

SCGP

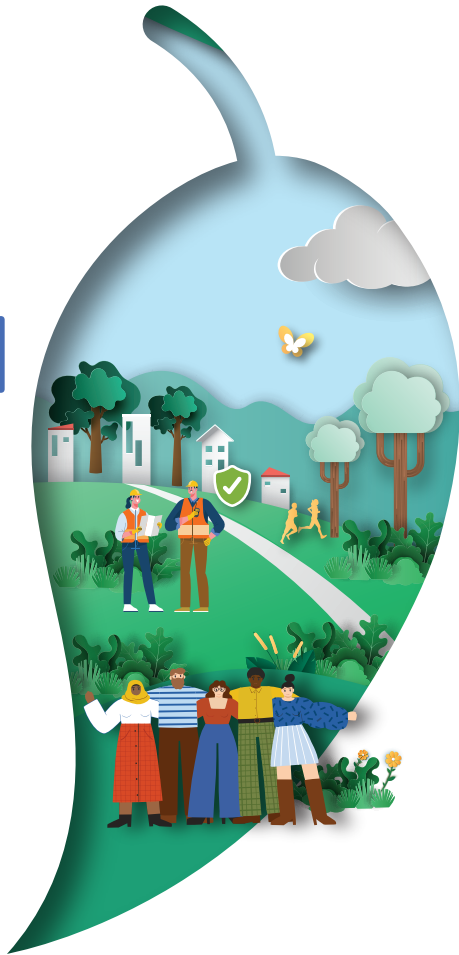
aLOT

newsletter



ESG

IN ACTION



CONTENTS

34
3/2024

11



26



14

02 Start Right Here

อัปเดตความเคลื่อนไหวของ SCGP

04 Spotlight

Cushion กระดาษ รับแรงกระแทก

ปกป้องสินค้าได้ดี เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม

06 WOW Around

Gutsy Gummies กล่องกัมมี่แห่งความกล้าหาญ

08 The Big Idea

ดูแลโลกนี้ให้ยั่งยืน...เราทำได้

11 P-DNA

ขับเคลื่อน Duy Tan ผลักดัน ESG อย่างยั่งยืน

14 P-Story

ปั้นแบรนด์ให้วิ่ง แพคเกจจิ้งต้องจิ้ง

18 Journey of Growth

SCGP ลงทุนในวีอีเอ็ม (ไทยแลนด์)

ต่อยอดกลยุทธ์ขยายการเติบโตธุรกิจบรรจุกัมมี่

วัสดุอุปกรณ์ทางการแพทย์ และอุปกรณ์สำหรับใช้ในห้องปฏิบัติการ

20 Safety

ทุกคนสามารถเป็น Safety Leader เพื่อยกระดับระบบการบริหาร

จัดการและส่งเสริมวัฒนธรรมความปลอดภัยอย่างยั่งยืน

22 Inspiring Innovation

“FILTER CAPS” นวัตกรรมฝากรองน้ำดื่มสะอาด ย่อยสลายได้

24 Digital Planet

Age Tech เทคโนโลยีเพื่อชีวิตที่ดีของผู้สูงอายุ

26 Lift Up Your Voice

แพนอินเตอร์เนชั่นแนล ทำเรื่องใหญ่ให้สำเร็จ

ต้องจับมือไปด้วยกัน

29 Relax & Have Fun

เล่นเกมสนุก ๆ ลุ้นรับของรางวัล

30 Your Answers

AI เต็บโตไม่หยุด เป็นเพื่อนกับ AI ได้เร็ว

ยิ่งส่งผลดีต่อแบรนด์

32 Alive

ฮิลใจเรา และโลกใบนี้ไปพร้อมกัน Go Go!

34 Today for Tomorrow

SCGP เดินหน้ากลยุทธ์ ESG พร้อมส่งโซลูชันใหม่

ลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก เสริมธุรกิจลูกค้า

36 Your Healthy Hub

Shower Effect คิดไม่ออก อาน้ำก่อนแล้วกัน!

38 Act Together

จับมือกัน เตรียมพร้อมรับความท้าทายใหม่ ก้าวต่อไปอย่างแข็งแกร่ง

41 a LOT of Ideas

นุดเราอยากได้เปเล! DIY เปลแมวติดริมหน้าต่าง

42 Spark Your Passion

ชนะใจตัวเองด้วยเป้าหมาย เฟรม - ธนาкар ไชยยาสมบัติ

44 Passionate Experiences

ปรับมุมมอง ต่อยอดไอเดีย บ่มเพาะแนวคิดสู่ความยั่งยืน

ESG IN ACTION



ESG (Environmental, Social, and Governance) เป็นเรื่องที่หลากหลายที่ควรนำมา ยึดถือเป็นแนวทางการดำเนินงานกันอย่างจริงจัง ผ่านการขับเคลื่อนนโยบายระดับ ประเทศหรือองค์กร เพื่อกระตุ้นให้ทุกภาคส่วนหันมาใส่ใจในทุกมิติมากยิ่งขึ้น

ในอนาคตอันใกล้ ESG จะเข้ามาเป็น “กติกาใหม่” ที่โลกธุรกิจต้องรับรู้และก้าวไป ในมิติเดียวกัน ฉะนั้นเรื่องนี้จะถูกยกระดับกลายเป็นเป้าหมายอันดับหนึ่ง ที่จะได้รับ การยอมรับจากผู้คนและสังคม เป็นตัวแปรในการขับเคลื่อนธุรกิจให้เติบโตอย่างยั่งยืน โดยไม่ได้แสวงหาแค่ผลกำไรเพียงอย่างเดียว

a LOT เล่มนี้ ขอเป็นส่วนหนึ่งในการแชร์เรื่องราวการขับเคลื่อน ESG อย่างเป็นรูปธรรม เริ่มต้นที่คอลัมน์ The Big Idea ที่จะบอกเล่าถึงความสำคัญของ ESG คอลัมน์ P-DNA โดยพี่ไอ - จามรรูฒิ ตำนานจิตกร มาแชร์รูปแบบการดำเนินธุรกิจของ Duy Tan เวียดนาม ที่ให้ความสำคัญครบทุกมิติของ ESG ตั้งแต่สิ่งแวดล้อม สังคม และ ธรรมชาติ และคอลัมน์ Passionate Experiences นำเสนอแนวคิดการทำงาน ของเพื่อนพนักงานในทีม ESG ที่อยู่เบื้องหลัง ซึ่งช่วยประสานความร่วมมือในองค์กร ให้ ESG เกิดขึ้นอย่างเป็นรูปธรรม

เพราะเราเชื่อว่า การลงมือทำของ “ทุกคน” คือพลังในการสร้างสรรค์และพัฒนา องค์กรให้ยั่งยืนได้ ขอเชิญชวนให้ทุกคนเริ่มต้นด้วยการดูแลสังคมและสิ่งแวดล้อมที่ อยู่รอบตัวเรา พร้อมร่วมกันขับเคลื่อนธรรมชาติในองค์กรให้เกิดขึ้นอย่างเข้มแข็ง ต่อเนื่อง เพื่อสร้างการเติบโตที่ยั่งยืนต่อไปกันค่ะ



ปอแก้ว ทิพยมณฑล

(Porkaew Tippayamontol)

บรรณาธิการบริหาร (Editor-in-chief)

ESG (Environmental, Social, and Governance) has now become the core of many organizations' operations, as national or organizational policies have encouraged all sectors to pay attention to every dimension.

Indeed, ESG looks set to become a “new norm” in the near future. The business sector thus needs to recognize and embrace ESG. Prioritizing ESG will help a business win public acceptance. Without focusing just on profit, a business will also move towards sustainable growth.

a LOT would like to contribute to ESG practices by showcasing tangible ESG implementation in this volume. The importance of ESG is therefore highlighted in the Big Idea while in P-DNA, Mr. Chamornwut Tamnanjit shares how ESG is integrated into Vietnam-based Duy Tan's operations. Passionate Experiences also presents the work philosophy of staff in the ESG team, which has tangibly driven ESG operations for our company.

We trust that “everyone” is a driving force behind our company's creative power and sustainable development. So, let's take care of our society and environment and solidly drive our corporate governance on a continuous basis in pursuit of our sustainable growth.

เจ้าของ: บมจ.เอสซีซี 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 จรรยาวันชัย **กองบรรณาธิการ:** ณัฐยา นัยประยูร สุวรรณิ เตชอมรธนกิจ พิมพ์มาดา บริพันธ์ ปานใจ เลิศเด่นธรรม มีสลิ้น สิ้นสวาท อรวรรณ ดั่งคนารักษ์กุล นพวรรณ เงามสุวรรณกุล มุสดี แสงศิริฉาย รณิดา ปาณัณณพ จีรภา แสงสงวงศ์ แพรวา ทองพิทักษ์

ออกแบบโดย: ฝ่าย The Creatia บริษัทอมรินทร์ คอร์ปอเรชั่นส์ จำกัด (มหาชน)
พิมพ์ที่: สายงานโรงพิมพ์และบรรจุภัณฑ์ บริษัทอมรินทร์ คอร์ปอเรชั่นส์ 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-Amorntanaj, Pimmada Boripon, Panjai Lertdentam, Muslin Sinsawat, Orawan Tangkanarakkul, Noppawan Ngaosuwanukul, Phusadee Saengsirichai, Ranida Panannop, Jeerapa Saengsongwong Praewa Thongphithak

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



3 รางวัลการันตีความมุ่งมั่นด้าน ESG และสะท้อนความเชื่อมั่นจากคู่ค้าและนักลงทุน

3 AWARDS GUARANTEE SCGP'S ESG COMMITMENT AND TRUST FROM VENDORS/INVESTORS

SET Awards 2024 ในกลุ่ม Business Excellence ประเภท Best Innovative Company Awards จากผลงานยูคาลิปตัสไฮบริดสายพันธุ์ใหม่เพื่อความยั่งยืน (Novel Eucalyptus hybrid clones for sustainability)

SET Awards 2024 via Business Excellence Group - Best Innovative Company Awards honored SCGP's Novel Eucalyptus hybrid clones for sustainability.

Business Partner Award 2024 ระดับ Silver Award และ Sustainability Award รางวัลประกาศเกียรติคุณสำหรับคู่ค้าที่มีผลการดำเนินงานยอดเยี่ยมและมีความมุ่งมั่นในการบริหารจัดการด้านความยั่งยืน ประจำปี 2566 - 2567 จากบริษัทไทยเบฟเวอเรจ จำกัด (มหาชน)

Business Partner Award 2024 – Silver Award and Sustainability Award were granted to SCGP by Thai Beverage Public Company Limited for being a vendor with impressive performance and strong commitment to sustainability management in 2023/2024.

Climate Action Leading Organization (CALO) 2024 – Gold level โล่ประกาศเกียรติคุณ องค์กรผู้นำด้านการจัดการก๊าซเรือนกระจก ระดับยอดเยี่ยม สาขาสินค้าอุตสาหกรรม ประจำปี 2567 (2 ปีต่อเนื่อง)

Climate Action Leading Organization (CALO) 2024 – Gold level is a plaque of honor for achieving excellent greenhouse gas emissions management. SCGP has won this award via industrial product category between 2023 and 2024 (2 consecutive years).

นับเป็นความภาคภูมิใจของ SCGP ที่สะท้อนถึงความมุ่งมั่นอย่างต่อเนื่องในการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกตลอดทั้งห่วงโซ่คุณค่า เพื่อสร้างสมดุลในทุกมิติอย่างยั่งยืน จนเป็นที่ยอมรับในกลุ่มนักลงทุนไทย คู่ค้า และองค์กรต่าง ๆ

These accolades are the pride of SCGP as they reflect its continued commitment to reducing greenhouse gas emissions across its value chain for sustainable balance across all dimensions. Thanks to its remarkable efforts, SCGP has won trust from Thai investors, vendors, and various organizations.

DUY TAN PLASTICS ตอกย้ำความมุ่งมั่นด้าน ESG คิวรางวัล TOP 50 CORPORATE SUSTAINABILITY AWARDS 2024

DUY TAN PLASTICS REAFFIRMS ESG FOCUS, WINS TOP 50 CORPORATE SUSTAINABILITY AWARDS 2024



ปลอดภัย การลดใช้เม็ดพลาสติกใหม่ การนำกลับมาใช้ใหม่ การผลิตสินค้าเพื่อความยั่งยืน การวิจัยพัฒนาวัสดุที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม เป็นต้น นับเป็นผู้ผลิตผลิตภัณฑ์พลาสติกรายเดียวในปีที่สามที่คว้ารางวัลนี้ได้

Duy Tan Plastics, a member of SCGP and a major manufacturer of rigid plastic packaging/household appliances in Vietnam, received Top 50 Corporate Sustainability Awards 2024 from Nhip Cau Dau Tu magazine via Optimize the Use of Sustainable Materials category. It was honored for its sustainable operations, which is reflected through its enhanced design, the use of safe materials, usage reduction of new plastic pellets, reuses, the production of sustainable products, and research on eco-friendly materials. Duy Tan Plastics is the only plastic-product manufacturer to earn an award from the magazine this year.

Duy Tan Plastics, member of SCGP ผู้ผลิตบรรจุภัณฑ์พลาสติกทุกรูปและเครื่องใช้ภายในบ้านรายใหญ่ในประเทศไทยได้รางวัล Top 50 Corporate Sustainability Awards 2024 จากนิตยสาร Nhip Cau Dau Tu ในประเภท Optimize the Use of Sustainable Materials จากการดำเนินงานอย่างยั่งยืนในด้านต่าง ๆ ได้แก่ การปรับปรุงการออกแบบ การใช้วัสดุที่



SCGP มุ่งประสานความร่วมมือ เพื่อลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก ตลอดห่วงโซ่คุณค่า ด้วยการรับรองคาร์บอนฟุตพริ้นท์ของผลิตภัณฑ์

SCGP PURSUES COLLABORATION TO REDUCE GHG EMISSIONS ACROSS VALUE CHAIN VIA CARBON FOOTPRINT OF PRODUCTS

SCGP ได้รับการรับรองคาร์บอนฟุตพริ้นท์ของผลิตภัณฑ์ (Carbon Footprint of Products) ในผลิตภัณฑ์ที่ผลิตในประเทศ จากองค์การบริหารจัดการก๊าซเรือนกระจก (องค์การมหาชน) หรือ TGO ครอบคลุมกลุ่มสินค้าเยื่อกระดาษ กระดาษพิมพ์เขียน กระดาษบรรจุภัณฑ์ บรรจุภัณฑ์กระดาษ บรรจุภัณฑ์อาหาร และบรรจุภัณฑ์พลาสติก จำนวน 145 ผลิตภัณฑ์ ตลอดจนกระบวนการพิมพ์และการขึ้นรูปบรรจุภัณฑ์กระดาษรวม 16 กระบวนการ ครอบคลุมทุกกลุ่มสินค้าบรรจุภัณฑ์กระดาษ

นอกจากนี้ ยังได้พัฒนา “ฉลากคาร์บอนฟุตพริ้นท์ของผลิตภัณฑ์” (Private Declaration Label) ที่ออกโดย SCGP เพื่อแสดงปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจกของบรรจุภัณฑ์ และพัฒนา “ซอฟต์แวร์คาร์บอนฟุตพริ้นท์” ของผลิตภัณฑ์ที่แม่นยำ ง่าย และรวดเร็ว พร้อมเอกสารรับรองการปล่อยก๊าซเรือนกระจกของผลิตภัณฑ์ให้แก่ลูกค้าเพื่อนำไปใช้เป็นเอกสารอ้างอิง ซึ่งสอดคล้องกับมาตรการด้านสิ่งแวดล้อมของภาครัฐที่มีการบังคับใช้มากขึ้น ต่อยอดไปสู่การนำเสนอและพัฒนาแนวทางการเลือกใช้วัสดุและกระบวนการให้แก่ลูกค้า และผู้บริโภค เพื่อเสริมสร้างความร่วมมือในการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกตลอดห่วงโซ่คุณค่า

SCGP has received carbon footprint of products certifications from the Thailand Greenhouse Gas Management Organization (Public Organization) or TGO for 145 of its locally made pulp, print/writing paper, paper packaging, food packaging, and plastic packaging products. Additionally, SCGP has received carbon footprint certification for 16 printing and paper packaging producing processes, covering all paper packaging products.

In addition, SCGP has developed and issued its own “Private Declaration Label” to declare greenhouse gas emissions of its packaging. The company has also created “carbon footprint software” that enables fast, accurate, and easy emission calculations. With the label, its customers have certifications to prove their carbon footprint in accordance with the government’s stricter environmental standards. SCGP’s efforts have developed and presented proper guidelines on material/process selection to vendors, customers, and consumers, paving the way for stronger collaborations on GHG reduction throughout the value chain.

SCGP จับมือ ONCE MEDICAL ต่อยอดโซลูชันบรรจุภัณฑ์ วัสดุอุปกรณ์ทางการแพทย์ ตอบรับตลาดสุขภาพ

SCGP PARTNERS WITH ONCE MEDICAL TO STRENGTHEN MEDICAL EQUIPMENT PACKAGING SOLUTIONS FOR HEALTHCARE MARKET



SCGP โดย นายณัยเดช เกตุสุวรรณ ประธานเจ้าหน้าที่บริหารสายการเงิน และนายภรณ์ย์ เตชะเสน ประธานเจ้าหน้าที่ปฏิบัติการ กิจการ Healthcare Supplies ร่วมลงนามบันทึกข้อตกลงความร่วมมือกับ Once Medical

Company Limited โดย นายแพทย์พุดดิศักดิ์ สัตยาประเสริฐ ประธานเจ้าหน้าที่บริหาร เพื่อร่วมมือในการพัฒนาโซลูชันเข็มฉีดยาและวัสดุอุปกรณ์ทางการแพทย์คุณภาพสูงอื่น ๆ ซึ่งการลงนามในบันทึกข้อตกลงความร่วมมือครั้งนี้ จะส่งเสริมศักยภาพทางด้านโซลูชันบรรจุภัณฑ์และวัสดุอุปกรณ์ทางการแพทย์ของ SCGP รวมถึงขยายเครือข่ายลูกค้าได้อย่างแข็งแกร่งและครอบคลุมยิ่งขึ้น

SCGP via its Chief Financial Officer, Mr. Danaidej Ketsuwan and Chief Operating Officer, Healthcare Supplies Business, Mr. Karan Tejasen has recently signed a memorandum of cooperation with Once Medical Company Limited, which was represented by its Chief Executive Officer, Dr. Puttisak Sattayaprasert. The two companies will collaborate on developing syringes, other medical supplies, and labware under this memorandum. SCGP has entered this collaboration with the aim to enhance its packaging solutions, medical supplies, and labware as well as robustly and comprehensively broaden its customer network. P

CUSHION กระดาษ

รับแรงกระแทก ปกป้องสินค้าได้ดี เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม

PAPER CUSHION: GOOD IMPACT ABSORPTION, PRODUCT PROTECTION & ENVIRONMENTAL FRIENDLINESS



กระดาษลูกฟูกเรียงกันกระแทก STRETCHY CUSHION

ทำจากวัสดุกระดาษลูกฟูกที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมและใช้งานง่าย เนื่องจากตัวกระดาษมีความหนา เมื่อปรุคลายทำให้ยืดออกได้ สามารถรับแรงกระแทกได้ ใช้สำหรับการห่อภัณฑ์สินค้าผลิตภัณฑ์ดูแลสุขภาพ ส่วนบุคคล เครื่องสำอาง อุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ สามารถตัดใช้งานได้ตามขนาดที่ต้องการ โดยไม่ต้องใช้วัสดุสิ้นเปลือง เช่น เทปกา

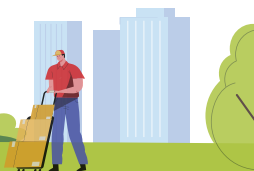
Made of eco-friendly corrugated paper, this cushion is easy-to-use with stretchable thick perforated texture that can efficiently absorb impacts. This wrap is good at protecting personal-care products, cosmetics, and electronic devices. Users can cut it to size and bypass consumables such as adhesive tape.

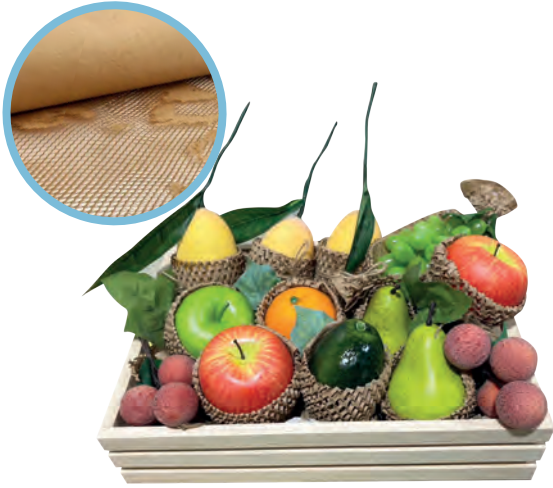


กระดาษสีมีลวดลายกันกระแทก COLOR CUSHYWRAP WITH PATTERNS

ทำจากวัสดุกระดาษสีที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม ตัวกระดาษปรุคลายทำให้ยืดออกกลายเป็นลวดลายต่าง ๆ คล้ายใบไม้ ใช้สำหรับการห่อสินค้าประเภทเครื่องสำอาง เครื่องหอมและน้ำหอม และของขวัญ หรือของที่ระลึกในเทศกาลพิเศษ และเติมเต็มช่องว่างในกล่องพัสดุ ช่วยเพิ่มมูลค่าของสินค้า ทำให้สินค้าดูพรีเมียมมากขึ้น และยังสร้างประสบการณ์ใหม่ ๆ ให้แก่ผู้รับได้อีกด้วย

Made of eco-friendly color paper, this wrap features perforated patterns that look like a leaf when stretched out. It is good for wrapping cosmetics, aroma & perfume, and festive products. It also works perfectly in filling space inside a parcel box. Nice in design, it promises to add product value by giving a premium touch and serving new experiences to recipients.





กระดาษกราฟรังผึ้งกับกระดาษ HONEYCOMB PAPER

ใช้สำหรับการห่อสินค้าประเภทผลิตภัณฑ์ดูแลส่วนบุคคล เครื่องสำอาง เครื่องแก้ว และผลไม้ ทำจากวัสดุกระดาษที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมและใช้งานง่าย เนื่องจากตัวกระดาษปรุหลายทำให้ยืดออกกลายเป็นโครงสร้างคล้ายรังผึ้ง สามารถรับแรงกระแทกได้ และสามารถฉีกใช้งานได้ตามต้องการ โดยไม่ต้องใช้วัสดุสิ้นเปลือง เช่น เทปกาว อีกทั้งยังช่วยสร้างความประทับใจให้แก่ผู้รับในการเปิดกล่องพัสดุ

Designed to cushion some types of products like personal-care items, cosmetics, glassware, and fruits, it is made of eco-friendly paper and easy-to-use. Its stretchable perforated paper, when spread, shows a honeycomb-like structure. It thus can absorb impacts. Users can tear it to get the size they want. There is no need to use other consumables such as adhesive tape. Honeycomb paper, when packed inside a box, promises to help impress recipients more.

กระดาษกราฟกับเบิ้ลกันกระแทก PAPER BUBBLE


ทำจากวัสดุกระดาษที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม ตัวกระดาษผ่านกระบวนการพิเศษ ทำให้กระดาษมีรูปทรงคล้ายกับเบิ้ล จึงสามารถรับแรงกระแทกได้ และยังลดการเกิดรอยของสินค้าระหว่างการขนส่งได้ ใช้สำหรับการห่อสินค้าและเติมช่องว่างไม่ให้สินค้าขยับ นอกจากนี้กระดาษมีความทึบแสง จึงสามารถใช้ห่อสินค้าที่มีความไวต่อแสงได้ เช่น สินค้าประเภทยา เวชภัณฑ์ อุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ เครื่องแก้ว และเครื่องครัว

Made of eco-friendly paper, this paper bubble comes out of a special production process. As it is shaped like a bubble, it efficiently absorbs impacts and reduces the risk of products sustaining scratches during transportation. It can either wrap around a product or fill space inside a parcel box for the purposes. This opaque bubble is recommended for light-sensitive products such as pharmaceutical products, electronic devices, glassware, and kitchenware.



กระดาษกันกระแทกแบบเข้ามุมสินค้า CORNERMOR

ผลิตจากวัสดุธรรมชาติที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม ใช้ทดแทนโฟม EPS มีคุณสมบัติในการปกป้องสินค้า ลดแรงกระแทกและช่วยลดความเสียหายที่จะเกิดต่อสินค้าในระหว่างการเคลื่อนย้ายขนส่ง สามารถรับแรงกดทับจากการวางเรียงซ้อนสินค้าหลาย ๆ ชั้นได้ดี กระดาษกันกระแทกแบบเข้ามุมสินค้า ออกแบบมาให้มีรูปทรงที่สามารถใช้งานได้กับขอบหรือมุมของสินค้า หรือบรรจุภัณฑ์ทั่วไปโดยสะดวก สามารถใช้งานได้กับสินค้าทุกชนิดทั่วไป หรือสินค้าประเภทเครื่องใช้ไฟฟ้า สินค้าอิเล็กทรอนิกส์ต่าง ๆ

Made of eco-friendly materials, Cornermor can replace Expandable Polystyrene (EPS). It is good at protecting products from impacts and damages during transportation. Its stacking ability is also solid because it fits well into the corners of products and packages. Cornermor is compatible with all types of products including electric appliances and electronic devices. 





GUTSY GUMMIES

กล่องกัมมี่แห่งความกล้าหาญ

IN BOX OF BRAVERY

กล่องรูปทรงครึ่งวงกลมสีพาสเทล ที่มองเห็นกัมมี่เม็ดหลากสีบรรจุอยู่ภายใน ไม่เพียงดึงดูดใจด้วยสีสันและลายภาพพิมพ์บนแพ็คเกจจิ้งที่มีลูกเล่น สะท้อนเอกลักษณ์รสชาติแบบดั้งเดิมของชาวอินเดีย แต่ยังมีกัมมี่เป็นวิธีเปิดกล่องที่สนุกสนาน ด้วยการหงายกล่องทรงครึ่งวงกลมขึ้น แล้วจึงแกะฝากล่องออกเพื่อหยิบกัมมี่ออกมารับประทาน การออกแบบโครงสร้างแพ็คเกจจิ้งนี้กระตุ้นให้ผู้บริโภคอยากหยิบจับ สัมผัส และมีปฏิสัมพันธ์โต้ตอบกับกล่องได้ง่าย ๆ และนี่คือเทคนิคการออกแบบที่ชวนให้กัมมี่สูตรพิเศษถูกหยิบเข้าปากได้ง่ายขึ้น

This semicircular box is in pastel hues, with a transparent part that reveals colorful gummy jellies inside. Its eye-catching colors and prints playfully reflect India's traditional taste and identity. Designed as a gimmick, this fun packaging requires consumers to flip it to open its lid. The gimmick tempts consumers to grab the box, touch it, and engage with it. Thanks to such clever design, there is a higher chance of consumers putting more gummies into their mouth.

Fold Happy Gut!

Gutsy Gummies เป็นกัมมี่สูตรเฉพาะที่มีส่วนผสมของสมุนไพรพื้นบ้านอินเดีย เช่น มะขามป้อม อบเชย น้ำผึ้ง ฯลฯ ผ่านการปรุงรสชาติอย่างพิถีพิถัน เพื่อเป็นของทานเล่นที่ช่วยดูแลสุขภาพลำไส้ของคุณ เนื่องจากผู้บริโภค (วัยผู้ใหญ่) ในอินเดียจำนวนมาก กำลังเผชิญกับปัญหาสุขภาพลำไส้ เนื่องจากเข้าถึงการรักษาตามวิถีธรรมชาติได้อย่างจำกัด ดังนั้น Gutsy Gummies จึงถือกำเนิดขึ้นมา เพื่อช่วยบรรเทาปัญหาสุขภาพเหล่านี้

ด้วยรสชาติดั้งเดิมจากธรรมชาติที่มาในรูปแบบของขนมที่หยิบทานง่าย เข้ากับไลฟ์สไตล์ของคนอินเดีย บรรจุลงในแพคเกจจิ้งทรงครึ่งวงกลมที่กลายเป็นกล่องแห่งสุขภาพดีและความสนุกสนานตามคอนเซ็ปต์ “Feel-Good Gummies for a Happy Gut!” ที่พิมพ์ไว้บนกล่อง แปลความได้ว่า “กัมมี่ฟิล์กูดสำหรับลำไส้ที่แข็งแรง!”

นอกจากนี้ ชื่อแบรนด์ Gutsy Gummies ยังได้รับแรงบันดาลใจจากวลีที่ว่า “When we’re disappointed, we are gutted. When we’re brave, we make GUTSY moves.” เมื่อเราผิดหวัง เราเสียใจ เมื่อเรากล้าหาญ เราก็จะลงมือทำอย่างกล้าหาญ สิ่งนี้สะท้อนถึงพลังความมุ่งมั่นของแบรนด์ที่อยากเข้ามาช่วยดูแลสุขภาพของผู้บริโภคอย่างแท้จริง


กล่อง Gutsy Gummies เป็นผลงานออกแบบสุดน่ารักของ Rishita Werulkar นักศึกษาชาวอินเดียจากสถาบัน MIT Institute of Design เธอได้หยิบเอาเสน่ห์ของแพคเกจจิ้งมาดึงดูดกลุ่มผู้บริโภคได้เป็นอย่างดี ทั้งนี้ คาแรกเตอร์ที่น่ารักและลวดลายรูปทรงที่มีลูกเล่นของกล่องกัมมี่ ยังสร้างประสบการณ์สนุกสนานและเข้าถึงได้ทั้งกลุ่มผู้บริโภควัยเด็กและวัยรุ่นด้วยเช่นกัน เรียกได้ว่า Gutsy Gummies เป็นแพคเกจจิ้งที่เข้ามาช่วยแก้ไข Pain Point กัมมี่แบบดั้งเดิม ให้กลายเป็นกัมมี่พิเศษที่ทุกคนต่างหลงใหลได้อย่างดีเยี่ยม



Gutsy Gummies contain indigenous Indian herbs such as amla, cinnamon, and honey, which are good for human guts. Many Indian consumers (adults) suffer from gut issues because they lack easy access to natural home remedies. Gutsy Gummies were developed to ease this common health problem.

Boasting traditional taste and being in the shape of easy-to-eat jellies, Gutsy Gummies match well with Indians' lifestyles. Their semicircular packaging, therefore, becomes a Box of Good Health, perpetuating the “Feel-Good Gummies for a Happy Gut!” concept that is printed on the box.

The name of the product, Gutsy Gummies, draws inspiration from a common phrase: “When we’re disappointed, we are gutted. When we’re brave, we make GUTSY moves.” Behind the product is a brand committed to taking care of consumers' health.

The cute packaging of Gutsy Gummies is designed by Ms. Rishita Werulkar, a student of MIT Institute of Design. She knows how to use an appealing package to attract consumers. Its fun shape and cute character create a joyful experience for all consumers, including children and teenagers. With this packaging, the too-familiar gummies become fascinating gummies that everyone wants to grab. 



ที่มา/Source: www.packagingoftheworld.com

ดูแลโลกนี้ให้ยั่งยืน...เราทำได้

LET'S SUSTAIN OUR PLANET WITH OUR OWN HANDS!



ESG หรือ Environmental, Social, and Governance เป็นแนวคิดสร้างโลกที่ยั่งยืน ซึ่งเน้นการดำเนินชีวิต หรือการทำธุรกิจที่คำนึงถึงความรับผิดชอบต่อคน สังคม และสิ่งแวดล้อม หากเปรียบโลกใบนี้เป็นบ้านหลังใหญ่ ESG ก็เปรียบเสมือน 3 ปัจจัยหลักที่เข้ามาช่วยทำให้บ้านหลังนี้สะอาด สวยงาม แข็งแรง คนในบ้านอยู่ร่วมกันอย่างไม่เบียดเบียน และมีความสุขร่วมกันอย่างยั่งยืน ESG จึงต้องการผู้คนหรือองค์กรนำแนวคิดไปปรับใช้กับชีวิตประจำวัน ลงมือทำจริง ปฏิบัติจริง เพื่อสร้างความเปลี่ยนแปลงเชิงบวกต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม โดยเริ่มต้นได้จากสิ่งเล็กๆ น้อยๆ ใกล้ตัว เช่น การเลือกใช้พลังงานสะอาด เลือกบรรจุภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม การเลือกซื้อผักผลไม้ปลอดสารพิษ สนับสนุนโครงการเพื่อสังคม เป็นต้น เพื่อแสดงให้เห็นถึงการลงมือทำที่เป็นรูปธรรม สร้างความน่าเชื่อถือ มีการพัฒนาต่อยอดที่ยั่งยืน และส่งต่อแรงบันดาลใจแก่ผู้อื่นได้ ทั้งหมดนี้คือหัวใจสำคัญของ ESG

ESG or Environmental, Social, and Governance is a principle for a sustainable world, as it encourages socially and environmentally responsible lifestyles and business operations. If our planet is compared to our home, ESG are pillars that will not only keep our home clean, beautiful, and strong but also enable all occupants to live happily together on a sustainable basis. ESG should apply to daily activities. Both individuals and organizations are expected to act on ESG principle so as to create positive social and environmental impacts. They can start with small steps like opting for clean energy, eco-friendly packaging, and organic fruits/vegetables, or supporting CSR initiatives. Even small actions can demonstrate tangible results, which will prove ESG benefits, pave the way for further sustainability, and inspire others. The aforementioned truly defines the essence of ESG.

ESG เริ่มต้นได้ในทุก ๆ วันของเรา

หากพูดถึง ESG เรามักมองแนวคิดนี้เป็นภาพที่ยิ่งใหญ่ ทำให้ ESG กลายเป็นเรื่องไกลตัว ลงมือทำให้เห็นผลลัพธ์ได้ยาก หรือเป็นแค่แนวคิดที่ไม่มีวันประสบความสำเร็จ แต่จริง ๆ แล้ว ESG ควรเริ่มต้นจากการสร้างความตระหนักรู้จากตัวเราก่อน จึงค่อยขยายผลไปสู่องค์กรขนาดใหญ่ และเราทุกคนสามารถลงมือทำได้ทันที ทั้งในมิติของสิ่งแวดล้อม สังคม หรือการกำกับดูแลกิจการที่ดี

KICKSTARTING ESG PRACTICES IS POSSIBLE EVERY DAY

People are prone to have a grand picture of ESG, which more often than not makes them think ESG is irrelevant to their lives. They just feel ESG's ambitious goals are beyond their reach. But ESG practices can in fact start from all of us before their expansion to large organizations. Each of us can act on ESG concept anytime.



ด้านสังคม

เลือกบริจาคสิ่งของเหลือใช้แก่ผู้คนที่ต้องการและมูลนิธิเพื่อสังคมต่าง ๆ รับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อมที่เกิดจากธุรกิจเฉพาะพันธุ์สัตว์เลี้ยง รวมถึงการสนับสนุนผลิตภัณฑ์และบริการที่เป็นมิตรต่อสังคม แบ่งปันผลกำไรเพื่อขับเคลื่อนสังคมให้ดีขึ้น

นอกจากนี้ ESG ด้านสังคมยังเกิดขึ้นได้จากความใส่ใจเรื่องความปลอดภัยในชีวิตประจำวันของเราเองด้วย เช่น ใส่หมวกและคาดเข็มขัดนิรภัย ขับขี่รถยนต์ตามกฎหมาย เป็นต้น รวมถึงการที่เราให้ความสำคัญกับแนวคิดเรื่องสิทธิมนุษยชนและสนับสนุนความเท่าเทียม ความหลากหลาย เพื่อให้ทุกคนในสังคมได้รับโอกาสในการมีชีวิตที่ดี ไปจนถึงการรู้จักกลั่นกรองข่าวสารบนโซเชียลมีเดีย ไม่ส่งต่อข้อมูลเท็จให้ถูกเผยแพร่ออกไป และใช้โซเชียลมีเดียของตัวเองเป็นกระบอกเสียงในการร่วมส่งเสริมสังคมที่ดีด้วย

SOCIAL

Let's donate what we no longer need to others or charity organizations. Consider adopting stray cats instead of buying kittens from breeding businesses. We should also support products/services that are good to society or businesses that will use parts of their profit for social development.

In the social dimension, ESG is also about paying attention to safety in our daily life. Wear a helmet or safety belt when having a ride. While driving, comply with traffic laws, etc. Moreover, ESG focus requires us to honor human rights, equality, and diversity so as to ensure everyone has access to a good quality of life. When using social media, screen content well to avoid spreading false information. Aside, we should use our social media accounts as mouthpieces for a better society.

ด้านสิ่งแวดล้อม

เลือกใช้อุปกรณ์ไฟฟ้าที่ประหยัดพลังงาน ใช้สกินแคร์ออร์แกนิก ใช้บรรจุภัณฑ์ที่ย่อยสลายได้และลดการใช้พลาสติกที่ไม่จำเป็น เลือกบริโภคอาหารปลอดสารเคมี และใส่ใจปิดน้ำปิดไฟทุกครั้งที่ไม่ใช้งาน ตลอดจนดูแลจัดการคัดแยกขยะที่สามารถนำไปรีไซเคิลได้ และมีส่วนร่วมสนับสนุนการสร้างพื้นที่สีเขียว เช่น การปลูกต้นไม้ในพื้นที่อยู่อาศัย ดูแลความสะอาดในพื้นที่สวนสาธารณะ หันมาเดิน ปั่นจักรยาน หรือใช้บริการรถไฟฟ้าสาธารณะ เพื่อช่วยลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกจากการใช้รถยนต์ตามโอกาส เป็นต้น

ENVIRONMENTAL

Let's choose energy-saving electrical appliances, organic skincare products, or biodegradable packaging when possible. Also, cut down on plastic consumption and go for organic food. Aside, always make sure that no light is unnecessarily turned on and no faucet is unnecessarily running. We should also segregate our waste in support of recycling. Let's contribute to the expansion of green areas too, for example, by growing trees at home and cleaning up public parks. We should also occasionally travel around on foot, bicycles, or public transport in support of greenhouse gas emission reduction.



ด้านการกำกับดูแลกิจการที่ดี

เรียนรู้ที่จะรักษาสวัสดิภาพส่วนบุคคลควบคู่ไปกับการเคารพในสิทธิของผู้อื่น มีความเห็นอกเห็นใจ และรู้จักเอาใจเขามาใส่ใจเรา เพื่อการปรับเปลี่ยนเรียนรู้ที่จะอยู่ร่วมกันอย่างสันติ นอกจากนี้ยังรวมถึงทำงานหรือปฏิบัติตามหน้าที่ด้วยความสุจริต มีจริยธรรม ใส่ใจกับการรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมมากขึ้น หรือสนับสนุนองค์กรธุรกิจที่มีความรับผิดชอบต่อสังคม ก็นับว่าเป็นการดำเนินชีวิตตามแนวคิด ESG ด้วยเช่นกัน

GOVERNANCE

Learn to protect our rights and respect others. Foster both sympathy and empathy, which are key to peaceful coexistence. Furthermore, we should carry out our duties honestly and ethically. Also, we should show greater social and environmental responsibility. Supporting socially responsible enterprises is also a way to comply with ESG.



ปัจจุบัน ESG เป็นหนึ่งในความคาดหวังที่สังคมอยากเห็นจากองค์กรธุรกิจ ทำให้ธุรกิจยุคใหม่ใส่ใจเรื่อง ESG อย่างเป็นรูปธรรมมากขึ้น ตอบโจทย์เทรนด์โลก ไม่ว่าจะเป็นการให้ความสำคัญกับการหันมาใช้พลังงานสะอาด พลังงานหมุนเวียน การพัฒนานวัตกรรมบรรจุภัณฑ์ที่รักโลก และการควบคุมการปล่อยก๊าซเรือนกระจก (Net Zero) ของหลาย ๆ องค์กร ทั้งหมดนี้ล้วนเริ่มต้นมาจากการที่ผู้คนและองค์กรตระหนักถึงผลกระทบต่อโลก

ดังนั้น ESG in Action จึงไม่ใช่จุดหมายปลายทางหรือความสำเร็จด้านความยั่งยืน แต่เป็นสิ่งที่ผู้คนในสังคมและองค์กรธุรกิจต้องร่วมกันปรับปรุงพัฒนาอย่างต่อเนื่อง เพื่อสร้างความยั่งยืนให้เกิดขึ้นกับโลกในทุก ๆ วัน ส่งต่อสังคมที่ดีจากรุ่นสู่รุ่น

In response to public expectations of ESG practices, enterprises have today implemented ESG in a more tangible manner. In line with a global trend, several of them have already embraced clean/renewable energy, developed eco-friendly packaging, and pursued net zero emissions. They have jumped on this bandwagon because not just they but also the public become increasingly aware of their actions' environmental impacts.

ESG in Action by no means represents the success of sustainability. But it is something the public and the business sector should improve continuously so as to sustain this world and prepare a good society that they can pass on from generation to generation. **P**

ขับเคลื่อน DUY TAN ผลักดัน ESG อย่างยั่งยืน

DRIVING DUY TAN WITH ESG



ความสำเร็จทางธุรกิจ หลายคนอาจจะคิดถึงผลกำไรที่เป็นตัวเงิน แต่ในปัจจุบัน การบริหารองค์กรเพื่อสร้างความยั่งยืนโดยยึดหลัก ESG ที่ให้ความสำคัญกับความรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อม (Environmental) สังคม (Social) และ ธรรมาภิบาล (Governance) เป็นกระแสที่ธุรกิจและอุตสาหกรรมยุคใหม่นำมาใช้ เพื่อสร้างความยั่งยืนและเพิ่มมูลค่าให้แก่องค์กร

P-DNA ฉบับนี้ เรามีโอกาสได้คุยกับพี่ไอ้ - จามรวุฒิ ตำนานจิตร General Director - Duy Tan Plastics ที่จะมาบอกเล่าแนวทางการบริหารงานที่ไม่เพียงนำหลักการ ESG มาใช้ขับเคลื่อนธุรกิจเพื่อสร้างความอย่างยั่งยืนให้องค์กร แต่ยังชวนพนักงานทุกระดับตระหนักเรื่อง ESG เพื่อให้มีแนวทางปฏิบัติและพร้อมลงมือทำไปด้วยกัน

While many people think profitability determines a business's success, an emerging trend on business scenes puts a focus on ESG (Environmental, Social, and Governance). The ESG principles, after all, promise not just sustainability but also value-adding.

In this volume, P-DNA sat down with Mr. Chamornwut Tamnanjit, General Director of Duy Tan Plastics, to learn about how he had applied ESG for his organizational sustainability and nudged staff at all levels to embrace the principles.

จุดเริ่มต้นการเรียนรู้ที่หลากหลาย

พีไอเริ่มต้นชีวิตการทำงานที่ SCG เป็นที่แรก หลังศึกษาจบระดับปริญญาตรี สาขาวิศวกรรมเครื่องกล ได้รับทุนจาก SCG ไปศึกษาต่อที่สหรัฐอเมริกา เมื่อเดินทางกลับมาประเทศไทย ได้ไปประจำที่บริษัทสยามคูโบต้าคอร์ปอเรชั่น จำกัด

“15 ปีที่อยู่ที่สยามคูโบต้า ผมได้เรียนรู้งานหลายด้าน จากงานด้านวิศวกรรมการประกันคุณภาพสินค้า งานด้านการผลิต ไปจนถึงด้านการขายและการตลาด โดยตำแหน่งสุดท้ายตอนอยู่ที่คูโบต้าคือ ผู้จัดการฝ่ายการตลาด จากนั้นผมย้ายกลับมาทำงานที่ SCG Paper (ในตอนนั้นกำลังเปลี่ยนเป็น SCG Packaging) ไปประจำอยู่ที่บริษัทกลุ่มสยามบรจักษ์ จำกัด โรงงานปทุมธานี ก่อนจะย้ายไปฝ่าย Packaging Solutions ซึ่งตอนนั้นเริ่มมีการขยายธุรกิจไปทาง Polymer Packaging ผมได้รับมอบหมายให้ไปทำงานที่ Duy Tan Plastics Manufacturing Corporation (Duy Tan) ซึ่งเป็นกิจการร่วมค้า ดำเนินธุรกิจด้านบรรจุภัณฑ์พลาสติกแบบคงรูปในประเทศเวียดนาม ธุรกิจของ Duy Tan จะมี 2 ธุรกิจหลักคือ บรรจุภัณฑ์พลาสติก ที่เป็น Rigid Packaging อีกธุรกิจหนึ่งคือ ผลิตภัณฑ์ Houseware เป็นสินค้าขายปลีก การไปทำงานที่ Duy Tan ทำให้ผมรู้จักกับวัตถุดิบที่แตกต่างกัน ได้เรียนรู้การทำงานที่หลากหลาย ซึ่งเป็นเรื่องท้าทายมากในช่วงนั้น”

ขับเคลื่อน Duy Tan ผลักดัน ESG

“ในการขับเคลื่อนธุรกิจ ESG เป็นประเด็นที่เวียดนามให้ความสำคัญมาก เพราะเวียดนามวางตัวเองเป็นฐานการผลิตสินค้าและเน้นการส่งออก ซึ่งประเทศปลายทางส่งออกอย่างภูมิภาคอเมริกาและยุโรป ให้ความสำคัญกับเรื่อง ESG อย่างมาก ทางเวียดนามจึงออกกฎหมายและระเบียบข้อบังคับเพื่อป้องกันปัญหาด้านสิ่งแวดล้อมที่อาจเกิดขึ้น ถือเป็นมาตรการเชิงรุกที่อำนวยความสะดวกให้นักลงทุนที่เข้ามาลงทุนในเวียดนาม

“ESG เป็นหนึ่งในนโยบายของ SCGP ซึ่งผมวางแผนปฏิบัติในเรื่องนี้ไว้ชัดเจน โดยแบ่งเป็น 4 ส่วน คือ 1. Product Offering ผลิตภัณฑ์ของเราต้องเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม พยายามลดการใช้วัตถุดิบให้น้อยลง (Reduce) โดยการปรับดีไซน์หรือนำเทคโนโลยีมาช่วย ที่สำคัญคุณภาพต้องไม่ลดลง และเมื่อใช้เสร็จแล้วนำกลับมาหมุนเวียนใช้ใหม่ได้ (Recyclable) ซึ่งขณะนี้ Duy Tan ทำอยู่ประมาณ 99 เปอร์เซ็นต์ เป้าหมายในระยะยาวเราจะทำให้เป็น 100 เปอร์เซ็นต์ รวมถึงการนำวัตถุดิบกลับมาหมุนเวียนใช้ใหม่ (Recycled Content) โดยใช้เม็ดพลาสติกที่ผ่านการหมุนเวียนแทนการใช้เม็ดพลาสติกใหม่ (Virgin Plastic) ในผลิตภัณฑ์

“2. Operation Efficiency 5 ปีต่อจากนี้ เราจะเน้นการใช้พลังงานให้น้อยลง ปรับปรุงคุณภาพเครื่องจักรให้ผลิตของเสียลดลง เมื่อของเสียน้อยลง การใช้พลังงานการผลิตและปริมาณคาร์บอนที่ปล่อยออกมาก็ลดลง 3. Marketing เรามีโครงการที่พร้อมทำความร่วมมือกับลูกค้ากลุ่ม B2B เพื่อพัฒนาบรรจุภัณฑ์รักษ์โลก และ 4. Circular Economy เนื่องจาก Duy Tan มีสินค้าไฮสเปิร์วที่จำหน่ายปลีก เราจึงทำแคมเปญนำเก่ามาแลกใหม่ และนำสินค้าเก่ามาบดเพื่อรีไซเคิลเป็นเม็ดพลาสติกหมุนเวียนกลับไปผลิตเป็นสินค้าอีกครั้ง”

วาง Plan ทุกระดับ จัด KPI ทุกระดับ

“ในการผลักดันให้หลักการ ESG ประสบความสำเร็จ ผมกำหนดให้เป็นนโยบายซึ่งต้องครอบคลุมทั้งด้านการค้า การผลิต และการพัฒนาทรัพยากรบุคคล โดยกำหนดไว้ทั้งในแผนระยะกลาง - ยาว รวมถึงแผนประจำปี และมี KPI เป็นตัวชี้วัด สำหรับผู้บริหารและฝ่ายต่าง ๆ ซึ่งแต่ละฝ่ายจะแตกต่างกันไปตามลักษณะเฉพาะของงานที่รับผิดชอบอยู่ เพื่อช่วยขับเคลื่อนองค์กรให้ไปในทิศทางเดียวกัน



“ 5 ปีต่อจากนี้ เราจะเน้นการใช้พลังงานให้น้อยลง ปรับปรุงคุณภาพเครื่องจักรให้ผลิตของเสียลดลง เมื่อของเสียน้อยลง การใช้พลังงานในการผลิต และปริมาณคาร์บอนที่ปล่อยออกมาก็ลดลง ”

“ความท้าทายคือ การสร้างความรู้และความเข้าใจให้แก่ผู้บริหารและพนักงานทุกคน นอกจากนี้เรายังต้องทำงานร่วมกับ Stakeholder ซึ่งต้องวางแผนปฏิบัติร่วมกันให้ชัดเจน และรับรู้ถึงต้นทุนหรือกระบวนการที่ต้องเพิ่มขึ้นสำหรับการสร้างผลิตภัณฑ์รักษ์โลก เป็นเรื่องที่ต้องสร้างความเข้าใจร่วมกัน”

สกวธรรมชาติน้อยลง คุณภาพชีวิตดีขึ้น

“การพัฒนาองค์กรโดยยึดหลัก ESG ทำให้คนรุ่นใหม่ซึ่งให้ความสนใจเรื่องสิ่งแวดล้อมและความยั่งยืน อยากเข้ามาทำงานร่วมกับเรา ขณะเดียวกันพนักงานที่เข้ามาทำงานก็เกิดความรู้สึกภาคภูมิใจที่ได้ทำงานในองค์กรที่ไม่ได้มุ่งหวังเพียงแค่ผลกำไร ส่วนลูกค้าที่เป็นองค์กรเราก็มีส่วนร่วมในการสร้างภาพลักษณ์แบรนด์ร่วมกัน หรือหากเป็นผู้บริโภคก็เกิดความรู้สึกว่าได้มีส่วนรับผิดชอบต่อสังคมที่สำคัญแนวทางดังกล่าวทำให้เราบรรลุธรรมชาติที่น้อยลง สิ่งแวดล้อมดีขึ้น คุณภาพชีวิตที่ดีขึ้น สังคมก็จะดีขึ้นตามมา”

เรียนรู้เชิงรุก เปิดใจรับการเปลี่ยนแปลง

“สำหรับแนวคิดในการทำงาน พีไอยึดหลักพยายามทำงานให้เต็มที่เพื่อไม่ต้องกลับมาเสียตายในภายหลัง โดยต้องเชื่อมั่นในการทำงานเป็นทีม และถามตนเองเสมอว่า ในแต่ละงานที่ได้รับมอบหมาย “เราทำอะไรได้บ้าง และลงมือทำแล้วหรือยัง”

“SCGP มีการขยายธุรกิจอย่างต่อเนื่อง สิ่งทีหนึ่ง ๆ ต้องมี คือ 1. องค์กรความรู้ ต้องเรียนรู้เพื่อพัฒนาความรู้ตลอดเวลา เพราะธุรกิจเราไม่ได้อยู่แค่เรื่องกระดาษหรือกล่องอีกต่อไป 2. การเรียนรู้เชิงรุก เพื่อรับมือกับความเปลี่ยนแปลงหรือเทรนด์ธุรกิจ 3. ทำงานให้มีประสิทธิภาพทุกขั้นตอน โดยสนับสนุนส่งเสริมการทำงานให้แก่ทุกฝ่ายไม่เฉพาะในส่วนงานของตนเองเท่านั้น และ 4. เปิดรับการเปลี่ยนแปลง เพื่อรับการขยายธุรกิจที่หลากหลายมากขึ้น”

BEGINNING OF DIVERSE BACKGROUND

With a bachelor's degree in engineering, Mr. Chamornwut started his career at SCG. The company later granted him a scholarship to further his education in the United States, after which he returned to SCG and was assigned to Siam Kubota Corporation.

"I had worked at Siam Kubota for 15 years, during which I learned about various fields of work from engineering, to quality assurance, to manufacturing, and to sales and marketing. My last post at Siam Kubota was as a marketing manager. After my stint there, I was assigned to SCG Paper (during its transformation into SCG Packaging). Under SCG Paper, my first posting was at the Pathum Thani Plant of Thai Containers Group. I then moved on to the Packaging Solutions Department, which started expanding its business to Polymer Packaging. So, I finally landed a post at Duy Tan Plastics Manufacturing Corporation (Duy Tan), its joint venture in Vietnam. Duy Tan has two core businesses: one about Rigid Packaging, and the other about houseware retailing. Working at Duy Tan has allowed me to familiarize myself with various types of raw materials. My posting to Duy Tan was a big challenge in the beginning. But thanks to this challenge, my learning and work experience have expanded."

DRIVING DUY TAN WITH ESG

"In Vietnam, it is hugely important to drive a business with ESG. The country, after all, has positioned itself as a manufacturing and export hub. Recognizing that its export destinations like America and Europe have accorded much importance to ESG, the Vietnamese government has passed laws to require businesses to address environmental concerns. Its proactive approach has given convenience to investors in Vietnam.

"As SCGP also has ESG policy, I have laid down clear ESG guidelines. They cover four aspects: 1) Product Offering, which means our products must be eco-friendly and reduce resource usage without compromising quality. We do so either via an upgraded design or new technology. Our products must also be recyclable. Now, they are 99 percent recyclable. But we will make sure they become completely recyclable in the future. Our manufacturing operations, moreover, have now used recycled content in place of virgin plastic;

"2) Operation Efficiency, which means we are pursuing the goal of lowering energy consumption and reducing waste through machinery upgrades over the next five years. With this goal, our manufacturing will consume less energy and emit less carbon; 3) Marketing, which includes our initiative to collaborate with B2B customers in the production of green packaging; and 4) Circular Economy, which materializes in the form of our trade-in program. Duy Tan has produced housewares. For these products, our customers may hand over their old items to trade up. Their old stuff will then be crushed and recycled into plastic pellets, which can be used as raw materials."

PLAN FOR EVERY STEP, KPI IDENTIFIED FOR EVERY LEVEL

"The successful implementation of ESG requires a comprehensive policy encompassing trading, manufacturing, and human resources. Based on this policy, Duy Tan has a medium-term plan, a long-term plan, and annual plans with clear key performance indicators (KPIs) in place for executives and different departments to follow. While different units have different missions to do under the scope of their work, they are moving in the same direction.

"The challenge surrounds educating and communicating with all executives and employees so that they have the right knowledge and understanding. Aside, we need to work with stakeholders so as to mutually prepare clear guidelines. We have made sure our stakeholders understand there are additional costs and procedures for the production of eco-friendly products."


" We are pursuing the goal of lowering energy consumption and reducing waste through machinery upgrades over the next five years. "

FEWER ENVIRONMENTAL IMPACTS, BETTER QUALITY OF LIFE

"Our ESG-based organizational development has appealed to the new generation. Many young people with environmental responsibility and a sense of sustainability are interested in working for us. Our employees feel proud because Duy Tan is not solely focused on profit-making. For our corporate clients, we have conducted joint campaigns to promote a good corporate image based on ESG. End-consumers, meanwhile, know they are socially responsible when choosing our products. Our approach is friendlier to the environment. With fewer environmental impacts, quality of life gets better and so does our society."

PROACTIVE LEARNING & BEING OPEN TO CHANGE

Asked about his work philosophy, Mr. Chamornwut said he always did his best so that he would have no regrets later. This executive, though believing much in teamwork, has regularly asked himself, "What can I do here? If yes, have I done it yet?"

"SCGP has expanded its businesses continuously. So, my advice to younger staff is that they should embrace the followings: 1) Knowledge: It is necessary to keep learning because the company's businesses will not be restricted to paper or boxes; 2) Proactive Learning, which will enable them to keep pace with changes or new business trends; 3) Work Efficiency in every aspect, which means they support collaborations and avoid focusing just on their job responsibilities; and 4) Open to Change mindset, which is needed at the time the company is diversifying its businesses." 

PACKAGING SPEAK OUT



ปั้นแบรนด์ให้ปัง แพคเกจจิ้งต้องจึ้ง

IT TAKES WOW PACKAGING TO DRIVE BRANDING

โครงการ SCGP Packaging Speak Out 2024 เวทีที่เปิดให้คนรุ่นใหม่มาส่งเสียง เปลี่ยนโลก ด้วยแพคเกจจิ้ง กลบมาอีกครั้ง ภายใต้แนวคิด “Packaging for a Brighter Tomorrow” จัดต่อเนื่องเป็นปีที่ 9 ในปีนี้ SCGP ร่วมกับสมาคมการจัดการธุรกิจแห่งประเทศไทย (TMA), Chulalongkorn Business School และมูลนิธิยุทธศาสตร์ ณ นคร ชวนน้อง ๆ นักศึกษา Gen Z มาร่วมส่งผลงานการออกแบบบรรจุภัณฑ์เพื่อสังคมและสิ่งแวดล้อมที่ยั่งยืน ในโจทย์ Reduce-Reuse-Recycle

หนึ่งในกิจกรรมของโครงการก่อนที่จะประกาศผลผู้ชนะการประกวด SCGP ได้ชวนน้อง ๆ นักศึกษามาเติมไอเดีย เปิดมุมมองใหม่ในงานสัมมนา “ปั้นแบรนด์ให้ปัง แพคเกจจิ้งต้องจึ้ง” เรียนรู้เคล็ดลับการสร้างแบรนด์และออกแบบบรรจุภัณฑ์ จากบรรดากูรูด้านบริหารธุรกิจและการสร้างแบรนด์ระดับประเทศที่ได้ให้เกียรติมาร่วมแชร์เรื่องราวดี ๆ ซึ่งน้อง ๆ สามารถนำข้อมูล ความรู้ที่ได้จากการฟังเสวนาไปปรับใช้ในงานออกแบบแพคเกจจิ้งของตนเองได้ด้วย

SCGP Packaging Speak Out 2024 is offering a forum for the new generation to make their voice heard through world-changing packaging. Held for nine consecutive years now, the annual contest has returned this year with “Packaging for a Brighter Tomorrow” as its theme. SCGP has organized this meaningful contest through its collaboration with the Thailand Management Association (TMA), the Chulalongkorn Business School, and the Yuthasar Foundation to encourage Gen-Z university students to design packages for sustainable society and environment based on Reduce-Reuse-Recycle concept.

As part of the contest, participants attended a seminar on “It Takes Wow Packaging to Drive Branding” where they learned about branding and packaging-design tips directly from business-administration gurus as well as branding experts. The nationally recognized speakers shared their insights so that young contestants could apply them for their packaging entries.

ประสบการณ์สุดจึ้ง จากกูรูแพคเกจจิ้ง

แชร์เรื่องราวดี ๆ ที่กระตุ้นต่อมสร้างสรรค์ในหัวข้อ “การสร้างแบรนด์ให้โลกจำผ่านบรรจุภัณฑ์” โดย คุณปิยนุช บั้นเปี่ยมรัษฎ์ Co-Founder & Head of Strategies, HEAD100 Co., Ltd. ที่หยิบยกบรรจุภัณฑ์สุดว้าวจากแบรนด์ระดับโลกมาเปิดมุมมองให้แก่ห้อง ๆ โดยเปรียบเทียบบรรจุภัณฑ์ว่า ไม่ต่างกับ “รักแรกพบ” ที่ต้องทำหน้าที่สื่อสารกับผู้บริโภคก่อนจะพบกับสิ่งที่บรรจุอยู่ข้างใน ดังนั้นการบรรจุภัณฑ์จึงต้องสร้างประสบการณ์ให้ผู้บริโภคสร้างเอกลักษณ์ สร้างจุดขาย สร้างประโยชน์ให้โลกและผู้บริโภค และสิ่งสำคัญที่สุดคือ บรรจุภัณฑ์ต้องช่วยสร้างรายได้ เพราะผู้บริโภคร้อยละ 70 ตัดสินใจซื้อสินค้าจากบรรจุภัณฑ์ บรรจุภัณฑ์จึงจำเป็นต้องดึงดูดสายตา การเลือกใช้สี ภาพ รูปทรง และสัมผัส ถือเป็นเรื่องที่น่าออกแบบต้องคิดวิเคราะห์ เพื่อสื่อสารกับผู้บริโภคให้ตรงกลุ่มเป้าหมาย

เทรนด์เปลี่ยน พฤติกรรมเปลี่ยน

คุณวรรณภา สวัสดิกุล CEO, SilverActiv Co., Ltd. อัปเดต 3 เทรนด์ที่เป็นกระแสโลกและส่งผลกระทบต่อบรรจุภัณฑ์ในปัจจุบัน ผ่านหัวข้อ “จับใจลูกค้าผ่านบรรจุภัณฑ์ที่ใส่ใจ” ได้แก่ เทคโนโลยี ความยั่งยืน และผู้สูงอายุ ส่งผลให้พฤติกรรมผู้บริโภคเปลี่ยน เสพติดการสื่อสาร และคาดหวังการสื่อสารจากแบรนด์ ต้องการการมีประสบการณ์ร่วม ขณะเดียวกันความอดทนในการรอคอยก็ลดน้อยลง บรรจุภัณฑ์จึงต้องสื่อถึงความเป็นตัวตนหรือ Personalization กับผู้บริโภคได้ เพื่อสร้างแรงจูงใจและการมีประสบการณ์ร่วมกับแบรนด์ โดยใช้เทคโนโลยีมาผสมผสาน



รักโลกต้องทำถึง ไม่สะอูดข้อจำกัด

คุณกฤตวิทย์ เลหาธนาพร Executive Director, M. Water Co., Ltd. ผู้ผลิตน้ำดื่มแบรนด์สปริงเคิล ได้ถ่ายทอดถึงกระบวนการคิดและสร้างสรรค์ขวดน้ำดื่มสปริงเคิลให้เป็นเหมือนแคนวาสที่สามารถระบายไอเดียลงไปได้ พลิกโฉมขวดน้ำดื่มให้แตกต่างไปจากเดิม เช่น การ Redesign to Reduce ของบรรจุภัณฑ์สปริงเคิลปัจจุบันในรูปขวดคล้ายผลึกน้ำแข็ง โดยได้แรงบันดาลใจมาจากน้ำแข็งขั้วโลกที่กำลังละลายเพราะภาวะโลกร้อน เป็นบรรจุภัณฑ์ที่สามารถ Recycle ได้ร้อยเปอร์เซ็นต์ ลดจำนวนพลาสติกและง่ายต่อการเข้าสู่กระบวนการ Recycle

“การออกแบบบรรจุภัณฑ์รักโลกมี 2 เรื่องที่ต้องตระหนักคือ 1. ต้องรักโลกจริง ๆ ไม่ใช่ทำเพื่อหวังผลในเชิงการตลาด หรือใช้ในการประชาสัมพันธ์ และ 2. ต้องไม่ประนีประนอมต่อข้อจำกัดต่าง ๆ

“ในการพัฒนาขวดน้ำดื่มของสปริงเคิลผ่านกระบวนการคิด การศึกษา ค้นหาวีธีการ และทดลองซ้ำแล้วซ้ำเล่า เพื่อให้ได้บรรจุภัณฑ์ที่ใส่ข้อมูลได้ครบตามข้อกำหนดของคณะกรรมการอาหารและยา หมึกที่พิมพ์ลงบนขวดต้องไม่เป็น



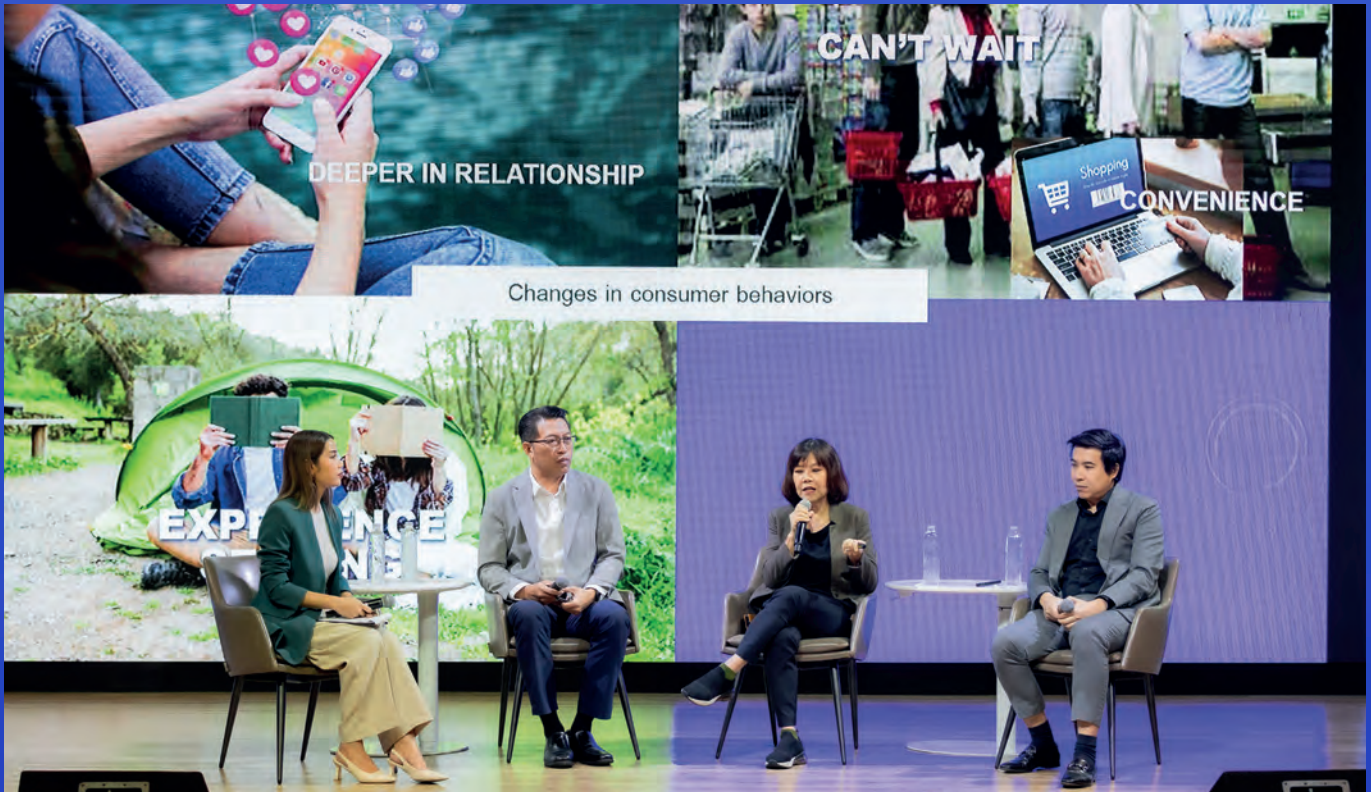
ปัญหากับการ Recycle และเอื้อต่อระบบการผลิตในเชิงอุตสาหกรรม ผมทำงานร่วมกับ Conimex ใน SCGP มาโดยตลอด และได้รับการสนับสนุนอย่างดีตั้งแต่เริ่มต้นจนกระทั่งออกมาเป็นบรรจุภัณฑ์ที่เหมือนกับต้นแบบที่ดีไซน์ไว้ร้อยเปอร์เซ็นต์ ซึ่งดีไซเนอร์ที่ดี ต้องบอกเล่าเรื่องราวและตัวตนของแบรนด์ เข้าถึงใจของผู้บริโภคให้ได้ ถ้าทำได้จะกลายเป็นสินทรัพย์และสร้างความยั่งยืนให้กับแบรนด์”

บรรจุภัณฑ์ยั่งยืนส่งสารถึงลูกค้าได้

คุณสุเมธ บุญธนพันธ์ Manager – Inspired Studio and Packaging Solutions, SCGP ร่วมแบ่งปันมุมมองในฐานะที่เป็นผู้ผลิตบรรจุภัณฑ์ว่า ในมุมมองผู้ผลิตบรรจุภัณฑ์ทั่วโลก เทรนด์ปัจจุบันมี 4 เรื่อง ได้แก่ 1. Green หรือ Sustainability ซึ่งดีกรีการให้ความสำคัญในเรื่องนี้เข้มข้นขึ้นอย่างต่อเนื่อง 2. Design ทั้งความสวยงามและการเข้าถึงกลุ่มลูกค้าที่เป็นกลุ่มเฉพาะมากขึ้น เช่น กลุ่มผู้สูงอายุ เป็นต้น 3. Innovation การพัฒนา ทั้งประสิทธิภาพหรือการคิดค้นวัสดุที่มีความยั่งยืน เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม และ 4. Digital พัฒนา Smart Packaging จากอดีตที่บรรจุภัณฑ์เป็นตัวสร้างปฏิสัมพันธ์ระหว่างแบรนด์กับลูกค้า แต่ปัจจุบันเป็นเรื่องของ Data Marketing หนึ่งในเครื่องมือที่นำมาใช้เพื่อให้เข้าถึงกลุ่มลูกค้ามากขึ้น

“สำหรับ Sustainable Packaging คำจำกัดความง่าย ๆ คือ แนวคิด 3R: Reduce-Reuse-Recycle ซึ่งปัจจุบันลูกค้าหลายแบรนด์ต้องการ Sustainable Packaging อย่างชัดเจน ในหลายประเทศออกกฎหมายและระเบียบข้อบังคับ คำนึงถึงสิ่งแวดล้อมและภาวะโลกร้อน การจะทำธุรกิจในด้านนี้ต้องเป็นไปตามข้อกำหนดของแต่ละประเทศระบุไว้ ซึ่ง SCGP ทำงานร่วมกับลูกค้าในการสร้างบรรจุภัณฑ์ตั้งแต่เริ่มต้นจนกระทั่งจบการสุดท้าย ความท้าทายคือต้องสร้างสมดุลในการเลือกสรรวัสดุที่มาใช้ทำบรรจุภัณฑ์ให้ตรงใจผู้บริโภค และสามารถสื่อสารความยั่งยืนไปสู่ลูกค้าได้ ทำให้ผู้บริโภคหรือผู้ใช้งานจดจำแบรนด์ได้ ว่ามีความจริงใจต่อสิ่งแวดล้อม และเป็นผู้ที่มีความรับผิดชอบต่อโลกของเรา ซึ่ง SCGP Packaging Speak Out 2024 แนวคิดเรื่องความยั่งยืน ก็ถูกบรรจุไว้ในการประกวดด้วย”





Changes in consumer behaviors

COOL EXPERIENCE FROM PACKAGING GURU

Addressing the topic of “Achieving Brand Recognition through Packaging” was Ms. Piyanut Panpiemras, Co-Founder & Head of Strategies, HEAD100 Company Limited. During her address, she highlighted world-class brands’ wow packages and compared such packaging to “love at first sight.” From her perspective, packaging creates the first impression and communicates with consumers even before they know what is inside. Good packaging therefore must provide a good experience, support a brand identity, create a selling point, and deliver benefits to both consumers and the planet. Last but not least, packaging must generate income. Up to 70 percent of consumers, after all, have made a purchase decision based on packaging. This speaker emphasized that packaging should be eye-catching. Designers must conduct careful analyses and come up with the best design, in terms of color, images, shapes, and texture, to best communicate with target groups.

TRENDS CHANGE CONSUMER BEHAVIORS

Ms. Wanna Swuddigul, CEO of SilverActif Company Limited, said three big trends had now affected the packaging world during her lecture on “Touch Customers’ Hearts with Green Packaging.” According to her, these trends surround technology, sustainability, and the elderly. In the face of these growing trends, consumer behaviors have changed. Consumers crave more communications and expect shared experiences from brands. Their patience also reduces. In such a situation, she recommended packaging to have a personalization touch. If integrating technology, packaging can definitely motivate consumers and engage them in brand experiences.

LOVE PLANET ENOUGH TO OVERCOME ALL OBSTACLES

Mr. Krittawit Laohathanaporn, Executive Director of M. Water Company Limited which manufactures Sprinkle drinking water, revealed the creative process and ideas behind his brand’s inspiring water bottle. This design aims to make the packaging look like a canvas on which people can paint down their ideas while also achieving differentiation. Redesign to Reduce is a key concept behind the current packaging of Sprinkle drinking water. Shaped like an ice crystal, it draws inspiration from melting icebergs in the global warming that hit the North Pole. The new bottle is 100 percent recyclable. Not only that this packaging reduce the use of plastics, but it is also easy to recycle.

“Two main points in green-package designs are 1. Real love for the planet or in other words we should not resort to green packaging just for the sake of marketing or PR; and 2. Not compromising our environmental care despite all the limitations,” this executive said,

“Our bottle is a result of thinking, studying, exploring, and conducting so many trials. We have repeated the process until our packaging can provide all the information required by the Food and Drug Administration. The ink used does not hinder the bottle’s recyclability either. At the same time, it can be produced in real industrial operations. I have worked with SCGP’s Conimex from the start of the process and received great support all along. The current Sprinkle bottle is exactly like our prototype. It’s the design that effectively tells our story, resonates with our brand identity, and reflects our understanding of consumers. When we can develop such packaging, we get a good asset and something that contributes to our brand’s sustainability.”

SUSTAINABLE PACKAGING IS CLEAR MESSAGE

Mr. Sumeth Boonyathanapan, Manager – Inspired Studio and Packaging Solutions at SCGP, said as a packaging manufacturer that four big trends to watch were 1. Green or Sustainability, which has now received growing attention from the whole world; 2. Design, which must cover aesthetic aspect as well as niche markets such as the elderly segment; 3. Innovation, which is about development, better performance, and the creation of sustainable or eco-friendly materials; and 4. Digital, which drives the development Smart Packaging. In the past, physical packaging mainly stimulated interactions between brands and customers. But today, Data Marketing plays a bigger role in reaching out to target groups.



“Sustainable Packaging can be easily defined by 3R: Reduce-Reuse-Recycle. Several brands have stated clearly now that they want Sustainable Packaging, as many countries have already passed laws or regulations that address environmental problems including global warming. To maintain a business presence in those countries, it is necessary to comply with their environmental care requirements. SCGP has thus worked closely with customers in developing the packaging they need. Our collaborations cover the whole process from the first to the last step of development. Our big challenge is to find materials that not only satisfy consumers’ needs but also communicate efficiently about our sustainability focus. We hope our packaging will promote brand recognition. We hope that with the right packaging, customers will remember the brand’s environmental care or responsibility. That’s why SCGP Packaging Speak Out 2024 has integrated sustainability into its theme,” he said. **P**



ดูผลการประกวดโครงการ SCGP Packaging Speak Out 2024 ได้ที่

Check out who are the winners at SCGP Packaging Speak Out 2024



“บรรจุกันที่ใส่ใจ” ในความคิดคนรุ่นใหม่ / New-Gen Views of “Green Packaging”



ริต้า - สรรณุสร บุษววรรณ
Rita - Ms. Sansaros Boonwan
 คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์
 จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
 Faculty of Architecture,
 Chulalongkorn University

“ ในมุมมองของผู้ประกอบการ ต้องให้ความสำคัญกับผู้บริโภค และการรักษาสิ่งแวดล้อมที่เป็นเทรนด์ปัจจุบัน ผู้คนใส่ใจมากขึ้น บรรจุกันที่ตอบโจทย์ลูกค้า จึงต้องเป็นบรรจุกันที่มีความยั่งยืน ใส่ใจสิ่งแวดล้อม และสามารถใช้งานได้จริง

Entrepreneurs must attach importance to consumers and the growing green trend, which are driven by the fact that people become increasingly environmentally conscious. Packaging that answers well to consumers’ needs today is the one that is not just functional but also eco-friendly.



แอปเปิ้ล - พิสนีย์ สมบูรณ์ศรี
Apple - Ms. Pisinee Somboonsri
 คณะศึกษาศาสตร์
 มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
 Faculty of Education,
 Kasetsart University

“ การสร้างบรรจุกันเพื่อความยั่งยืนให้ตอบโจทย์ผู้บริโภคในปัจจุบัน แปรนัยต้องออกแบบบรรจุกันโดยคำนึงถึงหลัก 3R (Reduce-Reuse-Recycle) เปลี่ยนสิ่งที่ไม่ใช่ประโยชน์ ให้กลับมาใช้ใหม่ได้ เพื่อสื่อสารและดึงดูดให้ลูกค้าสนใจผลิตภัณฑ์ และจะส่งผลให้ลูกค้าตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าในที่สุด

Brands need to focus on 3Rs (Reduce-Reuse-Recycle) to create sustainable packaging in response to consumers’ needs. It’s about breathing a new life into what would otherwise be just useless materials. Sustainable packaging can appeal to and communicate with customers, making them interested in or even buying a product inside.

SCGP ลงทุนในวีไอเอ็ม (ไทยแลนด์)

ต่อยอดกลยุทธ์ขยายการเติบโตธุรกิจบรรจุภัณฑ์
วัสดุอุปกรณ์ทางการแพทย์ และอุปกรณ์สำหรับใช้ในห้องปฏิบัติการ

SCGP INVESTS IN VEM (THAILAND) TO ENHANCE STRATEGY ON PACKAGING,
MEDICAL SUPPLIES & LABWARE BUSINESS GROWTH



SCGP เข้าถือหุ้นร้อยละ 90 ในบริษัทวีไอเอ็ม (ไทยแลนด์) จำกัด หรือ “VEM-TH” ผู้ผลิตชิ้นส่วนสมรรถนะสูงจากการฉีดขึ้นรูปพอลิเมอร์เพื่อเสริมความแข็งแกร่งกลยุทธ์สร้างการเติบโตธุรกิจบรรจุภัณฑ์ วัสดุอุปกรณ์ทางการแพทย์และอุปกรณ์สำหรับใช้ในห้องปฏิบัติการ เพิ่มศักยภาพและต่อยอดการผลิตสินค้าของ Deltalab, S.L. และ Bicappa Lab S.r.L. รองรับความต้องการใช้ที่เพิ่มขึ้น โดยมีมูลค่าลงทุนไม่เกิน 4.0 ล้านดอลลาร์สหรัฐ หรือประมาณ 146.2 ล้านบาท และจะเริ่มแสดงผลประกอบการของ VEM-TH ในงบการเงินรวมตั้งแต่วันที่ 1 กรกฎาคม 2567

SCGP has recently acquired 90 percent stake in VEM (Thailand) Company Limited or “VEM-TH”, a manufacturer of high-performance polymer injection molding parts. The investment was designed to strengthen SCGP’s Strategy on Packaging, Medical Supplies & Labware Business Growth by building on the potential and manufacturing capacity of both Deltalab, S.L. and Bicappa Lab S.r.L., so that they can accommodate growing demand. The investment budget is no more than 4.0 million US dollars or approximately 146.2 million baht. The operating results of VEM-TH have been included in SCGP’s consolidated financial statements from July 2024.

การลงทุนในรูปแบบการเติบโตผ่านความร่วมมือกับพันธมิตร (Merger and Partnership: M&P) นี้ เป็นส่วนหนึ่งของกลยุทธ์การขยายธุรกิจบรรจภัณฑ์วัสดุอุปกรณ์ทางการแพทย์และอุปกรณ์สำหรับใช้ในห้องปฏิบัติการของ SCGP เพื่อตอบสนองความต้องการใช้สินค้าที่มีแนวโน้มเพิ่มขึ้น หลังจากก่อนหน้านี้ได้เข้าลงทุนใน Deltalab, S.L. ผู้เชี่ยวชาญการผลิตและจำหน่ายวัสดุอุปกรณ์ทางการแพทย์จากประเทศสเปน และ Bicappa Lab S.r.L. ผู้เชี่ยวชาญการผลิตอุปกรณ์วิทยาศาสตร์ปีเปตต์ที่มาจากประเทศอิตาลี โดย VEM-TH มีฐานการผลิตในจังหวัดระยอง ประกอบด้วยสายการผลิตสินค้ารวม 30 สายการผลิตที่มีมาตรฐานระบบบริหารงานคุณภาพสำหรับเครื่องมือแพทย์ (ISO 13485) และห้องสะอาดที่มีการควบคุมปริมาณอนุภาคต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็นฝุ่นละออง อุณหภูมิ ความชื้น ความดัน ให้มีไม่เกินระดับที่กำหนดไว้ (Cleanroom) Class 8 และ Class 7 ผลิตสินค้าคุณภาพสูงกว่า 59 ล้านชิ้นต่อปี โดยในปี 2566 VEM-TH มีรายได้ประมาณ 302 ล้านบาท รวมถึงมีสินทรัพย์ 455 ล้านบาท

VEM-TH มีฐานลูกค้าที่เติบโตอย่างรวดเร็วในอุตสาหกรรมการแพทย์ การบิน ชิ้นส่วนอิเล็กทรอนิกส์ และยานยนต์ ซึ่งครอบคลุมตลาดหลายประเทศ อาทิ ไทย สหรัฐอเมริกา และจีน VEM-TH จะช่วยเพิ่มศักยภาพการผลิตสินค้าของ Deltalab, S.L. และ Bicappa Lab S.r.L. เพื่อรองรับความต้องการและส่งเสริมให้ SCGP สามารถขยายเครือข่ายลูกค้าในต่างประเทศได้อย่างแข็งแกร่งและครอบคลุมยิ่งขึ้น

การลงทุนในวีเอ็ม (ไทยแลนด์) Investment in VEM (Thailand)



ข้อมูลการลงทุน Investment Information

~ 146 ล้านบาท เข้าถือหุ้นร้อยละ 90
~ 146 million baht Acquiring 90% stake



กำลังการผลิต Production Capacity

59.2 ล้านชิ้นต่อปี 30 สายการผลิตสินค้าด้วยการฉีดขึ้นรูปพลาสติก
59.2 million pieces a year from 30 manufacturing lines using injection molding techniques



ข้อมูลทางการเงิน (ปี 2566) Financial Information (2023)

รายได้/ Revenue ~ 302 ล้านบาท/million baht
EBITDA ~ 46 ล้านบาท /million baht
สินทรัพย์/ Assets ~ 455 ล้านบาท /million baht



ที่ตั้ง Location

สวนอุตสาหกรรมโรจนะ
จังหวัดระยอง ประเทศไทย
Rojana Industrial Park, Rayong, Thailand

ผู้ผลิตชิ้นส่วนสมรรถนะสูงจากการฉีดขึ้นรูปพอลิเมอร์

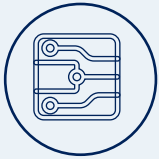
A manufacturer of high-performance polymer parts with injection molding techniques



อุตสาหกรรมทางการแพทย์
Medical industries



อุตสาหกรรมการบิน
Aviation industries



อุตสาหกรรมชิ้นส่วนอิเล็กทรอนิกส์
Electronic-component industries



อุตสาหกรรมยานยนต์
Auto-part industries



Deltalab, S.L.

ผู้เชี่ยวชาญการผลิตและจำหน่ายวัสดุอุปกรณ์ทางการแพทย์จากประเทศสเปน
Specialist in manufacturing and distribution of medical supplies in Spain



Bicappa Lab S.r.L.

ผู้เชี่ยวชาญการผลิตอุปกรณ์วิทยาศาสตร์ปีเปตต์จากประเทศอิตาลี
Specialist in the production of pipette tips in Italy



VEM (Thailand)

บริษัทวีเอ็ม (ไทยแลนด์) จำกัด

SCGP เข้าถือหุ้น

90%

SCGP has recently acquired 90% stake in VEM (Thailand) Company Limited.

Merger and Partnership (M&P) is a part of SCGP's Strategy on Packaging, Medical Supplies & Labware Business Growth, which aims at answering expected soaring demand. Earlier, SCGP invested in Deltalab, S.L., a Spanish company specializing in the manufacturing and distribution of medical supplies, as well as Bicappa Lab S.r.L., an Italian company specializing in the production of pipette tips. VEM-TH's factory in Rayong features 30 manufacturing lines. Its quality management system meets ISO 13485 for medical devices, and its cleanrooms are in Class 8 and Class 7 with particulates inside the room being well controlled. Dust, temperature, moisture, and pressure levels within the rooms are within prescribed limits.

This factory has produced more than 59 million pieces of high-quality products each year. In 2023, VEM-TH earned about 302 million baht in revenue. Its assets stood at 455 million baht.

VEM-TH's fast-growing customer base covers the medical, aviation, electronic-component, and auto-part industries. Customers are from many countries including Thailand, the United States, and China. Joining SCGP, VEM-TH is now expected to increase the capacity of Deltalab, S.L. and Bicappa Lab S.r.L. to meet the growing demand and enable SCGP to expand its international customer network more robustly and comprehensively.

CARE FOR ALL

Safety Everywhere, Every Time



ทุกคนสามารถเป็น SAFETY LEADER เพื่อกระตือรือร้นระบบการบริหารจัดการและส่งเสริมวัฒนธรรมความปลอดภัยอย่างยั่งยืน EVERYONE FEELS LEADERSHIP AS SAFETY LEADER AND ENHANCES SAFETY CULTURE

ในทุกที่ ทุกเวลา และทุกสถานการณ์ ล้วนมีความเสี่ยงที่อาจจะนำไปสู่เหตุการณ์ที่ไม่คาดฝัน ทั้งในขณะปฏิบัติงาน หรือการใช้ชีวิตประจำวัน ซึ่งอาจมีปัจจัยที่ก่อให้เกิดอันตรายได้ทุกรูปแบบ ตั้งแต่การบาดเจ็บเล็กน้อยไปจนถึงอันตรายถึงแก่ชีวิต ความปลอดภัยไม่ใช่ว่าเป็นหน้าที่ของใครคนใดคนหนึ่ง แต่เป็นหน้าที่ของทุกคนทุกระดับ และไม่ใช่เพียงความปลอดภัยของตัวเองเท่านั้น ต้องคำนึงถึงความปลอดภัยของเพื่อนร่วมงานและบุคคลรอบข้างด้วย ซึ่งการกระทำโดยประมาทอาจนำไปสู่ความสูญเสียที่ไม่สามารถย้อนกลับไปได้ ดังนั้น การป้องกันอุบัติเหตุและความเสี่ยงต่าง ๆ จึงเป็นเรื่องสำคัญที่ทุกคนสามารถป้องกันได้ โดยการร่วมมือกันส่งต่อความห่วงใยและใส่ใจซึ่งกันและกัน เพื่อสร้างสังคมที่ปลอดภัย

Existing risks may lead to unexpected incidents everywhere, every time. Accidents, after all, may happen at work or elsewhere due to hazard risks. Consequences range from minor injuries to deaths. Safety is not the responsibility of just one person, but of everyone, at every level. It's not only about ensuring your own safety but also others' safety. As any careless action threatens to cause irreversible losses, it is of utmost importance that everyone plays a role in preventing accidents, addressing risks, and caring for one another to create a safe environment.

เพราะทุกคนสามารถเป็น Safety Leader ได้ โดยแสดงออกถึง Passion Commitment ผ่านพฤติกรรมที่พนักงานในทุกระดับสามารถรับรู้ได้โดยปฏิบัติตามแนวทางดังนี้:

Because everyone can be a Safety Leader by demonstrating passion and commitment through behaviors that all employees, at every level, can recognize and follow these guidelines:

1. ปรากฏตัวให้คนในองค์กรมองเห็นและเข้าถึงได้
Be visible to the organization.
2. ให้ความสำคัญกับปฏิบัติงานอย่างจริงจัง ใส่ใจ และสม่ำเสมอ
Be relentless about time with your people.
3. ระลึกอยู่เสมอว่า หน้าที่ของผู้นำรวมถึงการเป็นครูและผู้ให้ความรู้
Recognize your role as a teacher/trainer.
4. พัฒนากิจกรรมด้านความปลอดภัยของตนเองและส่งต่อไปยังองค์กร
Develop your own safety functioning skills and pass them along to the organization.
5. ปฏิบัติตนและเป็นแบบอย่างในสิ่งที่คุณปรารถนาให้ผู้อื่นกระทำ
Behave and lead as you desire others to do.
6. ให้ความสำคัญกับการดูแลความปลอดภัยของตนเองอย่างสม่ำเสมอ
Maintain a self-safety focus.
7. สื่อสารและแสดงออกให้เห็นอย่างสม่ำเสมอว่า ความปลอดภัยต้องมาก่อน
Confirm and reconfirm safety as the number 1 value.
8. เน้นย้ำและชี้แจงความคาดหวังในเรื่อง Safety, Health, and Environment (SHE) อย่างต่อเนื่อง
Continuous emphasis and clarity around Safety, Health, and Environment expectations.
9. แสดงออกถึงความมุ่งมั่นที่จะทำให้อุบัติเหตุและการเจ็บป่วยจากการทำงานเป็นศูนย์
Show a passion for ZERO injuries, illnesses, and incidents.
10. เฉลิมฉลองและชื่นชมเมื่อประสบความสำเร็จในการทำงานที่ปลอดภัย
Celebrate and recognize "ZERO" successes.



การสร้างวัฒนธรรมความปลอดภัยในองค์กรต้องอาศัยการร่วมมือในการมีส่วนร่วมของทุกคน เพื่อสร้างสภาพแวดล้อมที่ปลอดภัย รวมถึงการดูแลและใส่ใจซึ่งกันและกัน สิ่งเหล่านี้จะช่วยลดความเสี่ยงในการเกิดอุบัติเหตุ รวมถึงสร้างความไว้วางใจและความสัมพันธ์ที่ดีกับทีมงานหรือคนรอบข้างได้ สามารถนำไปสู่การทำงานที่มีประสิทธิภาพและผลลัพธ์ที่ดียิ่งขึ้น การปลูกฝังวัฒนธรรมด้านความปลอดภัยทำให้องค์กรมีสภาพแวดล้อมการทำงานที่ปลอดภัย อีกทั้งยังสร้างคุณค่าและภาพลักษณ์ที่ดีให้แก่องค์กรในระยะยาวอีกด้วย

Fostering a safety culture within an organization requires cooperation from everyone. All of us can and should contribute to efforts to create a safe and caring environment so as to reduce accident risks, promote mutual trust, and establish good relationships with team members and others. Such corporate culture will pave the way for better performance and outcomes. Overall, the inculcation of this culture not only provides a safe work environment but also creates value and enhances the organization's image in the long run. **P**



FILTER CAPS

นวัตกรรมฝากรองน้ำดื่มสะอาด ย่อยสลายได้ BIODEGRADABLE WATER-PURIFYING INNOVATION

จะเป็นอย่างไรถ้าทุกคนสามารถพกเครื่องกรองน้ำส่วนตัวไปได้ทุกที่ คำถามนี้หาคำตอบได้แล้วด้วย “Filter Caps” นวัตกรรมฝากรองน้ำที่คิดค้นขึ้นเพื่อแก้ปัญหาการเข้าถึงน้ำสะอาดในพื้นที่ห่างไกล ทำให้ทุกคนสามารถเปลี่ยนขวดน้ำธรรมดาให้กลายเป็นเครื่องกรองน้ำแบบมือถือได้อย่างง่ายดาย

What if everyone can carry a water purifier around? The answer lies with “Filter Caps”, which is innovatively invented to enhance access to clean water in remote areas. With this innovation, common water bottles can easily transform into portable water filtration systems.



นวัตกรรมที่เข้าถึงง่าย ตอบโจทย์ทุกพื้นที่

ในปัจจุบันยังมีบางประเทศหรือบางพื้นที่ที่ผู้คนไม่สามารถเข้าถึงน้ำสะอาดได้ เช่น ชุมชนห่างไกลในโคลอมเบียที่ต้องเผชิญกับวิกฤตภัยแล้ง แหล่งน้ำหายากและส่วนใหญ่มักปนเปื้อนจนดื่มไม่ได้ ส่งผลให้มีผู้เสียชีวิตจากปัญหานี้หลายพันคนต่อปี นี่เป็นเหตุผลที่ทำให้บริษัทฟิลซา วอเตอร์ (Filsa Water) ร่วมกับสภาภาคชาตโคลอมเบีย พัฒนาฝากรองน้ำ “Filter Caps” ที่สามารถกรองน้ำให้สะอาดได้เลย

หน้าตาของฝากรองน้ำ Filter Caps ที่ว่านี้ ภายนอกอาจจะดูเรียบง่าย ไม่ได้มีรายละเอียดซับซ้อนมากมาย แต่ความพิเศษคือ ข้างในของฝากรองน้ำบรรจุแร่ธาตุโลหะและสารสกัดจากธรรมชาติ แล้วขึ้นรูปด้วยเทคโนโลยีการพิมพ์แบบ 3 มิติ ออกแบบให้สามารถกรองน้ำได้อย่างมีประสิทธิภาพ และยังใส่ไส้สิ่งแฉะล้าสมัย

โดยใช้แป้งข้าวโพดที่สามารถย่อยสลายได้ในกาารขึ้นรูป จึงเป็นอุปกรณ์กรองน้ำที่ต้นทุนต่ำ เข้าถึงได้ง่าย และรักษโลกในคราวเดียว นอกจากนี้ยังสามารถหมุนเข้ากับขวดน้ำได้แทบทุกประเภท เพราะดีไซน์นี้ให้ใช้เกลียวฝาขนาดมาตรฐานสากลคือ 28 มิลลิเมตร แถมยังมีขนาดกะทัดรัดเพียง 6x4 เซนติเมตร และน้ำหนักเบาหวิว 24 กรัม จึงสะดวกต่อการแจกจ่ายและพกพา




แก้ปัญหาขาดแคลนน้ำสะอาดทันที และใช้งานได้ง่าย

ในปี 2024 มีการเปิดเผยข้อมูลว่า ประชากร 12 ล้านคนในโคลอมเบียไม่สามารถเข้าถึงบริการน้ำดื่มได้อย่างเพียงพอ และมีประชากรกว่า 3.7 ล้านคนที่ขาดแคลนน้ำดื่มสะอาด การเปิดตัวนวัตกรรม Filter Caps จึงนับเป็นการแก้ปัญหาที่ตรงจุด ทำได้ทันที ใช้งานได้ง่าย และมีประสิทธิภาพ โดยทางฟิลซา วอเตอร์ ผู้คิดค้นและผลิตระบุว่า จุกกรองน้ำนี้จะเพิ่มค่า pH ของน้ำและไฮโดรเจน โดยสามารถกรองสิ่งสกปรกออกได้ร้อยละ 70 กำจัดโลหะหนักได้ร้อยละ 90 แต่ละชั้นใช้งานได้นานถึง 2 เดือน และกรองน้ำได้มากกว่า 300,000 ลิตร อีกทั้งย่อยสลายได้ตามธรรมชาติ และด้วยขนาดที่กะทัดรัดจึงนำไปแจกจ่ายได้ง่าย เข้าถึงทุกพื้นที่ได้โดยไม่ต้องกังวลเรื่องการขนส่งหรือติดตั้ง ส่วนวิธีใช้งานก็แสนง่าย เพียงมี Filter Caps และขวดสองใบ โดยกรอกน้ำที่ต้องการกรองใส่ขวดใบแรกแล้วหมุนจุกกรองเข้ากับขวด จากนั้นนำขวดเปล่ามาหมุนเข้ากับอีกด้านของจุก แล้วพลิกให้ขวดที่มีน้ำอยู่ด้านบน น้ำจะไหลผ่านจุกกรอง และกลายเป็นน้ำสะอาดลงไปในขวดเปล่าที่รองรับอยู่

EASILY ACCESSIBLE INNOVATION FOR ANY AREA

Today, some countries or at least some parts of them lack clean water. Remote communities in Colombia, for example, face severe drought. Water resources are scarce and often water is contaminated. The problem is so serious that it claims thousands of lives every year. In its bid to tackle this deadly threat, Filsa Water has collaborated with the Colombian Red Cross in developing "Filter Caps".

ปัจจุบันด้วยความร่วมมือของฟิลซา วอเตอร์ และสภาขาดโคลอมเบีย Filter Caps ถูกแจกจ่ายไปยังพื้นที่ต่าง ๆ ในแต่ละภูมิภาคของประเทศที่กำลังเผชิญกับวิกฤตน้ำดื่ม โดยเฉพาะพื้นที่ที่ระบบน้ำดื่มปลอดภัยแบบอื่นไม่สามารถเข้าถึงได้ ทำให้ประชาชนมีสุขอนามัยที่ดี ยกระดับคุณภาพชีวิตได้อย่างเป็นรูปธรรม นับเป็นนวัตกรรมที่เปลี่ยนแปลงชีวิตและมอบความหวังให้แก่ผู้คนได้อย่างรวดเร็ว ถือเป็นก้าวสำคัญระดับโลกในการจัดหา น้ำดื่มที่ปลอดภัยสำหรับทุกคนอย่างแท้จริง

Through Filsa Water's collaboration with the Colombian Red Cross, Filter Caps are now being distributed to various parts of Colombia to help locals break through the critical shortage of drinking water, where other systems for drinking water are not available. Filter Caps, in all, tangibly raises people's hygiene and quality of life. This life-changing innovation quickly spreads hope among people, truly representing a milestone in the world's efforts to provide clean drinking water to all. 

Though simple in design, Filter Caps efficiently purifies water with a mixture of minerals, metals, and natural extracts. Molded from corn starch, this 3D-printed device is eco-friendly. Its production is also low-cost. Highly practical, it can work with most types of water bottles accommodating a common 28-mm screw cap. Coming in a 6x4-cm size, this compact innovation weighs just 24 grams. So, it is portable and convenient for distribution.



INSTANT PRACTICAL SOLUTION TO CLEAN-WATER SHORTAGE

In 2024, 12 million people in Colombia struggle with an inadequate supply of drinking water. Of them, more than 3.7 million have no access to clean water. The launch of Filter Caps gives them an instant practical solution. According to Filsa Water, Filter Caps increases the pH value of water and hydrogen, thus removing 70 percent of impurities and eliminating 90 percent of heavy metals in water that flows through it. Its use life is as long as two months, during which it can filter more than 300,000 liters of water. This biodegradable innovation is compact. Therefore, it is easy to transport and distribute Filter Caps. There is no need to worry about both transportation and installation costs. Filter Caps requires just two common bottles to function. Just attach a bottle containing water to this cap on one side and attach an empty bottle on the other side. Put the one with water on top to let water flow through the cap, become clean water, and flow into the other bottle.



AGE TECH

เทคโนโลยีเพื่อชีวิตที่ดีของผู้สูงอายุ
FOR ELDERLY'S BETTER LIVES



สังคมสูงอายุ หรือ Aged Society ไม่ใช่เรื่องใหม่อีกต่อไป เพราะหลายประเทศทั่วโลกกำลังเปลี่ยนผ่านสู่สังคมสูงอายุโดยสมบูรณ์ ภาคส่วนต่าง ๆ จึงจำเป็นต้องรับมือกับความเปลี่ยนแปลง รวมถึงโลกเทคโนโลยี ซึ่งขานรับด้วยนวัตกรรมที่มุ่งตอบโจทย์การใช้ชีวิตของผู้สูงอายุโดยตรงที่เรียกว่า Age Tech

Aged society is no longer a new thing because the elderly population has already grown significantly in many countries around the world. As the average age of their population changes, so do their demands and needs. All sectors, including the tech one, thus need to prepare innovations friendly to the elderly. Age Tech is now a must because it promises to make life easier and better for older adults.

เพิ่มความสะดวกสบาย รองรับไลฟ์สไตล์ผู้สูงอายุ

การมีตัวช่วยให้ใช้ชีวิตได้สะดวกสบาย เป็นความต้องการอันดับต้น ๆ ของผู้สูงอายุ ซึ่งปัจจุบันด้วยความก้าวหน้าของเทคโนโลยี ได้เกิดการสร้างสรรค์นวัตกรรมต่าง ๆ มากมาย เพื่อรองรับไลฟ์สไตล์การใช้ชีวิต ให้ผู้สูงอายุพึ่งพาตนเองได้มากขึ้น

หนึ่งในไอเทมที่น่าสนใจคือ Lotus Ring แหวนที่จะช่วยเปลี่ยนบ้านให้เป็นสมาร์ทโฮม ด้วยการใช้เทคโนโลยีอินฟราเรดควบคุมสิ่งของในบ้านผ่านปลายนิ้ว เพียงสวมไว้ก็สามารถเปิดปิดไฟ พัดลม และทีวี ได้อย่างง่ายดาย โดยแหวนวงนี้ใช้งานร่วมกับหน้าจอกาบริวิตซ์ของ Lotus ซึ่งเป็นแม่เหล็ก สามารถติดตั้งเข้ากับสวิทช์บนผนังได้ในไม่กี่นาที ตัวแหวนน้ำหนักเบาและกันน้ำ รูปแบบเรียบง่าย สวมใส่ได้ในชีวิตประจำวัน สามารถซึ้นสั่งการอุปกรณ์ต่าง ๆ ได้ในระยะ 30 ฟุต โดยไม่ต้องใช้อินเทอร์เน็ตและแอปพลิเคชัน แล้วยังสามารถพกไปใช้ได้ทุกที่

อีกหนึ่งตัวอย่างเทคโนโลยีที่ช่วยให้คุณภาพชีวิตของผู้สูงอายุดีขึ้นคือ Mirai Speaker จากบริษัท SoundFun ของญี่ปุ่น ลำโพงอัจฉริยะที่จะช่วยให้เสียงจากทีวีชัดเจนและแยกแยะได้ง่ายขึ้น ช่วยให้ผู้สูงอายุที่มีปัญหาในการได้ยินสามารถฟังเสียงจากทีวีได้โดยไม่ต้องเพิ่มเสียงให้ดังจนรบกวนผู้อื่น

นวัตกรรมเพื่อความปลอดภัย สูงวัยแบบไร้กังวล

นอกจากความสะดวกสบาย สิ่งที่ผู้สูงอายุมักกังวลคือความปลอดภัยในการใช้ชีวิต เพราะการเดินทางที่ลำบากขึ้นอาจทำให้เกิดอุบัติเหตุได้ตลอดเวลา

บริษัทเทคโนโลยีเพื่อคุณภาพชีวิตที่ดีทั้งหลายจึงพยายามคิดค้นนวัตกรรมใหม่ ๆ มาเพิ่มความรู้สึกรู้สึกมั่นใจแก่ผู้สูงอายุและคนที่รัก ตัวอย่างที่น่าจับตามองคือ Nobi โคมไฟอัจฉริยะที่ตอบโจทย์การดูแลผู้สูงอายุในบ้านแบบครบวงจร เพราะมาพร้อมเซนเซอร์ตรวจจับการเคลื่อนไหวและเทคโนโลยี AI ไม่เพียงเปิดไฟได้โดยอัตโนมัติและปรับระดับแสงให้เหมาะสมระหว่างวัน ยังตรวจจับการล้มของคนในบ้านได้อย่างชาญฉลาด พร้อมส่งสัญญาณเตือนไปยังผู้ดูแลได้อย่างรวดเร็ว แล้วยังมีระบบเชื่อมต่อกับประตูดิจิทัลที่จะสั่งการปลดล็อกให้หน่วยกู้ภัยเข้าไปในบ้านได้อย่างทันห้วงที่

สำหรับผู้สูงอายุที่มักใช้ไม้เท้าเป็นตัวช่วยในการเดิน ก็มี Can Go ไม่ทำอัจฉริยะจากบริษัท CAN Mobilities ที่นำเทคโนโลยีและความคิดสร้างสรรค์มาออกแบบไม้เท้าที่ติดตั้งลำโพงพร้อมไมโครโฟนในตัว ให้รับสายเรียกเข้าจากสมาร์ตโฟนได้ มีระบบติดตามและระบุตำแหน่งด้วย GPS ปุ่มเปิดใช้งานไฟฉายเพื่อช่วยในการมองเห็น และที่สำคัญมีเซนเซอร์เก็บข้อมูลเกี่ยวกับการเดิน เพื่อระบุความเสี่ยงในสถานการณ์ต่าง ๆ ที่อาจเกิดกับผู้สูงอายุได้ เช่น การหกล้ม ความบกพร่องด้านการเคลื่อนไหว โรคข้ออักเสบ ทำให้ผู้ดูแลสามารถติดตามและให้คำแนะนำด้านต่าง ๆ ได้ดี

นี่เป็นเพียงบางส่วนของเทคโนโลยีที่ตอบโจทย์สังคมสูงอายุ ซึ่งเชื่อว่านับจากนี้ไป ยิ่งเทคโนโลยีพัฒนามากขึ้นเท่าไร ก็จะมีนวัตกรรมใหม่ ๆ ออกมาตอบโจทย์การใช้ชีวิตของผู้คนในสังคมมากขึ้นเท่านั้น ดังนั้นถึงวัยจะมากขึ้นก็ไม่ต้องกังวล

INNOVATION

INCREASING CONVENIENCE, CATERING TO SENIORS' LIFESTYLES

The elderly are not as agile as they used to be. They therefore prioritize their need to acquire assistance that is now made possible by various tech solutions. Today, many innovations offer the elderly convenience, quality of life, and independent living.

Lotus Ring, for example, ensures the elderly can easily turn their place into a smart home. Enabled by infrared technology, this ring functions like a remote, controlling lights, fans, and TVs, with the help of its matching magnetically attachable smart cover that can stick onto any wall in a wink. Lightweight and waterproof, Lotus Ring is perfect for wearing in everyday life. All their wearers need to do is to point at a device within a 30-foot radius. No internet or application is required. Better still, it is convenient to bring Lotus Ring and matching switch covers anywhere.

Another great tech tool for seniors' better quality of life is Mirai Speaker. Produced by Japanese firm SoundFun, older adults who start developing hearing problems therefore will be able to clearly hear what are being said on TV, without the need to turn volume up to the point that others feel disturbed.

LOTUS RING



CAN GO



SAFETY INNOVATION FOR ELDERLY'S WORRY-FREE LIFE

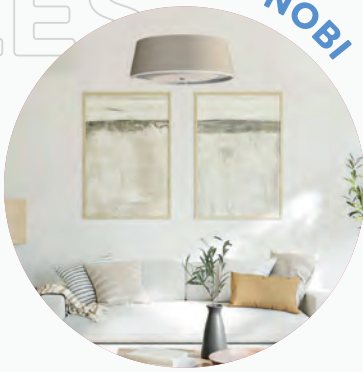
Other than convenience, the elderly are looking for safety. As walking becomes more difficult, they are worried about accident risks. Nobi was designed to watch over old family members. This smart lamp comes complete with motion sensors and AI technology. In addition to turning on/off automatically, it can also adjust the brightness level to suit the daytime. It can also detect a fall around its location and immediately alert family members involved, who can then contact rescuers for emergency medical services. Nobi connects to a digital gate too. Thus, it can unlock the front gate as soon as rescuers arrive.

The elderly who need to walk around with a cane, meanwhile, will appreciate the Can Go cane by CAN Mobilities. Simple in design and easy to use, this smart cane boasts a built-in speaker that can connect to a smartphone, a GPS Locator, and a Bright LED Flashlight for enhanced vision. Plus, its sensors gather data on pace, pressure, and other details to identify risks its user has. Such data, for instance, can tell if users are at risk of falling, limited mobility, or arthritis so that caregivers can provide proper advice and monitor their conditions.

These innovative products are what technology has to offer to aged societies. It is now foreseeable that more such innovations will come to the market in the future for older adults to enjoy happier lives. The more advanced technology becomes, the more innovations that will serve people including the elderly.

LIFE-STYLES

MIRAI SPEAKER



NOBI

ตัวอย่าง AGE TECH ที่จะช่วยสร้างคุณภาพชีวิตที่ดี มีความปลอดภัย AGE TECH SOLUTIONS FOR BETTER, SAFER LIVES


1 Power Lift Bed เตียงนอนที่ควบคุมผ่านรีโมตคอนโทรล ปรับหมุนได้ถึง 90 องศา เพื่อให้ผู้สูงอายุทำกิจกรรมต่าง ๆ ได้สะดวก

Power Lift Bed: The bed level can be adjusted easily with a remote. The bed can also move left or right by 90 degrees. So that they can conveniently do various activities in bedside areas.

2 The Human Support Robot (HSR) แขนกลอัจฉริยะที่หยิบจับของโดยควบคุมผ่านแท็บเล็ตหรือคอมพิวเตอร์ ช่วยอำนวยความสะดวกให้ผู้สูงวัยที่อาศัยอยู่เพียงลำพัง

The Human Support Robot (HSR), enables the elderly or the physically challenged to live independently. Thanks to this tech solution, users can easily control HSR via a tablet or a computer.

3 Easypill กระปุกใส่ยาที่เชื่อมต่อกับระบบ Cloud ช่วยให้แพทย์ติดตามการกินยาของผู้สูงวัยและผู้ป่วยได้อย่างง่ายดาย

Easypill is a cloud-connected pill container. Doctors therefore can monitor elderly patients' medication regimens. 



Scan QR Code เพื่อชมวิดีโอสัมภาษณ์
Scan QR Code for the interview

แพนอินเตอร์เนชันแนล ทำเรื่องใหญ่ให้สำเร็จ ต้องจับมือไปด้วยกัน

PAN INTERNATIONAL: IT TAKES COLLABORATION TO ACHIEVE BIG SUCCESS!

เมื่อแนวคิดเรื่อง ESG ถูกให้ความสำคัญในการดำเนินธุรกิจทุกรูปแบบ และเชื่อมโยงทุกกระบวนการของธุรกิจ บริษัทแพนอินเตอร์เนชันแนล (ประเทศไทย) จำกัด ผู้ดำเนินธุรกิจจัดหาจัดซื้อกลางแบบครบวงจรในกลุ่มบริษัทไทยเบฟเวอเรจ จำกัด (มหาชน) ได้นำแนวคิดการทำงานด้านความยั่งยืนตามกรอบ ESG มาใช้อย่างเป็นรูปธรรม ด้วยความตั้งใจที่จะมีส่วนร่วมในการสร้างโลกใบนี้ให้ดีขึ้นกว่าเดิม

As ESG concept has been a growingly important concept for all types of businesses, Pan International (Thailand) Company Limited – the integrated and centralized procurement company for Thai Beverage Group – has applied this concept in a tangible manner out of its intention to contribute to building a better planet.

จัดหาจัดซื้ออย่างยั่งยืน

คุณเศรษฐา ทวีศรี รักษาการกรรมการผู้จัดการ บริษัทแพนอินเตอร์เนชันแนล (ประเทศไทย) จำกัด ได้เล่าถึงบทบาทและภารกิจของบริษัท หลังการก่อตั้งใน พ.ศ. 2515 หรือกว่า 52 ปีมาแล้ว ที่เริ่มต้นจากการเป็นบริษัทนำเข้าสินค้าเข้ามาจำหน่ายในประเทศไทย ก่อนจะมาเป็นบริษัทจัดซื้อกลางแบบครบวงจรให้กับกลุ่มบริษัทไทยเบฟเวอเรจ จำกัด (มหาชน) ในเวลาต่อมา

“ประมาณ 20 ปีก่อน เราได้รับแต่งตั้งเป็นบริษัทจัดซื้อกลางให้กับกลุ่มไทยเบฟเวอเรจครอบคลุมการจัดซื้อประมาณ 170 บริษัทในกลุ่มฯ โดยความตั้งใจของเราคือการเป็น Group Procurement Shared Service หรือเป็นศูนย์กลางด้านงานจัดซื้อจัดหาสินค้าและบริการแบบครบวงจร ที่มีการบริหารจัดการต้นทุนอย่างมีประสิทธิภาพ

ตามหลักธรรมาภิบาล พร้อมยกระดับขีดความสามารถในการแข่งขันทางธุรกิจตามหลักปฏิบัติในการจัดหาอย่างยั่งยืน (Sustainable Procurement) ให้กับกลุ่มบริษัท ภายใต้พันธกิจการให้บริการจัดหาสินค้าและบริการอันเป็นเลิศทั้งในระดับท้องถิ่นและสากล ด้วยองค์ความรู้ ความชำนาญ และมาตรฐานสูงสุดของความเป็นมืออาชีพด้านการจัดซื้อ

“นอกเหนือจากการจัดซื้อให้ได้ราคาที่ดีที่สุด ได้คุณภาพที่ดีแล้ว เราจะมุ่งเน้นมิติความยั่งยืนด้วย ขณะเดียวกันต้องทำงานร่วมกับคู่ค้า โดยช่วยให้เขาไปสู่เป้าหมายเดียวกับเรา ในเรื่อง Net Zero และ Scope 3 GHG Emissions Reduction ด้วย”

แม้ว่าการดำเนินธุรกิจจัดซื้อกลางจะไม่ได้มีกิจกรรมเกี่ยวกับการผลิตโดยตรง แต่บริษัทยังให้ความสำคัญอย่างมากในเรื่องการปล่อยก๊าซเรือนกระจกทางอ้อมที่อยู่เหนือการควบคุม (Other Emissions Indirect) ซึ่งกิจกรรมดังกล่าวมีส่วนมากที่สุดของ Carbon Footprint ครอบคลุมถึงการปล่อยก๊าซเรือนกระจกที่เกี่ยวข้องตั้งแต่ต้นน้ำจนถึงปลายน้ำ เช่น การจัดซื้อจัดหาสินค้าและบริการ การขนส่งสินค้าจากต้นน้ำและปลายน้ำ การเดินทางเพื่อธุรกิจ และการจัดการของเสีย แม้จะไม่ได้เป็นแหล่งที่องค์กรควบคุมหรือเป็นเจ้าของก็ตาม

“ประเด็นสำคัญของการจัดการห่วงโซ่อุปทานด้านความยั่งยืนจะมี 5 ด้านด้วยกันคือ 1. การเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ (Climate Change) 2. การจัดการน้ำ (Water Management) 3. สิทธิมนุษยชน (Human Rights) 4. อาชีวอนามัยและความปลอดภัย (Occupational Health and Safety) และ 5. จริยธรรมทางธุรกิจ (Business Ethics) ซึ่งเราได้นำมาเป็นหลักการพัฒนาความยั่งยืนในมิติของงานจัดซื้อจัดจ้าง 3 เรื่องด้วยกัน เรื่องที่ 1 การคัดกรองผู้ค้า (Supplier Screening) เรื่องที่ 2 การประเมินผู้ค้า (Supplier Assessment) และเรื่องที่ 3 การพัฒนาผู้ค้า (Supplier Development)”

ESG กับการจัดการห่วงโซ่อุปทาน

การดำเนินงานแบบ ESG มีความสำคัญมาก โดยเฉพาะขอบเขตการทำงานร่วมกับผู้ค้า ซึ่งบริษัทได้จัดให้มีกิจกรรม Business Partner Award ขึ้น เพื่อเปิดพื้นที่ให้ผู้ค้าแต่ละรายนำเสนอโครงการดี ๆ ในการช่วยลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกและการใช้ทรัพยากรธรรมชาติอย่างมีประสิทธิภาพ

“เราทำมาแล้ว 8 ปี ช่วงแรกเราต้องการที่จะพัฒนาผู้ค้าในเรื่องความสามารถในการส่งมอบสินค้าได้ตรงตามเวลาและได้คุณภาพ ต่อมา เราเห็นความสำคัญของความยั่งยืน จึงเพิ่มเกณฑ์เรื่องความยั่งยืนเข้ามา ซึ่งเราอยากพัฒนาผู้ค้าไปกับเรา พยายามให้ผู้ค้าเห็นความสำคัญของการซื้อวัตถุดิบต่าง ๆ มาผลิตสินค้าให้กับเรา การได้มาซึ่งทรัพยากรถูกต้อง ถูกที่หรือไม่ และที่สำคัญใช้ทรัพยากรมากเกินไปหรือไม่ นี่เป็นหนึ่งในโครงการที่เราคิดว่ามีความสำคัญในการพัฒนาผู้ค้าอย่างต่อเนื่อง

“อีกเรื่องหนึ่งคือ เราให้ความสำคัญกับการรับรองด้านความยั่งยืน เราจะขอเอกสารรับรอง (Certificate) จากผู้ค้า เพราะสินค้าที่จะนำมาใช้ต้องเป็นสินค้าที่ไม่ทำลายสิ่งแวดล้อมและไม่เบียดเบียนสังคม

“เราเลือกใช้บรรจุภัณฑ์จากผู้ค้าที่ให้ความสำคัญกับการดำเนินธุรกิจบนแนวคิดความยั่งยืนเช่นเดียวกัน รวมถึงให้ความสำคัญในเรื่องสังคมไปพร้อมกันด้วย เช่น มีการจ้างแรงงานที่ถูกกฎหมาย มีจริยธรรม มีความโปร่งใส และไม่เอาเปรียบสังคมในทุกมิติ

“สิ่งที่เราต้องการในการจัดซื้อบรรจุภัณฑ์กระดาษคือ เอกสารที่รับรองด้านความยั่งยืน เพื่อยืนยันว่า สินค้าดังกล่าวผลิตโดยคำนึงถึงการลดการใช้ทรัพยากรธรรมชาติ บรรจุภัณฑ์กระดาษที่เราใช้อยู่ปัจจุบันจะมีการรับรองเครื่องหมาย FSC (Forest Stewardship Council) ผู้บริโภคจะรู้ได้ทันทีว่า บรรจุภัณฑ์กระดาษนี้ถูกผลิตขึ้นตามแนวทางด้านความยั่งยืน ไม่ได้มาจากการตัดไม้ทำลายป่า และสามารถรีไซเคิลได้ เพื่อการใช้ทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพสูงสุด”

ทั้งนี้ FSC คือองค์กรที่ส่งเสริมการจัดการป่าไม้อย่างรับผิดชอบ การปรากฏสัญลักษณ์บนบรรจุภัณฑ์ จึงแสดงถึงมาตรฐานที่ได้รับการยอมรับในระดับสากล และผ่านการตรวจสอบตลอดห่วงโซ่อุปทานว่ามาจากป่าปลูกเชิงพาณิชย์ที่มีการบริหารจัดการอย่างรับผิดชอบ

พาร์ทเนอร์ที่ร่วมเดินทางตามปรัชญาเดียวกัน

แฟนอินเตอร์เนชั่นแนลดำเนินธุรกิจภายใต้มาตรฐาน ISO 20400 ในการจัดซื้อจัดจ้างอย่างยั่งยืน หรือ Sustainable Procurement มีแนวทางให้ผู้ค้าปฏิบัติตามหลักเกณฑ์ Supplier and Business Partner Code of Practice ซึ่งผู้ค้าทุกรายต้องทำความเข้าใจและดำเนินการตามหลักการดังกล่าว หลังผ่านข้อกำหนดต่าง ๆ ในกระบวนการพิจารณาผู้ค้า



“เอกสารการรับรองด้านความยั่งยืนเป็นหนึ่งในเกณฑ์พิจารณาผู้ค้า ในกระบวนการ Bidding หรือสอบราคาการจัดซื้อจัดจ้างสินค้าวัตถุดิบต่าง ๆ หรือบรรจุภัณฑ์

“ในส่วนของบรรจุภัณฑ์ที่ยั่งยืน (Sustainable Packaging) เราโฟกัส 5 เรื่องด้วยกัน คือ 4R/1I

- **Reduce** ทำอย่างไรให้บรรจุภัณฑ์น้ำหนักลดลงได้บ้าง เพราะหมายถึงการลดทรัพยากรในการผลิตตัวบรรจุภัณฑ์
- **Retrieve** การเก็บกลับหลังบริโภค (หรือนำไปใช้แล้ว) จะสามารถเก็บกลับมาได้อย่างไรบ้าง
- **Reuse & Recycle** สามารถนำมาใช้ซ้ำและนำมารีไซเคิลใช้ใหม่ได้หรือไม่
- **Innovation** ที่ต้องมองไปยังต้นน้ำในการสร้างนวัตกรรมของสินค้า เราสามารถจะดีไซน์บรรจุภัณฑ์นี้ให้ดีขึ้นได้หรือไม่

“เหตุผลที่เราเลือก SCGP มาเป็นพันธมิตร อย่างแรกคือ ความเป็นผู้นำด้านโซลูชันบรรจุภัณฑ์ครบวงจรของภูมิภาค ซึ่งที่ผ่านมา หลายครั้งสิ่งที่เราได้รับก็เกิดจากนวัตกรรมของ SCGP รวมถึงการแชร์ข้อมูลกันอย่างสม่ำเสมอ SCGP ถือเป็น Top of Mind ของเราเลย เพราะมีแนวทางการปฏิบัติที่สอดคล้องกับเรา โดยเฉพาะเรื่อง ESG และการพัฒนาความยั่งยืน

“หลังจากทำงานร่วมกันมา รู้สึกประทับใจหลายเรื่อง อย่างแรกคือ การดูแลลูกค้าอย่างใกล้ชิด ข้อนี้สำคัญมาก เวลาเราต้องการอะไร SCGP สามารถตอบสนองและให้คำตอบได้ในทันที อีกอย่างคือเรื่องความยืดหยุ่น เนื่องจากโลกเราเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา การคิดค้นบรรจุภัณฑ์ใหม่ ๆ ของเราก็ได้รับการตอบสนองอย่างทันเวลา ทั้งเรื่องดีไซน์ใหม่ ๆ รวมถึงการแชร์ข้อมูล และ Market Insights ที่ทำให้เราตัดสินใจซื้อสินค้าได้ง่ายและทันเวลาที่

“ในอนาคต เราจะมีหลักการสำคัญที่เราจะนำมาใช้คือ EPR (Extended Producer Responsibility หลักการที่ขยายความรับผิดชอบต่อผู้ผลิตไปยังช่วงต่าง ๆ ในวงจรชีวิตของบรรจุภัณฑ์) ทำให้เราต้องรับผิดชอบต่อบรรจุภัณฑ์ที่นำไปใช้และเก็บกลับมาใช้ซ้ำ หรือนำมาสู่กระบวนการหมุนเวียน ซึ่งจะเป็นอีกโปรเจกต์หนึ่งที่เราจะคุยเพื่อพัฒนา ร่วมกับ SCGP

“เช่นเดียวกับการทำงานในโครงการ Thailand Supply Chain Network (TSCN) ที่ทั้งเราและ SCGP รวมถึงองค์กรชั้นนำอีกหลายแห่ง ได้ร่วมกันดำเนินงานในการพัฒนาหรือช่วยให้คำแนะนำกับองค์กรขนาดเล็ก ในเรื่องการค้าปลีกอย่างยั่งยืน เพราะเราคิดว่าการทำงานด้านความยั่งยืนนั้น ไม่สามารถทำเพียงหน่วยงานเดียวได้ สิ่งสำคัญคือ ทุกภาคส่วนต้องร่วมมือร่วมพลังกันทำงาน เพื่อก้าวสู่เป้าหมายความยั่งยืนในอนาคตไปด้วยกัน” คุณเศรษฐกรกล่าวทิ้งท้าย

SUSTAINABLE PROCUREMENT

Mr. Setha Thavisri, Acting Managing Director of Pan International (Thailand) Company Limited, revealed that his company was established in 1972 or 52 years ago. Initially, it was an importer that imported products for distribution in the Thai market. However, it has later evolved into the integrated and centralized procurement company for Thai Beverage Group.

"We were appointed the group's procurement company about 20 years ago. With the appointment, we have been responsible for procuring products and services for about 170 companies. We focus on providing comprehensive group procurement shared service with cost efficiency that is achieved based on good governance and enhanced sustainable procurement capabilities. Our mission is to source excellent services and products at both local and international levels, using knowledge, expertise, and the highest professional standards.

"Apart from good prices and good quality, we have also paid attention to sustainability. In carrying out our mission, we have worked with vendors to guide them towards the same goals in regard to net zero emissions and Scope 3 GHG Emissions Reduction."

Although Pan International's role is not directly related to production, the company has attached significant importance to Other Indirect Emissions. This type of emissions accounts for the highest percentage of carbon footprint, which determines greenhouse gas emissions from upstream to downstream. In other words, emissions are calculated even during procurement, product transportation, business trips, and waste management. This principle applies to organizations that neither directly control nor own activities emitting greenhouse gases.

"Five key sustainability topics in supply chain management are: 1) Climate Change; 2) Water Management; 3) Human Rights; 4. Occupational Health and Safety, and 5) Business Ethics. We have applied all these five topics into our 1) Supplier Screening; 2) Supplier Assessment, and 3) Supplier Development," Mr. Setha said.

ESG AND SUPPLY CHAIN MANAGEMENT

ESG has crucial importance where suppliers are concerned. To highlight the importance, Pan International has held the Business Partner Award contest to encourage suppliers to present projects that help with greenhouse gas emissions reduction and resource efficiency.

"We have held the contest for eight years already. In the beginning, we sought to develop our suppliers' ability to deliver quality products on time only. But recognizing the importance of sustainability, we have now used sustainability as a criterion. We would like to develop our suppliers, making them aware of where their raw materials come from, the ones used to produce products they have sent to us. Are resources properly used? Are a lot of resources wasted? We believe our contest is a key initiative in our supplier development," Mr. Setha said.

"We have also paid due attention to sustainability-related certificates. We demand to see certifications because we expect their products to be socially and environmentally responsible.

"We have sourced packaging from suppliers who have shared our sustainability focus and cared for society. They, for example, legally hire workers, uphold ethics, and embrace transparency. They do not take advantage of the public in any aspect.



"Our procurement of paper packaging requires a type of sustainability-related certification, which guarantees its production process seeks to reduce the use of resources. Our paper packaging comes with a certificate issued by FSC (Forest Stewardship Council). When consumers see the FSC symbol, they know our packaging is produced in accordance with sustainability practices. The packaging definitely does not engage in deforestation. Aside, an FSC-certified product is recyclable, thus supporting maximum resource efficiency."

FSC advocates responsible forest management. It grants its symbol just to packaging that meets its international standard and whose supply chain has already been audited. Only packaging using resources from manmade commercial forest plantations is eligible to apply for an FSC certificate.

PARTNER SHARING SUSTAINABILITY PHILOSOPHY

Pan International has conducted its operations based on ISO 20400 or international standards for sustainable procurement. It therefore has required suppliers to comply with its Supplier and Business Partner Code of Practice. After passing the company's screening process, all suppliers must study the code's content to ensure full compliance.

"Sustainability-related certificates rank among our criteria in reviewing suppliers during the bidding process.

"When buying Sustainable Packaging, we focus on five criteria or 4R/1I:

- **Reduce:** How to reduce packaging weight, which in turn lowers the use of resources;
- **Retrieve:** How to retrieve packaging (after usage);
- **Reuse & Recycle:** How to reuse or recycle the packaging; and
- **Innovation:** How to improve packaging design at the upstream point.

"We have chosen SCGP as our business partner because it is the leading packaging solutions provider. We have often benefited from SCGP innovations and insight sharing. SCGP therefore has been our top-of-mind business partner. SCGP's practices have resonated with ours, especially regarding to ESG and sustainable development.

"SCGP has impressed us in many aspects. First of all, SCGP has closely taken care of its customers. When we want something, SCGP responds fast and often promptly. Secondly, SCGP is flexible. As the world has been changing all the time, we need to explore new packaging designs fast. New design ideas, information sharing, and market insights given by SCGP help us make timely purchase decisions.

"In the future, we will apply the principles of EPR (Extended Producer Responsibility) to manufacturers involved in all phases of packaging's life cycle. This means we will have to take care of used packaging so that it can be reused or recycled. This is a new project that we will do with SCGP.

"Aside, SCGP is in the Thailand Supply Chain Network (TSCN) just like we and other leading organizations. TSCN plays a role in coaching and developing smaller enterprises about sustainable business practices. We believe that we can't single-handedly pursue sustainability. It will take collaboration from all sides to achieve sustainability goals." Mr. Setha said. 

ชวนทุกคนมาเล่นเกม ต้อนรับเทศกาลแห่งการเฉลิมฉลองกันเถอะ

ลองทายดูว่า ช่องที่ยังว่างอยู่ภาพใดที่ขาดไป

To welcome the festive season,
fill in what is missing from the following boxes.

มาช่วยเติม
ให้ครบกันเถอะ
Let's solve this
puzzle.





สแกน QR CODE ตอนใต้
SCAN ME

สำหรับท่านที่ทราบคำตอบแล้ว อย่ารอช้า รีบสแกน QR Code ส่งคำตอบเข้ามาภายในวันที่ 15 กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2568 ผู้โชคดีรับไปเลย Starbucks Gift Card มูลค่า 300 บาท ท่านละ 1 ใบ จำนวน 10 รางวัล
Scan QR Code and submit your answers by 15 February 2025. Lucky winners will each get a Starbucks Gift Card worth Bt300. There are a total of 10 prizes. **P**

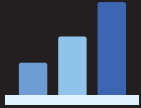
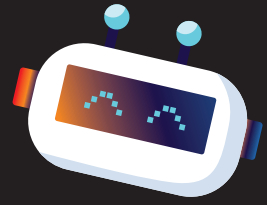
สำหรับผู้โชคดีที่ตอบคำถามถูกต้องใน a LOT ฉบับที่ 33 ได้แก่
Lucky winners from a LOT Vol. 33 are:

1. กชพรรณ อบรมชอบ
2. กิตติพงษ์ อารักษ์พุทธรินทร์
3. ชุติมา ทรัพย์ประเสริฐ
4. ณัฐวัฒน์ จิโรจน์กัญญา
5. ทวีวัฒน์ ไตรภักทรินทร์
6. ปรangkพิชญ์ กาญจนะสิงห์
7. วรฉัตร ตาลาริส
8. วิเชียร วิวัฒน์ขจรสุข
9. สมบัติ หุภิรักษ์
10. เอกภณ ธนพวุฒิ



AI เติบโตไม่หยุด

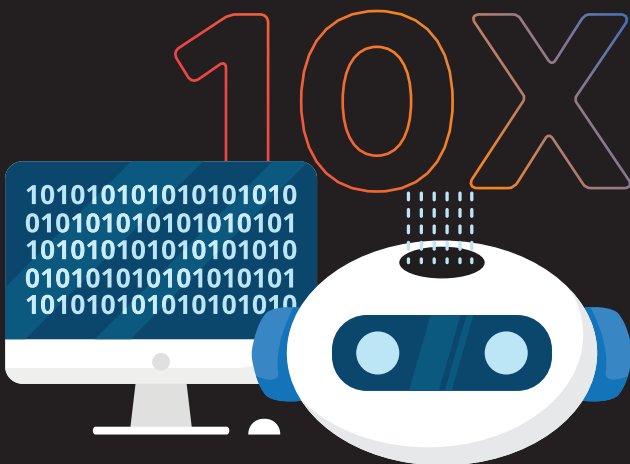
เป็นเพื่อนกับ AI ได้เร็ว ยิ่งส่งผลดีต่อแบรนด์



**EVOLVES ENDLESSLY THE FASTER YOU
BEFRIEND AI, THE BETTER FOR YOUR BRAND**

ปัญญาประดิษฐ์ หรือ AI ในวันนี้ได้รับการยกย่องให้เป็นผู้ช่วยสำคัญของโลกธุรกิจ ด้วยความสามารถที่หลากหลายและทรงพลัง จนยากจะมองข้าม แต่ที่สำคัญไปกว่านั้นคือ ศักยภาพของ AI ที่สามารถพัฒนาและเรียนรู้ได้อย่างไม่รู้จักจบสิ้น ความสามารถของ AI ที่เราเห็นในวันนี้ยังไม่ใช้จุดสิ้นสุดแน่นอน ใน Your Answers ฉบับนี้ ผศ. ดร.เอกก์ ภทรธนกุล จาก Chulalongkorn Business School ผู้เชี่ยวชาญด้านการตลาดที่ติดตามความก้าวหน้าของ AI มาโดยตลอด จะมาร่วมแชร์มุมมองที่น่าสนใจเกี่ยวกับวิธีการนำ AI มาใช้ให้เกิดประโยชน์สูงสุดต่อแบรนด์

Artificial intelligence (AI) is now touted as a key business tool for its diverse and powerful capabilities and importantly its boundless learning & self-development. With AI power well-poised to expand further, Your Answers sat down with Asst. Prof. Dr. Ake Pattaratanakun of the Chulalongkorn Business School to hear his view on how to maximize AI benefits for brands. This marketing guru has closely monitored AI advancements from the very beginning.



AI เติบโตอย่างก้าวกระโดดในระดับ 10X

AI กำลังเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วจนมีโอกาสพัฒนาไปสู่ระดับที่เรียกว่า "อัจฉริยะ" หรือ Artificial Genius (AG) ซึ่งคาดว่าไม่นานจะกลายเป็นความจริง จากเดิมที่ AI เรียนรู้จากข้อมูลจำนวนมหาศาล ซึ่งนำไปสู่การเกิดสติปัญญา ก็ไม่ต่างจากมนุษย์ที่หากเรียนรู้มากก็จะฉลาดขึ้น

"เราจะเห็นว่า AI พัฒนาตัวเองอย่างรวดเร็วมาก มีการคาดการณ์ว่า AI จะเติบโตในระดับ 10 เท่าในแต่ละปี หมายความว่า ปีนี้เก่งขึ้น 10 เท่า ปีหน้าเก่งขึ้น 100 เท่า และต่อไปก็จะเก่งขึ้น 1,000 เท่า การเติบโตนี้คือก้าวกระโดดอย่างแท้จริง"

ในช่วงหลัง เราเริ่มรู้จัก Generative AI ที่สามารถสร้างสิ่งใหม่จากข้อมูลที่มีอยู่ โดยนักการตลาดสามารถใช้ Generative AI ในเชิงกลยุทธ์ได้อย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น เปรียบได้กับนักการตลาดที่มีทักษะทั้งด้านการคิดและการปฏิบัติ พร้อมทั้งจะปรับเปลี่ยนกลยุทธ์และเข้าใจลูกค้าได้อย่างลึกซึ้ง

AI ADVANCES BY 10X

The fast-paced AI advancement suggests AI may become Artificial Genius (AG) in the near future. Initially, AI learned from big data until it has acquired intelligence. Just like humans, the more it learns, the smarter it becomes.

"AI has evolved real fast. According to forecasts, its advancement has progressed by 10 times a year. This means if it gets 10 times smarter this year. Next year, it will be 100 times smarter than now. In the next two years, it will be 1,000 times smarter. This is truly a big jump forward," Asst. Prof. Dr. Ake said.

Recently, Generative AI has also entered the scenes and showed it can create new things from existing data. Marketers can now use Generative AI for the execution of more efficient strategies. Generative AI, after all, can function like marketers. Boasting both thinking and practical skills, it deeply understands customers and adjusts strategies accordingly.

5 มิติของการเปลี่ยนแปลงในยุค AI

- เก่ง:** วันนี้นักการตลาดสามารถใช้เครื่องมืออย่าง Microsoft Copilot ในการวิเคราะห์ SWOT ของแบรนด์หรือคู่แข่งได้เพียงไม่กี่คลิก โดย AI จะสร้างไฟล์ Word และแปลงเป็น PowerPoint ที่ตกแต่งเรียบร้อยแล้วพร้อมคำอธิบาย สามารถนำเสนอผลงานได้ทันที ไม่ใช่แค่เป็นผู้ช่วยทำ แต่ยังเป็นผู้ช่วยคิด
- เร็ว:** ยกตัวอย่าง Suno AI โปรแกรมสร้างเพลงที่ใช้เวลาเพียง 2 นาที ในการแต่งเพลงจากเนื้อหาที่ป้อนเข้าไป ความเร็วนี้ทำให้การทำงานสร้างสรรค์สามารถเกิดขึ้นได้อย่างมีประสิทธิภาพ
- ศิลป์:** AI อย่าง Midjourney และ Microsoft Designer ช่วยให้การสร้างสรรคงานศิลปะเป็นเรื่องง่ายขึ้น ไม่ต้องผ่านกระบวนการซับซ้อนเช่นในอดีต
- คุ้ม:** AI ช่วยลดต้นทุนทางการตลาดได้อย่างมีประสิทธิภาพ ตัวอย่างเช่น การแต่งเพลงที่เคยมีต้นทุนสูง ปัจจุบันสามารถทำได้ในราคาหลัก 10 บาท
- ง่าย:** AI ทุกวันนี้สามารถเข้าใจคำสั่งได้แม้จะมีความคลาดเคลื่อน ทำให้การใช้งานง่ายขึ้นและมีประสิทธิภาพสูง แม้คำสั่งจะไม่ชัดเจนก็ตาม

CHAT GPT 4.0



AI: เครื่องมือทางการตลาดที่ให้ผลลัพธ์ที่ดี

ตัวอย่างการใช้ AI ของสมาคมการตลาดแห่งประเทศไทยสะท้อนให้เห็นถึงศักยภาพในการสื่อสารโครงการฝึกอบรมออกสู่สาธารณชนได้อย่างมีประสิทธิภาพ

“ครั้งนั้นเราต้องการโปสเตอร์สำหรับโปรโมตโครงการ โดยอยากสื่อสารภาพของห้องเรียนที่เด็กสอนผู้ใหญ่ ซึ่งเป็นโจทย์ที่มีความย้อนแย้งอยู่ในตัว หากเป็นเมื่อก่อนคงต้องถ่ายภาพใหม่ แต่วันนี้เราใช้ Midjourney สร้างภาพและ ChatGPT 4.0 ช่วยคิดคำโปรย จากนั้นนำทั้งหมดไปใส่ใน Canva เพื่อออกแบบโปสเตอร์ กระบวนการทั้งหมดใช้เวลาเพียงเดือนเดียวและสามารถขายคอร์สได้หมดในทุกที่นั่ง”

การใช้ AI ในการจับกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย เช่น Google AdWords และ Google AdSense ทำให้การโฆษณามีความแม่นยำและใช้งบประมาณน้อยลง นี่คือช่วงเวลาในทุกแบรนด์ควรหันมาเป็นเพื่อนกับ AI ก่อนที่คู่แข่งจะนำ AI มาใช้อย่างชาญฉลาด

สิ่งสำคัญที่ควรระวังคือ แบนด์ต้องเริ่มจากการมีข้อมูล (Data) ที่ถูกต้อง ได้มาอย่างถูกกฎหมาย และไม่เกิดจริยธรรม แม้ตอนนี้กฎระเบียบเรื่อง AI จะยังไม่ชัดเจน แต่กฎเรื่อง Data นั้นชัดเจนแล้ว ดังนั้น การดูแลข้อมูลให้ดีจึงเป็นสิ่งสำคัญที่สุดในการทำให้ AI เป็นประโยชน์ต่อแบนด์

Importantly, all brands should make sure that data fed to their AI applications are legally and ethically acquired. While AI regulation is not yet clear, data laws are now solid. Proper data management undeniably is crucial to leveraging AI in brands' interests. P

5-DIMENSIONAL CHANGE IN AI ERA

- Smart:** Marketers can turn to Microsoft Copilot for SWOT analyses. With just a few clicks, AI will analyze the strengths, weaknesses, opportunities, and threats of a targeted brand and present information in a Word file. It can also make a ready-to-use PowerPoint presentation based on its analysis. In other words, it does not only support analyses, but it also actively analyzes data alongside human marketers.
- Fast:** Suno AI is a good example. It needs just two minutes to compose a song based on data entered. Such impressive speed enables the efficient process of creative production.
- Artistic:** AI like Midjourney and Microsoft Designer simplify artistic creations. With these AI-enabled tools, creating an artwork is no longer complicated.
- Cost-Effective:** AI efficiently reduces marketing costs. For example, song composing used to incur a high cost. But today, a song can be composed at the cost of just 10 baht.
- Easy:** AI offers greater ease of use and high efficiency. Although it may not fully understand some orders, it generally can respond well to orders that are clear enough.

AI: MARKETING TOOL THAT DELIVERS GOOD RESULTS

The Marketing Association of Thailand has a classic case of AI usage. This case shows how AI can efficiently present a training course to the public.

“For the promotion of this course, we wanted a poster featuring adults as students and kids as trainers. Such theme was contradictory in itself. So, if we used it in the past, we definitely would have to stage a new photo shooting. But thanks to AI, we used Midjourney to create the image we wanted and asked ChatGPT 4.0 to do copywriting. Then, the output went to Canva for poster design. Everything could be done in just one month and after the poster came out, we could sell all seats in the training course,” Asst. Prof. Dr. Ake said.

Moreover, AI helps brands reach out effectively to their target groups. For example, Google AdWords and Google AdSense accurately identify consumers who are advertisers' target groups at a lower cost. Therefore, now is time for all brands to befriend AI before their competitors get ahead.





ฮิลใจเรา และโลกใบนี้ไปพร้อมกัน GO GO!

LET'S GO TO PLACES THAT HEAL OUR HEART & PLANET!

เหตุผลที่เราชวนคุณไปที่ 3 ร้านนี้นั้นเพราะเอกลักษณ์และความโดดเด่นที่ทุกร้านมีร่วมกันคือ การได้ร่วมเป็นส่วนหนึ่งในการดูแลโลกนี้ไปพร้อมกับการส่งมอบสินค้าดี ๆ ที่ช่วยฮิลใจเรา มั่นใจว่าเมื่อคุณได้ไปถึงที่ร้านแล้วต้องใจฟูแน่นอน คอนเฟิร์ม!

We recommend you the following three places because they are unique contributors to environmental care. Once you step into these places, you will find good and uplifting things for sure.



FLOWER IN HAND BY P.

ร้านดอกไม้สไตล์เกาหลีที่ทำให้เราใจฟูสุด ๆ เพราะที่นี่ยากมีส่วนร่วมกับมิตรชอปปิงคอมไปพร้อม ๆ กับการส่งมอบความรู้สึกดีให้ผู้คน ด้วยการนำดอกไม้สด กระดาษ และพลาสติกที่เหลือใช้จากการจัดดอกไม้ในร้าน นำมา reuse เป็นวัสดุตกแต่งรวมถึงวัสดุสำหรับจัดช่อดอกไม้ใหม่ สามารถนำไปตกแต่งบ้านหรือมอบเป็นของขวัญได้ ทั้งสวยและช่วยลดขยะด้วย

As a show of social and environmental responsibility, this Korean-style florist has refused to throw away plastic and paper scraps. Rather, it uses them for the next bouquet that is not just beautiful but also meaningful. Floral arrangements from this place share good feelings and prove perfect as gifts as well as home-décor items.



เวลาเปิด - ปิด: เปิดทุกวัน 09.00 - 18.00 น.

Open daily from 9 a.m. to 6 p.m.

ที่ตั้ง: ด้านในโครงการ 33 space ซอยประดิพัทธ์ 17

Where: 33 space project, Soi Pradipat 17

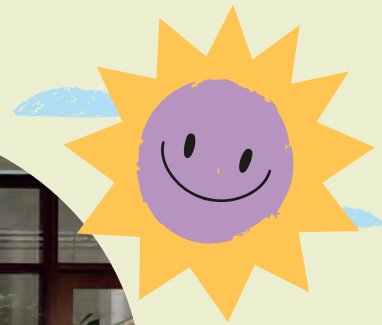
Facebook: Flower in hand by P



PLANT WORKSHOP CAFE

เติมพื้นที่สีเขียวในเมืองด้วยคาเฟ่ที่หน้าตาคล้ายโรงเรือนปลูกต้นไม้ ที่นี่เป็น Co-Working Space ที่มีทุกอย่างสำหรับคนรักต้นไม้ มีโต๊ะเก้าอี้สำหรับนั่งทำงานในบรรยากาศผ่อนคลาย ได้พักสายตาไว้กับไปไม้สีเขียว มีผู้เชี่ยวชาญที่คอยแลกเปลี่ยนข้อมูล ให้ความรู้ หรือให้คำปรึกษาการดูแลต้นไม้ในพื้นที่จำกัด รวมถึงมีกิจกรรมเวิร์กช็อปสำหรับคนรักต้นไม้หมุนเวียนสับเปลี่ยนมาให้ได้เอนจอยกันแบบไม่ซ้ำ

Looking a lot like a greenhouse, this café includes a co-working space. Tree lovers will enjoy its ambience. While working, they can easily relax their eyes with trees around them. Experts are also on hand to share gardening information, tips, and knowledge. This place hosts various kinds of workshops too.



เวลาเปิด - ปิด: วันจันทร์ - วันเสาร์ 10.00 - 19.00 น.

ปิดวันอาทิตย์

Open: Mon - Sat between 10 a.m. and 7 p.m. / Closed on Sun

ที่ตั้ง: สีแกระาชเทวี (ฝั่งริมถนนเพชรบุรี)

Where: Ratchathewi Intersection (on the side of Phetchaburi Road)

Facebook: Plant workshop cafe

PLANT SHOP



HARVKIND

ที่นี่คือคาเฟ่ที่บรรยากาศโฮมมี่สุด ๆ ที่สำคัญต่อยอดมาจากร้านเฟอร์นิเจอร์อายุเกือบ 40 ปี เฟอร์นิเจอร์ภายในร้านใส่ไอเดียและแนวคิดการออกแบบใหม่ เลือกใช้ Particle Board ที่ได้จากต้นยางของภาคใต้ที่กรีดยางจนหมดแล้วและต้องถูกโค่นลงเพื่อปลูกต้นยางใหม่ ภายในร้านยังมีมุม Bulk Shop หรือมุมที่ให้ลูกค้านำบรรจุภัณฑ์มาเติม รวมถึงมุมแยกขยะ เพื่อร่วมส่งเสริมไลฟ์สไตล์กรีน ๆ ให้แก่ทุกคนอีกด้วย

This homey cafe has evolved from a furniture shop, which is nearly 40 years old. Its new décor features particle boards made from South-based rubber trees that must be uprooted to clear way for new seedlings. Integrated into this place is also a Bulk-Shop corner, where customers can refill their emptied packages. In support of a green lifestyle, this cafe offers a waste-segregation zone for interested customers too. 



เวลาเปิด - ปิด: วันจันทร์ - วันศุกร์ 08.00 - 17.00 น. วันเสาร์ - อาทิตย์ 09.00 - 18.00 น.

Open from 8 a.m. to 5 p.m. between Mon and Fri / from 9 a.m. to 6 p.m. on Sat and Sun

ที่ตั้ง: ย่านพระราม 2 - เทียนทะเล

Where: Rama 2 - Thian Thale

Facebook: Harvkind



SCGP เดินหน้ากลยุทธ์ ESG พร้อมส่งโซลูชันใหม่ ลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก เสริมธุรกิจลูกค้า

SCGP PUSHES AHEAD ESG STRATEGY, EMPOWERS CUSTOMERS' BUSINESSES
WITH GREENHOUSE-GAS EMISSIONS REDUCTION SOLUTIONS

SCGP จับมือพันธมิตรตัวแทนจากภาครัฐ เอกชน และสถาบันการเงิน ร่วมแลกเปลี่ยนองค์ความรู้และความคิดเห็นด้านการดำเนินธุรกิจที่ยั่งยืนในงาน Sustainable Synergy for Decarbonization นำเสนอวิถีขับเคลื่อนธุรกิจให้เติบโตที่ยั่งยืนตามกรอบ ESG ของ SCGP พร้อมชูโซลูชันใหม่เสริมแกร่งธุรกิจให้ลูกค้า ทั้งการรับรองคาร์บอนฟุตพริ้นท์ของผลิตภัณฑ์ (CFP) การพัฒนาฉลากคาร์บอนฟุตพริ้นท์ของผลิตภัณฑ์ (Private Declaration Label) และซอฟต์แวร์คำนวณการปล่อยคาร์บอนไดออกไซด์ตอบโจทย์ Mega Trend

SCGP in collaboration with partners in government, private, and financial sectors has recently shared its sustainability knowledge and viewpoints at the Sustainable Synergy for Decarbonization event with the aim to drive businesses towards sustainable growth in line with SCGP's ESG framework. SCGP has also highlighted its new solutions that promise to empower its customers' businesses. Among them are Carbon Footprint of Products (CFP), Private Declaration Label, and carbon dioxide emissions calculation software, all of which answering a mega trend.

SCGP เผยแนวทางการดำเนินงานของ SCGP เพื่อบรรลุเป้าหมายการตั้งเป้าลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกลง 25 เปอร์เซ็นต์ ภายในปี 2573 และการปล่อยก๊าซเรือนกระจกสุทธิเป็นศูนย์ (Net Zero) ภายในปี 2593 ว่ามีกฎเกณฑ์ปฏิบัติที่สำคัญจาก Sustainability Transformation หรือการขับเคลื่อนธุรกิจตามแนวทางการพัฒนาที่ยั่งยืน ภายใต้แนวคิด Inclusive Green Growth สร้างความร่วมมือภายในห่วงโซ่คุณค่าให้เติบโตไปพร้อมการดูแลรักษาสิ่งแวดล้อม เริ่มต้นจากการวางแผนบริหารจัดการองค์กรเพื่อลดก๊าซเรือนกระจก โดย SCGP เพิ่มสัดส่วนการใช้พลังงานหมุนเวียน พัฒนาประสิทธิภาพการทำงาน และลดการใช้พลังงานด้วยปัญญาประดิษฐ์และเทคโนโลยีใหม่ ควบคู่ไปกับโครงการปลูกสวนไม้เพื่อดูดซับคาร์บอนและสร้างกระบวนการรีไซเคิลวัสดุบรรจุภัณฑ์

เพื่อเพิ่มมูลค่าและคุณค่าจากวัสดุเหลือใช้ ขณะเดียวกันยังคงคอยสนับสนุนและร่วมมือกับลูกค้า เพื่อลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกในวงจรการผลิตไปพร้อมกัน ด้านการสนับสนุนลูกค้าเพื่อลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก SCGP ร่วมมือกับองค์การบริหารจัดการก๊าซเรือนกระจก (องค์การมหาชน) หรือ TGO พัฒนาแนวทางและวิธีการขอรับรองคาร์บอนฟุตพริ้นท์ของผลิตภัณฑ์ (CFP) เพื่อเสริมศักยภาพการดำเนินธุรกิจและลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกแก่ลูกค้า โดยปัจจุบัน SCGP มีผลิตภัณฑ์ที่รับรองเครื่องหมาย CFP จาก TGO ทั้งสิ้น 161 รายการ แบ่งเป็น 145 ผลิตภัณฑ์ 16 กระบวนการ จากการประเมิน 2 รูปแบบ ได้แก่

1. Cradle-to-Grave คือ การระบุค่าผลกระทบของผลิตภัณฑ์ที่มีต่อสิ่งแวดล้อมตลอดวัฏจักรของผลิตภัณฑ์ นับตั้งแต่การได้มาซึ่งวัตถุดิบจนถึงอายุขัย ได้รับการรับรองทั้งสิ้น 19 ผลิตภัณฑ์ในกลุ่มประเภทกระดาษถ่ายเอกสารและบรรจุภัณฑ์อาหาร Fest by SCGP สำหรับลูกค้ากลุ่มธุรกิจ B2C

2. Cradle-to-Gate คือ การระบุค่าผลกระทบของผลิตภัณฑ์ที่มีต่อสิ่งแวดล้อม นับตั้งแต่การได้มาซึ่งวัตถุดิบครอบคลุมถึงการขนส่งวัตถุดิบมายังโรงงานและกระบวนการผลิต ได้รับการรับรองทั้งสิ้น 126 ผลิตภัณฑ์ในกลุ่มสินค้าเยื่อกระดาษและกระดาษ กระดาษบรรจุภัณฑ์ บรรจุภัณฑ์พลาสติก สำหรับลูกค้ากลุ่มธุรกิจ B2B

นอกจากนี้ SCGP ยังได้รับการรับรอง 16 กระบวนการพิมพ์และการขึ้นรูปครอบคลุมทุกกลุ่มสินค้าบรรจุภัณฑ์กระดาษ ช่วยลดระยะเวลาและขั้นตอนการขออนุญาต และเพื่อความสะดวก SCGP ได้พัฒนาออกแบบซอฟต์แวร์สำหรับคำนวณคาร์บอนฟุตพริ้นท์ของผลิตภัณฑ์ เพื่อเป็นโซลูชันการดำเนินธุรกิจให้สอดคล้องกับมาตรการด้านสิ่งแวดล้อมแก่ลูกค้า สามารถรับข้อมูลคาร์บอนฟุตพริ้นท์ได้อย่างรวดเร็ว แม่นยำ อีกทั้งยังสามารถออกเอกสารรับรอง (Declaration Certificate) และฉลากคาร์บอนฟุตพริ้นท์ของผลิตภัณฑ์ที่ออกโดย SCGP ในรูปแบบ Private Declaration Label ซึ่งสามารถนำข้อมูลปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจกของบรรจุภัณฑ์ที่ผ่านการรับรองกระบวนการแล้วไปใช้อ้างอิงการคำนวณอื่น ๆ ของลูกค้าต่อไป

“การกำหนดกลยุทธ์กับการปฏิบัติเป็นเรื่องที่มีความสำคัญ ฉะนั้นการเปลี่ยนแปลงโดยนำสิ่งที่คิดไปสู่การปฏิบัติจริงจะต้องเริ่มต้นที่ตัวของเราก่อน จากนั้นจึงเข้าร่วมกับพาร์ตเนอร์ และสุดท้ายจะได้ผลลัพธ์ที่ชัดเจน สิ่งที่เราทำจึงเป็นการโน้มน้าวคนรอบข้างให้ลงมือทำ เพราะสิ่งที่เราทำในวันนี้จะเกิดผลต่อไปในอนาคต และสิ่งที่คนอื่นทำก็ส่งผลกระทบต่อเราเช่นกัน” คุณวิชานู CEO SCGP กล่าว



SCGP said the company's operational guidelines aimed at curbing greenhouse gas emissions by 25 percent within 2030 and achieving net zero emissions by 2050. At the heart of the implementation is Sustainability Transformation, which will be driving businesses in accordance with sustainable development principles based on the Inclusive Green Growth concept or the idea of fostering cooperation across its value chain for eco-friendly growth.

SCGP has pursued its goals first by preparing an organizational management plan that allows greenhouse gas emissions reduction. Under the plan, SCGP has increased the renewable energy percentage in its operations. Also, it has improved energy efficiency and reduced energy usage with the help of artificial intelligence (AI) as well as other new technologies. Aside, SCGP has implemented the project to grow trees for carbon-capture purposes on top of setting up a packaging recycling process that can upcycle scrap materials. Moreover, SCGP has supported its partners' efforts to reduce greenhouse gas emissions in their manufacturing operations.

To support customers' greenhouse gas emissions reduction, SCGP has collaborated with the Thailand Greenhouse Gas Management Organization (Public Organization) or TGO in developing guidelines and processes to seek CFPs. The collaboration aims to enhance customers' business potential and curb greenhouse gas emissions. Currently, TGO has already certified 161 SCGP products and processes as CFPs. Of them, 145 are products and 16 are processes. Two assessment methods have been used as follows:

1. Cradle-to-Grave assessment determines a product's environmental impacts throughout its life cycle right from the acquisition of its raw materials to the end of its use life. At present, 19 copy paper products and Fest by SCGP's food safety packaging for B2C customers have been certified based on this assessment model.

2. Cradle-to-Gate assessment determines a product's environmental impacts just during a part of its life cycle. This part starts from the acquisition of raw materials to their transportation to plants and the production process. In all, 126 products in SCGP's pulp and paper, paper packaging, and plastic packaging categories for B2B have been certified based on this assessment model.

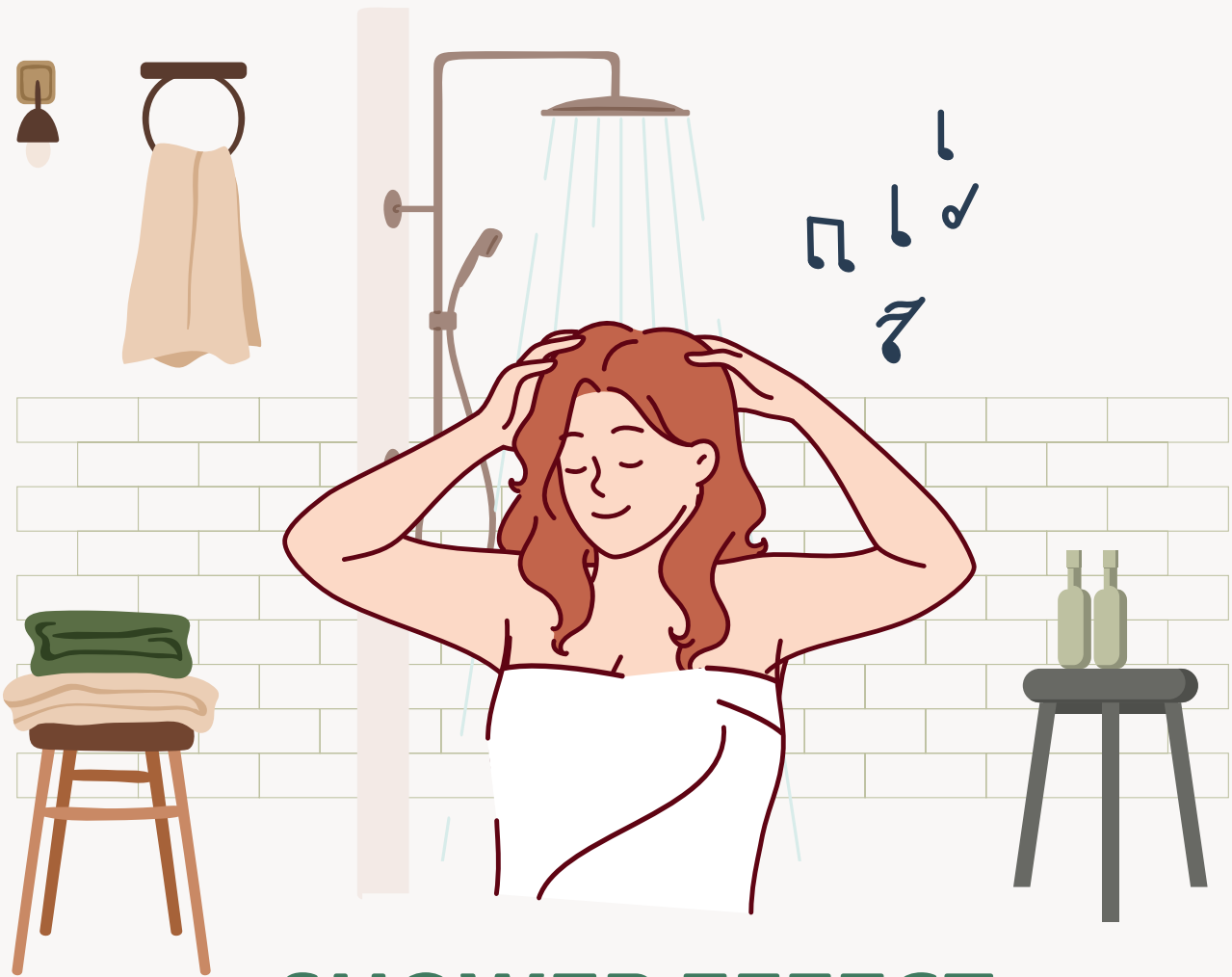
Moreover, SCGP has received certifications from TGO for 16 printing and molding processes that cover all of its paper-packaging categories. Thanks to such certifications, customers can bypass several steps in the process to obtain permits. In addition, SCGP has developed software to accurately calculate carbon footprint of a product. This business solution is designed to support customers' compliance with environmental standards. Backed by the software, they can fast get accurate carbon footprints. SCGP can issue a declaration certificate and carbon footprint label for customers too. The labels issued by SCGP for its packaging are Private Declaration Labels, based on which customers can conveniently make additional calculations for their products.

“Both the formulation of strategy and its execution are important. To turn our idea into a reality, we must act on our idea first. Then, we can collaborate with partners. Once desirable results become clear, we should persuade others to jump on the bandwagon. What we do today will shape the future and what others do will affect us too,” Mr. Wichan, CEO of SCGP, said.

SCGP ยังคงมุ่งมั่นเดินหน้าขับเคลื่อนธุรกิจ สร้างความร่วมมือแก่ผู้ที่เกี่ยวข้องในห่วงโซ่คุณค่าให้เติบโตไปพร้อมการดูแลรักษาสิ่งแวดล้อม เพราะเชื่อว่าทั้งหมดนี้จะเป็นประโยชน์อย่างยั่งยืนต่อลูกค้า คู่ค้า ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย สังคม ประเทศชาติ และโลกของเรา

SCGP is determined to drive businesses and foster collaborations among stakeholders in its value chain for inclusive green growth. This solid determination is rooted in the conviction that such practices will generate sustainable benefits for customers, vendors, other stakeholders,

society, Thailand, as well as the whole world.



SHOWER EFFECT

คิดไม่ออก อาน้ำก่อนแล้วกัน!

RUNNING OUT OF IDEAS? TAKE A SHOWER FIRST THEN!

เคล็ด (ไม่) ลับของการปลุกไอเดีย เพียงเดินเข้าห้องน้ำ เปิดฝักบัวและฟอกสบู่ ไอเดียก็พรั่งพรูจนต้องวิ่งออกมาจด นี่คือ "Shower Effect" หรือ "Shower Power" ผลลัพธ์จากการอาบน้ำ กิจกรรมในชีวิตประจำวันที่ทำให้เกิดความคิดสร้างสรรค์

It is now an open secret that we can easily spur so many ideas just by stepping into our bathroom and taking a shower. "Shower Effect" or "Shower Power", which boosts our imagination, can be perpetuated through our simple daily activity.



รู้จัก SHOWER EFFECT

เทคนิคในการกระตุ้นความคิดสร้างสรรค์และความคิดใหม่ ๆ ที่มักจะเกิดขึ้นเมื่อเราทำกิจกรรมที่ไม่ต้องใช้สมาธิอย่างจริงจัง เช่น การอาบน้ำที่ช่วยให้สมองอยู่ในสภาวะที่ผ่อนคลายและเป็นธรรมชาติ ซึ่งเป็นจุดที่ทำให้เกิดไอเดียหรือแรงบันดาลใจใหม่ ๆ ขึ้นมา

ผลลัพธ์ที่ได้มาจากการอาบน้ำอาจเกิดจากปัจจัยแวดล้อมต่าง ๆ ทั้งเสียงน้ำที่ดังให้รู้สึกชื่นใจ กลิ่นสบู่หอม ๆ อุณหภูมิร่างกายที่ค่อย ๆ เปลี่ยนแปลง ความสงบที่ค่อย ๆ เกิดขึ้น ส่งผลให้สารโดปามีนไหลเวียนได้ดี ช่วยในเรื่องของสมาธิและสมอง

WHAT IS SHOWER EFFECT?

It happens when we stimulate our creativity at the time we don't concentrate on any specific thing like while we are taking a shower. In a shower, our brain relaxes and functions naturally. That's the point of time when we suddenly come up with many ideas or discover new inspirations.

Shower Effect also owes to some environmental factors — the refreshing sound of water flowing from the shower down to the floor, the gentle fragrance from soap, the changing body temperature, and the growing peace inside the bathroom. These factors improve the circulation of dopamine within our body, thus enhancing our brain's power.

ประโยชน์ของ SHOWER EFFECT

BENEFITS OF SHOWER EFFECT



ลดเครียด สมองผ่อนคลาย ไม่มีความกดดัน

Destressing: Our brain relaxes. There is no pressure.



กระตุ้นความคิด เมื่อสมองผ่อนคลายจะสามารถเชื่อมโยงความคิดในรูปแบบใหม่ ๆ ได้ง่ายขึ้น

Stimulating ideas: When relaxed, our brain connects ideas in a more creative way.

ลองทำแบบนี้กันดู / MUST-TRY TIPS



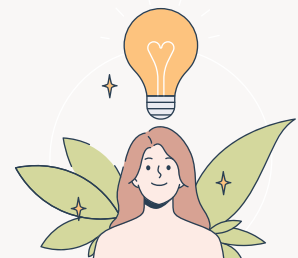
อาบน้ำ หรือทำกิจกรรมที่ไม่ต้องใช้สมาธิมาก

Take a shower or do any other activity that does not require much concentration.



ปล่อยให้สมองทำงานอย่างอิสระ ไม่ต้องพยายามคิดหรือแก้ปัญหาโดยตรง

Relax your brain. Don't rack it to find a solution to a specific problem.



เชื่อมโยงความคิดในขณะที่สมองไม่ได้โฟกัสกับสิ่งใดสิ่งหนึ่ง ความคิดต่าง ๆ จะเชื่อมโยงกันอย่างเป็นธรรมชาติ นำไปสู่อิเดียใหม่ ๆ

Connect ideas while your brain does not focus on anything. That will lead you to new ideas.

อยากให้สมองแล่นเหมือนน้ำไหล ปลุกไฟแห่งการสร้างสรรค์ ต้องลุกจากโต๊ะทำงานแล้วไปอาบน้ำกันเถอะ!

To unleash the power of our brain and boost our creativity now, get up from our desk and head to a shower! P

จับมือกัน เตรียมพร้อมรับ



ความท้าทายใหม่ ก้าวต่อไปอย่างแข็งแกร่ง

LET'S COLLABORATE AND PREPARE TO TACKLE
NEW CHALLENGES FOR FIRM STEPS AHEAD

มาถึงไตรมาสสุดท้ายอย่างรวดเร็ว ผ่านสถานการณ์ความผันผวนของเศรษฐกิจทั้งภายในและภายนอกประเทศที่ทุกคนต้องร่วมมือกันมาตลอดทั้งปี SCGP Town Hall ในครั้งนี้ ถือเป็นโอกาสที่คุณวิชาญ จิตรภักดี - CEO, SCGP ได้สื่อสาร อัปเดตธุรกิจ รวมถึงให้กำลังใจและชื่นชมพนักงานที่ทำงานอย่างมุ่งมั่นและตั้งใจมาตลอดทั้งปี

The last quarter of 2024 has fast arrived. With collaborations enabling all of us to brave through volatile domestic and global economies throughout the past year, Mr. Wichan Jitpukdee, CEO, SCGP, turned up at SCGP Town Hall to communicate with staff offering them business updates, thanks, as well as moral support.





เริ่มต้นด้วย Culture Contact ซึ่งเป็นคลิปไฮไลต์งาน The Inspiring Innovation 2024 ซึ่งจัดมาอย่างต่อเนื่อง เป็นวัฒนธรรมองค์กรของ SCGP ในการสร้างสรรค์และพัฒนานวัตกรรมในการทำงาน และในช่วง Recognition ที่ต้องขอชื่นชมทุกคนในทุกผลงานที่สร้างชื่อเสียงให้แก่บริษัท รวมถึงพนักงานจิตอาสา ทำความดีเพื่อสังคม ที่สละเวลาและแรงกาย เพื่อช่วยเหลือผู้ประสบทุกภัยในจังหวัดเชียงราย

“ทั้งหมดนั้นเป็นสิ่งดี ๆ ที่นอกเหนือจากการทำธุรกิจ พวกเรายังช่วยเหลือสังคม ยังทำเพื่อ Stakeholder เป็นสิ่งที่บริษัทภูมิใจในตัวพวกเรามาก ๆ” คุณวิชาญกล่าวเสริม

ในเรื่อง Safety เป็นเรื่องที่ยังเน้นย้ำให้ทุกคนตระหนักถึงอยู่เสมอ โดยจำนวนสถิติใน 9 เดือนที่ผ่านมา เห็นว่า มีความรุนแรงน้อยลง ถึงแม้ว่าจะมีความถี่เพิ่มขึ้นกว่าปีที่แล้วเล็กน้อย ต้องขอความร่วมมือให้ทุกคนเฝ้าระวังกันให้มากขึ้น นอกจากการดูแลภายในแล้ว ต้องเฝ้าระวังเรื่องความปลอดภัยไปถึงกลุ่มผู้รับเหมาหรือหน่วยงานต่าง ๆ ที่เข้ามาร่วมงานกับ SCGP ด้วย ถือเป็นประเด็นแรกที่ฝากให้ทุกคนใส่ใจเรื่องความปลอดภัยอยู่เสมอ ไม่ว่าจะในเวลางาน หรือในเวลาส่วนตัวก็ตาม

เรื่อง People ปีนี้ SCGP ใส่ใจเรื่อง Internal Drive เป็นประเด็นสำคัญ ทั้งเรื่องความสุขในการทำงานของพนักงาน (Basic Needs) การตอบโจทย์ในเรื่องการพัฒนาตนเองขององค์กร (Individual) การทำงานเป็นทีม (Teamwork) และการเรียนรู้ พัฒนาตนเอง เพื่อสร้างการเติบโตในหน้าที่การงาน (Growth) ตลอดจนการสร้างวัฒนธรรมองค์กรจาก Core Value ทั้ง 4 เรื่องด้วยกัน คือ 1) Innovation 2) Collaboration 3) Proactive และ 4) Customer Centricity

ในด้าน Business Update ภาพรวมอุตสาหกรรมบรรจุภัณฑ์ภูมิภาคอาเซียนฟื้นตัวต่อเนื่องจากการบริโภคภายในประเทศและการท่องเที่ยว ส่งผลให้ความต้องการใช้บรรจุภัณฑ์เพิ่มขึ้น เช่น บรรจุภัณฑ์สินค้าอุปโภคบริโภค บรรจุภัณฑ์อาหารและเครื่องดื่ม รวมถึงการส่งออกที่ขยายตัว เช่น อาหารแปรรูป สินค้าเกษตร ไปยังสหรัฐอเมริกา และทวีปยุโรป ทั้งนี้ ในช่วงปลายไตรมาสที่ 3 ภาพรวมเศรษฐกิจมีความท้าทายเพิ่มขึ้นจากการแข็งค่าของเงินบาทและสกุลเงินอื่น ๆ ในอาเซียน การเกิดอุทกภัยในไทยและเวียดนามที่ส่งผลต่อศักยภาพการส่งออกและการจัดเตรียมสต็อกสินค้า และการฟื้นตัวของเศรษฐกิจจีนที่ล่าช้ากว่าที่คาดการณ์ไว้ เป็นผลให้การส่งออกและความต้องการกระดาษบรรจุภัณฑ์ในภูมิภาคปรับลดลง รวมถึงต้นทุนกระดาษบรรจุภัณฑ์จากราคากระดาษรีไซเคิลที่เพิ่มขึ้น



ความท้าทายจากปัจจัยภายนอกเป็นสิ่งที่ทุกธุรกิจต้องเผชิญไม่ต่างกัน แต่ปัจจัยภายในเป็นเรื่องที่จะต้องบริหารจัดการ ทั้งการลดความเสี่ยง หรือปิดความเสี่ยงได้ เป็นสิ่งจำเป็นที่ทุกคนต้องให้ความสำคัญ หากเราเตรียมพร้อม เตรียมแผน และเตรียมตัวรับมือกับสิ่งเหล่านี้ เชื่อว่าเราจะจับมือก้าวต่อไปด้วยกันได้อย่างแข็งแกร่งและยั่งยืน



โดยได้สรุปใจความสำคัญเอาไว้ 3 เรื่องคือ 1) ความสามารถในการทำกำไร SCGP มุ่งบริหารต้นทุน เพิ่มยอดขายสินค้าที่มีมูลค่าสูง มุ่งปรับปรุงประสิทธิภาพการผลิต และลดต้นทุนพลังงานอย่างต่อเนื่อง 2) การเติบโตขององค์กรและการขยายธุรกิจของปี 2568 ที่จะโฟกัสไปในกลุ่มธุรกิจบรรจุภัณฑ์และโซลูชันที่เชื่อมโยงกับผู้บริโภค เช่น บรรจุภัณฑ์อาหาร และวัสดุอุปกรณ์ทางการแพทย์ซึ่งมีศักยภาพเติบโตสูงอย่างต่อเนื่อง และ 3) Customer Needs หรือการตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้าเป็นหลัก รวมถึง Cross-Selling ด้วยจุดแข็งของ SCGP ที่มีความหลากหลาย ทั้งกระดาษ พลาสติก หรือบรรจุภัณฑ์อาหาร

ความท้าทายจากปัจจัยภายนอกเป็นสิ่งที่ทุกธุรกิจต้องเผชิญไม่ต่างกัน แต่ปัจจัยภายในเป็นเรื่องที่จะต้องบริหารจัดการ ทั้งการลดความเสี่ยงหรือปิดความเสี่ยงได้ เป็นสิ่งจำเป็นที่ทุกคนต้องให้ความสำคัญ หากเราเตรียมพร้อม เตรียมแผน และเตรียมตัวรับมือกับสิ่งเหล่านี้ เชื่อว่าเราจะจับมือก้าวต่อไปด้วยกันได้อย่างแข็งแกร่งและยั่งยืน



The event started with Culture Contact showing video highlights of the Inspiring Innovation 2024, a part of continuous activities that resonate with SCGP's innovative culture. During Recognition, Mr. Wichan complimented everyone for contributing to the company's reputation. He also expressed appreciation for employees who have devoted their time and energy as volunteers to helping flood victims in Chiang Rai.

"Apart from doing our business, we have also supported society. We are very proud of our members for their services to our stakeholders," the CEO said.

Mr. Wichan then emphasized the importance of safety. According to him, while safety records show the company's safety performance has improved in terms of reduced severity, the frequency of incidents has slightly increased from the previous year. Mr. Wichan therefore urged everyone to pay due attention to safety not just internally but also externally via constructors and external agencies collaborating with SCGP. Aside, he underlined that everyone should uphold safety not only during work hours but also beyond.




Every enterprise faces external challenges. Therefore, all members of SCGP must help with managing internal challenges for risk reduction or prevention of undesirable incidents. Mr. Wichan emphasized that, with good planning and preparations, SCGP along with its members will be able to robustly move forward on a sustainable basis.

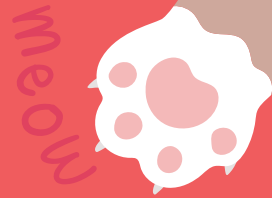


Regarding People, SCGP focused on Internal Drive theme. In addition to answering employees' basic needs, the company has fostered their individual development, teamwork, and learning for career growth. Their career path is rooted in the company's core values namely: 1) Innovation; 2) Collaboration; 3) Proactive; and 4) Customer Centricity.

Regarding Business Update, ASEAN's packaging industry has been recovering thanks to growing domestic consumption and tourism. Demand for packaging such as consumer packaging and food & beverage packaging has grown. There is also an expansion in exports of processed foods and agricultural products to the United States and Europe. However, towards the end of the third quarter, the economy faced increased challenges due to the appreciation of Thai baht and other ASEAN currencies, flooding in Thailand and Vietnam, which affected export capacity and stock preparation, and a slower-than-expected recovery of China's economy. These factors have resulted in lower regional export volumes and demand for packaging paper, as well as increased costs for packaging paper due to higher recovered paper costs.

In summary, there are three key points: 1) For its profitability, SCGP focuses on efficiently managing costs, boosting high-value product sales, enhancing production efficiency, and continuously reducing energy costs; 2) For its business growth and expansion in 2025, SCGP will focus on consumer packaging solutions business, with an emphasis on high-growth segments such as foodservice packaging and medical supplies and labware; and 3) SCGP focuses on responding to customer needs and cross-selling, leveraging its diverse range of products including paper packaging, plastic packaging, and food packaging.

Every enterprise faces external challenges. Therefore, all members of SCGP must help with managing internal challenges for risk reduction or prevention of undesirable incidents. Mr. Wichan emphasized that, with good planning and preparations, SCGP along with its members will be able to robustly move forward on a sustainable basis. 



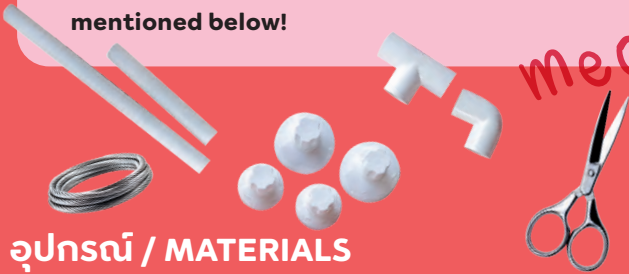
เราอยากได้เปลา!
YOUR CAT WANTS A HAMMOCK!

DIY เปลาแขวนหน้าต่าง
ติดตั้งหน้าต่างต่าง



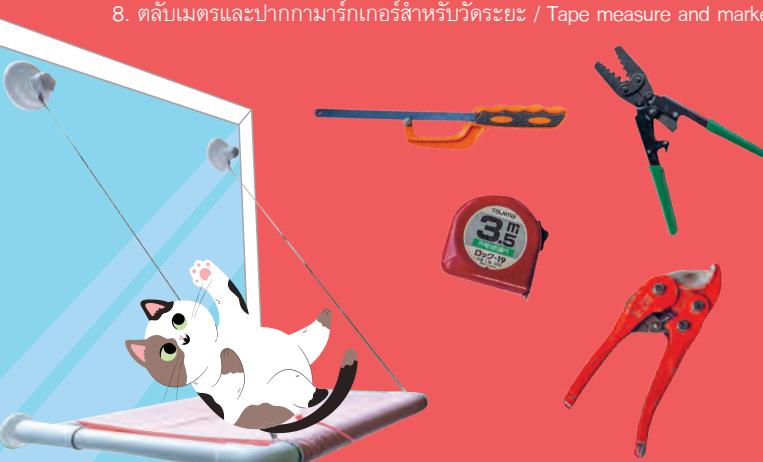
HOW TO MAKE WINDOW HAMMOCK FOR YOUR PURRY BOSS

ทาสแมวอย่างเราต้องให้น้องได้พักผ่อนอย่างสบาย ให้แมวตัวโปรดได้นั่ง นอน ตีลังกา มองวิวนอกหน้าต่างกับอุปกรณ์และขั้นตอนง่ายๆ เริ่มกันเลย!
Enslaved by a lovely cat, you definitely must go an extra length to ensure your four-legged boss can chill out while enjoying a nice view from your window. Methods are simple. You just need the following materials and follow the steps mentioned below!



อุปกรณ์ / MATERIALS

- ท่อพีวีซีสีขาว ขนาด 32 มิลลิเมตร พร้อมข้อต่อสามทาง 2 ชิ้น และข้อต่องอ 2 ชิ้น / White 32-mm PVC pipe with two tee joints and two curved joints
- กรรไกรตัดท่อ (หรือเลื่อยตัดท่อ) / Scissors for a PVC pipe (or a saw)
- ตัวดูดกระจกสูญญากาศแบบหมุนเกลียว 4 ชิ้น / Four suction cups with screws
- ปลอกหมอนเก่า ขนาดประมาณ 40x75 เซนติเมตร พร้อมอุปกรณ์เย็บผ้า / Old 40x75-cm-size pillowcase with a sewing kit
- ลวดสลิ้ง ขนาด 1.5 มิลลิเมตร ยาว 80 เซนติเมตร 2 เส้น / Two steel wire ropes, each being 80 cm long and 1.5 mm thick
- ปลอกหนีบสลิ้ง ขนาด 2 มิลลิเมตร 4 ชิ้น / Four 2-mm ferrules for holding steel wire ropes
- คีมย้ำหางปลา สำหรับหนีบปลอกสลิ้ง / Crimp tool
- ตลับเมตรและปากกามาร์กเกอร์สำหรับวัดระยะ / Tape measure and marker



ขั้นตอนการทำ / INSTRUCTIONS

- ตัดท่อขนาดยาว 24 เซนติเมตร 2 ท่อน และขนาดยาว 45 เซนติเมตร 2 ท่อน / Cut the PVC pipe into two 24-cm-long pieces and two 45-cm-long pieces.
- ประกอบโครงเปลารูปสี่เหลี่ยมด้วยข้องอและข้อต่อสามทาง / Connect three pieces as a main frame for a hammock with joints.
- วางโครงเปลาบนปลอกหมอนตามแนวขวาง / Stretch the pillowcase over this main frame.
- เย็บปลายผ้าทั้งสองด้านเข้าด้วยกันให้แน่น จากนั้นสอดโครงเปลาเข้าไปในผ้าที่เย็บแล้ว และประกอบโครงที่เหลือให้เรียบร้อย / Sew the pillowcase. Then, connect the other PVC piece to the main frame with joints.
- ใช้เลื่อยบากหลังข้อต่อสองด้านให้เป็นร่องลึกและกว้างพอดีกับลวดสลิ้ง / Use the saw to cause dents on both side of the curved joints, making them deep and wide enough to fit the steel wire ropes.
- บนลวดยาว 80 เซนติเมตรที่เตรียมไว้ทั้ง 2 เส้น วัดระยะจากปลายลวดด้านหนึ่งเข้ามด้านใน 7 เซนติเมตร และทำเครื่องหมาย / Mark the spots at seven centimeters from the ends of both 80-cm-long steel wire ropes.
- ร้อยปลอกหนีบเข้ากับลวดสลิ้งตรงที่ทำเครื่องหมายไว้ และสอดปลายลวดสลิ้งเข้าไปในปลอกหนีบจนกลายเป็นห่วงคล้อง จากนั้นเอาห่วงคล้องเข้ากับเกลียวตัวดูดกระจกสูญญากาศ ทำแบบนี้กับลวดสลิ้งทั้งสองเส้น / Attach ferrules into the rope at the marked spots and push one end of the rope through the ferrules to create hoops. Connect the hoops to glass suction cups. Repeat this process for both ropes.
- ร้อยปลายลวดอีกด้านเข้ากับโครงเปลาตรงบริเวณรอยบาก ยึดด้วยปลอกหนีบให้ห่วงคล้องให้แน่นที่สุด จากนั้นหนีบให้แน่นด้วยคีมย้ำหางปลา ทำแบบนี้กับลวดสลิ้งทั้งสองเส้น / Attach the other end of the rope to the hammock frame at the dented area. Secure it with a ferrule to ensure the loop tightly grips the pipe. Then, crimp it tightly using the crimping tool. Repeat this process for both ropes.
- ติดตั้งบนหน้าต่างกระจกโดยตัวดูดสูญญากาศ / Install the hammock on a glass window using glass suction cups. P



ชนะใจตัวเองด้วยเป้าหมาย เฟรม - ธนาकर ไชยยาสมบัติ

FOCUS ON GOALS FOR SELF-CONQUEST THANAKHAN "FRAME" CHAIYASOMBAT

TikToker ที่ปั่นจักรยานได้บิดหน่อย หลายคนแซว เฟรม - ธนาकर ไชยยาสมบัติ แบบนั้น เพราะติดตามช่อง TikTok ของเฟรม (@frame_thnk) ที่บอกเล่าเรื่องราวชีวิตของนักกีฬาสุดสนุก โดยเฉพาะในช่วงการแข่งขันกีฬาโอลิมปิก 2024 ที่เฟรมพาพวกเราไปเปิดโลกให้รู้จักชีวิตของนักกีฬามากขึ้น

จากเด็กผู้ชายที่เริ่มปั่นจักรยานเล็กรุ่น 5 ขวบ วันนี้เฟรมในวัย 25 ปี ได้เป็นนักกีฬาตัวแทนทีมชาติเข้าร่วมมหกรรมกีฬาที่ยิ่งใหญ่ที่สุดของโลก จนถึงตอนนี้เฟรมยังคงฝึกซ้อมอย่างต่อเนื่อง เพราะเป้าหมายต่อไปคือ การทำผลงานให้ดีขึ้น ทั้งการแข่งขันในทัวร์นาเมนต์ต่าง ๆ และโอลิมปิกที่จะมาถึงในอีก 4 ปีข้างหน้า

Often dubbed a TikToker with a knack for cycling, Thanakhan "Frame" Chaiyasombat has long served fun content about his life as a cyclist on TikTok (@frame_thnk). His channel even features his participation in the 2024 Olympics and offered more insights into what athletes had to do.

Frame started riding a mountain bike when he was just 5. At the age of 25, he represented Thailand in the world's biggest sports event. Even after that competition, Frame has continued to train hard because his goal is to perform increasingly better in future tournaments, including the 2028 Olympics.

เตือนตัวเองด้วยเป้าหมาย

"ช่วงฝึกซ้อมก่อนไปโอลิมปิกเข้มข้นขึ้นมาก ๆ อะไรที่เราไม่เคยเจอก็เจอ คอร์สการฝึกซ้อมที่เราไม่เคยทำ เราก็ต้องทำ บางวันเฟรมต้องไปเข้ายิมก่อนสควอทก่อน แล้วปั่นจักรยานไปขึ้นเขาเลยเพื่อให้กล้ามเนื้ออ่อนล้า วันรุ่งขึ้นเดินไม่ได้ แต่ก็ต้องซ้อมต่อ เพราะยังไม่ถึงวันพัก จุดนี้ก็มีน้อยดีเหมือนกัน ความเจ็บจากร่างกายส่งผลมาถึงจิตใจ แต่มันไม่ใช่ความเจ็บแบบอาการบาดเจ็บ เราจะไม่ซ้อมจนมันบาดเจ็บ แต่เราจะซ้อมจนมันหายเจ็บและทำให้เราแข็งแรงขึ้น"

"สิ่งที่ทำให้เฟรมผ่านจุดน้อยดีนั้นมาได้คือ การเตือนตัวเองด้วยเป้าหมายตลอดเวลา เรารู้ว่าเราเจ็บเพื่อเราจะเจ็บน้อยลงในการแข่งขัน พอไม่มีเป้าหมาย ทำให้มีแรง เจ็บก็เจ็บ เดี๋ยวก็มีวันพัก ตอนนี้แค่ต้องไปซ้อมครับ"

เรียนรู้กับทุกการแข่งขัน

"ถ้าพูดถึงโอลิมปิก ในระหว่างการแข่งขันก็มีเหตุการณ์ที่ทำให้ใจแป้วเหมือนกันครับ เรื่องรถเซอร์วิส แต่ละทีจะมีรถเซอร์วิสเป็นรถเก๋ง มีอะไหล่ เสบียง น้ำ โดยนักกีฬาสามารถเรียกรถเซอร์วิสขึ้นไปให้เสบียง ให้น้ำ ถ้ารถพัง รถทีมก็จะเข้าชาร์จทันที แต่เฟรมติดต่อกับรถทีมเราไม่ได้ จากที่วางแผนการกินเพื่อให้พลังงานเพียงพอกับ 270 กิโลเมตร พอรู้ว่าเขาน้ำไม่ได้ก็ส่งผลต่อใจและร่างกายเหมือนกันครับ แต่ก็ทำดีที่สุด เพราะกีฬาจักรยานไม่สิ้นสุด"

เรื่องของเทคนิคต่าง ๆ ประสบการณ์ในการแข่งขัน สิ่งงานก็สับสนประสบการณ์ครับ สิ่งที่ต้องทำต่อไปคือ ดึงเอาทุก ๆ ประสบการณ์มาปรับใช้ต่อไป"

โมเมนต์ประทับใจ

"ตอนแข่งเฟรมประทับใจผู้คนมาก ๆ ที่ยุโรปแฟนกีฬาเขาจะบ้าคลั่ง คือกีฬาจักรยานถ้าออกมาเชียร์ต้องเกาะรั้วเชียร์ นักปั่นจะปั่นผ่านไปแค่ฟิวเดียวเขาส่งเสียงเชียร์ทุกคน ตะโกนแบบสุด ๆ เอามือตบเบาะริเออร์ เป็นพลังงานที่ส่งมาถึงเรา ทำให้เรามีแรงขึ้นมา"

นักปั่นครีเอเตอร์

"เฟรมสนุกกับการทำคอนเทนต์มาก ๆ ไม่ได้วางแผน ไม่มีสคริปต์ ถ้าเดินเข้าไปตรงนี้น่าสนใจจัง น่าถ่ายจัง ก็เลยยกกล้องถ่าย การทำคอนเทนต์มันเปลี่ยนบุคลิกเฟรมด้วย เฟรมมีความกล้าเพิ่มขึ้นเรื่อย ๆ มีทักษะในการพูดเพิ่มขึ้นมาก ๆ ที่สำคัญคือ เปิดโอกาสให้เฟรมได้ทำอะไรใหม่ ๆ เยอะมากขึ้น"

ตั้งรับแรงเสียดทาน

"เฟรมอ่านทุกคอมเมนต์ครับ สำหรับคอมเมนต์เชิงบวกก็ดีใจ ปลื้มใจครับ แต่ถ้ามีคอมเมนต์เชิงลบ เฟรมจะเลือกจัดการตัวเองก่อน ดูว่าอ่านแล้วเราได้อะไร ถ้าเป็นเรื่องจริงอย่างที่เขาคอมเมนต์ก็จะนำไปปรับปรุงตัว หรือถ้าเป็นความ"

อัดอั้นตันใจส่วนตัวแล้วเอามาคอมเมนต์เรา เพรมาก็จะไปกดไลก์ไว้ เพื่อให้เขารู้ว่าข้อความนั้นเราได้รับแล้วนะ แต่ไม่ตอบโต้อะไรครับ”

เล่นชัยแห่งความฝัน

“ความฝันอื่นที่เพรมอยากไปให้ถึงคือ อยากไปอยู่ในทีมอาชีพของระดับ Division 1 ของวงการจักรยาน จักรยานจะมีอยู่ 3 Division ครับ Division 3 คือ ทีมที่เพรมสังกัดอยู่ในปัจจุบัน ซึ่งคือทีมอาชีพของไทย (ไทยแลนด์ คอนติเนนตัล ไซคลิง ทีม) จะสังกัดไปควบคู่กับทีมชาติไทย แต่มีทีมที่สูงกว่าทีมเราคือ Division 2 และ Division 1 เขาเรียกว่า World Team (ระดับสูงสุดของนักปั่นจักรยานอาชีพ) จะได้โลดแล่นอยู่ในทัวร์ ในยุโรป ทัวร์ เดอ ฟรองซ์ หรือทัวร์สเปนที่เป็นแกรนด์ทัวร์”

กำลังใจจากเพรมถึงทุกคน

“มีคนถามบ่อย ๆ ว่าถ้าอยากเป็นนักกีฬาทีมชาติต้องทำยังไง อายุเท่านี้แล้วเริ่มได้สิทธิ์ ขอแค่เริ่มก่อน หลังจากนั้นก็ถามตัวเองว่ารู้สึกยังไง เราชอบไหม ถ้าไม่ชอบลองเปลี่ยนใหม่ แต่ถ้าชอบก็อยากให้ลองทำต่อไปเรื่อย ๆ เราไม่รู้หรอกว่า สิ่งที่เราทำไม่หยุดวันหนึ่งมันจะพาเราไปถึงไหน ใครจะไปรู้ว่าวันนี้เพรมจะไปโอลิมปิก เพรมปั่นจักรยานตั้งแต่ 5 ขวบ แต่ไม่มีใครกระตุ้นว่าถึงอายุ 25 ปี แล้วเพรมไม่เลิกปั่นจะได้ไปโอลิมปิกแน่ เพรมอยากบอกทุกคนว่า ถ้าเจอสิ่งที่รักแล้ว อย่าหยุดทำมัน วันหนึ่งมันจะพาเราไปไกลกว่าเดิมแน่นอนครับ”



GOAL AS GUIDING LIGHT

“During super extensive training for the latest Olympics, I had to face what I had never experienced before. My training program was not the type I used to receive. I was required to exercise in a gym and squat prior to cycling. I also had to cycle uphill until my muscles were all exhausted. The next day, I found it difficult to walk. Yet, my training continued without any day off. At some points, I felt down because physical pain affected my emotions. I was not injured. But the training left me in pain. It pushed me hard, as it was designed to force my body to endure, recover, and get stronger.”

“I could brave through those difficult times because I kept reminding myself that the goal was to minimize my pain during the actual race. My focus on the goal kept me going. I reminded myself that it could hurt me now but I would be able to take a break later. I just had to train hard for the time being.”

LEARN FROM EVERY RACE

“While competing in the latest Olympics, my heart sank because I could not contact my team's service car. I would like to explain that each cycling team had a service car to provide parts, water, and other necessary supplies to contestants when needed. Athletes usually could call the service car to give them water or food. If our

bike malfunctioned, the service car would be there to help us. But I could not get in touch with my team's service car. Actually, I needed to fill my stomach to ensure that I had enough energy for a 270-km distance. Once I knew my service car would not be there for me, my body and my heart faltered. But I decided to do my best and completed the race. Regarding techniques, I think they come from our experiences. Each race serves a different experience. What I need to do is to accumulate experiences, learn from them, and apply them.”

TOUCHING MOMENTS

“I was impressed with how people in Europe cheered for athletes. When they saw a bike, they erupted in loud cheer with their hands holding fences. Even though each cyclist sped past them really fast, they screamed to the top of their lungs and their hands banged on the fences. Their energy was sent to us, as we felt powered up right away.”

CYCLIST CREATOR

“I enjoy producing content. I don't plan my content in advance. There is no script. It's just that when I find something interesting, I will record it. Content production has changed my personality. I am now bolder. My speaking skills have also improved. Importantly, such hobby has allowed me to try many new things.”

DEALING WITH CRITICISM

“I read every comment. Positive comments make me happy and delighted. When I come across a negative comment, I focus on handling my emotions. I reflect if that comment gives me anything. If the comment is true, I am determined to improve myself. If that comment is just something vented out by a frustrated person, I just click LIKE to let the commentator know I've seen his or her comment. I don't reply.”

VICTORIOUS DREAM

“I dream of joining Division 1 of the cycling world (The Union Cycliste Internationale or UCI). There are three divisions. Division 3 is where I am now via my team (Thailand Continental Cycling Team) and the Thai national team. But there are better teams in Division 2 and Division 1, which are considered world teams (The highest level for professional cyclists). At that level, I will cycle in Europe, Tour de France, and Spain Tour or Grand Tour.”

INSPIRATIONAL FRAME

“Often, people ask me what they should do to become national athletes at their age. My advice is 'Get started'. You just have to start chasing your dream. After the start, you can check again if you would like to continue. If you find that you don't really like this path that much, you may switch to other things. But if you enjoy your pursuit, keep going. You can't tell where your efforts will bring you. Nobody knew that I would be an Olympian one day. I started cycling at the age of 5. For the next two decades, no one told me that if I kept going till the age of 25, I would definitely go to the Olympics. I really would like to tell everyone that if you find your passion, don't give up. I am sure our passion will take us far.”

ปรับมุมมอง ต่อยอดไอเดีย

บ่มเพาะแนวคิดสู่ความยั่งยืน

**ADJUST PERSPECTIVES –
UPGRADE IDEAS
TO FOSTER SUSTAINABILITY
MINDSET**

**I ALWAYS TRUST THAT
THE RESULTS WILL BE GOOD.**

**A GOOD MINDSET
AND GOOD ATTITUDES**



SCGP มุ่งเน้นการขับเคลื่อนการดำเนินธุรกิจตามกรอบแนวคิด ESG บ่มเพาะเมล็ดพันธุ์ด้านความยั่งยืนและความรับผิดชอบต่อสังคม ชุมชน และสิ่งแวดล้อมมาอย่างต่อเนื่อง วันนี้เราจึงอยากชวนคุณมารู้จักกับเพื่อนพนักงานที่อยู่เบื้องหลังการผลักดัน เพื่อสร้างความร่วมมือในองค์กร ให้เกิดเป็นรูปธรรม มาร่วมแชร์แนวคิด Passion และประสบการณ์การทำงานไปด้วยกัน

SCGP is committed to driving its businesses based on ESG principle, a seed of sustainability, social responsibility, and environmental sustainability, on a continuous basis. Today, we thus would like to introduce staff who have fostered tangible collaboration on this front. Let's find out their passion and work experience.



ณัฐธิดา บินสมประสงค์
NATTHIDA BINSOMPRASONG
ASSISTANT MANAGER - ESG

“หน่วยงาน ESG มีหน้าที่ช่วยกำกับดูแลการดำเนินงานของบริษัท ในมิติด้านสิ่งแวดล้อม สังคม และบรรษัทภิบาล ปัจจุบันส่วนงานที่ขวัญรับผิดชอบคือ การกำหนดกลยุทธ์ที่สอดคล้องกับแนวทางการดำเนินธุรกิจและมาตรฐานด้านความยั่งยืนในระดับสากล โดยเฉพาะมิติด้านสังคมของพนักงานและคู่ธุรกิจ เช่น เรื่องสิทธิมนุษยชน บริษัทได้กำหนดนโยบายและแนวปฏิบัติต่าง ๆ เพื่อกำกับดูแล ไม่เอารัดเอาเปรียบพนักงาน คู่ธุรกิจ และผู้มีส่วนได้เสียอื่น ๆ มีการกำหนดให้พนักงานและคู่ธุรกิจทำงานในสถานที่ปลอดภัย มีสภาพแวดล้อมในการทำงานที่เหมาะสม พัฒนาความรู้และทักษะของพนักงาน รวมถึงด้านสวัสดิการที่มีการทบทวนอย่างต่อเนื่อง

“งานส่วนใหญ่เป็นการติดต่อประสานงาน พูดคุย รับฟังความคิดเห็น และอัปเดตข้อมูลกับหน่วยงานต่าง ๆ เพื่อแลกเปลี่ยนความรู้และให้รับทราบสถานะปัจจุบันว่า ยังมีประเด็นการพัฒนาที่ยั่งยืนใดบ้างที่เราควรโฟกัสเพิ่มขึ้น นำไปสู่การปรับปรุงนโยบายหรือมาตรการที่เป็นรูปธรรม แม้จะต้องใช้เวลา แต่เชื่อว่าผลลัพธ์จะออกมาดีเสมอ

“การดำเนินงานด้านความยั่งยืนนั้น ไม่สามารถขับเคลื่อนได้ด้วยหน่วยงาน ESG เพียงหน่วยงานเดียว หากเราสามารถช่วยให้ทุกคนมีความรู้ ความเข้าใจในเรื่องของ ESG ได้มากขึ้น ก็จะทำให้ SCGP สามารถขับเคลื่อนการสร้างความยั่งยืนทั่วทั้งองค์กร และสร้างการเติบโตให้แก่ธุรกิจต่อไป”

**“การดำเนินงานด้านความยั่งยืนนั้น
ไม่สามารถขับเคลื่อนได้ด้วยหน่วยงาน
ESG เพียงหน่วยงานเดียว หากเรา
สามารถช่วยให้ทุกคนมีความรู้
ความเข้าใจในเรื่องของ ESG ได้มากขึ้น
ก็จะทำให้ SCGP สามารถขับเคลื่อน
การสร้างความยั่งยืนทั่วทั้งองค์กร”**

**“ ESG CAN NOT DRIVE SUSTAINABILITY
ALONE BY ONE UNIT. IF WE EDUCATE
EVERYONE MORE ABOUT ESG,
OUR COMPANY WILL BE ABLE
TO FOSTER SUSTAINABILITY
ORGANIZATION-WIDE AND BUILD
FURTHER BUSINESS GROWTH.”**

“หน้าที่ของผมคือ การกำหนดกลยุทธ์ด้านสิ่งแวดล้อม โดยเฉพาะเรื่อง Climate Change ที่เป็นประเด็นสำคัญในปัจจุบัน การทำงานเริ่มตั้งแต่สำรวจ รวบรวม วิเคราะห์ข้อมูล Best Practices และ Benchmarking กับบริษัทอื่น ๆ ในธุรกิจเดียวกัน เพื่อนำมากำหนดกลยุทธ์และจัดทำเป็นแผนงานของบริษัท และอีกส่วนหนึ่งคือการสนับสนุนข้อมูลด้านสิ่งแวดล้อมของผลิตภัณฑ์ให้หน่วยงานต่าง ๆ เช่น ทีมวางแผน ทีมตลาดและส่งเสริมการขาย เป็นต้น

“ด้วยงานที่ทำงานจำเป็นต้องขอข้อมูลและความร่วมมือจากหลายฝ่าย เราจึงต้องมี Mindset ที่ดี เป็นมิตรกับเพื่อนร่วมงาน ซึ่งจะช่วยให้บรรยากาศในการทำงานดีขึ้น และยังทำให้การทำงานของเรายั่งยืนด้วย


“มีบางครั้งที่เราเจอปัญหา อาจทำให้หมด Passion ไปบ้าง ผมจะเติม Passion ด้วยการออกไปเล่นกีฬาหรือท่องเที่ยว แล้วค่อยกลับมารวบรวมความคิด พยายามหาทางออกดูว่า ปัญหาที่เกิดขึ้นมีแนวทางแก้ไขอย่างไร หรือวิเคราะห์ดูว่าอะไรที่เป็นจุดกึ่งกลางที่ทำแล้วได้ประโยชน์ทั้งสองฝ่าย

“บางครั้งการที่ได้มีโอกาสประสานงานกับหลาย ๆ หน่วยงานและได้รับคำแนะนำดี ๆ กลับมาก็สามารถนำมาพัฒนาต่อยอดได้เลย และนำไปสู่การพัฒนาบริษัทอย่างยั่งยืนครับ”

“My duty is to formulate environmental strategies, especially those about climate change. I have conducted surveys, gathered and analyzed best-practices data, and done benchmarking involving companies in the same industry. Findings are needed for the formulation of our company's work plans. Also, I am in charge of providing environmental data in support of other units such as planning, marketing, or promotion teams.

“As my job requires me to seek data and collaboration from various sides, I need to develop a good mindset and good attitude toward colleagues. They are key to promoting a supportive work atmosphere and making my job easier.

“When coming across a problem, my passion may falter somewhat. But I restore it by boosting my energy through sports or sightseeing. Once I feel better, I will try to reflect and explore solutions. I focus on finding the middle path or something that will promote mutual benefits.

“Sometimes, I have got good advice from other units thanks to collaboration opportunities. It can be used to upgrade my ideas and develop our company sustainably.” 

“ESG has the duty to supervise our company's operations in environmental, social, and governance dimensions. Currently, I am responsible for strategies that resonate with not just the company's business approach but also international sustainability standards. We pay special attention to our social impacts on employees as well as business partners, for example via our focus on human rights. Our company has formulated policies and guidelines that prevent the exploitation of employees, business partners, and other stakeholders. We seek to ensure that our employees and business partners work in the safe and proper environment. Moreover, we have developed our employees' knowledge and skills on top of reviewing their welfare regularly to ensure that it is appropriate.

“My job is mainly about coordinating with, talking and listening to, and updating information with relevant authorities for the exchanges of knowledge and finding out what topics we should focus on more. This paves the way for policy improvement and the formulation of tangible measures. Although it takes time for such efforts to bear fruit, I always trust that the results will be good.

“ESG can not drive sustainability alone by one unit. If we educate everyone more about ESG, our company will be able to foster sustainability organization-wide and build further business growth.”



ณัฐวัฒน์ เชิญถนอมวงศ์

**NATTAWAT CHOENTHANOMWONG
ASSISTANT MANAGER - ESG**

**“ มีบางครั้งที่เราเจอปัญหา อาจทำให้หมด
PASSION ไปบ้าง ผมจะเติม PASSION
ด้วยการออกไปเล่นกีฬาหรือท่องเที่ยว
แล้วค่อยกลับมารวบรวมความคิด
พยายามหาทางออกดูว่า ปัญหา
ที่เกิดขึ้นมีแนวทางแก้ไขอย่างไร ”**

**“ WHEN COMING ACROSS
A PROBLEM, MY PASSION
MAY FALTER SOMEWHAT.
BUT I RESTORE IT BY BOOSTING
MY ENERGY THROUGH SPORTS
OR SIGHTSEEING. ONCE I FEEL
BETTER, I WILL TRY TO REFLECT
AND EXPLORE SOLUTIONS.”**



FOOD PACKAGING FOR INDUSTRY

เฟสท์ ผู้นำด้านการผลิตบรรจุภัณฑ์อาหาร
จากวัสดุธรรมชาติสำหรับกลุ่มอุตสาหกรรมผลิตอาหาร



WWW.FESTFORFOOD.COM