ ผักสมาธิ / It enhances concentration.
- ✔ เติมความคิดสร้างสรรค์ / It spurs imagination.
- ✔ กล้าทดลอง / It encourages experiments.
- ✔ สะท้อนตัวตนจากผลงาน / It presents your identity through your creation.





SCGP X MCOT

เดินหน้า “โครงการ MCOT CARES: PAPER-CYCLE แยก แลก ใหม่”
แยกกระดาษเก่าสู่กระบวนการรีไซเคิล

LAUNCH “MCOT CARES: PAPER-CYCLE – SEPARATE, EXCHANGE, RENEW PROJECT,”
SEPARATING USED PAPER FOR RECYCLING



SCGP จับมือ MCOT เปิด “โครงการ MCOT Cares: Paper-Cycle แยก แลก ใหม่” ส่งเสริมความรู้เรื่องการคัดแยกวัสดุเหลือใช้เพื่อนำกลับมาใช้ประโยชน์ใหม่ และสร้างการมีส่วนร่วมให้พนักงาน อสมท ทั้งส่วนกลางและภูมิภาค ร่วมคัดแยกและรวบรวมกระดาษเหลือใช้ในสำนักงาน 3 ประเภท ได้แก่ กระดาษกล่องน้ำตาล กระดาษขาวดำ และกระดาษรวมส่งมอบให้ SCGP Recycle นำกลับสู่กระบวนการรีไซเคิลอย่างถูกต้อง แลกเปลี่ยนเป็นกระดาษใหม่สำหรับใช้ประโยชน์ในสำนักงาน โดยในปี 2566 ตั้งเป้ารวบรวมกระดาษเหลือใช้ส่งกลับสู่กระบวนการรีไซเคิล 3,000 กิโลกรัม เพื่อแลกเปลี่ยนเป็นกระดาษใหม่กว่า 100 รีม

โครงการความร่วมมือดังกล่าวเป็นการขยายเครือข่ายพันธมิตรด้านความยั่งยืนของ SCGP Recycle ผ่านการส่งเสริมความรู้และสร้างพฤติกรรมเพื่อการคัดแยกวัสดุเหลือใช้ในมือผู้บริโภคตั้งแต่ต้นทาง ลดปริมาณขยะปนเปื้อนที่ไม่สามารถนำไปรีไซเคิลได้ ส่งผลให้ต้องกำจัดด้วยการเผาหรือฝังกลบ ซึ่งมีส่วนเพิ่มปริมาณก๊าซเรือนกระจกที่เป็นสาเหตุของปัญหาโลกร้อน ที่สำคัญยังช่วยให้ทรัพยากรได้หมุนเวียนใช้ประโยชน์อย่างคุ้มค่าตามหลักเศรษฐกิจหมุนเวียนอีกด้วย





SCGP joins hands with MCOT in launching the “MCOT Cares: Paper-Cycle – Separate, Exchange, Renew Project” to promote sharing related to waste separation for reuse and increase participation among MCOT employees in both the headquarters and regional offices. They have separated and collected 3 types of wastepaper at their offices: brown box paper, black and white paper, and mixed types of paper, and delivered them to the SCGP Recycle team for proper recycling. The used paper has also been exchanged for new office paper. The goal in 2023 is to collect 3,000 kilograms of used paper and send them to the recycling process in exchange for over 100 reams of new paper.

This project expands the network of sustainability partners of SCGP Recycle by promoting knowledge and behaviors for waste materials segregation at sources. The goals are to reduce the amount of contaminated waste that cannot be recycled and thus must be disposed of through incineration or landfill, which raises the volume of greenhouse gases and also the severity of global warming; and to allow resources to be circulated for efficient use according to the Circular Economy principle. 





ฮีโร่จุลินทรีย์ “โพรไบโอติกส์”

กำจัดเชื้อร้าย ช่วยร่างกายสมดุล

“PROBIOTICS”: THE HEROIC MICROORGANISMS THAT KILL GERMS AND RESTORE BODY BALANCE

รู้หรือไม่ว่า ในร่างกายของเรามีจุลินทรีย์อาศัยอยู่เป็นจำนวนมาก ทั้งจุลินทรีย์ที่มีประโยชน์และไม่มีประโยชน์ หนึ่งในจุลินทรีย์ที่คุ้นหูและถูกกล่าวถึงบ่อย ๆ นั้นคือ โพรไบโอติกส์ (Probiotics) จุลินทรีย์ที่มีประโยชน์ที่มีความสำคัญกับร่างกายมนุษย์มากในการรักษาสมดุลของร่างกาย แต่ด้วยพฤติกรรม การกิน การนอน รวมถึงอารมณ์หงุดหงิดง่าย ดึงเครียด เป็นเหตุให้เจ้าจุลินทรีย์ดี ๆ ลดลงจนทำให้เราเจ็บป่วยได้ มาลองดู 3 วิธีที่รักษาระดับ โพรไบโอติกส์ ซึ่งจะช่วยให้ร่างกายสมดุล และทำให้เรามีร่างกายที่แข็งแรงกัน!

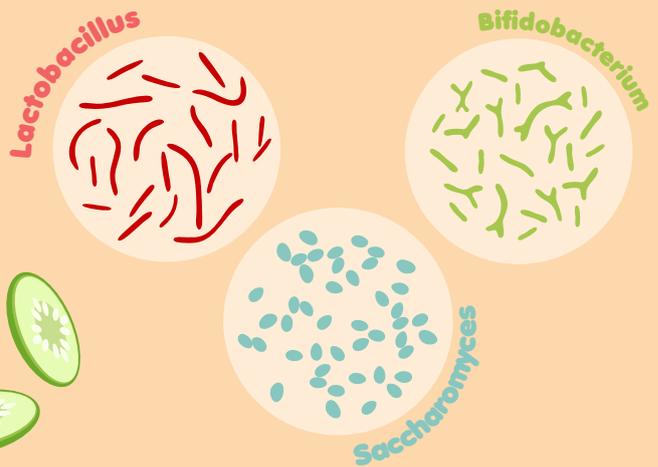
Did you know that so many microorganisms live inside our bodies? But just some of them, such as probiotics, are essential and useful microorganisms. Probiotics help maintain balance in human bodies, which are often shaken by unhealthy eating behaviors, lack of enough rest, mood swings, and stress. When probiotics level falls too low, we may fall sick. Below are three useful tips to keep a healthy level of probiotics.

รู้จักโพรไบโอติกส์

โพรไบโอติกส์คือ จุลินทรีย์ที่มีชีวิตขนาดเล็ก มีคุณสมบัติทนต่อกรดและด่าง อาศัยอยู่ในระบบทางเดินอาหาร โดยจับที่บริเวณผิวของเยื่อลำไส้ แล้วผลิตสารต่อต้านหรือกำจัดเชื้อจุลินทรีย์ชนิดอื่น ๆ

GETTING TO KNOW PROBIOTICS

Probiotics are resistant to both acids and alkalis. Found on the surfaces of intestines, they suppress or kill other types of microorganisms.



ประเภทของโพรไบโอติกส์

- แลคโตบาซิลลัส มีประโยชน์ต่อระบบขับถ่าย พบมากในนมเปรี้ยวและโยเกิร์ต
- บิฟิโดแบคทีเรียม จุลินทรีย์โพรไบโอติกส์ที่ดีที่สุด ช่วยป้องกันอาการลำไส้แปรปรวน
- แซคคาโรไมซีส ช่วยบรรเทาอาการท้องเสีย และป้องกันปัญหาเกี่ยวกับระบบทางเดินอาหาร

TYPES OF PROBIOTICS

- **Lactobacillus**: Good for the excretory system, they are common in yoghurts and fermented milk.
- **Bifidobacterium**: Considered the best type of probiotics, they prevent irritable bowel syndrome.
- **Saccharomyces**: They ease diarrhea and reduce the risks of gastrointestinal disorders.





โพรไบโอติกส์เพียงพอ ร่างกายก็เป๊ะปัง STAY HEALTHY WITH PROBIOTICS

- ระบบย่อยอาหารและการขับถ่ายอยู่ในภาวะสมดุล / Balanced digestive and excretory systems
- กระตุ้นการสร้างภูมิคุ้มกันในร่างกาย / Boost to immune system
- รักษาและบรรเทาโรคกระเพาะ / Remedial effects on gastritis
- ลดความเสี่ยงการเกิดโรคมะเร็งลำไส้ใหญ่ / Lower risk of colon cancer
- ลดอาการอักเสบและภูมิแพ้ / Reduced symptoms of inflammation and allergies



โพรไบโอติกส์เปลี่ยนแปลงทุกวัน ทุกคนมีไม่เหมือนกัน

ร่างกายของแต่ละคนต้องการจุลินทรีย์ที่มีประโยชน์ต่างชนิดกัน และในแต่ละวัน ปริมาณและชนิดของจุลินทรีย์ในร่างกายก็ไม่คงที่ ขึ้นอยู่กับพันธุกรรม และพฤติกรรม อาทิ ความเครียดในการทำงาน การกินอาหารที่มีน้ำตาล หรือ ไขมันสูง เป็นต้น

PROBIOTICS LEVEL CHANGES EVERY DAY, DIFFERS AMONG PEOPLE

Basically, each person needs different amounts and types of microorganisms. Microorganism levels in our bodies also change every day, depending on not just our genes but also our recent behaviors such as work-related stress and consumption of sugar-rich or high-fat items.

ขาดโพรไบโอติกส์...ชีวิตเปลี่ยน LIFE DARKENS WHEN LACKING PROBIOTICS

- ท้องอืด / Flatulence
- ท้องเสีย / Diarrhea
- ลมหายใจมีกลิ่นเหม็น มีกลิ่นปาก / Bad breath
- มีอาการภูมิแพ้เรื้อรัง / Chronic allergies



3 วิธีช่วยให้โพรไบโอติกส์ในร่างกายสมดุล / Tips for Balanced Probiotics



กินอาหารที่มีโพรไบโอติกส์สูง เช่น โยเกิร์ต นมเปรี้ยวที่ผ่านการพาสเจอร์ไรซ์ อาหารหมักดอง ดาร์กช็อกโกแลต น้ำส้มสายชูหมักจากแอปเปิล ถั่วชนิดโตะ ซุปมิโซะ เทมเป้ ซาหมักคอมบูชา ฯลฯ

Eat probiotic-rich food such as yoghurt, pasteurized fermented milk, pickled foods, dark chocolate, apple-based vinegar, Natto, miso soup, Tempeh, and Kombucha.



กินอาหารเสริมโพรไบโอติกส์ เลือกกินผลิตภัณฑ์เสริมจุลินทรีย์ในท้องตลาดที่ผ่านการจดทะเบียน อย. เสมอ ทั้งนี้ควรเลือกจากปริมาณเชื้อจุลินทรีย์ โดยปริมาณเชื้อแบคทีเรียต่อซองไม่ควรต่ำกว่า 1,000 ล้าน CFU

Take probiotic-rich supplements that are properly registered with the Food and Drug Administration. Each unit of such supplements should contain no less than 1,000 colony-forming units (CFU) of the chosen bacterium.



รับบริการทางการแพทย์เสริมโพรไบโอติกส์เฉพาะบุคคล ปัจจุบันโรงพยาบาลและศูนย์สุขภาพเริ่มให้บริการตรวจโพรไบโอติกส์เฉพาะบุคคล โดยทำการตรวจสอบว่าร่างกายขาดจุลินทรีย์ชนิดใด เพื่อเลือกเติมจุลินทรีย์ที่เหมาะสมและเป็นประโยชน์ต่อร่างกายแบบตรงจุด เหมาะกับผู้ป่วยกลุ่มอาการที่หาสาเหตุของโรคไม่เจอ และผู้มีภาวะความไม่สมดุลของจุลินทรีย์ (dysbiosis)

Receive personalized probiotics services. Presently, several medical facilities have offered probiotic tests to identify which types of microorganisms patients may lack. Results pave the way for the right treatments for dysbiosis. Probiotic tests are recommended for people who have developed health problems without a clear cause. **P**



HEALTHY PEOPLE, HEALTHY ORGANIZATION

กิจกรรมสำคัญอย่าง SCGP Town Hall ที่เป็นช่องทาง การสื่อสารที่ พี่วชาญ จิตรภักดิ์ – ประธานเจ้าหน้าที่บริหาร SCGP ได้แชร์เรื่องราวดี ๆ ตั้งแต่มีกิจการงานจนถึงแง่มุม การใช้ชีวิต โดยมีใจความสำคัญเป็นเรื่องทิศทาง การดำเนิน ธุรกิจของปี 2566 รวมถึงการสร้าง Healthy Organization เป็นผลจาก Healthy People

ทิศทาง การดำเนิน ธุรกิจของ SCGP ในปี 2566

1. **M&P and Organic Expansion** – การขยายตัวที่จะครอบคลุม ทุกธุรกิจหลักพร้อมทั้งมองหาธุรกิจอื่นเพิ่มมากขึ้น โดยพนักงานทุกคน จะต้องเติบโตไปในธุรกิจใหม่ ๆ และเรียนรู้มากยิ่งขึ้นเรื่อย ๆ
2. **Innovation and Packaging Solutions** – รางวัลด้านนวัตกรรมหลาย ๆ รางวัลที่ SCGP ได้รับมา ต้องยอมรับว่าเป็นผลมาจากวัฒนธรรมองค์กร ที่ดี และเป็น การสร้างสรรคที่ส่งต่อกันมาจากรุ่นสู่รุ่น ซึ่งในปีนี้ บริษัทฯ ตั้งงบประมาณในการวิจัยและพัฒนา นวัตกรรมเอาไว้ที่ 800 ล้านบาท เพื่อส่งเสริมในการคิดค้นสินค้าบรรจุภัณฑ์ที่ยั่งยืนในอนาคต
3. **Operational Excellence** – สร้างความแข็งแกร่งในการดำเนินงาน ระดับภูมิภาค ยกระดับคุณภาพเครื่องมือและทรัพยากรบุคคล เน้นการ นำข้อมูลมาขับเคลื่อนธุรกิจ และการนำ Automation มาใช้เพิ่มมากขึ้น
4. **Sustainability** – มุ่งมั่นสู่เป้าหมายในการลดการปล่อยก๊าซ เรือนกระจก พัฒนาด้านการนำวัสดุรีไซเคิลและพลังงานทางเลือกมาใช้ ในกระบวนการผลิตให้มากขึ้น และลดการใช้พลังงานโดยไม่จำเป็น
5. **Proactive Management** – เรื่องนี้เป็นนโยบายที่เพิ่มเข้ามาใน ช่วงวิกฤต สิ่งที่ตั้งเป้าไว้ก็คือ การวางแผนจัดเก็บสินค้า ต้องเก็บให้พอดี ไม่มากเกินไปไม่น้อยเกินไป

เพิ่มเติมจากกลยุทธ์ที่กล่าวไปทั้ง 5 ข้อนั้น พี่วชาญยังย้ำว่า วิธีการใด ที่คิดว่าทำแล้วจะได้ประโยชน์ ให้รีบทำทันที

นอกจากนี้พี่วชาญยังเผยถึงผลการดำเนินงานไตรมาสที่ 1 ของปี 2566 ซึ่งมีอัตราการเติบโตที่ดีเมื่อเทียบกับไตรมาสก่อนหน้า สะท้อนการฟื้นตัว ของตลาดบรรจุภัณฑ์ ขณะเดียวกันภาพรวมตลาดบรรจุภัณฑ์ในไตรมาส ที่ 2 ของปี 2566 คาดว่ามีแนวโน้มฟื้นตัวต่อเนื่อง โดยเฉพาะความต้องการ ภายในประเทศ จากการขยายตัวของเศรษฐกิจและธุรกิจบริการ รวมถึง ราคาวัตถุดิบที่เริ่มปรับตัวกลับเข้าสู่ระดับปกติ และมีแนวโน้มทรงตัว ส่วนราคาพลังงานและค่าระวางเรือขนส่งมีแนวโน้มลดลง ซึ่งนับเป็น ปัจจัยบวกต่อการบริหารจัดการต้นทุน



HEALTHY PEOPLE, HEALTHY ORGANIZATION

“เรื่อง Safety ที่ในวันนี้หากดูจากสถิติของปี 2566 กลุ่ม Lost Time Case ไปจนถึงเสียชีวิต (Fatality) มีตัวเลขลดลง ก็ต้องขอบคุณพวกเราทุกคน ที่ให้ความสำคัญกับเรื่องความปลอดภัย จนทำให้สถิติลดลงได้อย่างที่เห็น และเป็นสิ่งที่บริษัทฯ ต้องการ ที่ขอชื่นชมจริง ๆ นั้นแสดงว่า ความพยายาม ของเราตลอด 3-4 ปีที่ผ่านมาที่มีประสิทธิผล” สิ่งที่จะทำให้เริ่มเห็นผลชัดเจน มากขึ้นเรื่อย ๆ โดยเฉพาะอย่างยิ่ง หากสังเกตสถานการณ์ที่เรียกว่า Unsafe Act หรือ Unsafe Condition และเอามาแชร์กันได้มากขึ้น ก็จะสามารถหาทางป้องกันเพื่อลดความเสี่ยงที่จะเกิดอุบัติเหตุได้มากขึ้นไปด้วย และหากเรื่อง Safety ดี Healthy ของคนก็จะดี และนำมาซึ่ง Healthy Organization ในที่สุด เรื่อง Healthy People ประกอบด้วย 4 มิติด้วยกัน ซึ่งเป็นประเด็นที่องค์กรชั้นนำทั่วโลกต่างให้ความสำคัญอย่างมากคือ

1. **Physical** ในมิตินี้เราพัฒนาขึ้นมาก รวมถึงกิจกรรม Step Challenge ที่ให้พนักงานเก็บสถิติการออกกำลังกายเพื่อเสริมสร้างสุขภาพให้แข็งแรง ก็เป็นสิ่งที่เสริมสร้างร่างกายในด้านกายภาพ
2. **Mental หรือ Emotional** คือ ความรู้สึกในการทำงาน การมีแรงจูงใจ แรงผลักดัน อันนี้เป็นสิ่งที่จำเป็นอย่างมาก
3. **Social** คือ การสร้างความสัมพันธ์ (Relation) การมีเพื่อน หรือ มีคนคอยช่วยเหลือยามมีปัญหา คอยรับฟัง เป็นส่วนที่สนับสนุนให้มีชีวิตและ ความเป็นอยู่ที่ดีขึ้น
4. **Spiritual** คือ การยื่นมือเข้าไปช่วยเหลือคนที่อ่อนแอ หรือให้คำปรึกษา คนตกทุกข์ได้ยาก อันนี้จะเป็นเรื่องที่ดีมาก ๆ ถ้าทุกคนสามารถแนะนำ สอนเป็นตัวอย่างให้คนอื่น สิ่งดี ๆ เหล่านี้จะย้อนกลับไปสู่ทุกคน ซึ่งทั้งหมดนี้เป็นพื้นฐานของการเป็น Healthy Organization ที่ประกอบไปด้วย 6 มิติที่สำคัญก็คือ

- **Clear Goal, Vision & Mission** – การมีเป้าหมายที่ชัดเจนว่าองค์กร กำลังจะก้าวไปสู่สิ่งที่กล่าวไปข้างต้น เพื่อให้ทุกคนร่วมมือกันเดินไป
- **Collaborate Well** – ร่วมแรงร่วมใจกันทำงาน หากที่ผ่านมา พนักงานและองค์กรไม่ให้ความสำคัญเรื่องนี้ ยอดขายของบริษัทฯ ก็จะลดลงกว่านี้มาก
- **Share Ideas** – กล้าที่จะพูด กล้าแสดงความคิดของตัวเองออกมา
- **Innovate & Inspire Others** – ให้ความสำคัญในเรื่องการคิดค้น และสร้างแรงบันดาลใจให้ผู้อื่น
- **Access to Information and Resources** – การเข้าถึงข้อมูล และทรัพยากรต่าง ๆ ช่วยให้ทำงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ
- **Engaged & Motivated** – พนักงานมีความรู้สึกมีส่วนร่วม กับ บริษัทฯ ซึ่ง SCGP มีการวัดผลในเรื่องนี้ทุกปี โดยปีที่ผ่านมา บริษัทฯ มีผลคะแนนเท่า ๆ กับปีก่อนหน้า ในขณะที่เทรนด์ขององค์กร ในไทยนั้นส่วนใหญ่จะมีแนวโน้มลดลง

รวมถึงการให้ความสำคัญกับการพัฒนาคนโดยเน้นให้เกิด Lifelong Learning เห็นได้จากกิจกรรมต่าง ๆ ของ SCGP ตลอดเวลาที่ผ่านมา นอกจากนี้ยังมีโครงการ Boost up+ ที่เปิดโอกาสให้พนักงานได้ออกแบบ การเรียนรู้ด้วยตนเองในหลักสูตรที่สนใจ เสริมแกร่งในจุดที่ต้องการ โดยที่บริษัทฯ สนับสนุนค่าใช้จ่ายให้ ควบคู่ไปกับกิจกรรมการเรียนรู้อื่น ๆ ที่บริษัทฯ จัดขึ้นตามปกติ เชื่อว่าทั้งหมดนี้เป็นสิ่งที่เชื่อมโยงกับพื้นฐานของ Healthy People ที่จะทำให้องค์กรสามารถก้าวไปสู่ Healthy Organization ได้อย่างมีประสิทธิภาพ และขอให้ทุกคนช่วยกันทำให้ดีมากขึ้นเรื่อย ๆ เตรียมพร้อมรับมือกับความเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วของโลกทุกวันนี้



SCGP Town Hall has always been one of SCGP, CEO, Mr. Wichan Jitpukdee's key communication channels. At the latest town hall event, he shared his work ideas, life tips, and updates about the Company's 2023 business direction. Also at the heart of his latest town hall communication was the concept of building Healthy Organization from Healthy People.

SCGP'S 2023 BUSINESS DIRECTION

1. **M&P and Organic Expansion** – SCGP is set to expand all of its core businesses while exploring opportunities in new businesses. Its staff therefore are expected to learn more and grow into new business sectors as well.
2. **Innovation and Packaging Solutions** – SCGP has won many accolades for its innovations, which blossom from good corporate culture that has been nurtured for generations. In 2023, SCGP has allocated 800 million baht to R&D to promote the development of sustainable packaging.
3. **Operational Excellence** – SCGP is set to foster its operational excellence at regional level by upgrading its tools and human resources, using data analytics for business purposes, and increasingly integrating automation.
4. **Sustainability** – SCGP is committed to greenhouse gas reduction, growing use of recycled materials and alternative energy in its manufacturing process, and energy efficiency.
5. **Proactive Management** – This concept was added during a crisis for the goal of maintaining stock with efficiency. Stock should be neither too big nor too small.

Mr. Wichan said SCGP would also immediately take up any initiative that looked set to benefit its operations.

Regarding Q1/2023 operating results, Mr. Wichan said SCGP enjoyed satisfactory growth when compared with the previous quarter as packaging market had already rebounded. The market also looks set to recover further in Q2/2023. Domestic demand, in particular, is growing in line with growing economy and service industry. The prices of raw materials are now returning to normal too. Falling energy prices and freight charges mean SCGP will be able achieve higher cost management efficiency.

HEALTHY PEOPLE, HEALTHY ORGANIZATION

“On safety, 2022 statistics show lost time case and fatality rates have dropped. I really would like to thank all SCGP members for embracing safety culture and lowering accident risk. Our efforts in the past three to four years have already borne fruit,” Mr. Wichan emphasized.

He pointed out that staff had shared more about unsafe acts or unsafe conditions, paving the way for timely response and effective accident prevention. If SCGP achieves good safety records, its members will be healthy. It will then automatically become a Healthy Organization. Healthy People, which receives serious attention from leading organizations across the world, refer to four aspects:

1. **Physical Aspect:** In this aspect, SCGP has achieved significant progress. For example, Step Challenge was launched to encourage SCGP staff to exercise and maintain a good physical health.
2. **Mental or Emotional Aspect:** SCGP members feel motivated and driven.
3. **Social Aspect:** It is about relations or having friends who give listening ears, support, and advice. With such relations, SCGP members can enjoy enhanced wellbeing.
4. **Spiritual Aspect:** SCGP staff are ready to help people in need. If they share, advise, or lead by example, good things will return to them. To be a Healthy Organization, SCGP needs the six following elements:
 - **Clear Goal, Vision & Mission** – This element allows all members to see where their organization is heading to. It is easier to mobilize collaborations then.
 - **Collaborate Well** – Had SCGP members not collaborated, SCGP sales would have fallen much further during the latest crisis.
 - **Share Ideas** – Members are not afraid of expressing their views and ideas.
 - **Innovate & Inspire Others** – SCGP has long placed an emphasis on delivering innovations and inspirations.
 - **Access to Information and Resources** – This element enables work efficiency.
 - **Engaged & Motivated** – Staff feel they belong to their organization. SCGP has evaluated employees' engagement and motivation every year. Their engagement and motivation scores in the past year are in the same level as previous years, despite downward trend in Thailand.

SCGP has always accorded importance to human development with a strong focus on Lifelong Learning. Apart from normal training, SCGP also allows employees to design their learning or training courses they are interested in via Boost up+. Under this initiative, SCGP covers their training expenses so that they can enhance their strengths.

All these activities are interconnected with Healthy People foundation, paving way for SCGP to efficiently function as a Healthy Organization. All SCGP members are encouraged to perform increasingly better and get well prepared to deal with the fast-changing world. 



กลิ่นหอม เปลี่ยนบ้าน อยู่มุมไหนก็ฟุ้งกวี

FILL YOUR HOME WITH FRAGRANCE
FOR FEEL-GOOD CORNERS

สังเกตกันไหมว่า เราสามารถใช้เวลาลงอยู่ในคาเฟ่ได้นาน ๆ หรือรู้สึกผ่อนคลายเมื่อก้าวเข้าไปในสปา เพราะสถานที่แต่ละแห่งจะมีกลิ่นหอมในแบบฉบับของตัวเอง ซึ่งเราเองก็สามารถทำให้บ้านหอมแบบนั้นได้เหมือนกัน ลองมาดู 3 ไอเดียเพิ่มกลิ่นหอมให้บ้านที่เราหยิบมาฝากทุกคนกัน

Have you ever noticed that you can really spend a lot of time in a café? Also, you tend to feel relaxed as soon as you walk into a spa too. You are just like that because such venues prepare a unique, pleasant scent. Good news is that you can fill your own home with your favorite fragrance. Below are three practical tips:

บ้านหอมแบบคาเฟ่ด้วยเมล็ดกาแฟ Home Gets Fragrant with Coffee Beans

นำเมล็ดกาแฟใส่ในโหลแก้วให้เต็ม จากนั้นกดเมล็ดกาแฟให้เป็นหลุมบริเวณตรงกลางสำหรับวางเทียน เมื่อจุดเทียน ไอร้อนที่เกิดขึ้นจะค่อย ๆ กระจายกลิ่นเมล็ดกาแฟให้หอมฟุ้งไปทั่วบ้าน

Put coffee beans inside a glass jar. Place a candle on top of the coffee-bean pile and light it. When coffee beans are exposed to heat, they will spread a nice scent around your home.



COFFEE
BEANS



FRUITS

บ้านหอมสดชื่นด้วยผลไม้ Home Gets Fragrant with Fruits

นำผักผลไม้ที่มีฤทธิ์เป็นกรดอย่างส้ม มะนาว หรือเลมอน ต้มรวมกัน ให้กลิ่นหอมกระจายออกมา จากนั้นเก็บไว้ในโหลแก้วและแช่ตู้เย็นไว้ เมื่อต้องการใช้งานก็สามารถนำออกมาวางไว้ที่โต๊ะ หรือบริเวณที่มีอากาศถ่ายเท เพิ่มกลิ่นหอมสดชื่นให้บ้าน

Boil acidic fruits like oranges, limes, and lemons in the same pot. After the mixture releases a beautiful fragrance, pour the fragrant water into a glass jar and refrigerate it. When you want to spread the fragrance, bring the jar out. Place it on your desk or any well-ventilated corner.



VANILLA

บ้านหอมละมุนด้วยกลิ่นวานิลลา Home Gets Fragrant with Vanilla

นำวานิลลาสกัดเทใส่ถาดแก้วหรือเซรามิก จากนั้นนำเข้าเตาอบประมาณ 20 นาที เอาออกจากเตามาวางตามจุดต่าง ๆ ในบ้านที่มีอากาศถ่ายเท เพียงเท่านี้บ้านก็หอมละมุนไปด้วยกลิ่นวานิลลา

Pour vanilla extract into a glass tray or a ceramic container. Then, heat it in an oven for about 20 minutes. After that, place the heated extract in well-ventilated corners so that vanilla scent fills your home. P





เอาใจไปลงเล่น ถึงได้ดี
PASSIONATE “GAMBLE”
LEADS HER TO SUCCESS:
THE STORY OF

SARAH SALOLA

นักร้องเสียงดีลูกสุดเท่ Sarah Salola หรือซาร่าห์ - ศญพร เอียงโฮม ศิลปินวัย 22 ปีจากค่าย marr สังกัด LOVEiS Entertainment ที่มาพร้อมเพลงดังอย่าง “เอาใจไปลงเล่น” “นะครีบ (ใต้โหม)” “วิวโปรดของฉันคือเธอ” มียอดวิวทั้งใน YouTube และ TikTok และหลักล้าน และดังไกลจนมีแฟนคลับชาวจีนเป็นของตัวเอง วันนี้ซาร่าห์ยังมีพลังเต็มเปี่ยม เห็นได้จากทุกโชว์บนเวที แม้ในเส้นทางดนตรีต้องฝ่าฟัน แต่การรวบรวมความกล้าก้าวตามความฝัน การยอมรับว่าตัวเองไม่เก่งพอ และขอไปต่อแบบพร้อมพัฒนา คือสิ่งที่ทำให้ซาร่าห์ยังคงเป็นตัวเอง และสนุกกับดนตรีในทุกๆ วัน

With good voice and cool look, Sarah Salola or Sayaporn Hianghome is a singer under marr’s LOVEiS Entertainment music label. At the age of 22, she has already had many famous songs like “Gamble” and “My Favorite View”. She has even attracted Chinese supporters, who appreciate her energy and recognize her passion. Her music career is not always smooth, though. Before she comes to where she is now, she needed to muster a lot of courage and admitted that she was not good enough – a crucial step for further development. Today, Sarah fully embraces herself and enjoys music every day.

ค้นพบตัวตนเพราะดนตรี

“เมื่อก่อนร่ำเป็นคนไม่กล้าแสดงออก แต่พอร่ำเริ่มจับกีตาร์ ฝึกเล่นกีตาร์โปร่ง คนเดียวมาตั้งแต่ ม.ปลาย เริ่มจากเพลงที่ชอบ เป็นสิ่งที่ร่ำรู้สึกทำได้ดี และทำให้รู้จักตัวเองมากขึ้น หลังจากนั้นเริ่มออกมาเล่นดนตรีกลางคืน ทำงานหาเงินเอง ร่ำทำงานหนักมาก จากความชอบกลายเป็นความเหนื่อย เริ่มไม่มีความสุขเหมือนช่วงแรก ๆ พอรู้สึกว่าการทำอยู่เริ่มไม่ตอบโจทย์ ก็เปลี่ยนไปสมัครทำงานเป็นบาร์ISTA”

แสวงหาสิ่งใหม่ ๆ ผิดกันให้เกินขึ้น

“ที่เจ้าของร้านเขาถามว่า ทำไมไม่ร่ำถึงหยุดเล่นดนตรี เขาบอกว่า ที่ร่ำเป็น ร่ำทำอยู่ตอนนี้ เพราะร่ำก็กำลังหนีหรือเปล่า เขาเตือนสติให้เรายอมรับตัวเองว่า จุดที่เราเลิกทำ ไม่ได้เป็นเพราะคนอื่น แต่เป็นเพราะเราไม่พอใจในจุดที่เราอยู่ เป็นเพราะเรายังไม่ยอมรับกับตัวเองว่า เรายังมีความสามารถไม่มากพอ และที่เราไม่มีความสุขก็เพราะเราเล่นคนเดียว ร้องคนเดียว จำเจอยู่แค่นั้น

“ร่ำหัดตั้งคำถามกับตัวเองว่า ถ้าทำอย่างนี้แล้วต่อไปจะยังไป เราต้องวนลูปเดิมแบบนี้ไปเรื่อย ๆ เหนื่อย มองย้อนกลับไปและเชื่อว่าที่เป็นแบบนี้เพราะเรายังไม่เก่งพอ เราก็เลยทำได้อยู่แค่นั้น ทำให้ตกผลึกได้ว่า ถ้าเราอยากเก่งขึ้น เราต้องแสวงหาสิ่งใหม่ ๆ”

ค่ายก็ออก

“พอคิดว่าตัวเองต้องแสวงหาสิ่งใหม่ ๆ เลยเล่นดนตรีน้อยลง แล้วเปลี่ยนมาหาประสบการณ์ด้านกาแฟแทน เลยกลายเป็นว่าพอเราออกห่างและได้เห็น Passion ของคนอื่น ก็เกิดความสงสัยขึ้นมาว่า อ้าว! เขาก็ร้องเพลงกลางคืนเหมือนเรา แต่ทำไมเวลาร้องเขาดูมีความสุข ขณะที่เราไม่รู้สึกแบบนั้น เลยไปแลกเปลี่ยนความคิดเห็นกับพี่ ๆ นักดนตรี

“พอเริ่มพูดคุย Passion ก็กลับมา พร้อมกับความอยากเติบโตทางด้านดนตรี ด้านความคิด และการทำงาน เรื่อยๆ มีทักษะมากขึ้น เริ่มรู้ตัวแล้วว่าเราไม่เก่ง ต้องมีคนอื่นนำ เลยปรึกษากับบอสใหญ่ที่ร้านกาแฟและอีกหลายคน จนถึงจุดที่คิดว่าต้องเปลี่ยนแล้ว อยู่แบบนี้ไม่ไหว

“ระหว่างนั้นก็เป็นเวลาเดียวกับที่พี่ ๆ ผู้บริหารค่าย marr เขาได้เห็นเพลงที่เราเคยทำลงยูทูป เลยเรียกเรามาคุย เขาเห็นอะไรบางอย่างที่เราไม่เห็น จึงเรียกมาทำสัญญา พอเข้ามาอยู่กับพี่ก็เริ่มเรียนรู้ทุกอย่างใหม่จากศูนย์ เรียกได้ว่าค่ายเป็นคนสอนร่ำทุกอย่าง ส่งไปเรียนเพื่อพัฒนาตัวเอง มีอะไรที่จะทำให้ร่ำดีขึ้นได้ เขาก็พาเราไปเรียนรู้และให้ลองทำทั้งหมด ทุกอย่างที่เราเห็นตอนนี้เป็นสิ่งที่ร่ำไม่เคยทำมาก่อน”

โลกนี้ไม่มีคำว่าแตกต่าง

“ก่อนที่จะมีกระแสเรื่อง LGBTQ+ เคยตั้งคำถามว่า เฮ้ย! นี่เราเป็นอะไร เรารู้ถึงชอบผู้หญิงและชอบผู้ชายด้วย ตอนนั้นไม่กล้าที่จะทำผลงานออกมา เพราะรู้สึกว่าตัวเองแตกต่างจากคนอื่น ถ้ามีคนมาถามร่ำว่าเป็นอะไร LGBTQ+ หรือบางครั้งก็ตอบไม่ได้นะ เพราะร่ำไม่รู้ว่ามันคืออะไรกันแน่ รู้แค่ว่าร่ำเป็นตัวของตัวเอง แต่พอเราใช้ชีวิตไปเรื่อย ๆ มาถึงจุดที่สังคมเริ่มเปลี่ยน ก็ค้นพบว่า เฮ้ย! เราไม่ได้แปลก มันไม่เห็นจำเป็นที่จะต้องจำกัอะไรเลย เรามีความสามารถแล้วทำไมเราถึงต้องไม่มั่นใจด้วย เราควรจะมีใจมากขึ้น แสดงความเป็นตัวเองออกไปให้คนอื่นเห็นศักยภาพของเรามากขึ้น”

เปลี่ยน PASSION เป็นความกล้า

“ตอนนี้ยังไม่อยากเชื่อเลยว่า ที่ผ่านมาเราทำได้ยังไง นั่นแสดงว่าเรายังทำได้อีก อย่างเพลงที่ปล่อยออกมา 7 - 8 เพลง แนวเพลงไม่ซ้ำกันเลย และไม่เคยมคิดว่าตัวเองจะร้องแบบนี้ได้ด้วย หรือการแสดงเอ็มวี เมื่อก่อนไม่เคยทำก็ได้ทำ พอทำแล้วใจมันเต้นแรง รู้สึกสนุกอยู่ตลอดเวลา ร่ำไม่ได้กังวลว่าสิ่งที่ทำจะสำเร็จหรือไม่ มีแต่จะกล้าทำใหม่ จะทำออกมาได้ดีไหม อยากพัฒนาตัวเองต่อไปเรื่อย ๆ อยากจะก้าวไปข้างหน้า เพื่อเรียนรู้และได้ทำในสิ่งที่รักที่สุด”

SELF-DISCOVERY IN MUSIC

“I used to be rather shy. But after I started learning how to play guitar by myself during my high-school years, I learned more about myself. I also found that I was pretty good at playing guitar. Because of guitar skills, I could make money by performing at night-time entertainment venues. But after working too hard, my happiness faded. So, one day I decided to become a barista instead.”

EXPLORE NEW THINGS & DO BETTER

“My employer asked me why I stopped playing music and whether I was running away from something. Thanks to his advice, I realized that I called it quits not because of others, but because of myself. I was not satisfied. I lost happiness because my music performances were always the same and got boring. I just sang and played guitar all alone.

“With self-reflection, I understood that I felt bad because I was still not good enough. If I wanted to perform better, I needed to explore new things.”

MUSIC LABEL IS THE TEACHER

“I expanded my horizons with coffee experience. As I played music less, I could see the passion of other musicians more clearly. They looked all happy even though they worked during the night just like I did before. I thus talked to many musicians to exchange viewpoints.

“Those conversations revived my passion for music. I wanted to grow musically, professionally, and ideologically. As I realized that I needed better skills, I consulted many more people, including the café owner.

“Around that time, executives of marr invited me to sign a contract because they liked my YouTube clips. After I joined the music label, I was taught everything from the basics. I have got many opportunities to improve myself. I was allowed to learn and try many things. What you saw today was what I had never done before in my life.”

WE ARE NOT DIFFERENT

“Before LGBTQ+ became widely recognized, I used to wonder why I was sexually attracted to both men and women. I used to not express such feelings in my songs because I felt I was too different from others. When asked if I was LGBTQ+, I could not give a clear answer either because I didn't fully understand its definition. But as our society knows more about LGBTQ+, I understand that I am not weird. I am talented. There's no reason for me to feel unconfident. I can express myself and show my potential.”

TURN PASSION INTO COURAGE

“I still can't believe that I have already released seven or eight songs to the public, all of them being different in styles too. I had never thought I could sing in such ways. I had never imagined that I could feature in MVs. But as I am doing all this, my heart beats with excitement. I really enjoy what I am doing. I am not worried about whether it will be a success. I just focus on whether I have the courage to do it. I want to keep improving. I want to move ahead, learn more, and do what I love the most.”



MR. JOSE SAEZ

EXECUTIVE DIRECTOR & ADVISOR, DELTALAB SL

เปลี่ยนความแตกต่างเป็นไอเดียใหม่ในการทำงาน TURNS DIVERSITY INTO NEW WORK IDEAS

การทำงานภายใต้ความหลากหลาย นับเป็นความท้าทายอีกรูปแบบหนึ่งที่ต้องอาศัยการปรับตัวและเปิดใจยอมรับในความต่างนั้น ครั้งนี้เรามีโอกาสได้พูดคุยเพื่อเรียนรู้มุมมองเกี่ยวกับการทำงานภายใต้วัฒนธรรมที่แตกต่างกับ Mr. Jose Saez Executive Director & Advisor ของ Deltalab ซึ่งมีสำนักงานใหญ่อยู่ที่กรุงบาร์เซโลนา ประเทศสเปน แม้จะมีความต่างในเรื่องภาษา และเวลาที่ห่างกัน 6 ชั่วโมง แต่นั่นไม่ทำให้เกิดช่องว่างใด ๆ ในการสื่อสารและการทำงานร่วมกัน

In the face of challenging diversity in workplaces, it is necessary to embrace differences and adapt. Mr. Jose Saez, Executive Director & Advisor of Deltalab, who is based in Spain's Barcelona, is with Passionate Experiences today to share how he has excelled in a multicultural environment. Mr. Jose has found no problem working with people whose mother languages are different and are always six hours apart.



“หน้าที่หลักของผมคือ ช่วยสนับสนุนการทำงานของทีม SCGP กับทีมงานของเราในสเปน ช่วยให้ข้อมูลที่เป็นประโยชน์ในการบริหารจัดการ การวางกลยุทธ์ วางแนวทางการทำงานร่วมกัน เพื่อให้เราสามารถเชื่อมต่อกับ SCGP ได้อย่างดีที่สุด

“ปัจจุบันการทำการตลาดให้ประสบความสำเร็จเป็นเรื่องที่ทำหายและไม่ใช่เรื่องง่ายอีกต่อไป โดยเฉพาะช่วงหลังสถานการณ์โควิด 19 และการเกิดสงครามระหว่างรัสเซียกับยูเครน ส่งผลให้ปีที่ผ่านมาต้นทุนวัตถุดิบมีราคาสูงขึ้นมาก เรื่องการขนส่งก็ไม่ง่าย ท่ามกลางปัญหาต่างๆ เราก็ต้องพยายามเพิ่มยอดขายให้มากขึ้นเช่นกัน ดังนั้นสิ่งที่ทำได้คือต้องคิดวางแผนของเราไม่ให้เป็นแค่เรื่องของวันนี้หรือพรุ่งนี้ แต่เราต้องมองให้ไกลไปกว่านั้น ต้องมองให้เห็นภาพที่ชัดเจนว่า ในอีก 5 ปี ธุรกิจจะเป็นอย่างไร เพื่อที่จะวางแผนกลยุทธ์ของบริษัทได้ ซึ่งจากความช่วยเหลือของ SCGP ผมเชื่อว่าเราจะชนะคู่แข่งในตลาดได้”

ความหลากหลาย แลกต่าง สู่การสร้างไอเดียใหม่ๆ

“การทำงานท่ามกลางความหลากหลายไม่ใช่เรื่องใหม่สำหรับผม ผมเข้ามาลงทุนใน Deltalab ตอนปี 2007 ในช่วง 16 ปีที่ผ่านมา เรามีการซื้อกิจการอื่น ๆ เพิ่มเติมเข้ามาเพื่อเติบโต มีบริษัทที่มาดริด วาเลนเซีย และมูร์เซีย การทำงานจึงค่อนข้างมีความหลากหลาย แม้สเปนจะเป็นประเทศเล็ก แต่เราก็มีความต่างทางภาษาและวัฒนธรรมเช่นกัน ผมอยู่บาร์เซโลนา พูดภาษาคาตาลัน ไม่ได้พูดสเปนเหมือนคนมาดริด โดยส่วนตัวผมคิดว่า ความแตกต่างหลากหลายในบริษัทเป็นสิ่งที่ จะช่วยสร้างอะไรใหม่ๆ ได้มาก การได้ทำงานร่วมกับ SCGP ในฐานะพาร์ทเนอร์ก็เช่นกัน ข้อดีของการผสมผสานที่หลากหลายนี้จะทำให้เราได้ไอเดียใหม่เพิ่มเข้ามา ได้มุมมองความคิดใหม่ๆ ซึ่งผมเชื่อว่าจะช่วยให้อะไรเติบโตไปอีกมาก

“สิ่งที่ผมประทับใจในการทำงานร่วมกับ SCGP คือ การให้คุณค่าในการทำงาน การประชุมแต่ละครั้ง เราจะหาจุดที่ทำให้การทำงานเป็นไปอย่างราบรื่น คำนึงถึงคนทำงานเป็นหลัก ซึ่งนั่นมีประโยชน์ต่อจุดมุ่งหมายที่จะก้าวไปข้างหน้าของเรา

“สำหรับผม Passion ในชีวิตและการทำงานเป็นสิ่งสำคัญ Deltalab ถือเป็น Passion ของผมมานานกว่า 16 ปี ผมคิดว่าหากเราตื่นนอนตอนเช้า แล้วเรามีความรู้สึกอยากจะทำในสิ่งที่เราชอบหรือหลงใหลกับมัน เราจะประสบความสำเร็จในการทำงานแต่ละวัน หรือแม้แต่การดำเนินชีวิตแต่ละวัน และ Passion ไม่ได้หมายถึงแค่การทำงานเท่านั้น แต่เป็นเรื่องของการใช้ชีวิตทั้งกับครอบครัวและเพื่อน ๆ ด้วย นอกจากนี้เรายังสามารถส่งต่อ Passion ให้กับคนรอบข้างได้อีกด้วย”

“My key role is to support SCGP and our team in Spain so that they can connect and collaborate smoothly. My contributions have facilitated management, strategic planning, and direction for our common goals and directions with collaborations and maximum synergy.

“Today, marketing is not at all easy. It's very challenging because in the post COVID-19 pandemic period, Russia-Ukraine War has erupted. In the past year, the cost of raw materials has risen significantly. Transportation has also become harder to handle. Despite these many challenges, we have been driving up our sales. Our mission can be successful if we look ahead. Don't think just about today or tomorrow. We must foresee what our business will be like in the next five years to pave the way for efficient strategy formulation. With SCGP by our side, I believe we will always stay competitive.”

DIVERSITY PAVES THE WAY FOR NEW IDEAS

“Working in diverse environments is not something new to me. After investing in Deltalab in 2007, I have acquired many other businesses in various locations to drive our business growth. So, I have managed companies in Madrid, Valencia, and Murcia as well. Spain is a small country and very diverse in terms of languages and cultures. Based in Barcelona, I speak Catalan. People in Madrid, meanwhile, speak Spanish. In my view, diversity is a good thing for the company because it has spawned the development of new things. Partnering with SCGP adds to diversity. It is a blend that fosters new ideas and brings in new perspectives. I am confident that the partnership will enable us to achieve sustainable growth.

“I am impressed with SCGP because SCGP always believes in the value of everyone. At every meeting, things go smoothly because there is a strong emphasis on mutual respect, acceptance of diversity, and readiness to listen. Such culture is useful to the pursuit of our goals.

“To me, passion is important to both work and personal life. Deltalab has been my passion for more than 16 years already. When we work on something we are passionate about, we will excel. So, when we embrace passion in our living, that counts too. Passion is not just about work. It's also about families and friends. We can even share passions with people around us.” **P**



The image features a large, stylized logo for SCGP in the center. The letters 'S', 'C', and 'G' are dark blue, while the 'P' is a gradient of orange and red. The background is a futuristic cityscape with white wireframe buildings against a blue sky. In the foreground, a group of diverse people is shown in various activities: a man on a bicycle, a woman holding boxes, a woman walking a dog, a man on a phone, a man with a laptop, and a family with a shopping cart. The ground is a dark, textured surface.

SCGP

EVOLVE THE WAY OF LIFE



www.SCGPackaging.com