delight

magazine | by SCG Debenture Club

January - March 2025

GEN AI
โลกยุคใหม่ ในเทรนด์อนาคต

SCGC
LSP คอมเพล็กซ์ปิโตรเคมี
รุดหน้าเพิ่มความสามารถการแข่งขัน

BIZ TRENDS
เจาะลึกผู้บริโภคตามช่วงอายุ
เพื่อบรรลุเป้าหมายการตลาด

GROOMING
มาแต่งตัวรับปีใหม่
ตามธีมสีปี 2025 กันดีกว่า

สิทธิประโยชน์วันเกิดประจำปี 2568
Birthday Privilege 2025

SCG debenture club
Good Value Great Experience

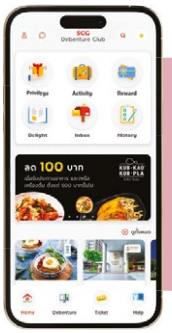
บัตรของขวัญวันเกิดอิเล็กทรอนิกส์
ร้านอาฟเตอร์ ยู

มูลค่าใบละ
100 บาท

อายุการใช้งาน 1 ปี
นับจากเดือนเกิดสมาชิก

สมาชิก **Exclusive Privilege**
จะได้รับมูลค่ารวม **500 บาท**

สมาชิก **Privilege**
จะได้รับมูลค่ารวม **300 บาท**



กดรับสิทธิประโยชน์ผ่านแอปพลิเคชัน
ที่เมนู Reward

เงื่อนไขการใช้บัตรของขวัญวันเกิดอิเล็กทรอนิกส์ (E-voucher)

บัตรของขวัญวันเกิดอิเล็กทรอนิกส์ร้านอาฟเตอร์ ยู มีมูลค่าใบละ 100 บาท สามารถใช้แทนเงินสดได้มากกว่า 1 ใบต่อบิล | รหัสรับสิทธิ์มีอายุ 30 นาที นับตั้งแต่เวลาที่ท่านกดรับสิทธิ | บัตรของขวัญอิเล็กทรอนิกส์ร้านอาฟเตอร์ ยู มีอายุการใช้งาน 1 ปี นับจากเดือนเกิดสมาชิก | ขอสงวนสิทธิ์มอบบัตรของขวัญวันเกิดอิเล็กทรอนิกส์ร้านอาฟเตอร์ ยู ให้แก่สมาชิกเอสซีจี ดีเบนเจอร์ คลับ ในวันที่ 1 ของเดือนเกิดสมาชิก และต้องกดรับสิทธิ์ที่หน้าร้านผ่านเมนู Reward ในระบบเอสซีจี ดีเบนเจอร์ คลับ โมบาย แอปพลิเคชัน หรือเว็บแอปพลิเคชัน | บัตรของขวัญวันเกิดอิเล็กทรอนิกส์ร้านอาฟเตอร์ ยู สามารถใช้แทนเงินสดได้ตามมูลค่าบัตรที่ร้านอาฟเตอร์ ยูทุกสาขา ยกเว้น สาขาเซ็นทรัลป่าตอง เซ็นทรัลเฟสติวัลภูเก็ต สาขาสนามบินสุวรรณภูมิ และบูธอีเวนท์ | บัตรของขวัญอิเล็กทรอนิกส์ร้านอาฟเตอร์ ยู ไม่สามารถ แลก เปลี่ยน โอน หรือทอนเป็นเงินสดได้ ไม่ว่ากรณีใดๆ และต้องใช้ให้หมดตามมูลค่าของบัตรแต่ละใบในครั้งเดียว และไม่สามารถใช้ร่วมกับโปรโมชันหรือการสะสมแต้ม | ขอสงวนสิทธิ์ไม่รับบัตรของขวัญวันเกิดอิเล็กทรอนิกส์ที่เป็นภาพถ่ายหรือการจับภาพหน้าจอ (Screen Capturing) | ขอสงวนสิทธิ์ในการเปลี่ยนแปลงเงื่อนไขโดยไม่ต้องแจ้งให้ทราบล่วงหน้า | โปรดอ่านเงื่อนไขการใช้บัตรของขวัญวันเกิดอิเล็กทรอนิกส์ก่อนกดรับสิทธิ์ทุกครั้ง | สงวนสิทธิ์มอบเฉพาะสมาชิกที่มีการบันทึกข้อมูล/แจ้งวันเดือนปีเกิดไว้ในระบบฐานข้อมูลของเอสซีจี ดีเบนเจอร์ คลับ แล้วก่อนเดือนเกิด และขอสงวนสิทธิ์ไม่มอบวันเกิดย้อนหลังกรณีเข้ามาเป็นสมาชิกหรือลงทุนในหุ้นกู้เอสซีจี และ/หรือบริษัทในกลุ่ม หรือบันทึกวันเดือนปีเกิดภายหลังจากเดือนเกิดที่ผ่านมาแล้ว

SCG Debenture club

ดาวน์โหลดหรืออัปเดตแอปพลิเคชันได้ที่
โมบาย แอปพลิเคชัน
สำหรับอุปกรณ์ที่รองรับระบบ iOS เวอร์ชั่น 12 ขึ้นไป
และ Android เวอร์ชั่น 4.1 ขึ้นไป

Download on the App Store
GET IT ON Google Play

สวัสดีปีใหม่สมาชิกทุกท่านค่ะ ช่วงเวลาดี ๆ แบบนี้ หลายท่านน่าจะกำลังใช้เวลาอยู่กับครอบครัว สังสรรค์พร้อมหน้าอย่างอบอุ่น และอาจกำลังวางแพลนชีวิตในสิ่งที่ตั้งใจจะทำ ทีมงานฯ ขออวยพรให้ทุกท่านทำทุกเรื่องด้วยความสุข เปิดรับพลังงานที่ดี เพื่อให้ทุกก้าวเดินพบเจอแต่ความราบรื่นนะคะ

delight ปีนี้ ขอเชิญพบกับ ***เชฟซีตรอง - วลาสุระ ณ ลำปาง*** แชมป์ MasterChef Thailand Season 6 (MasterChef อาหารไทย) มาสอนทำอาหารตำรับเชฟที่คุณก็ทำทานเองได้ที่บ้านใน The Chef และยังมีคอลัมนิสต์ชื่อดังอีกคับคั่ง อาทิ รศ. ดร. ธนวรรธน์ พลวิชัย (Economic Overview) ผศ. ดร.เอกก์ ภทรธนกุล (Biz Trends) ศุ บุญเลี้ยง (Reflection of Thought) และอีกมากมาย ส่วนใครที่ชอบเทคโนโลยี Feature ฉบับนี้ จะพาไปรู้จักกับ GenAI เพื่อเรียนรู้และปรับใช้ในชีวิต/ธุรกิจอย่างไม่ตกเทรนด์

activity ฉบับนี้ไฮไลต์อยู่ที่ ***ตุรกี ดินแดนสองทวีปแห่งอารยธรรม*** พาชมความงดงามของสถาปัตยกรรมและธรรมชาติ ฝั่งงานฝีมือรอบนี้เป็น ***กิจกรรมเวิร์กช็อป Quilling Paper ม้วนกระดาษ ร้อยเรียงเป็นดอกไม้*** ชวนมาทำของตกแต่งด้วยศิลปะม้วนกระดาษ สายความรู้พบกับ ***สัมมนา "แฉกลโกงเปิดโปงมิจฉาชีพ"*** และพิเศษสุดกับคอนเสิร์ตประจำปีที่ทุกท่านรอคอย เตรียมร่างกายและวันว่างไว้ให้พร้อม ฉบับหน้าเราจะเปิดรับสมัครกัน คอยติดตามไว้นะคะ

ขอให้ทุกท่านดูแลสุขภาพกันนะคะ เพราะกายและใจที่แข็งแรงคือเชื้อเพลิงสำคัญของชีวิต ทีมงานฯ ขอเป็นส่วนเล็ก ๆ ในการส่งมอบสาระความรู้และสีสันชีวิตผ่านกิจกรรมต่าง ๆ เพื่อเติมแต่งให้ทุกท่านมีชีวิตที่สมดุลรอบด้านนะคะ

วิสัชนา ฉายประเสริฐ
บรรณาธิการบริหาร

delight

เจ้าของ	แผนกบริหารความสัมพันธ์หุ้นกู้
	บริษัทปูนซิเมนต์ไทย จำกัด (มหาชน)
บรรณาธิการผู้พิมพ์ ผู้โฆษณา	รวิพร วงศ์พุทธพิทักษ์
บรรณาธิการบริหาร	วิสัชนา ฉายประเสริฐ
คณะบรรณาธิการ	กชกร นาคประสิทธิ์
	เขมิกา สมิตผลิน
	นิภาวรรณ สกุลวิริยะธรรม
	พรรณรพี สกลวารี
	ภัทรรัตน์ มะโนทัย
	อลิสา ด่านกลาง
ทีมงานกองบรรณาธิการ	
บรรณาธิการอำนวยการ	ภัทราวรรณ พูลทวีเกียรติ์
บรรณาธิการเล่ม	โชต โชติโชตินันท์
ศิลปกรรม	อธิพันธ์ อัศวเชษฐชัย
ช่างภาพ	วิภัทร พันธุ์นราวิกิจ
	วรพล ขัตติยโยธิน
	ศักยะ บุญเสมอ
รีทัช	สมภพ ศรีโนพันธ์
ซับเอดิเตอร์และพิสูจน์อักษร	จริญญา เมฆธรรม
	อรจิรา มีญาณเยี่ยม
ธุรกิจสัมพันธ์	สณัตนี เลิศปิติวัฒนา
แทรฟฟิก	เยาวลักษณ์ ทองพูนแก้ว
โปรดักชั่น	นรเศรษฐ์ ปัจชา
จัดทำโดย	แผนกบริหารความสัมพันธ์หุ้นกู้
	บริษัทปูนซิเมนต์ไทย จำกัด (มหาชน)
	1 ถนนปูนซิเมนต์ไทย บางซื่อ
	กรุงเทพฯ 10800 โทร. 0-2586-2112
	โทรสาร 0-2586-4977
	อีเมล debentureclub@scg.com

ออกแบบและพิมพ์โดย
บริษัทอมรินทร์ คอร์เปอเรชั่นส์ จำกัด (มหาชน)
โทร. 0-2422-9000 ต่อ 1337, 1338
ขอขอบคุณภาพประกอบคอลัมน์จาก www.amarinphotobank.com
หมายเหตุ: บทความ ทัศนะ และสถานที่ที่พิมพ์ในวารสาร delight เป็นความคิดเห็นและคำแนะนำของผู้ประพันธ์ มิได้เกี่ยวข้องกับบริษัทปูนซิเมนต์ไทย จำกัด (มหาชน) แต่อย่างใด

บริษัทปูนซิเมนต์ไทย จำกัด (มหาชน) เคารพความเป็นส่วนตัวของท่านสมาชิกเอสซีจี ดีเบนเจอร์ คลับ และเพื่อให้ท่านเกิดความมั่นใจว่าท่านได้รับความคุ้มครองตามพระราชบัญญัติคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล พ.ศ. 2562 จึงได้จัดทำนโยบายความเป็นส่วนตัวขึ้น เพื่อแจ้งให้ท่านทราบถึงรายละเอียดของบริษัทในการเก็บรวบรวม ใช้ และเปิดเผยข้อมูลส่วนบุคคลของท่าน โดยท่านสามารถศึกษารายละเอียดนโยบายความเป็นส่วนตัวสำหรับผู้ถือหุ้นกู้เพิ่มเติมได้ที่ https://www.scg.com/th/09legal_privacy/privacy-shareholders.html

Contents

12 SCG Spotlight

18 SCG Insight

24 Member's Stage

30 Talk to Doctor

34 SCGC

38 Economic Overview

44 Home

48 Rebuild

52 Design Space

54 Ido Idea

58 SCGP

60 Biz Trends

66 Did You Know

68 NEW Business Case
พื้นที่ใหม่เพื่อศึกษาธุรกิจ ฉบับนี้
พบกลยุทธ์ที่ทำให้ LEGO มีวันนี้ได้

72 Feature

78 NEW The Chef
พบกับ "เชฟซีตรอง - วลาสุระ ณ ลำปาง" แชมป์รายการ MasterChef Thailand Season 6 กับเมนูรสชาติดีที่คุณปรุงทานได้เองที่บ้าน

80 Good Health

86 Parenting

89 Teenager Hits

90 The Next Gen Talk

96 Grooming
สายแฟอย่าพลาด กับธีมสีปี 2025 มามิกซ์แอนด์แมตช์ให้ได้ลุคเก๋ ๆ กันเถอะ

126
Charity News

128
Debenture Club

138
Delight Quiz

140
Lifelong Learning

142
Brain Challenge

98
Must Go

100
Must Have

102
Exotic Thai

109
Merit Room

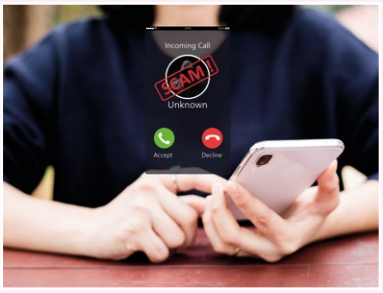
110
The Journey

118
Reflection of Thought

121
Yesterday

124
Mind & Spirit
จัดสังฆทานทำบุญรับปีใหม่ ด้วยตัวเองทำอย่างไร ฉบับนี้มีคำตอบ

delight activity



1
กิจกรรมเวิร์กช็อป
Quilling Paper ม้วนกระดาษ ร้อยเรียงเป็นดอกไม้

2
สัมมนา
แฉกลโกง เปิดโปงมิจฉาชีพ

4
ตุรกี
ดินแดนสองทวีปแห่งอารยธรรม

16
วิธีสมัครกิจกรรม

สิทธิประโยชน์ประจำเดือน รับฟรี

เพิ่มสิทธิ์! เป็น 3,000 สิทธิ์ต่อเดือน*

มกราคม 2568

พาย 3 ชิ้น

April's Bekery ทุกสาขา

เริ่ม 1 มกราคม 2568

กุมภาพันธ์ 2568

ซุปซุนดูบูและข้าวญี่ปุ่น
หรือ **ข้าวยำบิบิมบัมไก่**

Bonchon เฉพาะสาขาที่ร่วมรายการ

เริ่ม 1 กุมภาพันธ์ 2568

มีนาคม 2568

เครื่องดื่มหมวด
Most Popular ไซส์ Ori

Boost Juice ทุกสาขา

เริ่ม 1 มีนาคม 2568

รับสิทธิ์ผ่านแอป SCG Debenture Club และใช้สิทธิ์ได้ที่หน้าร้านเท่านั้น

*ดูเงื่อนไขสิทธิประโยชน์ได้ที่แอปพลิเคชัน SCG Debenture Club

Dining Privilege

새마을식당
SAEMAEUL

ส่วนลด 100 บาท

เมื่อมียอดชำระ 500 บาทขึ้นไป
ต่อใบเสร็จ*

Saemaeul ทุกสาขา

จำกัด 1,000 สิทธิ์

Krispy Kreme DOUGHNUTS

รับทันที!

โดนัท ออริจินัล เกลซ 1 ชิ้น

เมื่อซื้อโดนัทชนิดใดก็ได้ 3 ชิ้นขึ้นไป
ต่อใบเสร็จ*

Krispy Kreme เฉพาะสาขาที่ร่วมรายการ

ยกเว้น สนามบินสุวรรณภูมิ สนามบินดอนเมือง
สาขาอีเว้นท์ชั่วคราว

จำกัด 1,200 สิทธิ์

ระยะเวลารับสิทธิ์: วันที่ 1 มกราคม - 30 มิถุนายน 2568

*ดูเงื่อนไขสิทธิประโยชน์ได้ที่แอปพลิเคชัน SCG Debenture Club

บริษัทปูนซิเมนต์ไทย จำกัด (มหาชน) และบริษัทย่อย

คำอธิบายและการวิเคราะห์ของฝ่ายจัดการ
ผลการดำเนินงานไตรมาสที่ 3 ปี 2567 และช่วง 9 เดือนของปี 2567

ไตรมาสที่ 3 ปี 2567 เอสซีจีมีกำไรสำหรับงวดเท่ากับ 721 ล้านบาท ซึ่งรวมรายการเงินสดที่ได้จากสัญญาแลกเปลี่ยนอัตราดอกเบี้ยแล้ว โดยกำไรสำหรับงวดลดลง 81% จากไตรมาสก่อนเนื่องจากค่าเงินบาทที่แข็งค่า การปรับมูลค่าสินค้าคงเหลือลดลง ส่วนแบ่งกำไรจากบริษัทร่วมลดลง

ภาพรวมธุรกิจ

ไตรมาสที่ 3 ปี 2567 เอสซีจีมีกำไรสำหรับงวดเท่ากับ 721 ล้านบาท ซึ่งรวมรายการเงินสดที่ได้จากสัญญาแลกเปลี่ยนอัตราดอกเบี้ยหรือ Interest Rate Swap (IRS) มูลค่า 2,183 ล้านบาท จากเอสซีจี เคมิคอลส์ โดยที่กำไรสำหรับงวดลดลง 81% จากไตรมาสก่อน เนื่องจากอัตราแลกเปลี่ยนเงินบาทที่แข็งค่า การปรับมูลค่าสินค้าคงเหลือลดลงและส่วนแบ่งกำไรจากบริษัทร่วมลดลง ประกอบกับไตรมาสก่อนเป็นช่วงที่มีรายได้เงินปันผลรับจากการลงทุนในธุรกิจอื่น ทั้งนี้หากไม่รวม IRS ขาดทุนสำหรับงวดจะเท่ากับ 1,462 ล้านบาท สำหรับรายได้จากการขายอยู่ที่ 128,199 ล้านบาท ใกล้เคียงกับไตรมาสก่อน เนื่องจากเอสซีจี เคมิคอลส์ มีปริมาณขายเพิ่มขึ้นชดเชยกับยอดขายที่ลดลงของเอสซีจีพี ในขณะที่ EBITDA เท่ากับ 9,879 ล้านบาท ลดลง 39% จากไตรมาสก่อน

เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อน เอสซีจีมีรายได้จากการขายเพิ่มขึ้น 2% จากยอดขายของเอสซีจี เคมิคอลส์ และเอสซีจีพี ในขณะที่ EBITDA ลดลง 11% เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อน กำไรสำหรับงวดลดลง 70% เทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อนโดยกำไรที่ไม่รวมรายการพิเศษ (Profit excluding extra items) ลดลง 76% จากช่วงเดียวกันของปีก่อน จากอัตราแลกเปลี่ยนเงินบาทที่แข็งค่า การปรับมูลค่าสินค้าคงเหลือลดลง และส่วนแบ่งกำไรจากบริษัทร่วมลดลง

ผลการดำเนินงานในช่วง 9 เดือนของปี 2567 เอสซีจีมีรายได้จากการขายอยู่ในระดับเดียวกับช่วงเดียวกันของปีก่อนที่ 380,660 ล้านบาท เป็นผลมาจากปริมาณขายของเอสซีจี เคมิคอลส์ และเอสซีจีพีที่เพิ่มขึ้นในขณะที่ยอดขายกลุ่มธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับซีเมนต์และการก่อสร้างลดลง ส่วน EBITDA ลดลง 10% จากช่วงเดียวกันของปีก่อนมาอยู่ที่ 38,768 ล้านบาท กำไรสำหรับงวดและกำไรที่ไม่รวมรายการพิเศษ (Profit excluding extra items[1]) เท่ากับ 6,854 ล้านบาท ลดลง 75% และ 46% ตามลำดับ เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อน จากค่าใช้จ่ายในการเดินเครื่องโรงงานปิโตรเคมี Long Son ที่ประเทศเวียดนาม (ค่าใช้จ่ายนี้รวมถึงค่าใช้จ่ายต่าง ๆ ในการเดินเครื่องที่เป็นเงินสดและค่าเสื่อมราคาที่ไม่เป็นเงินสด) ประกอบกับส่วนต่างราคาสินค้าเคมีภัณฑ์และส่วนแบ่งกำไรจากบริษัทร่วมที่ลดลง

[1]รายการพิเศษ หมายถึง รายการที่ไม่เกิดขึ้นเป็นประจำของธุรกิจ ที่เป็นรายการที่ไม่ใช่เงินสด
รายการพิเศษในช่วง 9 เดือนของปี 2566 ประกอบด้วย:

1. ขาดทุนจากการด้อยค่าสินทรัพย์ของโรงงานซีเมนต์ในภูมิภาคของเอสซีจี ซีเมนต์แอนด์กรีนโซลูชันส์ = -578 ล้านบาท
2. กำไรจากปรับมูลค่ายุติธรรมของเงินลงทุน = 14,822 ล้านบาท

ส่วนแบ่งกำไรจากบริษัทร่วมในช่วง 9 เดือนของปี 2567 เท่ากับ 5,342 ล้านบาท ลดลง 22% จากช่วงเดียวกันของปีก่อน

ในช่วง 9 เดือนของปี 2567 เอสซีจีมีส่วนแบ่งกำไรจากบริษัทร่วมเท่ากับ 5,342 ล้านบาท ลดลง 22% เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อนโดยส่วนแบ่งกำไรจากบริษัทร่วมในธุรกิจเคมิคอลส์คิดเป็น 23% ของทั้งหมด หรือเท่ากับ 1,223 ล้านบาท ลดลง 59% จากช่วงเดียวกันของปีก่อน และมีส่วนแบ่งกำไรจากบริษัทร่วมจากธุรกิจอื่นเท่ากับ 4,119 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 7% จากช่วงเดียวกันของปีก่อน

เอสซีจีมีเงินปันผลรับในช่วง 9 เดือนของปี 2567 เท่ากับ 6,392 ล้านบาท ลดลง 21% จากช่วงเดียวกันของปีก่อน โดยเอสซีจีมีเงินปันผลรับจากบริษัทร่วม (เอสซีจีถือหุ้น 20 - 50%) เท่ากับ 4,141 ล้านบาท และจากบริษัทอื่น (เอสซีจีถือหุ้นต่ำกว่า 20%) เท่ากับ 2,251 ล้านบาท

เอสซีจีมีเงินสดและเงินสดภายใต้การบริหาร เท่ากับ 47,880 ล้านบาท

เอสซีจีมีเงินสดและเงินสดภายใต้การบริหาร ณ สิ้นไตรมาสที่ 3 ปี 2567 เท่ากับ 47,880 ล้านบาท ขณะที่ ณ สิ้นไตรมาสที่ 2 ปี 2567 อยู่ที่ 78,907 ล้านบาท โดยลดลงเนื่องมาจากการลงทุนของเอสซีจีพี และการจ่ายเงินปันผลระหว่างกาล

เอสซีจีมีเงินทุนหมุนเวียนสุทธิ 104,903 ล้านบาท ลดลง 3% จากไตรมาสก่อน โดยมีอัตราหมุนเวียนสินค้าคงเหลือต่อต้นทุนขายเท่ากับ 69 วัน เทียบกับ 72 วันในไตรมาสก่อน (ไตรมาสที่ 2 ปี 2567)

ผลการดำเนินการด้าน ESG

Net Zero

ในช่วง 9 เดือนของปี 2567 เอสซีจีปล่อยก๊าซเรือนกระจกสุทธิ 20.39 ล้านตันคาร์บอนไดออกไซด์ และยังคงเป็นไปตามเป้าหมายที่จะบรรลุในปี 2573

ในช่วง 9 เดือนของปี 2567 เอสซีจีมีการปล่อยก๊าซเรือนกระจก (Scope 1+2) อยู่ที่ 20.39 ล้านตันคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า และหากประเมินปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจกทั้งปี 2567 คาดว่าจะไม่เกิน 29.17 ล้านตันคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า ซึ่งยังสอดคล้องกับคำแนะของ SBTi ที่ให้ลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกประมาณ 2.5% ต่อปี เพื่อควบคุมอุณหภูมิโลกให้เพิ่มไม่เกิน 2 องศาเซลเซียส (Well Below 2 Celsius)

สำหรับการเพิ่มสัดส่วนการใช้เชื้อเพลิงทางเลือก เช่น พลังงานชีวมวลและวัสดุเหลือใช้ทางการเกษตรและเชื้อเพลิงจากขยะ (Refuse Derived Fuel หรือ RDF) เพื่อทดแทนเชื้อเพลิงฟอสซิล เป็นกลยุทธ์หลักหนึ่งในการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก ในช่วง 9 เดือนของปี 2567 เอสซีจีใช้เชื้อเพลิงทางเลือกคิดเป็น 28% ของพลังงานความร้อนทั้งหมดสำหรับทุกธุรกิจ และคิดเป็น 46% สำหรับธุรกิจซีเมนต์ในประเทศไทย

Go Green

ในช่วง 9 เดือนของปี 2567 สินค้า SCG Green Choice คิดเป็น 54.4% ของรายได้จากการขายทั้งหมด

การเร่งพัฒนาสินค้าคาร์บอนต่ำภายใต้ฉลาก SCG Green Choice เป็นหนึ่งในตัวขับเคลื่อนสำคัญเพื่อบรรลุเป้าหมาย Net Zero ของเอสซีจี โดยเอสซีจีตั้งเป้ารายได้จากสินค้า SCG Green Choice เป็นสัดส่วน 2 ใน 3 ของรายได้จากการขายทั้งหมดภายในปี 2573 ในช่วง 9 เดือน

ของปี 2567 รายได้จากการขายสินค้า SCG Green Choice อยู่ที่ 207.1 พันล้านบาท คิดเป็น 54.4% ของรายได้จากการขายทั้งหมด

เอสซีจีให้ความสำคัญกับการเพิ่มสินค้าที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมให้หลากหลาย ซึ่งนอกจากจะให้ประโยชน์กับลูกค้าโดยตรงมากขึ้น และยังช่วยให้ลูกค้ามีส่วนร่วมในการดูแลและลดผลกระทบเชิงลบต่อสิ่งแวดล้อมผ่านผลิตภัณฑ์ของเอสซีจี

ลดเหลื่อมล้ำ

เอสซีจีมุ่งพัฒนาอาชีพ สร้างรายได้ให้โอกาสทางการศึกษา และยกระดับสุขภาวะ ตั้งแต่ปี 2565 โดยมีเป้าหมาย 50,000 คนในปี 2573 โดยเอสซีจีช่วยลดความเหลื่อมล้ำแก่คนในสังคมเป็นยอดรวมสะสม 45,248 คน

ในช่วง 9 เดือนของปี 2567 แรงงานกว่า 12,505 คน ได้รับการสนับสนุน เพื่อสร้างงาน พัฒนาทักษะ และความสามารถให้ตรงกับความต้องการของตลาด

ช่วง 9 เดือนของปี 2567 เอสซีจีมีส่วนในการลดความเหลื่อมล้ำในสังคม รวม 12,505 คน โดยในด้านการพัฒนาทักษะอาชีพ ได้ร่วมมือกับเครือข่าย หน่วยงาน และชุมชนต่าง ๆ พัฒนาทักษะและความสามารถแรงงานให้สอดคล้องกับความต้องการของตลาด สนับสนุนผู้เข้าร่วมโครงการ 5,014 คน ให้มีโอกาสสร้างรายได้ ผ่านการฝึกอบรมและขยายโอกาสทางธุรกิจ เช่น ร่วมมือกับแพลตฟอร์มต่าง ๆ เช่น Lazada, Shopee และ NocNoc และขยายบริการติดตั้งเครื่องปรับอากาศและเพิ่มทักษะช่างเทคนิคให้มีรายได้สูงขึ้น สำหรับด้านการส่งเสริมการศึกษา มอบทุนการศึกษาให้เยาวชน 1,686 คน ผ่านโครงการสำคัญ เช่น "Learn to Earn" และ "Sharing the Dream" รวมถึงขยายโครงการไปยังอาเซียนสนับสนุนเยาวชนอีก 410 คน และในด้านการยกระดับสุขภาวะ ได้สนับสนุนการเข้าถึงบริการสาธารณสุขแก่กลุ่มเปราะบาง รวม 1,623 คน ผ่านโครงการ “ราษฎรสุขใจ พลานามัยสมบูรณ์” ซึ่งผ่าตัดรักษาต้อกระจกให้ผู้ป่วย 673 คน และให้บริการทันตกรรม 750 คน รวมถึงการอบรมอาชีพพนักงานขับรถฉุกเฉิน 200 คนที่นอกจากจะเพิ่มโอกาสและพัฒนาทักษะอาชีพแล้ว ยังเป็นการเพิ่มความปลอดภัยในระบบสาธารณสุขด้วย ตอกย้ำถึงความมุ่งมั่นในการลดความเหลื่อมล้ำ สร้างความยั่งยืนในด้านอาชีพ การศึกษา และสุขภาวะ ที่เอสซีจีได้ดำเนินการมาอย่างต่อเนื่อง

ย้ำร่วมมือ

สระบุรีแซนด์บ็อกซ์ ได้เป็นกลุ่มอุตสาหกรรมลำดับแรกของประเทศไทย ที่เข้าร่วมโครงการระดับโลกของ World Economic Forum

ความคืบหน้าโครงการ Saraburi Sandbox ในไตรมาส 3 สระบุรีแซนด์บ็อกซ์เป็นกลุ่มอุตสาหกรรมแรกของไทย ลำดับที่ 3 ของอาเซียน และลำดับที่ 21 ของโลก เข้าร่วมโครงการระดับโลกอย่าง “Transitioning Industrial Clusters” จัดโดย World Economic Forum ซึ่งเป็นการผนึกพลังของอุตสาหกรรมชั้นนำทั่วโลก มุ่งเดินหน้าผลักดันการลดคาร์บอน โดยเฉพาะอุตสาหกรรมปูนซีเมนต์และคอนกรีต ตลอดจนช่วยขับเคลื่อนเศรษฐกิจให้เติบโตอย่างยั่งยืน

ข้อมูลผลตอบแทนจากตราสารหนี้และอัตราดอกเบี้ยเงินฝาก

ตารางแสดงผลตอบแทนหุ้นกู้ (ข้อมูล ณ วันที่ 2 ธันวาคม พ.ศ. 2567)

หุ้นกู้	อายุคงเหลือ (ปี)	ราคาที่ตกลงครั้งล่าสุด (บาท/หน่วย)	วันที่ตกลงแลกเปลี่ยนหุ้นกู้ครั้งล่าสุด	อัตราผลตอบแทนถึงวันครบกำหนดไถ่ถอน	ส่วนต่างจากราคาหน้าตั๋ว (บาท/หน่วย)
SCC254A ครั้งที่ 1/2564	0.33	1,004.60	12 พฤศจิกายน 2567	2.23%	4.60
SCC25OA ครั้งที่ 2/2564	0.83	1,005.64	19 พฤศจิกายน 2567	2.40%	5.64
SCC26OA ครั้งที่ 1/2565	1.83	1,023.62	14 พฤศจิกายน 2567	2.17%	23.62
SCC274A ครั้งที่ 1/2566	2.33	1,015.03	12 พฤศจิกายน 2567	2.60%	15.03
SCC27OA ครั้งที่ 2/2566	2.91	1,029.86	28 ตุลาคม 2567	2.28%	29.86
SCC284A ครั้งที่ 1/2567	3.33	1,037.69	24 ตุลาคม 2567	2.32%	37.69
SCC28OA ครั้งที่ 2/2567	3.83	1,020.62	29 พฤศจิกายน 2567	2.80%	20.62
SCGC264A ครั้งที่ 1/2565	1.33	1,010.71	27 พฤศจิกายน 2567	2.26%	10.71
SCGP26DA ครั้งที่ 2/2565	1.99	1,017.86	29 พฤศจิกายน 2567	3.02%	17.86
SCGP27DA ครั้งที่ 1/2567	2.99	1,006.82	11 ตุลาคม 2567	3.20%	6.82

* ท่านสามารถตรวจสอบราคาหุ้นกู้ประจำวันได้ที่ www.scg.com

ตารางแสดงอัตราดอกเบี้ยเงินฝากประจำ (ข้อมูล ณ วันที่ 2 ธันวาคม พ.ศ. 2567)

ระยะเวลา	ธนาคารกรุงเทพ	ธนาคารกรุงไทย	ธนาคารกสิกรไทย	ธนาคารไทยพาณิชย์
1 ปี	1.45%	1.70%	1.45 - 1.50%	1.50%
2 ปี	1.70%	2.10%	1.80 - 1.90%	1.90%
3 ปี	1.75%	2.15%	1.85 - 1.95%	1.95%

ตารางอัตราผลตอบแทนของพันธบัตรรัฐบาล (ข้อมูล ณ วันที่ 2 ธันวาคม พ.ศ. 2567)

ระยะเวลา	อัตราผลตอบแทน
3 เดือน	2.10%
6 เดือน	2.12%
1 ปี	2.12%
2 ปี	2.01%
3 ปี	2.02%
4 ปี	2.05%

สิทธิประโยชน์ประจำปี 2568

NEW!

Sizzler
STEAK • SEAFOOD • SALAD

ส่วนลด 100 บาท

เมื่อมียอดชำระขั้นต่ำ 500 บาท

จำกัด 500 สิทธิ์/เดือน

NEW!

BOOST

ส่วนลด 20 บาท

เมื่อซื้อเครื่องดื่มเมนูใดก็ได้

จำกัด 600 สิทธิ์/เดือน

NEW!

B-Quik

ฟรี!

เติมลมยางไนโตรเจน

เฉพาะสมาชิก Exclusive Card

สมาชิก Privilege Card รับส่วนลด 50%

จำกัด 300 สิทธิ์/ปี

ส่วนลด 100 บาท

บริการสลับยาง-ถ่วงล้อ

จำกัด 500 สิทธิ์/ปี

ส่วนลด 100 บาท

บริการตั้งศูนย์ล้อ

จำกัด 500 สิทธิ์/ปี

SCG debenture club
Good Value Great Experience

NEW!

SWENSEN'S

ส่วนลด 40 บาท
เมื่อมียอดชำระขั้นต่ำ 200 บาท

จำกัด 500 สิทธิ์/เดือน

NEW!

Original Thai Tea

ส่วนลด 10 บาท
เมื่อซื้อเครื่องดื่มเมนูใดก็ได้

จำกัด 800 สิทธิ์/เดือน

au bon pain
The Bakery Café

ส่วนลด 50 บาท
เมื่อซื้อเครื่องดื่มเมนูใดก็ได้ ตั้งแต่ 90 บาทขึ้นไป หรือเมนู Signature Sandwich

จำกัด 800 สิทธิ์/เดือน

Tops | Tops Food Hall | Tops Fine Food

ส่วนลด 100 บาท
เมื่อซื้อสินค้าครบ 1,000 บาท

จำกัด 500 สิทธิ์/เดือน

B2S

ส่วนลด 100 บาท
เมื่อซื้อสินค้าครบ 500 บาท

จำกัด 160 สิทธิ์/เดือน

พันธมิตรธุรกิจอื่น ๆ

bangchak | SEE FAH | TRSC | สมิติเวช SAMITIVEJ | Bumrungrad International | AHG | CHALACHOL | Chai tour since 1984 | Sookniyom TOUR

*ดูเงื่อนไขสิทธิประโยชน์ได้ที่แอปพลิเคชัน SCG Debenture Club *ขอสงวนสิทธิ์ในการยกเลิกสมาชิกเอสซีจี ดีเบนเจอร์คลับ หากตรวจพบการใช้งานผิดเงื่อนไขที่กำหนด

Corporate

เอสซีจีแถลงผลประกอบการไตรมาส 3 และ 9 เดือน ปี 2567 เปิดแผนแก้เกมระยะสั้น พร้อมเดินเกมระยะยาว รับมือเศรษฐกิจรุมเร้า
โดยกลยุทธ์แก้เกมระยะสั้น 1) มุ่งลดต้นทุนภาพรวมองค์กร 5,000 ล้านบาท ภายในปี 2568 2) ลดเงินทุนหมุนเวียนลง 10,000 ล้านบาท ภายในไตรมาส 1 ปี 2568 3) ยกเลิกกิจการที่ไม่ทำกำไร 4) ขายสินทรัพย์ ลดต้นทุนการผลิต เร่งเพิ่มเชื้อเพลิงทดแทน ขณะเดียวกันเดินเกมระยะยาว ลุยปิโตรเคมีเวียดนาม ลงทุนเพิ่มทางเลือกใช้ “อีเทน” ลดต้นทุนวัตถุดิบ ด้วยงบ 700 ล้านเหรียญสหรัฐ คาดแล้วเสร็จปี 2570 เร่งพัฒนา-ส่งออกปูนคาร์บอนต่ำ และพลาสติกรักษ์โลกดีมานด์สูง

เอสซีจีเผยแผนรุก Future Forward เร่งปรับตัว เสริมแกร่งธุรกิจคล่องตัว ลดคาร์บอน ตามแนวทาง Inclusive Green Growth สู้อนาคตท้าทาย ในระยะ 2 - 5 ปี มุ่งสร้างความสามารถในการแข่งขันระยะยาว รับวัฏจักรปิโตรเคมีผันผวนยาว เพิ่มออปชันวัตถุดิบปิโตรเคมีเวียดนาม Long Son Petrochemicals (LSP) ด้วยก๊าซอีเทน ช่วยลดต้นทุนวัตถุดิบ คว้าโอกาสจากนโยบายหนุนนวัตกรรมกรีน ขยายธุรกิจพลังงานสะอาดสู่อาเซียน

ทุกภาคส่วนผนึกกำลัง ยื่นรัฐบาล 4 ข้อเสนอ เร่งเปลี่ยนไทยสู่สังคมคาร์บอนต่ำ ในงาน ESG Symposium 2024 มุ่งสู่พลังงานสะอาดและระบบเศรษฐกิจหมุนเวียน เร่งเดินหน้า 4 แนวทาง ได้แก่ ปลดล็อกกฎหมายและข้อกำหนด ผลักดันการเข้าถึงแหล่งเงินทุนสีเขียว พัฒนาเทคโนโลยีและโครงสร้างพื้นฐานสีเขียว หนุนการปรับตัวเสริมศักยภาพ SMEs

SCG Distribution and Retail

SCG International ทำสัญญาขายซีเมนต์ระยะยาว 1.05 ล้านตัน ไปยังสหรัฐอเมริกา โดยเป็นการขายซีเมนต์ SCG Low Carbon OPC Type IL ที่ได้รับการรับรอง Environmental Product Declaration (EPD) ให้แก่ Hawaiian Cement เป็นระยะเวลา 3 ปี ถือเป็นก้าวสำคัญในการขยายตลาดในระดับโลก

SCG Smart Living

ONNEX by SCG Smart Living เปิดพื้นที่ SCG HOME EXPERIENCE ชั้น 1 พบระบบหลังคาโซลาร์ เอสซีจี พร้อมติดตั้ง ดูแลครบวงจร นวัตกรรมการถ่ายเทอากาศและระบายความร้อนออกจากตัวบ้าน โถงหลังคา Active AIRflow™ System ช่วยระบายอากาศและความร้อนออกจากตัวบ้าน เครื่องเติมอากาศดี Active AIR Quality นวัตกรรมกรองอากาศให้มีคุณภาพดี พร้อมเติมอากาศสะอาดให้บ้าน

SCG Smart Living เปิดตัววัสดุตกแต่งพื้นไม้ "GREEN 'IN WOOD" นวัตกรรมไม้จริงคาร์บอนต่ำ ผลิตจากไม้ไผ่ วัสดุหมุนเวียนที่มีคุณสมบัติพิเศษในการดูดซับคาร์บอนไดออกไซด์อย่างมีประสิทธิภาพ มีคุณสมบัติที่เหนือกว่าไม้จริงทั่วไป ต้านทานแมลงและปลวก คงไว้ซึ่งความสวยงามและผิวสัมผัสของไม้แท้

SCG Decor

SCG Decor หรือ SCGD คว้าผลประเมิน CGR ระดับ 5 หรือดีเลิศ (Excellent CG Scoring) กลุ่มอุตสาหกรรมอสังหาริมทรัพย์และก่อสร้าง จากการประเมินการกำกับดูแลกิจการของบริษัทจดทะเบียนไทย ประจำปี 2567 (Corporate Governance Report of Thai Listed Companies: CGR) โดย SCGD ได้รับคะแนนอยู่ใน Quartile ที่ 1 เทียบบริษัทจดทะเบียนกว่า 808 บริษัท สะท้อนความมุ่งมั่นของการก้าวสู่เบอร์ 1 ของอาเซียน ด้วยกลยุทธ์การเติบโต มีรายได้เป็น 2 เท่าภายในปี 2573 พร้อมการกำกับดูแลกิจการตามหลักบรรษัทภิบาลที่ดี

SCG Cement & Green Solutions

KITCARBON ผนึก TGO ขับเคลื่อนอุตสาหกรรมสู่ Net Zero ด้วย Green Data เชื่อมต่อทุกภาคส่วนสู่สังคมคาร์บอนต่ำ แพลตฟอร์มประมวลผลการปล่อย CO_2 สำหรับโครงการก่อสร้างรายแรกในไทย ที่มีแนวทางมุ่งสู่การลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกสุทธิเป็นศูนย์ ชูแนวคิด "คิด ก่อน สร้าง" พร้อมผนึก TGO ขับเคลื่อนอุตสาหกรรมสู่ Net Zero ด้วย Green Data

AP THAILAND – CPAC ผนึกกำลังขับเคลื่อนอุตสาหกรรมเพื่อการอยู่อาศัยไทยสู่ความยั่งยืน ก้าวสู่ยุคใหม่ด้วยคอนกรีตคาร์บอนต่ำและรถโม่เล็กซีแพค ตอกย้ำจุดยืน เดินหน้าขับเคลื่อนอุตสาหกรรมเพื่อการอยู่อาศัยไทยที่ยั่งยืน ควบคู่ไปกับการยกระดับอุตสาหกรรมก่อสร้างไทยก้าวสู่ยุคใหม่ด้วยสังคมคาร์บอนต่ำ

CPAC จับมือพร็อพเพอร์ตี้ เพอร์เฟค รุกคืบไปอีกขั้น ใช้คอนกรีตคาร์บอนต่ำ ซีแพค ในโรงงานพรีคาสท์ เป็นแห่งแรกของไทย ตอกย้ำแนวคิด "Go Green" ที่มุ่งเปลี่ยนแปลงสู่อนาคตอุตสาหกรรมก่อสร้างสีเขียว พิสูจน์แล้วว่า สามารถลดการปล่อยก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์ได้ถึง 208,993 กิโลกรัม (เทียบเท่าการปลูกต้นไม้ 21,999 ต้น)

SCGJWD Logistics

SCGJWD คว้ารางวัลด้านการจัดการห่วงโซ่อุปทาน “Highly Commended Supply Chain Management Awards” จากงาน SET Awards 2024
คุณบรรณ เกษมทรัพย์ ประธานเจ้าหน้าที่บริหารร่วม SCGJWD รับรางวัลด้านการจัดการห่วงโซ่อุปทานระดับ Highly Commended Supply Chain Management Awards กลุ่มรางวัล Sustainability Excellence จากงาน SET Awards 2024 สะท้อนศักยภาพการบริหารจัดการห่วงโซ่อุปทานยกระดับคุณภาพระบบขนส่งโลจิสติกส์

SCGC

SCGC พัฒนาบรรจุภัณฑ์รักโลกจาก SCGC GREEN POLYMER™ โดยร่วมกับบริษัทบางจาก คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) เปิดตัวบรรจุภัณฑ์ที่มีส่วนผสมของเม็ดพลาสติกรีไซเคิล 30% สำหรับผลิตภัณฑ์หัวเชื้อน้ำมันดีเซลเกรดพรีเมียม FURIO Ultra HD ทั้งยังร่วมกับบริษัทคาโอ อินตัสเตรียล (ประเทศไทย) จำกัด พัฒนาบรรจุภัณฑ์จากเม็ดพลาสติกรีไซเคิลคุณภาพสูงประเภทพอลิเอทิลีนชนิดความหนาแน่นสูง สำหรับผลิตภัณฑ์ดูแลเส้นผมแฟซ่าที่สามารถนำไปรีไซเคิลได้ร้อยเปอร์เซ็นต์ และยังร่วมกับกลุ่มบริษัทยูนิลีเวอร์ ประเทศไทย นำพลาสติกใช้แล้วจากครัวเรือน มาผลิตเป็นเม็ดพลาสติกรีโซเคิลคุณภาพสูงพอลิเอทีลีนความหนาแน่นสูง สำหรับแกลลอนน้ำยาล้างจานซันไลต์ ขวดน้ำยาปรับผ้านุ่มคอมฟอร์ท ขวดวาสลีน และฝาขวดน้ำยาล้างจานซันไลต์ ผลิตจากเม็ดพลาสติกรีไซเคิลคุณภาพสูงพอลิโพรพิลีน

เอสซีจีซี ร่วมกับพริ้นซิเพิล เฮลท์แคร์ และพันธมิตร เผยโฉมกระเบื้องพีวีซีรีไซเคิลจากถุงน้ำยาล้างไตครั้งแรกในประเทศไทย
เพิ่มมูลค่าเป็นกระเบื้องพีวีซีรีไซเคิลคุณภาพสูง นำร่องติดตั้งที่หอพักผู้ป่วยโรงพยาบาลพริ้นซ์ สุวรรณภูมิ และโรงพยาบาลในเครืออีก 3 จังหวัด มุ่งใช้ทรัพยากรให้เกิดประโยชน์สูงสุดตามหลักการเศรษฐกิจหมุนเวียน

SCGP

SCGP เผยผลการดำเนินงาน 9 เดือนแรกของปี 2567 มีรายได้จากการขาย 101,553 ล้านบาท เพิ่มขึ้นร้อยละ 4 จากช่วงเดียวกันของปีก่อน จากปริมาณขายของสายธุรกิจบรรจุภัณฑ์แบบครบวงจรและสายธุรกิจเยื่อและกระดาษที่เพิ่มขึ้น กำไรสำหรับงวด 3,756 ล้านบาท ลดลงร้อยละ 7 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อน จากต้นทุนที่เพิ่มขึ้น จึงรุกโซลูชันบรรจุภัณฑ์ที่มีศักยภาพเติบโตสูงที่ยั่งยืนตามกรอบ ESG

SCGP ร่วมลงนามบันทึกข้อตกลงความร่วมมือกับ Once Medical Company Limited เพื่อร่วมพัฒนาโซลูชันเข็มฉีดยาและวัสดุอุปกรณ์ทางการแพทย์คุณภาพสูงอื่น ๆ ส่งเสริมศักยภาพทางด้านโซลูชันบรรจุภัณฑ์และวัสดุอุปกรณ์ทางการแพทย์ของ SCGP รวมถึงขยายเครือข่ายลูกค้าได้อย่างแข็งแกร่งและครอบคลุมยิ่งขึ้น

SCGP รับมอบโล่ประกาศเกียรติคุณ "องค์กรผู้นำด้านการจัดการก๊าซเรือนกระจกระดับยอดเยี่ยม สาขาสินค้าอุตสาหกรรม ประจำปี 2567" เป็นปีที่สองติดต่อกันจากเครือข่ายคาร์บอนนิวทรัลประเทศไทย แสดงถึงความเป็นผู้นำและรับผิดชอบต่อการปล่อยก๊าซเรือนกระจก เป็น Climate Action Leading Organization ในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจสังคมคาร์บอนต่ำของประเทศไทย

SCGP รับรางวัล "Best Innovative Company Awards" ในประเภทรางวัล SET Awards of Honor ภายในงาน SET Awards 2024 สะท้อนความยอดเยี่ยมด้านการสร้างสรรค์และพัฒนานวัตกรรม ที่ช่วยส่งเสริมภาพรวมอุตสาหกรรมให้ก้าวหน้าอย่างต่อเนื่องตั้งแต่ปี 2022 - 2024

SCG debenture club

Good Value Great Experience

เตรียมพบกับ

เอสซีจี ดีเบนเจอร์ คลับ คอนเสิร์ต

ประสบการณ์ดนตรีและความสนุกสุดยิ่งใหญ่แห่งปี

วันเสาร์ที่ 7 มิถุนายน 2568

พารากอนฮอลล์ ชั้น 5

ศูนย์การค้าสยามพารากอน

ติดตามรายละเอียดได้ที่นิตยสารดีไลท์
ฉบับเดือนเม.ย. - มิ.ย. 68
เริ่มรับสมัครตั้งแต่วันที่ 1 - 20 เม.ย. 68

SCG Insight

เรื่อง: อรธยา จารุบูรณะ **ภาพ:** วิภัทร พันธุ์นราวิกิจ

บริหารต้นทุน มุ่งนวัตกรรมพลาสติกรักษ์โลก

ชาตรี เอี่ยมโสภณา

ประธานเจ้าหน้าที่บริหารสายงานพาณิชย์ ธุรกิจเคมิคอลส์
(CHIEF COMMERCIAL OFFICER)

Highlights

- หนึ่งในกลยุทธ์การเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของโครงการลองเซิน ปิโตรเคมิคอลส์ คือ การบริหารจัดการต้นทุนวัตถุดิบ ด้วยการเพิ่มความสามารถในการใช้ก๊าซอีเทนเป็นวัตถุดิบ นอกเหนือจากการใช้แนฟทา และก๊าซโพรเพน โดยคาดว่าราคาเฉลี่ยก๊าซอีเทนรวมค่าขนส่งจะต่ำกว่าราคาเฉลี่ยแนฟทาและก๊าซโพรเพน ประมาณร้อยละ 30
- แนวทางการผลักดันองค์กรไปสู่ธุรกิจ Green Polymer มีสองแนวทางคือ **หนึ่ง** การรีไซเคิลเชิงเคมี (Chemical Recycling) ที่เปลี่ยนพลาสติกใช้แล้วเป็นวัตถุดิบตั้งต้นสำหรับโรงงานปิโตรเคมี **สอง** การรีไซเคิลเชิงกล (Mechanical Recycling) ที่เปลี่ยนพลาสติกใช้แล้วให้เป็นเม็ดพลาสติกรีไซเคิลคุณภาพสูง เพื่อขึ้นรูปเป็นผลิตภัณฑ์สำหรับกลุ่มสินค้าที่เป็น Non-Food Contact

ปีที่ผ่านมานับเป็นปีที่ท้าทายของเอสซีจี เคมิคอลส์ ที่แม้จะมีสัดส่วนรายได้ถึงร้อยละ 38 ของรายได้รวมของเอสซีจี แต่บริษัทฯ ยังคงมุ่งมั่นเร่งเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน เพื่อรับมือกับสถานการณ์อุตสาหกรรมปิโตรเคมีทั่วโลกที่ยังคงอ่อนตัว ในขณะที่คู่แข่งอย่างจีนก็กำลังรุกคืบเข้ามาในตลาดอย่างไม่อาจหลีกเลี่ยงได้ คุณชาตรี เอี่ยมโสภณา ประธานเจ้าหน้าที่บริหารสายงานพาณิชย์ (Chief Commercial Officer) บริษัทเอสซีจี เคมิคอลส์ จำกัด (มหาชน) จึงเตรียมความพร้อมและมองหากลยุทธ์ใหม่ เพื่อรับมือกับทุกสถานการณ์

"ในอุตสาหกรรมปิโตรเคมี ทุก 10 ปีจะมีวงจร (Cycle) ที่ต้องผ่านจุดต่ำสุด แล้วจึงฟื้นกลับมา โดยทุกครั้งที่เกิดขึ้นไม่ว่าปี 2545 และ 2555 ก็สามารถกลับมาได้เร็ว แต่สำหรับรอบที่เกิดขึ้นในปี 2566 แนวโน้มการกลับมาอาจไม่ได้เร็วเหมือนทุกครั้ง ความท้าทายในช่วงเวลานี้คือ ทำอย่างไรให้บริษัทฯ ยังคงสามารถขายสินค้าได้ พร้อมกับพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่ตอบโจทย์ลูกค้าให้ได้มากที่สุด"

ขับเคลื่อนสายงานพาณิชย์

ทั้งความท้าทายและอุปสรรคที่เข้ามาถือเป็นบททดสอบความสามารถ เพราะประสบการณ์ทำงานกับเอสซีจีตั้งแต่ปี 2540 นับเป็นสิ่งที่หล่อหลอมทักษะและความสามารถในการเผชิญกับวิกฤติต่าง ๆ ที่เข้ามาได้อย่างมั่นคง คุณชาตรีเล่าว่า ช่วงเริ่มต้นหลังจากทำงานที่เอสซีจีได้เพียง 4 - 5 เดือน เขาได้รับมอบหมายให้เป็นเซลส์จำหน่ายเม็ดพลาสติกและดูแลด้านการส่งออก โดยต้องไปประจำที่ประเทศจีน จากนั้นได้ดูแลการขายครอบคลุมพื้นที่ทั่วโลก ก่อนจะย้ายไปดูแลการดำเนินงานบริษัท Joint Venture ต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็นบริษัทแกรนด์ สยาม คอมโพสิต จำกัด ผู้ผลิตเม็ดพลาสติกคอมพาวนด์ให้กับผู้ผลิตชิ้นส่วนยานยนต์และเครื่องใช้ไฟฟ้า และบริษัทกรุงเทพ ซินธิติกส์ จำกัด ผู้ผลิตน้ำยางและยางสังเคราะห์สำหรับผู้ผลิตยางรถยนต์และถุงมือแพทย์ จากนั้นจึงได้ย้ายไปประจำที่ PT Chandra Asri

Petrochemical Tbk ผู้ผลิตปิโตรเคมีครบวงจรที่ใหญ่ที่สุดของประเทศอินโดนีเซีย ก่อนจะกลับมารับตำแหน่งประธานเจ้าหน้าที่สายงานการเงิน บริษัทเอสซีจี เคมิคอลส์ จำกัด (มหาชน) แล้วตามด้วยตำแหน่งปัจจุบันที่ดูแลสายงานพาณิชย์อย่างเต็มตัว

"สายงานพาณิชย์ที่ผมดูแล ครอบคลุมตั้งแต่การซื้อวัตถุดิบ การกำหนดปริมาณผลิตสินค้า การพัฒนาสินค้าใหม่ การขนส่งและโลจิสติกส์ การตลาดและการขาย รวมทั้งการตัดสินใจลงทุนต่าง ๆ เพื่อปรับปรุงและพัฒนาธุรกิจอย่างต่อเนื่อง" โดยสายธุรกิจที่ว่านั้น สามารถแบ่งออกได้ 2 กลุ่ม ได้แก่

- **ธุรกิจโอเลฟินส์ และพอลิโอเลฟินส์** ในประเทศไทย และเวียดนาม (มีกำลังการผลิต PE และ PP รวม 3.53 ล้านตันต่อปี)
- **ธุรกิจไวนิล** ได้แก่ พลาสติกพีวีซี ในประเทศไทย เวียดนาม และอินโดนีเซีย และสินค้าพีวีซีสำเร็จรูป เช่น ท่อ ข้อต่อ ประตู หน้าต่าง รางน้ำฝน ในประเทศไทย เวียดนาม อินโดนีเซีย และอื่น ๆ

กลยุทธ์เพิ่มขีดความสามารถ

ยุทธศาสตร์สำคัญที่ทำให้องค์กรสามารถขับเคลื่อนได้ตลอดมา คือความสามารถในการตอบสนองความต้องการของลูกค้า ซึ่งสิ่งเหล่านี้ไม่ได้เกิดขึ้นโดยง่าย แต่ต้องอาศัยเวลาและความร่วมมือจากทีมงานทุกภาคส่วนที่ร่วมกันรวบรวมความต้องการของลูกค้า นำมาพัฒนาเป็นผลิตภัณฑ์ที่ตอบโจทย์ และพัฒนาเป็นสินค้า HVA (High Value Added Product)

> เรามีศูนย์ i2P Center พร้อมทีมงานที่ร่วมกันระดมความคิด เพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่ตอบโจทย์ความต้องการของลูกค้าได้อย่างตรงจุด นอกจากนี้ ในทุกปีเรายังตั้งเป้าหมายในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ ๆ เพื่อตอบรับเทรนด์ของโลก

คุณชาตรียกตัวอย่างผลิตภัณฑ์เม็ดพลาสติกสำหรับผลิตท่อในอุตสาหกรรม ซึ่งปัจจุบันเป็นหนึ่งในสินค้าหลักของเอสซีจี เคมิคอลส์ นวัตกรรมนี้ทำให้สามารถผลิตท่อที่มีความบางลงแต่ทนทานมากขึ้น ทำให้ประหยัดต้นทุนการผลิตได้อย่างเป็นรูปธรรม ขณะเดียวกันยังมีการพัฒนาเม็ดพลาสติกสำหรับผลิตท่อที่ทนแรงเสียดสี สามารถนำไปติดตั้งได้โดยไม่ต้องขุดหน้าดิน ตอบโจทย์การใช้งานที่สะดวกมากยิ่งขึ้น

"เรามีศูนย์ i2P Center พร้อมทีมงานที่ร่วมกันระดมความคิด เพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่ตอบโจทย์ความต้องการของลูกค้าได้อย่างตรงจุด นอกจากนี้ ในทุกปีเรายังตั้งเป้าหมายในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ ๆ เพื่อตอบรับเทรนด์ของโลก"

ปัจจุบันในช่วง 2 ปีที่ผ่านมา ถือเป็นช่วงเวลาที่ยากลำบากของอุตสาหกรรมปิโตรเคมี เนื่องจากกำลังการผลิตที่เพิ่มขึ้นจากประเทศจีน แม้ว่าความต้องการบริโภคจะเพิ่มขึ้น แต่ยังน้อยกว่าการเติบโตของกำลังการผลิต ส่งผลให้การแข่งขันในตลาดมีความรุนแรงมากกว่าที่เคยเป็นมา

"การที่เราวางพื้นฐานอย่างดีตั้งแต่เริ่มต้น โดยเฉพาะการเริ่มส่งออกสินค้าต่อเนื่องมากว่า 20 ปีไปยังกว่า 100 ประเทศทั่วโลก ทำให้เรามีฐานลูกค้าที่หลากหลาย และสิ่งที่จะเป็นข้อได้เปรียบสำคัญคือ การขายสินค้าที่คู่แข่งไม่สามารถทำได้

หรือหากทำได้ เรายังมีความสามารถในการเข้าถึงตลาดที่หลากหลายมากกว่า" คุณชาตรีกล่าว

"ขณะเดียวกันจำเป็นต้องเร่งเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน เพื่อรับมือกับสถานการณ์อุตสาหกรรมปิโตรเคมีทั่วโลกที่เปลี่ยนแปลงอย่างต่อเนื่อง ประกอบกับราคาน้ำมันดิบยังคงผันผวน ส่งผลให้ต้นทุนวัตถุดิบอยู่ในระดับสูง เราได้เตรียมแผนเพื่อเพิ่มศักยภาพของโครงการลองเซิน ปิโตรเคมิคอลส์ (Long Son Petrochemicals – LSP) ให้มีความยืดหยุ่นด้านต้นทุนการผลิตมากขึ้น โดยเพิ่มทางเลือกในการใช้วัตถุดิบในการผลิต เพื่อให้สามารถบริหารจัดการต้นทุนได้อย่างเหมาะสมกับจังหวะตลาด และลดผลกระทบจากความผันผวนของราคาวัตถุดิบ

"โดยจะเพิ่มความสามารถในการใช้ก๊าซอีเทน (Ethane) เป็นวัตถุดิบเพิ่มเติมจากแนฟทา (Naphtha) และก๊าซโพรเพน (Propane) ซึ่งคาดว่าราคาเฉลี่ยก๊าซอีเทนรวมค่าขนส่งจะต่ำกว่าราคาเฉลี่ยแนฟทาและก๊าซโพรเพนประมาณร้อยละ 30 นอกจากนี้ การเพิ่มการใช้ก๊าซอีเทนยังช่วยลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกจากกระบวนการผลิตอีกด้วย"

เดินหน้านวัตกรรมพลาสติกรักษ์โลก

เทรนด์รักษ์โลกได้แพร่หลายไปในทุกอุตสาหกรรม การปรับตัวเพื่อรองรับกระแสดังกล่าวจึงเป็นเรื่องสำคัญไม่ต่างจากการดำเนินธุรกิจหลัก

"นอกเหนือจากธุรกิจหลัก สิ่งที่เราพยายามผลักดัน คือ ธุรกิจ Green Polymer เพื่อขับเคลื่อนให้เกิดการนำพลาสติกกลับมาใช้ใหม่ ปัจจุบันมีอยู่สองแนวทาง ได้แก่

หนึ่ง การรีไซเคิลเชิงเคมี (Chemical Recycling) ซึ่งเป็นการเปลี่ยนพลาสติกใช้แล้ว เป็นวัตถุดิบตั้งต้น (Feedstock) สำหรับโรงงานปิโตรเคมี

สอง การรีไซเคิลเชิงกล (Mechanical Recycling) ซึ่งเป็นการนำพลาสติกใช้แล้วมาแยกประเภท ทำความสะอาด บดและหลอมเป็นเม็ดพลาสติกรีไซเคิลคุณภาพสูง (High Quality Post-Consumer Recycled Resin: PCR) เพื่อขึ้นรูปเป็นผลิตภัณฑ์สำหรับกลุ่มสินค้าที่เป็น Non-Food Contact" คุณชาตรีกล่าว

สิ่งเหล่านี้ไม่เพียงแต่ส่งผลต่อการดำเนินธุรกิจที่สอดคล้องกับเทรนด์โลกเท่านั้น แต่ยังเป็นการดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืนสู่อนาคต โดยคำนึงถึงการใช้ทรัพยากรหมุนเวียนซึ่งจะก่อให้เกิดประโยชน์ต่อโลกต่อไป

> "หลักสำคัญของเรื่องนี้คือ หากเราจะไปร่วมทุนกับใคร เราต้องแน่ใจในกันและกันก่อนว่า เขาจะอยู่กับเราได้ไหม มันไม่ต่างจากการแต่งงาน ส่วนจะทำอย่างไร ให้ความสัมพันธ์และการบริหารเป็นไปได้อย่างราบรื่น สิ่งที่สำคัญที่สุด คือความจริงใจ"

อย่าทำเรื่องง่ายให้เป็นเรื่องยาก

เมื่อถามถึงวิธีการบริหารงานที่เกี่ยวข้องกับผู้คนที่มีความหลากหลายและมีวัฒนธรรมองค์กรที่อาจแตกต่างกันไป โดยเฉพาะกับบริษัทร่วมทุนทั้งในประเทศและต่างประเทศที่เอสซีจีเคมิคอลส์ มีส่วนเกี่ยวข้อง ไม่ว่าจะเป็นประเทศเวียดนาม อินโดนีเซีย ญี่ปุ่น สหรัฐอเมริกา รวมไปถึงประเทศในแถบยุโรป คุณชาตรีอธิบายว่า

"หลักสำคัญของเรื่องนี้คือ หากเราจะไปร่วมทุนกับใคร เราต้องแน่ใจในกันและกันก่อนว่าเขาจะอยู่กับเราได้ไหม มันไม่ต่างจากการแต่งงาน ส่วนจะทำอย่างไรให้ความสัมพันธ์และการบริหารเป็นไปได้อย่างราบรื่น สิ่งที่สำคัญที่สุดคือความจริงใจ เราคิดอย่างไรต้องบอกกัน ในทางกลับกันเราต้องรู้ว่าในมุมของเขามีความคิดเห็นอย่างไร ไม่เอาเปรียบกัน ถ้าตกลงในสิ่งที่ทั้งสองฝ่ายต้องการได้แล้ว แชร์ผลประโยชน์ทางธุรกิจกันได้ การทำงานกับบริษัทร่วมทุนก็จะเป็นไปอย่างยั่งยืน"

สำหรับสไตล์การบริหารทีมงาน คุณชาตรีมีหลักอยู่เพียงไม่กี่ข้อ แต่ถือเป็นสิ่งที่จำเป็นกับการทำงานในทุกส่วน

"ผมชอบให้ทีมทำงานอย่างรวดเร็วและมักบอกเสมอว่า อย่าทำเรื่องง่ายให้เป็นเรื่องยาก พยายามทำเรื่องยากให้เป็นเรื่องง่าย และอย่าทำเรื่องที่ยากอยู่แล้วให้เป็นเรื่องที่ยากมากขึ้นไปอีก เพราะถ้าทุกคนทำได้ตามนี้ เราจะมีเวลาเยอะขึ้น เพื่อเอาไปพัฒนาส่วนอื่นแทน นอกจากนี้ควรตั้งเป้าให้สูง แต่เมื่อถึงเวลาทำงานจริงต้องสามารถยืดหยุ่น ปรับเปลี่ยนวิธีการได้ ยิ่งถ้ารู้ว่ากำลังมาผิดทาง ต้องรีบแก้ไขทันที"

วันหยุดคือวันของครอบครัว

"วันหยุดเสาร์ อาทิตย์ ถ้าไม่ติดอะไร ผมจะใช้เวลาอยู่กับครอบครัว ผมว่าในชีวิตคนเรามีองค์ประกอบหลักอยู่แค่ 3 แกน ที่เราต้องพยายามจัดสมดุลให้ได้ นั่นคือ ครอบครัว สุขภาพ และงาน แต่ในโลกความเป็นจริงการจัดสมดุลเป็นเรื่องที่ลำบากมาก ฉะนั้นถ้ามีโอกาสวันหยุดผมจะจัดสรรเวลาให้ครอบครัว" คุณชาตรีเล่าว่าตอนนี้ลูกชายคนโตอยู่ในช่วงวัยรุ่น อายุ 17 ปี ส่วนลูกสาวอายุ 9 ปี หากมีเวลาคุณชาตรีจะพยายามไปรับส่งลูกเล่นกีฬาและดนตรี ขณะเดียวกันก็ยังจัดสรรเวลาให้กับครอบครัว เรียกว่าใช้เวลาว่างที่มีให้คุ้มค่าและสร้างสรรค์ที่สุด

"ชีวิตในวันว่างของผมค่อนข้างเรียบง่าย ช่วงวันเสาร์อาทิตย์ จะตื่นตั้งแต่เช้า พอ 6 โมงก็ออกไปซื้อกับข้าวเข้าบ้าน ผมเรียกว่าเป็นวันบริการครอบครัว ส่วนการออกกำลังกาย ก่อนหน้านี้อาจมีวิ่งบ้าง แต่พออายุมากขึ้นก็ใช้วิธีเดินแทน"

ก่อนจบบทสนทนา คุณชาตรีได้ฝากถึงภาพรวมของธุรกิจว่า

"ขอให้ผู้ถือหุ้นกู้เชื่อมั่นและไว้ใจว่า แม้จะอยู่ในช่วงเวลาและสถานการณ์ที่ท้าทาย แต่ผมเชื่อว่าหากเรามีความตั้งใจจริง ปลูกฝังแนวคิดที่ดีให้เกิดขึ้นกับทีมงานทุกคน ให้เขาคิดและลงมือทำในทิศทางเดียวกัน ไม่หยุดขวนขวายที่จะทำธุรกิจให้พัฒนาดียิ่งขึ้น องค์กรจะสามารถก้าวผ่านช่วงเวลาที่ท้าทายไปได้ด้วยความยั่งยืนอย่างแน่นอนครับ" คุณชาตรีกล่าวทิ้งท้าย

Member's Stage

เรื่อง: Keeta **ภาพ:** วิภัทร พันธุ์นราวิกิจ

สุวดี รินธนาเลิศ

"โมนา เอ็กซ์ปอร์ต" เติบโตด้วย Simple Basic Style

Highlights

- จุดเปลี่ยนการเติบโตของโมนา เอ็กซ์ปอร์ต คือ การปรับรูปแบบจากการจำหน่ายหน้าร้านไปเป็นการขายส่ง จากนั้นได้ก้าวสู่ระดับสากลด้วยการออกงานแฟร์ในต่างประเทศ จนสามารถขยายฐานลูกค้าและส่งออกได้ในที่สุด
- อีกหนึ่งกลยุทธ์สำคัญ คือ การควบคุมต้นทุนสินค้าจากเดิมที่มีรูปแบบซื้อมาขายไป บริษัทได้เริ่มผลิตด้วยตนเอง ทำให้สามารถควบคุมต้นทุนให้มีกำไรต่อชิ้นมากขึ้น จนขยายไปสู่การผลิตเองทุกขั้นตอนเช่นในปัจจุบัน
- สินค้าของบริษัทฯ จะดีไซน์ในคอนเซปต์ Simple Basic Style และยังพิถีพิถันในการเลือกองค์ประกอบมาใช้ เช่น เงิน 99.99 เปอร์เซ็นต์ พลอยเกรดดีจาก Swarovski คริสตัลจาก Preciosa สินค้าจึงมีคุณภาพสูง ใช้งานได้ยาวนาน ไม่ตกยุค

นับเป็นเวลาร่วมสองทศวรรษที่ลูกค้าของบริษัทโมนา เอ็กซ์ปอร์ต จำกัด ไม่เคยหนีหายไปแม้แต่รายเดียว เป็นการการันตีคุณภาพมาตรฐานสินค้าจิเวลรี่และบริการของบริษัทแห่งนี้ได้เป็นอย่างดี เพราะหากไม่ดีจริงคู่ค้าทางธุรกิจคงไม่ยืนหยัดอยู่ด้วยกันอย่างเหนียวแน่นมากว่า 20 ปี ภายใต้การบริหารงานของหญิงแกร่งมากความสามารถ คุณสุวดี รินธนาเลิศ กรรมการผู้จัดการ บริษัทโมนา เอ็กซ์ปอร์ต จำกัด ผู้บริหารหญิงที่เปี่ยมไปด้วยพลังเชิงบวกที่สะท้อนผ่านมุมมองการทำธุรกิจของเธอ

ก้าวแรก ขายของในต่างแดน

คุณสุวดีเล่าถึงจุดเริ่มต้นของบริษัทโมนา เอ็กซ์ปอร์ต จำกัด ว่าเดิมทีกิจการค้าจิเวลรี่เป็นของครอบครัวสามี (คุณสุชาติ รินธนาเลิศ) โดยเปิดร้านขายเครื่องประดับ อาทิ สร้อย แหวน ต่างหู อยู่ที่ย่านสีลม โดยมีชาวต่างชาติเป็นกลุ่มลูกค้าหลัก

จากนั้นเมื่อแต่งงาน คุณสุชาติได้หันมาเน้นการขายส่งมากขึ้น ซึ่งในการขายส่งนั้น คนหนึ่งต้องเดินทางไปหาลูกค้า ส่วนอีกคนต้องดูแลอยู่หน้าร้าน ทั้งสองจึงหารือกันถึงการขยายฐานลูกค้าโดยเห็นพ้องกันว่า ควรลองนำสินค้าไปออกร้านในต่างแดน ไปหาลูกค้าถึงที่ ไม่ต้องรอให้ลูกค้ามาหาที่หน้าร้าน จึงเริ่มต้นด้วยการนำสินค้าไปออกงานแฟร์ที่ต่างประเทศ จนเป็นจุดเริ่มต้นของความสำเร็จมาถึงปัจจุบัน

"เรามีความรู้ด้านเศรษฐศาสตร์จากการศึกษาระดับปริญญาตรีที่มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ แต่ระดับปริญญาโทไปศึกษาด้านเศรษฐศาสตร์สิ่งแวดล้อม หลังจากจบปริญญาโท ได้เข้าทำงานที่ธนาคารแห่งหนึ่ง ทำให้ได้เรียนรู้เรื่องการเงิน ระบบการให้สินเชื่อ การติดตามหนี้ และการค้าต่างประเทศ ได้ความรู้ที่จำเป็นในการทำธุรกิจส่งออกอย่างครบถ้วน ทั้งที่ตอนนั้นยังไม่คิดว่าจะมีธุรกิจเป็นของตนเอง ความรู้ที่ได้ทำให้เราเข้าใจเรื่องอัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศล่วงหน้า สามารถวิเคราะห์และคาดการณ์สิ่งที่จะเกิดขึ้นในตลาดได้ พื้นฐานทางเศรษฐศาสตร์และการเงินที่เรามี จึงเอื้อต่อการทำธุรกิจเป็นอย่างมาก"

ช่วงที่เดินทางไปออกร้านในต่างประเทศ คุณสุวดีและคุณสุชาติต่างช่วยกันขนสินค้าใส่กระเป๋านับ 10 ใบ เพื่อนำไปเปิดตลาดใหม่ โดยมุ่งไปยังประเทศแถบยุโรปและอเมริกา ซึ่งได้รับการตอบรับเป็นอย่างดี ลูกค้าหลายรายให้ความสนใจจนนำไปสู่ดีลทางธุรกิจ

"เดิมเราขายทั้งเครื่องประดับเงินและทอง แต่ทองมีมูลค่าสูง ความปลอดภัยก็ต้องสูงตาม เราจึงเลือกเฉพาะเครื่องเงินออกไปขาย ซึ่งสำรวจตลาดแล้วว่ากลุ่มประเทศในยุโรปและอเมริกาชอบเครื่องประดับเงิน พอเขาเห็นสินค้าก็สนใจ และมองเห็นถึงศักยภาพของเรา จึงเกิดการทำธุรกิจร่วมกัน จากเดิมเรารับสินค้ามาจำหน่าย จากนั้นก็เริ่มเรียนรู้ที่จะผลิตสินค้าเอง เพื่อหาวิธีคุมต้นทุนให้มีกำไรต่อชิ้นมากขึ้น เรากลับมาศึกษาอย่างละเอียด แล้วเริ่มจากสิ่งที่ทำได้ จนสามารถผลิตสินค้าได้เองทุกขั้นตอน ปัจจุบันเราผลิตทั้งแหวน สร้อยคอ สร้อยข้อมือ และต่างหูให้กับแบรนด์ต่าง ๆ" คุณสุวดีเล่าอย่างอารมณ์ดี

นอกเหนือจากการควบคุมต้นทุนด้วยการผลิตสินค้าเองแล้ว คุณสุวดีใช้วิธีการรับออร์เดอร์ล่วงหน้าเพียง 3 เดือน เนื่องจากวัสดุที่นำมาใช้ในการผลิตจิเวลรี่นั้นแปรผันตามราคาทองคำ ดังนั้นการรับออร์เดอร์จากลูกค้าในแต่ละครั้งจึงต้องมีการคาดการณ์ว่าราคาที่เสนอขายออกไปนั้น จะสามารถทำกำไรกลับมาได้ แม้จะมีความผันผวนของวัตถุดิบอื่นเกิดขึ้นก็ตาม

ชนะใจลูกค้า ด้วยมาตรฐานและบริการ

เมื่อถามว่าอะไรที่ทำให้สินค้าของบริษัทฯ ได้รับการยอมรับ คุณสุวดีตอบว่า เครื่องประดับไม่ได้ขายกันที่ความสวยงามเท่านั้น แต่เป็นสินค้าที่ขาย "ความพึงพอใจ"

"ดีไซน์เครื่องประดับของบริษัทยึดแนวทาง Simple Basic Style แต่พิถีพิถันในการเลือกองค์ประกอบทุกอย่าง เราใช้เงิน 99.99 เปอร์เซ็นต์ พลอยเกรดดีจาก Swarovski คริสตัลสั่งจาก Preciosa ผลิตภัณฑ์ของเราจึงมีคุณภาพสูง ดูดี มิกซ์แอนด์แมตช์เข้ากับเครื่องแต่งกายอื่นได้ง่าย ใช้งานได้ยาวนาน ไม่ตกยุค ราคาเหมาะสม โดยเรา

> ดีไซน์เครื่องประดับของบริษัทยึดแนวทาง Simple Basic Style แต่พิถีพิถันในการเลือกองค์ประกอบทุกอย่าง เราใช้เงิน 99.99 เปอร์เซ็นต์ พลอยเกรดดีจาก Swarovski คริสตัลสั่งจาก Preciosa ผลิตภัณฑ์ของเราจึงมีคุณภาพสูง ดูดี มิกซ์แอนด์แมตช์เข้ากับเครื่องแต่งกายอื่นได้ง่าย ใช้งานได้ยาวนาน ไม่ตกยุค

สามารถปรับเปลี่ยนดีไซน์เพิ่มเติมให้สวยงาม เพื่อตอบสนองความต้องการของแบรนด์ลูกค้า ซึ่งแม้การแข่งขันในธุรกิจเครื่องประดับจะสูง แต่การทำเครื่องประดับเงิน เป็นงานฝีมือที่คนไทยทำได้อย่างนุ่มนวล อ่อนช้อย ยากที่ใครจะเลียนแบบได้ ทำให้สินค้าของเราชนะใจลูกค้า แต่ก็ต้องรักษามาตรฐานผลิตภัณฑ์ การให้บริการ เข้าใจความต้องการของลูกค้าให้ถ่องแท้ อย่างบริษัทในยุโรป ซึ่งเป็นตลาดใหญ่ของเรา ปัจจุบันให้ความสำคัญในเรื่องการรักษาสิ่งแวดล้อม เราก็ต้องพัฒนาบริษัทให้สอดรับกับลูกค้า มีการทำ EIA (การประเมินผลกระทบสิ่งแวดล้อม) หรือการทดสอบผลิตภัณฑ์ว่าปลอดสารเคมี เพื่อสนับสนุนให้พันธมิตรทางการค้าของเราเติบโตไปพร้อมกัน ทั้งยังเป็นการพัฒนาองค์กรและสร้างความปลอดภัยต่อพนักงานของเราอีกด้วย นั่นจึงทำให้บริษัทโมนาฯ โดดเด่นในอุตสาหกรรมนี้ โดยมีลูกค้าร้อยละ 60 อยู่ในยุโรป อเมริการ้อยละ 30 และอังกฤษร้อยละ 10"

คุณภาพชีวิตพนักงาน ยกระดับสินค้า

ความใส่ใจที่คุณสุวดีมีให้กับธุรกิจที่เธอปลุกปั้นมาพร้อมกับคู่ชีวิต ยังรวมไปถึงการดูแลพนักงานในองค์กรด้วย โดยเธอให้หลักคิดง่าย ๆ กับพนักงานทุกคนว่า ให้มองสินค้าที่ผลิตแล้วรู้สึกถึงความสวยงาม น่ารัก ขณะที่ทำงานก็ต้องภาคภูมิใจต่อผลงานที่ตัวเองทำ ได้ทำงานอยู่ในสภาพแวดล้อมที่ดี และให้หมั่นถามตัวเองว่า หากเราเป็นลูกค้า จะซื้อสินค้าที่ตัวเองทำอยู่หรือไม่ เพราะถ้าคนทำยังไม่อยากซื้อ แล้วลูกค้าจะอยากซื้อได้อย่างไร

"เคยมีพนักงานเดินมาหา แล้วแสดงความคิดเห็นว่า ถ้าเป็นเขาจะไม่ซื้อสินค้าชิ้นนี้ด้วยเหตุผลอะไร เราก็เรียกฝ่ายต่าง ๆ มาหารือกันว่า ถ้ามีคนไม่ซื้อสินค้าเราด้วยเหตุผลนี้ พวกเราทุกคนจะช่วยกันปรับปรุงไหม สรุปคือถ้ามีเหตุผลที่ดี พนักงานทุกคนก็ยินดีที่จะรื้องานตัวเอง เพื่อให้ได้สิ่งที่ดีขึ้น"

> เราอยู่กันแบบครอบครัว มีปาร์ตี้และแจกของบ่อยครั้ง
> เป็นปาร์ตี้ที่ให้พนักงานนำของกลับไปทำกินหรือนำไปใช้กับครอบครัวได้
> และเรายังรับผิดชอบต่อสังคมชุมชนใกล้เคียง
> ต้องไม่ให้พวกเขาได้รับความเดือดร้อนจากพนักงานและบริษัท

สินค้าจิเวลรี่เป็นงานชิ้นเล็กที่ต้องอาศัยความละเอียด บรรยากาศในที่ทำงานต้องดี และมีความสุข ถือเป็นหัวใจสำคัญในการดูแลพนักงาน ที่นี่หล่อหลอมพนักงานด้วยการชื่นชมและให้รางวัล

การทำงานย่อมมีความผิดพลาดเกิดขึ้นได้ ในฐานะเจ้าของกิจการต้องยอมรับว่าความเสี่ยงเกิดขึ้นได้ทุกวัน เมื่อเจอปัญหา ก็วางแผนแก้ไข สำคัญที่สุดคือต้องยอมรับว่าทุกคนมีศักยภาพและมีส่วนร่วมในกิจการ เวลามีความจำเป็นเร่งด่วนที่ต้องร่วมแรงกัน ทุกแผนกต่างยินดีวางงานของตัวเองและมาช่วยกันแก้ปัญหา เพราะเขารู้ว่าความสำเร็จของบริษัทจะตอบแทนกลับมาสู่พนักงานทุกคนเช่นกัน

"เราอยู่กันแบบครอบครัว มีปาร์ตี้และแจกของบ่อยครั้ง เป็นปาร์ตี้ที่ให้พนักงานนำของกลับไปทำกินหรือนำไปใช้กับครอบครัวได้ และเรายังรับผิดชอบต่อสังคมชุมชนใกล้เคียง ต้องไม่ให้พวกเขาได้รับความเดือดร้อนจากพนักงานและบริษัท"

คุณสุวดีกล่าวอีกว่า หลักการบริหารธุรกิจของเธอคือต้องมีธรรมาภิบาล มีความโปร่งใสในการทำงาน มีความยุติธรรม มีความเมตตาต่อลูกน้อง ซื่อสัตย์ต่อลูกค้า และมีความรับผิดชอบต่อสังคม

ติดตามเทรนด์ พัฒนาไม่หยุดยั้ง

เมื่อบริษัทโมนาฯ ขับเคลื่อนได้ด้วยแนวทางการบริหารงานและโครงสร้างองค์กรที่สองสามีภรรยาวางรากฐานไว้อย่างมั่นคง คุณสุวดีจึงเริ่มใช้เวลากับการท่องเที่ยวต่างประเทศ ซึ่งถือเป็นการสำรวจตลาดเพื่อนำมาพัฒนาสินค้าไปในตัว

"เวลาไปเที่ยว ก็ชอบไปดูว่าประเทศอื่น ๆ เขาขายอะไร กำลังจัดแสดงอะไร สิ่งไหนกำลังเป็นเทรนด์ เพราะจะให้ความสนใจเฉพาะฝั่งลูกค้าอย่างเดียวไม่ได้ ต้องดูฝั่งผลิตด้วย เวลามีงานแฟร์ก็ต้องไปดู เพราะการทำธุรกิจต้องไม่หยุดนิ่ง ต้องพัฒนาและปรับตัวให้ทันการเปลี่ยนแปลงของโลก ซึ่งเจเนอเรชันลูก ๆ ก็จะเป็นฝีมือของรุ่นเขาที่จะพัฒนาจากรากฐานที่เราวางไว้"

เป้าหมายชีวิตของเธอในวันนี้ คือการใช้ชีวิตให้มีความสุข ซึ่งความสุขของเธออยู่ที่การดูแลคนในครอบครัวและดูแลพนักงานให้มีความสุข เป็นต้นทุนที่เธอมองว่าไม่สามารถตีเป็นมูลค่าได้ ส่วนสินทรัพย์ที่ได้จากการทำธุรกิจ ส่วนหนึ่งใช้เพื่อสร้างความสุขให้กับครอบครัว อีกส่วนเพื่อวางแผนสำหรับอนาคต โดยเธอจะเลือกลงทุนกับสินทรัพย์ที่มีความมั่นคงเป็นหลัก

"พออายุมากขึ้นก็ไม่อยากเสี่ยง จะเลือกลงทุนในสลากออมทรัพย์หรือหุ้นกู้ โดยเลือกบริษัทที่มั่นคงปลอดภัย อย่างเช่นหุ้นกู้เอสซีจี เวลาเรานำเงินไปฝากก็ต้องมองไปข้างหน้าว่า องค์กรเขามีทิศทางในการทำธุรกิจอย่างไร ซึ่งเอสซีจีเป็นองค์กรที่มีการลงทุนอย่างสม่ำเสมอ ผู้บริหารมีวิสัยทัศน์ ทั้งยังมีธรรมาภิบาล และมีความยั่งยืน สร้างความเชื่อมั่นให้กับเราได้เป็นอย่างดี"

คุณสุวดียังเล่าอีกว่า นอกจากความมั่นคงขององค์กรแล้ว กิจกรรมที่เอสซีจี ดีเบนเจอร์คลับ จัดขึ้นก็ให้ประโยชน์ที่หลากหลาย เพราะเป็นโอกาสให้เธอได้นำเอาประสบการณ์จากกิจกรรมต่าง ๆ มาปรับใช้กับธุรกิจ และร่วมแลกเปลี่ยนประสบการณ์ธุรกิจกับผู้ใหญ่หลายท่านจากหลากหลายวงการ ซึ่งเป็นประสบการณ์ที่หาไม่ได้จากที่ไหนจริง ๆ

Talk to Doctor

เรื่อง: นายแพทย์สำเริง เนติ
ศัลยแพทย์กระดูกสันหลังและกระดูกข้อมือ สถาบันกระดูกสันหลังบำรุงราษฎร์ โรงพยาบาลบำรุงราษฎร์

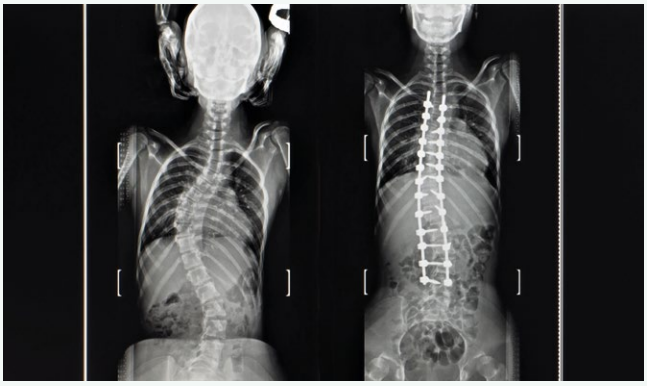
ปวดหลังเรื้อรัง
สัญญาณโรคกระดูกสันหลังคดในผู้ใหญ่

โรคกระดูกสันหลังคดในผู้ใหญ่ หมายถึง ผู้ที่มีอายุมากกว่า 18 ปี และมีกระดูกสันหลังคดเกินกว่า 10 องศา หากดูจากภาพเอกซเรย์ทางด้านหน้าและทางด้านหลัง จะเห็นแนวกระดูกสันหลังเป็นรูปตัว S หรือตัว C แทนที่จะเป็นแนวตรงเหมือนคนปกติ

โรคกระดูกสันหลังคดในผู้ใหญ่ มีกี่ประเภท

โรคกระดูกสันหลังคดที่วินิจฉัยพบในผู้ใหญ่ อาจแยกได้เป็น 2 ประเภทใหญ่ ๆ ดังนี้

- โรคกระดูกสันหลังคดโดยไม่ทราบสาเหตุ (Adult Idiopathic Scoliosis) ผู้ที่เป็นโรคกระดูกสันหลังคดตั้งแต่เด็ก แต่ไม่ได้รับการวินิจฉัยและรักษา โดยอาจเกิดจากการถ่ายทอดทางพันธุกรรม เกิดขึ้นได้ที่บริเวณกระดูกสันหลังส่วนบน (Thoracic Spine) และกระดูกสันหลังส่วนล่าง (Lumbar Spine) กระดูกสามารถคดมากขึ้นจากหมอนรองกระดูกเสื่อมและ/หรือแนวกระดูกสันหลังที่ไม่สมดุล (Sagittal Imbalance) โรคกระดูกพรุน รวมถึงภาวะข้ออักเสบ (Arthritis) ที่มีผลกระทบต่อข้อต่อกระดูกสันหลัง ทำให้มีกระดูกงอก (Bone Spurs) ขึ้นมา
- โรคกระดูกสันหลังคดจากความเสื่อม (Degenerative Scoliosis) เกิดจากหมอนรองกระดูกเสื่อม หากหมอนรองกระดูกข้างใดข้างหนึ่งเสื่อมเร็วกว่าอีกข้าง จะทำให้หมอนรองกระดูกสันหลังเอียงและกดทับกระดูกสันหลังด้านใดด้านหนึ่ง ส่งผลให้กระดูกสันหลังคดและโค้งได้ กระดูกสันหลังคดจากความเสื่อม มักเกิดบริเวณกระดูกสันหลังส่วนล่าง (Lumbar Spine) และส่วนใหญ่เกิดกับผู้ที่มีอายุมากกว่า 65 ปี



อาการของโรคกระดูกสันหลังคดในผู้ใหญ่

โรคกระดูกสันหลังคดในผู้ใหญ่ทำให้มีอาการดังนี้

- โรคกระดูกสันหลังคดในผู้ใหญ่โดยไม่ทราบสาเหตุ ทำให้มีอาการมากขึ้นกว่าตอนเป็นวัยรุ่นได้ เนื่องจากความเสื่อมของหมอนรองกระดูกและข้อต่อ อาการที่พบได้บ่อยคือ ปวดหลังส่วนล่าง หลังแข็ง อาจมีอาการชา และปวดร้าวลงขา
- โรคกระดูกสันหลังคดจากความเสื่อม ทำให้มีอาการปวดหลัง อาการชา และปวดร้าวลงขา

วินิจฉัยโรคกระดูกสันหลังคดในผู้ใหญ่ได้อย่างไร

แพทย์จะวินิจฉัยโดยการซักประวัติและตรวจร่างกายอย่างละเอียด นอกจากนี้ยังอาจตรวจเพิ่มเติมด้วยวิธีการดังนี้

- การเอกซเรย์ (X-Ray) ทางด้านหน้าและด้านข้างลำตัว เพื่อดูแนวกระดูกสันหลังและองศาความคดของกระดูกสันหลัง
- การตรวจด้วยคลื่นแม่เหล็กไฟฟ้า (MRI) สำหรับผู้ป่วยที่มีอาการปวดรุนแรงหรือปวดขา แพทย์อาจตรวจด้วย MRI เพิ่มเติม

วิธีการรักษาโรคกระดูกสันหลังคดในผู้ใหญ่

การรักษาขึ้นอยู่กับอาการของโรค หากไม่มีอาการแพทย์อาจติดตามอาการโดยไม่จำเป็นต้องได้รับการรักษา การรักษาขั้นแรกมักเป็นการกายภาพบำบัด การปรับเปลี่ยนโภชนาการ การออกกำลังกาย โดยทั่วไปการรักษาโรคกระดูกสันหลังคดในผู้ใหญ่ ทำได้ด้วยวิธีการดังนี้

- การติดตามอาการ
- การใช้ยาแก้ปวด
- การใส่เสื้อเกราะ (ใส่ในระยะสั้น) เพื่อลดอาการเจ็บปวด
- การออกกำลังกาย เพื่อทำให้กล้ามเนื้อหน้าท้องและหลังแข็งแรง เพิ่มความยืดหยุ่น
- การกายภาพบำบัด เพื่อลดอาการเจ็บปวดและทำให้กล้ามเนื้อแข็งแรง
- การฉีดยาบล็อกเส้นประสาท (Epidurals หรือ Nerve Block Injections) เพื่อระงับอาการเจ็บปวดชั่วคราว
- การผ่าตัดเชื่อมข้อกระดูกสันหลัง (Spinal Fusion) สำหรับผู้ป่วยที่รักษาด้วยวิธีการไม่ผ่าตัดแล้วไม่ได้ผล มีกระดูกสันหลังที่ไม่สมดุล (Spinal Imbalance) ทำให้ศีรษะไม่เป็นแนวเดียวกับกระดูกเชิงกราน หรือใช้ชีวิตประจำวันได้ลำบาก ส่งผลต่อคุณภาพชีวิต เป้าหมายคือการลดการกดทับเส้นประสาทและป้องกันไม่ให้กระดูกสันหลังคดมากขึ้น สามารถทำได้ด้วยวิธีการส่องกล้องเพื่อผ่าตัดกระดูกสันหลัง โดยในปัจจุบันมีเทคโนโลยีที่ช่วยให้การผ่าตัดมีความปลอดภัยสูง ช่วยให้ฟื้นตัวได้เร็วยิ่งขึ้น เช่น
  - O-Arm Navigation System: ระบบคอมพิวเตอร์สร้างภาพ 3 มิตินำวิถี
  - IOM – Intraoperative Neuromonitoring: เครื่องมือติดตามการทำงานของระบบประสาทขณะผ่าตัด จะติดตามการทำงานของระบบประสาทและไขสันหลังระหว่างการผ่าตัด เป็นการใช้เทคนิคทางด้านประสาทสรีรวิทยา
  - Hypotensive Anesthesia: การลดความดันเลือดขณะดมยาสลบระหว่างผ่าตัด

สามารถป้องกันโรคกระดูกสันหลังคดในผู้ใหญ่ได้หรือไม่

โรคกระดูกคดในผู้ใหญ่โดยไม่ทราบสาเหตุไม่สามารถป้องกันได้ แต่โรคกระดูกสันหลังคดจากความเสื่อมที่เกิดจากวัยที่สูงขึ้น อาจป้องกันได้ด้วยการออกกำลังกายที่มีแรงกระแทกต่ำ เช่น การว่ายน้ำและการออกกำลังกายที่สร้างความแข็งแรงของกล้ามเนื้อท้องและหลัง

โรคของกระดูกสันหลัง หากปล่อยทิ้งไว้อาจส่งผลกระทบต่อคุณภาพชีวิตยิ่งขึ้น ศูนย์การผ่าตัดโรคกระดูกสันหลังคด โรงพยาบาลบำรุงราษฎร์ ประกอบด้วยทีมแพทย์ผู้ชำนาญการในการให้คำปรึกษาและรักษาโรคกระดูกสันหลังคด โดยวิธีการผ่าตัดเพื่อให้ผู้ป่วยหายจากอาการเจ็บปวด และกลับมามีคุณภาพชีวิตที่ดีดังเดิม

Bumrungrad International HOSPITAL

VITALLIFE

โรงพยาบาลบำรุงราษฎร์
ขอมอบสิทธิพิเศษ
สำหรับสมาชิก SCG Debenture Club

ส่วนลดสูงสุดเมื่อเข้ารับบริการที่โรงพยาบาลฯ และศูนย์ส่งเสริมสุขภาพไวทัลไลฟ์
**ตรวจสอบรายละเอียดสิทธิประโยชน์เพิ่มเติมได้ที่
SCG Debenture Club Mobile Application**

	EXCLUSIVE CARD MEMBER	PRIVILEGE CARD MEMBER
รับสิทธิ์ส่วนลดสูงสุด	**20%** สำหรับค่าห้องพักประเภท Single Room **15%** สำหรับค่าห้องพักประเภทอื่นๆตามที่โรงพยาบาลฯ กำหนด	**15%** สำหรับค่าห้องพักประเภท Single Room และห้องพักประเภทอื่นๆ ตามที่โรงพยาบาลฯ กำหนด
	10 - 15% ค่ายา, วิตามินและอาหารเสริม, เวชภัณฑ์, ค่าตรวจทางห้องปฏิบัติการ, เอกซเรย์ **ยกเว้น** ค่าแพทย์, เคมีบำบัด, ยาและเวชภัณฑ์บางรายการตามที่โรงพยาบาลฯ กำหนด, แพ็กเกจ, ส่วนลดและสิทธิ์พิเศษอื่น ๆ ส่วนลดค่าห้องพักดังกล่าว : ไม่รวมห้องพัก ICU รวมทั้งค่าอาหารและค่าบริการอื่นๆ	
ส่วนลดพิเศษสำหรับวันสำคัญของคุณ	**30 - 60%** สำหรับ **SCREENING & TREATMENT PACKAGES** ในเดือนเกิดที่ศูนย์ส่งเสริมสุขภาพไวทัลไลฟ์	
	ส่วนลดพิเศษสำหรับแพคเกจตรวจสุขภาพ พร้อมรับของที่ระลึก จากโรงพยาบาลฯ เมื่อเข้ารับบริการตรวจสุขภาพเฉพาะในเดือนเกิด	
พบประสบการณ์ดูแลสุขภาพที่เหนือระดับ	เข้ารับบริการที่ **NAPA LOUNGE & MINI BAR 4 ครั้ง / ปี** เวลาทำการ วันจันทร์-ศุกร์ 08.00-17.00 เมื่อรับบริการที่โรงพยาบาลฯ (โดยแจ้งขอรับบริการล่วงหน้าอย่างน้อย 2 วัน)	เข้ารับบริการที่ **NAPA LOUNGE & MINI BAR 2 ครั้ง / ปี** เวลาทำการ วันจันทร์-ศุกร์ 08.00-17.00 เมื่อรับบริการที่โรงพยาบาลฯ (โดยแจ้งขอรับบริการล่วงหน้าอย่างน้อย 2 วัน)
	บริการจาก **Personal Assistant** (ผู้ช่วยดูแลสุขภาพ) **สำรองพื้นที่จอดรถส่วนตัว** (โดยแจ้งขอรับบริการล่วงหน้าอย่างน้อย 2 วัน)	
เอกสิทธิ์เฉพาะสมาชิก SCG Debenture Club	**Welcome Refreshment Set** (เซตอาหารว่างและเครื่องดื่มเพื่อสุขภาพ) เมื่อเข้ารับบริการที่ศูนย์ส่งเสริมสุขภาพไวทัลไลฟ์	
	ฟรี! รับบริการ ddrobotec® เทคโนโลยีทดสอบการเคลื่อนไหวเพื่อฝึกฝนสมองและกล้ามเนื้อ **มูลค่า 5,000 บาท** จำนวน 5 ท่านต่อเดือน จำกัดสิทธิ์สำหรับสมาชิก SCG Debenture Club 1 ท่าน สามารถรับบริการ ddrobotec® ได้ 1 ครั้ง ระยะเวลาการให้บริการ: 1 มกราคม – 31 มีนาคม 2568	

สิทธิพิเศษนี้ถึงวันที่ 31 ธันวาคม 2568

สอบถามข้อมูลเพิ่มเติม
ศูนย์บริการข้อมูลและนัดหมายแพทย์ โทร **02-011 3111**
รถพยาบาลฉุกเฉิน โทร 1379 กด 9
สำรองห้อง Napa Lounge, สำรองที่จอดรถ และติดต่อ Personal Assistant โทร 080-058-3280
ขอสงวนสิทธิ์เปลี่ยนแปลง แก้ไข ยกเลิก โดยมิแจ้งล่วงหน้า

SCGC

เรื่องและภาพ: SCGC

LSP คอมเพล็กซ์ปิโตรเคมี

เดินหน้าเพิ่มขีดความสามารถการแข่งขัน ลงทุน 23,000 ล้านบาท โครงการเพิ่มวัตถุดิบการผลิตจากก๊าซอีเทน มุ่งเติบโตระยะยาวอย่างยั่งยืน

"เวียดนาม" อีกหนึ่งประเทศในภาคพื้นเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ที่เศรษฐกิจกำลังเติบโตต่อเนื่อง ประกอบกับการเชิญชวนของภาครัฐให้ผู้ประกอบการเข้ามาลงทุนในเวียดนามมากขึ้น จึงเป็นแรงดึงดูดให้ภาคธุรกิจและภาคอุตสาหกรรมจากหลายประเทศทั่วโลกเข้าไปขยายฐานการผลิตและประกอบธุรกิจในเวียดนาม จนได้รับการกล่าวขานว่าเป็น "โรงงานแห่งใหม่ของโลก" สำหรับ SCGC ได้เล็งเห็นถึงศักยภาพการเติบโตด้านเศรษฐกิจในประเทศเวียดนาม รวมทั้งวิสัยทัศน์ในการทำ Plant Optimization ซึ่งจะทำให้ได้เปรียบการแข่งขันในระยะยาวด้วยการบริหารต้นทุนและการผลิตของโรงงานทั้ง 3 ประเทศ ได้แก่ ไทย อินโดนีเซีย และเวียดนาม ดังนั้น ในปี 2018 SCGC จึงเริ่มดำเนินโครงการก่อสร้าง Long Son Petrochemicals หรือ LSP คอมเพล็กซ์ปิโตรเคมีครบวงจรแห่งแรกในเวียดนาม ถือเป็นหนึ่งในโรงงานที่มีเทคโนโลยีล้ำหน้ามากที่สุดแห่งหนึ่ง โดย LSP คอมเพล็กซ์ปิโตรเคมี ได้ดำเนินการเชิงพาณิชย์เมื่อประมาณปลายเดือนกันยายนที่ผ่านมา

"LSP" คอมเพล็กซ์ปิโตรเคมี การลงทุนครั้งสำคัญของ SCGC

โครงการ Long Son Petrochemicals Complex หรือ LSP มีงบลงทุนประมาณกว่า 5 พันล้านดอลลาร์สหรัฐ ซึ่งถือเป็นการลงทุนครั้งสำคัญของ SCG เพื่อขยายฐานการผลิตปิโตรเคมีสำหรับรองรับ

การเติบโตด้านเศรษฐกิจ และยังมีส่วนสำคัญต่อการพัฒนาอุตสาหกรรมของประเทศเวียดนามอีกด้วย นั่นเพราะปิโตรเคมีเป็นองค์ประกอบหลักในหลายอุตสาหกรรม ไม่ว่าจะเป็นบรรจุภัณฑ์ เครื่องใช้ไฟฟ้า อุปกรณ์การแพทย์ การก่อสร้าง ยานยนต์ ฯลฯ โดยโรงงานจะมีกำลังการผลิตโอเลฟินส์ 1.35 ล้านตันต่อปี และพอลิโอเลฟินส์ อาทิ พอลิเอทิลีน และพอลิโพรพิลีน 1.4 ล้านตันต่อปี ซึ่งจะช่วยลดการนำเข้าพอลิโอเลฟินส์ของประเทศเวียดนาม และสร้างการเติบโตให้แก่ธุรกิจในอนาคต

ทั้งนี้ โรงงาน LSP ได้ดำเนินการเชิงพาณิชย์เมื่อประมาณปลายเดือนกันยายนที่ผ่านมา สามารถผลิตและจำหน่ายพอลิเมอร์คุณภาพสูงเพื่อป้อนตลาดในประเทศเวียดนามและส่งออกไปยังต่างประเทศ โดยผลิตภัณฑ์จากโรงงาน LSP ได้รับการยอมรับในด้านคุณภาพและมาตรฐานระดับสากล

มุ่งมั่นในความเป็นเลิศ สู่การเติบโตระยะยาวอย่างยั่งยืน

LSP เป็นบริษัทย่อยใน SCGC ตั้งอยู่บนเกาะลองเซิน (Long Son) จังหวัดบ่าเหรี่ยะ-หวุงเต่า (Ba Ria - Vung Tau) ทางตอนใต้ของประเทศเวียดนาม ห่างจากนครโฮจิมินห์ 90 กิโลเมตร ถือเป็นคอมเพล็กซ์ปิโตรเคมีครบวงจรแห่งแรกในเวียดนาม ประกอบด้วยฐานการผลิตโอเลฟินส์ พอลิโอเลฟินส์ คลังเก็บเคมีภัณฑ์ และระบบสาธารณูปโภคส่วนกลาง มีมาตรฐานการผลิตระดับโลก โดยประยุกต์ใช้เทคโนโลยีขั้นสูงตลอดทั้งกระบวนการ รวมทั้งการยกระดับ Operational Excellence หรือการบริหารจัดการที่เป็นเลิศอย่างต่อเนื่อง นอกจากนี้ยังให้ความสำคัญอย่างเข้มข้นกับการดำเนินงานด้าน

> ด้วยงบประมาณลงทุนรวมประมาณ 700 ล้านเหรียญสหรัฐ หรือประมาณ 23,000 ล้านบาท ซึ่งจะช่วยให้โรงงาน LSP สามารถรับวัตถุดิบก๊าซอีเทนจากสหรัฐอเมริกา เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน โดยมีต้นทุนวัตถุดิบที่ต่ำลง และเพิ่มความยืดหยุ่นในการรับวัตถุดิบในการผลิตได้มากขึ้น

ความปลอดภัย ด้วยการนำ Process Safety Management (PSM) มาปรับใช้ตลอดทั้งคอมเพล็กซ์ ควบคู่กับความใส่ใจด้านสิ่งแวดล้อมและสังคม เพื่อให้ธุรกิจเติบโตอย่างยั่งยืนตามแนวทาง ESG

ถือมั่นในความรับผิดชอบต่อสังคม ส่งต่อความยั่งยืนสู่ชุมชน

นอกเหนือจากการดำเนินธุรกิจพอลิเมอร์ครบวงจรเพื่อความยั่งยืนแล้ว SCGC และ LSP ยังเดินหน้าโครงการเพื่อสิ่งแวดล้อมและสังคมอย่างต่อเนื่อง โดยมุ่งให้ชุมชนมีคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้น ลดความเหลื่อมล้ำ ครอบคลุมในหลายมิติ เช่น การส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน เพื่อสร้างอาชีพสร้างรายได้ การมอบทุนการศึกษาแก่เยาวชนซึ่งเป็นเมล็ดพันธุ์ที่เตรียมเติบใหญ่ในสังคม รวมไปถึงโครงการรณรงค์ด้านความปลอดภัยและกิจกรรมตรวจสุขภาพในชุมชน นอกจากนี้ยังส่งเสริมด้าน Low Waste, Low Carbon เช่น การพัฒนาโมเดลการจัดการขยะ การปลูกป่าและการเพิ่มพื้นที่สีเขียว เพื่อช่วยลดโลกร้อน ช่วยดูดซับก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์

เดินหน้าเสริมแกร่งธุรกิจ ลงทุนโครงการเพิ่มวัตถุดิบก๊าซอีเทน เพิ่มขีดความสามารถการแข่งขัน ลดต้นทุนระยะยาว

แม้อุตสาหกรรมปิโตรเคมีจะอยู่ท่ามกลางความผันผวนจากหลายปัจจัย ไม่ว่าจะเป็นราคาน้ำมันดิบ รวมไปถึงเศรษฐกิจโลกชะลอตัวต่อเนื่อง อย่างไรก็ตาม SCGC ยังเชื่อมั่นในการเติบโตของอุตสาหกรรมปิโตรเคมีในภูมิภาค ดังนั้น เพื่อเสริมแกร่งให้แก่ธุรกิจในระยะยาว SCGC จึงเดินหน้าลงทุนโครงการเพิ่มวัตถุดิบก๊าซอีเทนในบริษัท ลองเซิน ปิโตรเคมิคอลส์ (Long Son Petrochemicals: LSP) ด้วยงบประมาณลงทุนรวมประมาณ 700 ล้านเหรียญสหรัฐ หรือประมาณ 23,000 ล้านบาท ซึ่งจะช่วยให้โรงงาน LSP สามารถรับวัตถุดิบก๊าซอีเทนจากสหรัฐอเมริกา เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน โดยมีต้นทุนวัตถุดิบที่ต่ำลง และเพิ่มความยืดหยุ่นในการรับวัตถุดิบในการผลิตได้มากขึ้น พร้อมทั้งยังช่วยลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกอีกด้วย คาดว่าโครงการจะแล้วเสร็จประมาณปลายปี 2570

โรงงาน LSP จะได้รับการออกแบบให้มีความยืดหยุ่นในการใช้วัตถุดิบตั้งต้นประเภทก๊าซมากขึ้น งบประมาณลงทุนส่วนใหญ่จะนำไปใช้สำหรับการสร้างระบบการจัดการและถังจัดเก็บวัตถุดิบก๊าซอีเทน ซึ่งต้องอยู่ภายใต้อุณหภูมิต่ำประมาณ -90 องศาเซลเซียส รวมทั้งสาธารณูปโภคการรับวัตถุดิบ (Supporting Facilities) เมื่อโครงการแล้วเสร็จ โรงงาน LSP จะสามารถรับก๊าซอีเทนได้มากถึงสองในสามของปริมาณวัตถุดิบทั้งหมด โดยส่วนที่เหลือจะเป็นก๊าซโพรเพนและแนฟทา

SCGC ยังคงเน้นการบริหารจัดการอย่างมีประสิทธิภาพในทุกสถานการณ์ และพร้อมรับมือกับความท้าทายต่าง ๆ โดยมีแนวทางบริหารจัดการต้นทุนการผลิตของโรงงานทั้ง 3 แห่ง ได้แก่ โรงงานระยองโอเลฟินส์ (ROC) โรงงานมาบตาพุดโอเลฟินส์ (MOC) และโรงงาน LSP ให้เหมาะสมกับราคาวัตถุดิบ ผลิตภัณฑ์ และสถานการณ์เศรษฐกิจโลก เพื่อให้มีศักยภาพการแข่งขันสูงสุด และเพื่อบริหารต้นทุนธุรกิจโดยภาพรวม

การเป็นผู้นำธุรกิจปิโตรเคมีของ SCGC จึงไม่ใช่แค่ตัวเลขการเติบโตทางธุรกิจ แต่ยังหมายถึงการเล็งเห็นโอกาสเติบโตและการก้าวสู่เป้าหมายใหม่ที่ท้าทายกว่าเดิม ดังเช่นโครงการ LSP ที่พร้อมเดินหน้าเพิ่มขีดความสามารถในการทำธุรกิจอย่างยั่งยืน เพื่อช่วยผลักดันเศรษฐกิจให้แก่ภูมิภาค พร้อมทั้งยกระดับคุณภาพชีวิตให้แก่ผู้คน

Economic Overview

เรื่อง: รศ. ดร.ธนวรรธน์ พลวิชัย
อธิการบดีมหาวิทยาลัยหอการค้าไทย และประธานที่ปรึกษาศูนย์พยากรณ์เศรษฐกิจและธุรกิจ

เศรษฐกิจไทย 2568
ปีงูเล็ก...จะฟื้นกี่โมง?

"ความแน่นอนคือความไม่แน่นอน" หรือ "อะไร ๆ ก็เกิดขึ้นได้" เป็นประโยคไทย ๆ ที่เราได้ยินบ่อย และผมก็ใช้บ่อยครั้งมากในระยะนี้ ตามหลักธรรมที่บ่งบอกถึงไตรลักษณ์ 3 ประการ

ประการแรกคือ อนิจจัง หรือความไม่เที่ยง เป็นอาการไม่คงที่ เปลี่ยนแปลงได้ตลอดเวลา เหมือนกับภาวะเศรษฐกิจโลกและเศรษฐกิจไทยในปัจจุบันที่มีอาการไม่เที่ยง พลิกผันได้เสมอ

ประการที่สองคือ ทุกขัง หรือการที่เป็นทุกข์ เป็นอาการที่เรารู้สึกไม่มีความสุข หรือเป็นทุกข์เป็นกังวล ซึ่งคล้ายกับสถานการณ์ของเศรษฐกิจโลกและเศรษฐกิจไทยในปัจจุบันที่ยังเต็มไปด้วยความไม่แน่นอนของภาวะสงคราม ไม่ว่าจะเป็นสงครามจริงระหว่างรัสเซียกับยูเครน หรือในตะวันออกกลาง และสงครามการค้าที่จะกลับมาอีกครั้ง ซึ่งสงครามการค้าครั้งใหม่ที่จะเริ่มต้นในเดือนมกราคม 2568 หลังจากประธานาธิบดีทรัมป์เข้ารับตำแหน่งอาจจะรุนแรงกว่าครั้งก่อน เพราะสงครามการค้าครั้งใหม่นี้ สหรัฐฯ จะไม่ทำสงครามการค้าเฉพาะกับจีนเท่านั้น แต่จะทำสงครามการค้ากับประเทศต่าง ๆ มากขึ้น ไม่ว่าจะเป็นเม็กซิโก แคนาดา ไปจนถึงประเทศต่าง ๆ ในเอเชียและยุโรป ความไม่แน่นอนเหล่านี้อาจส่งผลให้เศรษฐกิจโลกและเศรษฐกิจไทยชะลอตัวลงได้อีก หรือฟื้นตัวได้ช้าลง แม้ว่าทิศทางอัตราดอกเบี้ยของสหรัฐฯ และของโลกมีแนวโน้มปรับตัวลดลงก็ตาม

ประการสุดท้ายคือ อนัตตา หรือการไม่มีอัตตา การไม่มีตัวตน อาการที่ไม่สามารถควบคุม กำหนด หรือบังคับบัญชาได้ ซึ่งผมคิดว่าน่าจะเหมาะสมกับสถานการณ์ทางเศรษฐกิจ สังคม และการเมืองไทยในปัจจุบันเป็นอย่างมาก เพราะปัจจัยต่าง ๆ ที่กำหนดทิศทางการขยายตัวของเศรษฐกิจโลกและเศรษฐกิจไทยมีความเสี่ยง มีความไม่นิ่ง มีความไม่แน่นอนสูง อีกทั้งยังมีความยากในการควบคุม และ

> สงครามการค้าครั้งใหม่นี้ สหรัฐฯ จะไม่ทำสงครามการค้าเฉพาะกับจีนเท่านั้น แต่จะทำสงครามการค้ากับประเทศต่าง ๆ มากขึ้น ไม่ว่าจะเป็นเม็กซิโก แคนาดา ไปจนถึงประเทศต่าง ๆ ในเอเชียและยุโรป

อาจมีคนเติมเชื้อฟืนเพื่อโหมไฟให้ปัญหาและความเสี่ยงต่าง ๆ รุนแรงขึ้นอย่างต่อเนื่อง โดยเฉพาะอย่างยิ่งปัญหาด้านภูมิรัฐศาสตร์ (Geopolitics) ระหว่างสหรัฐฯ กับจีน และ/หรือรัสเซีย ซึ่งยังไม่มีท่าทีคลี่คลายลงเท่าไรนัก

ที่สำคัญบรรยากาศทางการเมืองไทยในปีนี้ยังมีความไม่แน่นอนสูง ทั้งการเมืองในสภาฯ และนอกสภาฯ การชุมนุมประท้วงทางการเมืองที่อาจเกิดขึ้นได้ เพราะเริ่มมีเค้าลางปรากฏโดยเฉพาะการประท้วงเรื่อง MOU44 ระหว่างไทยกับกัมพูชา อาจเป็นจุดเริ่มต้นของการประท้วงตามท้องถนนอีกครั้ง นอกจากนี้ยังมีคดีความทางการเมืองต่าง ๆ ที่มีการร้องเรียนศาลรัฐธรรมนูญ ซึ่งอาจทำให้เสถียรภาพทางการเมืองไทยสั่นคลอนได้ อาจเกิดความเสี่ยงเรื่องการยุบพรรคหรือยุบสภาฯ เพื่อการเลือกตั้งใหม่

ในบทความนี้ผมจะฉายภาพเศรฐกิจไทยและเศรษฐกิจโลกในปี 2568 จากข้อมูลและสถานการณ์ปัจจุบันที่จะบ่งชี้อนาคตในมุมมองของผมที่รวบรวมจากประสบการณ์ของตนเองและจากหน่วยงานวิเคราะห์วิจัยเศรษฐกิจต่าง ๆ มาผสมผสานกันนะครับ ทั้งนี้ที่ผมตั้งชื่อบทความในฉบับนี้ว่า “เศรษฐกิจไทย 2568 ปีงูเล็ก...จะฟื้นกี่โมง?” เพราะปัจจุบันคำว่า “กี่โมง” กลายเป็นวลีฮิตที่วัยรุ่นใช้พูดเวลาที่มองว่าใครสักคนกำลังพูดจาเลื่อนลอยเกินจริง พูดด้วยความมั่นใจว่าสิ่งนี้จะเกิดขึ้นแน่นอน แต่สุดท้ายก็ไม่เกิด หรือจะทำสิ่งนี้แน่นอนแต่สุดท้ายก็ไม่ทำ ซึ่งวิธีใช้ก็ง่ายมากครับ เพียงแค่เติมวลีว่า “กี่โมง” ต่อท้ายสิ่งที่พูด ก็จะกลายเป็นประโยคกึ่งทวงข้อเท็จจริง หรือแฝงการท้วงติงหน่อย ๆ และเป็นการตอกย้ำว่า สิ่งที่เขาพูดไว้นั้นเป็นไปไม่ได้หรือแทบเป็นไปไม่ได้ แต่ที่ผมเติมคำว่า “กี่โมง?” ต่อท้ายชื่อเรื่องของบทความในฉบับนี้ ไม่ใช่เพราะผมไม่เชื่อว่าเศรษฐกิจไทย

จะไม่ฟื้นในปีนี้นะครับ แต่รู้สึกว่า ภาวะเศรษฐกิจทั้งของไทยและโลก ยังมีความเสี่ยงและความไม่แน่นอนอยู่สูงมากจริง ๆ

แจกเงิน 1 หมื่นบาท ช่วยฟื้นตัวไม่มาก

ในการแถลงข่าวดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในช่วงไตรมาสสุดท้ายของปี 2567 ศูนย์พยากรณ์เศรษฐกิจและธุรกิจ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย เราได้ประกาศชัดเจนว่าเศรษฐกิจไทยเริ่มฟื้นแล้ว เพราะดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในเดือนล่าสุดปรับตัวดีขึ้นเป็นครั้งแรกในรอบ 8 เดือนนับตั้งแต่เดือนมีนาคม 2567 เป็นต้นมา เป็นเพราะผลพวงจากมาตรการกระตุ้นเศรษฐกิจของรัฐบาลในการแจกเงิน 1 หมื่นบาทให้กับกลุ่มเปราะบางจำนวน 14.5 ล้านคน รวมเป็นเงินทั้งสิ้น 1.45 แสนล้านบาท ซึ่งมีผลกระตุ้นเศรษฐกิจได้บ้าง เพราะเศรษฐกิจไทยได้รับผลกระทบจากน้ำท่วมทั้งประเทศในช่วงเดือนตุลาคมอย่างน้อย 7 - 8 หมื่นล้านบาท ทำให้เงินเติมเข้าไปในระบบเศรษฐกิจสุทธิไม่มากนัก เศรษฐกิจไทยจึงฟื้นตัวขึ้นไม่มาก

นอกจากนี้ บรรยากาศการท่องเที่ยวทั้งของคนไทยและชาวต่างชาติก็เริ่มปรับตัวดีขึ้นในช่วงปลายปีที่ผ่านมา ช่วยเติมเต็มให้เศรษฐกิจไทยปรับตัวดีขึ้นได้อย่างต่อเนื่อง รวมทั้งการใช้จ่ายของภาครัฐและภาคการส่งออกที่ขยายตัวก็ยังคงเป็นแรงขับเคลื่อนเศรษฐกิจที่สำคัญอย่างต่อเนื่อง แม้ว่าความเชื่อมั่นของผู้บริโภคจะปรับตัวดีขึ้นก็ตาม แต่ความเชื่อมั่นยังอยู่ต่ำกว่าปกติ สะท้อนมุมมองผู้บริโภคชาวไทยที่ยังรู้สึกว่า แม้ว่าเศรษฐกิจไทยจะเริ่มฟื้นตัวขึ้นก็ตาม แต่เศรษฐกิจไทยและเศรษฐกิจของคนไทย (รายได้ในกระเป๋า) โดยรวมยังไม่กลับมาเป็นปกติ ผู้บริโภคจึงยังคงระมัดระวังการจับจ่ายใช้สอยอยู่ และยังไม่มีความมั่นใจว่า เศรษฐกิจไทยในปัจจุบันและในอนาคตจะปรับตัวดีขึ้นได้อย่างต่อเนื่องหรือไม่

อย่างไรก็ตาม ดัชนีความเชื่อมั่นของหอการค้าไทย ซึ่งเป็นการสำรวจจากผู้ประกอบการที่เป็นสมาชิกของหอการค้าไทย (ตัวแทนของกรุงเทพฯ) และหอการค้าจังหวัดอีก 76 จังหวัดทั่วประเทศ ยังคงปรับตัวลดลงอย่างต่อเนื่องเป็นเดือนที่ 7 ผู้ประกอบการธุรกิจพูดเป็นเสียงเดียวกันว่า เศรษฐกิจในจังหวัดของตัวเองและกิจกรรมทางเศรษฐกิจยังไม่คึกคักและยังไม่ฟื้นตัวขึ้น ธุรกิจยังคงได้รับผลพวงที่กระทบจากน้ำท่วม ต้นทุนการผลิตที่สูง อำนาจซื้อของลูกค้าที่ยังไม่ฟื้นมากนัก และการเข้าถึงสินเชื่อยังลำบากอยู่ ทำให้ภาคธุรกิจยังชะลอการลงทุนและการจ้างงานในพื้นที่ จึงเกิดความรู้สึกว่าเศรษฐกิจของจังหวัดและของประเทศไทยยังไม่ฟื้นตัวมากนัก

ผ่อนคลายขึ้น แต่ยังวางใจไม่ได้

อย่างไรก็ตาม ตัวเลขอัตราการขยายตัวทางเศรษฐกิจล่าสุดไตรมาสที่ 3 ปี 2567 ที่สภาพัฒน์ได้ประกาศเมื่อเดือนพฤศจิกายนที่ผ่านมา ทำให้เกิดสถานการณ์ "ผ่อนคลายและสบายใจขึ้น" ทั้งวงการเศรษฐกิจ เพราะเศรษฐกิจไทยในไตรมาสที่ 3 ปี 2567 มีอัตราการขยายตัวถึง 3.0% ฟื้นตัวขึ้นอย่างต่อเนื่องจากไตรมาสที่ 1 และ 2 ที่เศรษฐกิจไทยขยายตัว 1.6% และ 2.2% ตามลำดับ เนื่องจากการท่องเที่ยว การส่งออก และการใช้จ่ายงบประมาณของภาครัฐที่ขยายตัวดีขึ้นในไตรมาสที่ 3 ของปี 2567

คำถามที่สำคัญที่ต้องถามกันต่อไปคือ เศรษฐกิจไทยในปี 2568 จะฟื้นตัวได้อย่างต่อเนื่องหรือไม่ และจะขยายตัวเท่าไรท่ามกลางความเสี่ยงต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็นสถานการณ์เศรษฐกิจโลกที่ยังชะลอตัวอยู่และยังฟื้นตัวช้า ทั้งนี้ ถ้าดูจากการคาดการณ์ตัวเลขอัตราการขยายตัวทางเศรษฐกิจของโลกที่กองทุนการเงินระหว่างประเทศ (IMF) คาดว่า เศรษฐกิจโลกในปี 2568 จะขยายตัว 3.2% เท่ากับปี 2567 ที่เศรษฐกิจโลกขยายตัวได้ 3.2% เช่นกัน แต่ประเทศเศรษฐกิจชั้นนำของโลกในปี 2568 คือสหรัฐฯ และจีนจะขยายตัวเพียง 2.2% และ 4.5% ตามลำดับ ชะลอตัวลงเมื่อเทียบกับปี 2567 ที่สหรัฐฯ และจีนขยายตัว 2.8% และ 4.8% ตามลำดับ ซึ่งการคาดการณ์นี้ยังไม่รวมการทำสงครามการค้าของประธานาธิบดีทรัมป์ที่จะเกิดขึ้นในปี 2568 ซึ่งยังคาดเดาไม่ได้ว่าสงครามการค้ารอบใหม่จะเกิดกว้างขวางและรุนแรงแค่ไหน

สงครามการค้ารอบใหม่ คือตัวแปรสำคัญ

ในช่วงปลายเดือนพฤศจิกายน 2567 ที่ผ่านมา ซึ่งประธานาธิบดีทรัมป์ยังไม่ได้เข้ารับตำแหน่งอย่างเป็นทางการ แต่ก็ได้มีการประกาศและให้สัมภาษณ์ไว้ว่า จะขึ้นพิกัดอัตราภาษีศุลกากรสินค้านำเข้าจากประเทศคู่ค้าสำคัญ 3 อันดับแรกของสหรัฐฯ คือ เม็กซิโก แคนาดา และจีน รวมกันเกินกว่า 40% ของมูลค่าการค้าระหว่างประเทศของสหรัฐฯ โดยเม็กซิโกเป็นคู่ค้าอันดับหนึ่งมีส่วนแบ่งเกือบ 16% ของมูลค่าการค้ารวมทั้งสิ้นของสหรัฐฯ รองลงมาคือ แคนาดา 14% และจีน 11% ตามลำดับ โดยเม็กซิโกและแคนาดาเป็นแหล่งอุปทานสินค้านำเข้าสำคัญในกลุ่มเครื่องจักรกล ยานพาหนะ และชิ้นส่วนประกอบ รวมถึงเชื้อเพลิง ขณะที่จีนเป็นแหล่งอุปทานสินค้านำเข้าสำคัญในกลุ่มเครื่องจักรกล สินค้าอิเล็กทรอนิกส์ และพลาสติก เป็นต้น

ประธานาธิบดีทรัมป์ประกาศว่า จะขึ้นอัตราภาษีทันทีในวันที่ 20 มกราคม พ.ศ. 2568 ซึ่งเป็นวันสาบานตนเข้ารับตำแหน่งอย่างเป็นทางการ โดยจะขึ้นพิกัดอัตราภาษีนำเข้าสินค้าจากแคนาดาและเม็กซิโกในอัตราร้อยละ 25 ด้วยข้ออ้างว่า เพราะเม็กซิโกและแคนาดาไม่สามารถหยุดยั้งการอพยพย้ายถิ่นฐานเข้าสหรัฐฯ อย่างผิดกฎหมาย หรือการลักลอบนำยาเสพติดเข้าสหรัฐฯ ได้ และจะขึ้นพิกัดอัตราภาษีศุลกากรสินค้าจีนทุกรายการเพิ่มขึ้นจากเดิม (เฉลี่ยประมาณร้อยละ 60) อีกร้อยละ 10 โดยไม่ได้ระบุถึงเหตุผลใด ๆ ของการดำเนินการกับจีน แม้ว่าประธานาธิบดีทรัมป์จะไม่ได้กล่าวถึงประเทศคู่ค้าอื่น ๆ ว่าจะถูกขึ้นพิกัดอัตราภาษีศุลกากรนำเข้า (ที่คาดว่าจะอยู่ในอัตราร้อยละ 10) หรือไม่ แต่ความกังวลเรื่องสงครามการค้ายังเป็นปัจจัยเสี่ยงที่รุนแรงที่สุดของเศรษฐกิจโลกในขณะนี้ เพราะไม่มีใครสามารถประเมินได้ว่าจะรุนแรงและฉุดเศรษฐกิจโลกให้ทรุดตัวลงอีกแค่ไหน

เรื่องที่คาดเดาได้ยากคือ การเมืองไทย หากเกิดความวุ่นวายทางการเมืองหรือมีการยุบสภาและเลือกตั้งใหม่ จะทำให้งบประมาณแผ่นดินต้องล่าช้าและใช้เงินไม่ได้เป็นเวลาหลายเดือน (เหมือนในปี 2566 - 2567) จะยิ่งทำให้เศรษฐกิจไทยฟื้นตัวช้าลงอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้

สำหรับปี 2568 นี้ ศูนย์พยากรณ์เศรษฐกิจและธุรกิจ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย คาดว่าเศรษฐกิจจะขยายตัวดีขึ้นกว่าปีที่ผ่านมา โดยคาดว่าเศรษฐกิจไทยน่าจะขยายตัวได้ประมาณ 2.8 - 3.2% หรือขยายตัวโดยเฉลี่ยประมาณ 3% ผมยังแอบลุ้นว่า ปีนี้น่าจะเป็น “งูเงิน” หรือ “งูทองแดง” นะครับ เพราะคงยังไม่โดดเด่นแจ่มใสแบบ “งูทอง” ได้ และก็ภาวนาขอให้ไม่เป็น “งูไฟ” แต่ปัจจัยเสี่ยงยังมีมากเหลือเกินและยังคาดการณ์ได้ยาก อย่างไรคงต้องติดตามกัน แล้วมาอัปเดตกันใหม่ในฉบับหน้านะครับ

Home

เรื่องและภาพ: Homesmile

อยากปรับพื้นรอบบ้านให้สวยปัง เลือกวัสดุไหนดี?

เปรียบเทียบวัสดุที่เจ้าของบ้านควรรู้แบบเจาะลึก

เบื่อไหม? ที่ต้องคอยตัดหญ้าอยู่บ่อย ๆ และต้องทนกับพื้นดินที่เปียกเฉอะแฉะ น้ำท่วมขังทุกครั้งที่ฝนตก หากบ้านคุณก็กำลังประสบปัญหาเหล่านี้ และอยากปรับพื้นบริเวณรอบบ้านให้สวย ทนทาน ดูแลง่าย แต่ไม่รู้ว่าจะใช้วัสดุไหนดี เพราะวัสดุที่นิยมใช้กันมีให้เลือกมากมาย ฉบับนี้เราจะมาวิเคราะห์เจาะลึก แนะนำข้อดี ข้อเสียของวัสดุแต่ละประเภท เพื่อให้คุณได้พื้นภายนอกที่เหมาะสมกับการใช้งาน

1) กระเบื้องคอนกรีตปูพื้น เป็นวัสดุปูพื้นรอบบ้านหรือพื้นภายนอก ผลิตจากคอนกรีต มีรูปทรงเป็นแผ่นกว้างและบางกว่าบล็อกปูพื้น โดยมีความหนาประมาณ 3.5 เซนติเมตร สีสันและผิวหน้าของกระเบื้องคอนกรีตปูพื้นจะมีความเงา ลวดลายสวยงาม และคงทน

ข้อดี: ติดตั้งง่าย แข็งแรง ทนทานต่อสภาพอากาศ มีหลากหลายรูปแบบ สีสันสวยงาม และดูแลทำความสะอาดได้ง่าย

ข้อเสีย: ไม่เหมาะกับงานรับน้ำหนักมาก เช่น งานประเภทถนน ราคาอาจสูงกว่าวัสดุอื่น ๆ การแตกหักอาจเกิดขึ้นได้หากพื้นฐานไม่แข็งแรง หรือขั้นตอนการติดตั้งไม่ถูกวิธี

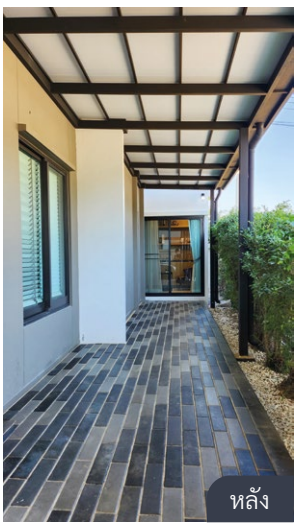
เหมาะสำหรับ: พื้นที่ที่ต้องการความแข็งแรง ทนทาน และความสวยงาม เช่น ทางเดินเข้าบ้าน ทางเดินรอบบ้าน ทางเดินในสวน ลานจอดรถ

2) บล็อกปูพื้น ผลิตจากคอนกรีตอัดแน่นเป็นเนื้อเดียวกัน ทำให้แข็งแรง ทนทาน สามารถรับน้ำหนักได้สูงกว่ากระเบื้องคอนกรีต อีกทั้งมีความหนาอยู่ที่ประมาณ 6 - 12 เซนติเมตร และมีรูปทรงของตัวก้อนหลากหลาย โดยส่วนใหญ่จะใช้เรียงต่อกันจนเกิดเป็นแพตเทิร์นลวดลายที่สวยงาม

ข้อดี: ติดตั้งง่าย ราคาประหยัด มีช่องว่างระหว่างบล็อก ช่วยระบายน้ำได้ดี มีรูปแบบให้เลือกหลากหลาย แข็งแรง อายุการใช้งานยาวนาน อีกทั้งสามารถรับน้ำหนักได้มาก มีรูปทรงหลากหลาย สามารถสร้างแพตเทิร์นลวดลายได้ไม่จำกัด และสามารถรื้อปรับปรุงซ่อมแซมพื้นทางได้โดยง่าย เพียงใช้วัสดุก้อนเดิม ช่วยประหยัดค่าใช้จ่าย

ข้อเสีย: มีรอยต่อระหว่างก้อนค่อนข้างมาก อาจมีวัชพืชหรือตะไคร่น้ำขึ้นได้ หากไม่ได้ทำความสะอาดบ่อย ๆ

เหมาะสำหรับ: พื้นที่ที่ต้องการใช้งานหนักอย่างถนน หรือใช้บริเวณสวนหย่อม ทางเดินสวน หรือพื้นที่ที่ต้องการความโปร่งสบาย หรือพื้นที่ที่ต้องการปรับเปลี่ยนได้บ่อย ๆ

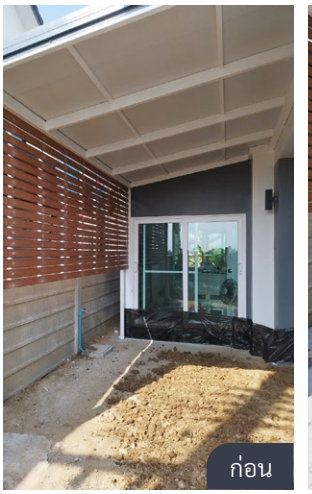


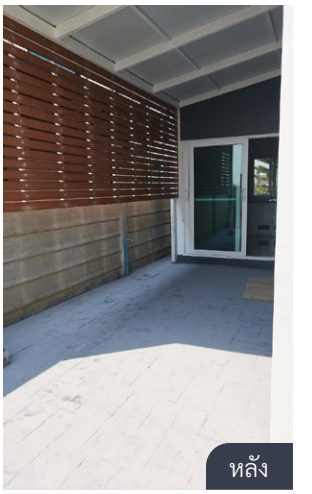
3) คอนกรีตพิมพ์ลาย (Stamped Concrete)
คือ การใช้เทคโนโลยีแม่พิมพ์ พิมพ์ลายลงผิวหน้าคอนกรีต ก่อนที่คอนกรีตจะแข็งตัว ช่วยเพิ่มสีสันและความแกร่งของพื้นผิวได้ดีกว่าคอนกรีตทั่วไป

ข้อดี: มีลวดลายสวยงาม สามารถเลือกลายและเฉดสีได้ตามต้องการ จึงเหมาะกับบ้านหลากหลายสไตล์ และตัวพื้นคอนกรีตมีความแข็งแรง ทนทานต่อสภาพอากาศ

ข้อเสีย: ราคาค่อนข้างสูง มีกระบวนการทำงานที่ซับซ้อนกว่า การติดตั้งต้องอาศัยช่างผู้ชำนาญและมีประสบการณ์สูง

เหมาะสำหรับ: พื้นที่ที่ต้องการความสวยงาม แข็งแรง เช่น ทางเดินเข้าบ้าน ลานจอดรถ พื้นโรงจอดรถ และถนน





เมื่อทราบถึงข้อดี ข้อเสีย และความเหมาะสมต่อการใช้งานของแต่ละวัสดุแล้ว น่าจะช่วยให้คุณตัดสินใจได้ง่ายขึ้น ทั้งนี้นอกจากความต้องการใช้งานแล้ว ความเหมาะสมยังขึ้นอยู่กับงบประมาณ รวมถึงปัจจัยอื่น ๆ ทั้งเรื่องสไตล์ของบ้าน และพื้นที่การใช้งานอีกด้วย

ไม่ว่าคุณจะต้องการปรับพื้นรอบบ้านเป็นแบบใด ให้ HomeSmile ช่วยดูแล
ด้วยมาตรฐานเอสซีจี ติดตั้งโดยทีมผู้เชี่ยวชาญ มั่นใจกว่า พร้อมการรับประกัน ปรึกษาฟรี!
โทร. 0-2587-6661 หรือ LINE: @homesmile ง่าย สะดวก ครบ จบในที่เดียว

Tel: 0-2587-6661 LINE: @homesmile Website: https://homesmile.co.th

สั่งซื้อสินค้าและบริการ

พร้อมรับสิทธิประโยชน์สมาชิก

SCG Debenture Club

ได้ที่ 02-586-2222

SCG Contact Center 02-586-2222

SCG

Rebuild

เรื่อง: บ้านและสวน

“5 แบบ บานประตู”
เลือกรูปแบบ**ให้เหมาะกับส่วนของบ้าน**

“บานประตู” เป็นองค์ประกอบทางสถาปัตยกรรมที่สำคัญที่ต้องคำนึงถึงในการออกแบบบ้าน เพราะนอกจากทำหน้าที่ให้ความปลอดภัยแก่ผู้อยู่อาศัย เป็นทางสัญจรผ่านเข้า-ออกไปสู่พื้นที่ใช้สอยส่วนต่าง ๆ ของบ้านแล้ว รูปแบบประตูยังเป็นหนึ่งในลูกเล่นการตกแต่งบ้านที่มีฟังก์ชันในตัวของมันเองอีกด้วย ฉบับนี้เรามี 5 รูปแบบบานประตูที่แตกต่างมาฝากกัน

1. ประตูบานเปิด

หากพูดถึงรูปแบบประตูที่คนมักจะนึกถึงและนิยมมากที่สุด คงหนีไม่พ้นประตูแบบบานเปิด เป็นประตูที่ใช้การผลักและดึงในการเปิด-ปิด จึงต้องการพื้นที่โดยรอบในการหมุน โดยปกติจะติดตั้งอุปกรณ์บานพับยึดเป็นจุดหมุนไว้บังใบด้านใดด้านหนึ่งของวงกบ ซึ่งจะทำให้หมุนเปิด-ปิดได้ข้างเดียว (90 องศา) หรือถ้าใช้บานพับบางชนิดที่ใช้กับวงกบคู่ไม่มีบังใบ จะทำให้ประตูสามารถหมุนเปิดรอบแกนได้สองด้าน (180 องศา)

ประตูแบบบานเปิดมีทั้งบานเปิดเดี่ยวและบานเปิดคู่ ใช้งานง่าย ติดตั้งสะดวก ไม่ยุ่งยาก มีวัสดุให้เลือกหลากหลาย ทั้งไม้ อะลูมิเนียม กระจก เหล็ก และพีวีซี (สำหรับห้องน้ำ) การเลือกวัสดุควรคำนึงทั้งเรื่องความสวยงาม ความแข็งแรงทนทาน เช่น ถ้าเป็นประตูภายนอก ควรเลือกวัสดุที่ทนทานต่อแดดและฝน มีความมั่นคง แข็งแรง เพื่อความปลอดภัย

2. ประตูบานเลื่อน

เป็นประตูอีกประเภทที่ได้รับความนิยม เนื่องจากแก้ปัญหาการเปิด-ปิดในพื้นที่จำกัดได้ดี มักนำมาใช้เป็นผนังกั้นพื้นที่ใช้สอยต่าง ๆ ภายในบ้าน รวมถึงบางครั้งยังนิยมทำเป็นกระจกเพื่อรับแสงสว่างและบรรยากาศภายนอกอีกด้วย โดยปกติบานเลื่อนต้องมีรางติดตั้งที่ใต้ฝ้าและบนพื้นเพื่อรองรับบานประตู แต่ปัจจุบันมีการพัฒนาอุปกรณ์ติดตั้งเพิ่มเติม ไม่ว่าจะเป็นบานเลื่อนที่มีเฉพาะรางบน ช่วยให้พื้น

เรียบเนียน ไม่ต้องสะดุดกับรางบนพื้น หรืออาจใช้เป็นรางแบบฝังเพื่อให้อุปกรณ์ที่ดูเกะกะ เรียบเนียนไปกับพื้นและผนังมากที่สุดเท่าที่จะเป็นไปได้

ประตูบานเลื่อนมีทั้งบานเลื่อนเดี่ยว บานเลื่อนสลับ และบานเลื่อนคู่ การเลือกใช้ประตูชนิดนี้จะต้องมีพื้นที่ด้านข้างที่ติดผนังสำหรับเก็บบาน ทั้งยังควรคำนึงเรื่องขนาดด้วย เพราะหากเลือกใช้บานที่มีขนาดใหญ่ก็อาจมีน้ำหนักมาก ยิ่งถ้าอยู่ในจุดที่มีความถี่ในการใช้งานด้วยแล้ว น้ำหนักจากบานที่ใหญ่อาจทำให้เปิด-ปิดยากกว่าประตูบานเปิดทั่วไป

3. ประตูบานเฟี้ยม

เป็นประตูที่มีลักษณะของบานเปิดผสมกับบานเลื่อน โดยนำบานเดี่ยวมาติดบานพับต่อกัน แบ่งออกเป็นสองฝั่งด้วยจำนวนบานที่เท่ากัน แล้วใช้วิธีพับทบกัน เพื่อเปิดออกทางด้านข้าง จึงได้พื้นที่เปิดค่อนข้างกว้าง และยังเป็นการจัดการห้องต่าง ๆ ภายในบ้านให้มีความยืดหยุ่นอีกด้วย สามารถปรับใช้ได้ทั้งภายนอกและภายใน

4. ประตูบานหมุน

ลักษณะการใช้งานจะติดตั้งแกนหมุนไว้ตรงกึ่งกลางบานทั้งด้านบนและด้านล่าง ลักษณะการเปิดใช้การผลักเปลี่ยนทิศทางของตัวบาน เหมาะสำหรับบ้านที่ต้องการให้ประตูทำหน้าที่เป็นช่องเปิดขนาดใหญ่ไปในตัว เพื่อใช้เชื่อมพื้นที่ต่าง ๆ ให้ต่อเนื่องกัน ให้บรรยากาศของการต้อนรับ จึงสามารถใช้เป็นประตูทางเข้าหลักได้ด้วย วัสดุที่ใช้ทำมีหลากหลายตั้งแต่กรอบบานกระจก กรอบบานไม้ลูกฟักกระจก กรอบบานโลหะลูกฟักกระจก โดยประตูบานหมุนสามารถมีความกว้างได้มากถึง 2 เมตร และใช้หน้าบานเพียงบานเดียวโดยไม่แบ่งบาน

ในกรณีที่บานมีขนาดใหญ่ จุดหมุนกลางบานจำเป็นต้องใช้จุดหมุนฝังพื้นแบบพิเศษ (Heavy-Duty Floor Pivot) ซึ่งอุปกรณ์ตัวนี้จะเป็นจุดหมุนสำหรับบานประตูโดยเฉพาะ สามารถรับน้ำหนักได้ถึง 300 กิโลกรัม เนื่องจากตัวอุปกรณ์ไม่ใช่โช้กอัพ เป็นแค่จุดหมุน จึงไม่สามารถตั้งบานค้างไว้เองได้ หากจะเปิดบานตั้งค้างไว้เพื่อรับลม จะต้องมีอุปกรณ์ล็อกบานกับพื้นเสริมเข้าไปด้วย เช่น โช้กอัพฝังพื้น (Floor Spring) แบบตั้งค้าง 90 องศา แต่หมุนได้รอบ 360 องศา ให้สะดวกต่อการใช้งาน

5. ประตูบานม้วน

ประตูบานม้วนผลิตขึ้นจากกระแนงโลหะหลาย ๆ ชิ้น นำมาเรียงต่อกันในแนวนอน นิยมใช้เหล็กและอะลูมิเนียม โดยยึดขัดประสานกันเพื่อให้ม้วนพับได้ ให้เลื่อนขึ้นเลื่อนลงตามแนวรางที่ยึดอยู่ด้านข้างของช่องเปิด โดยมีแกนหมุนอยู่ด้านบนช่องเปิด ประตูบานม้วนสามารถมีความสูงได้ถึง 7 เมตร และกว้างได้ถึง 9 เมตร จึงเหมาะสำหรับใช้กับอาคารที่มีช่วงเสาที่กว้างไปจนถึงโรงงานขนาดใหญ่

Design Space

เรื่อง: KJ **ภาพ:** nanacoffeeroasters, DOF Sky|Ground, Salmon Eye

HARUDOT CHONBURI
BY NANA COFFEE ROASTERS

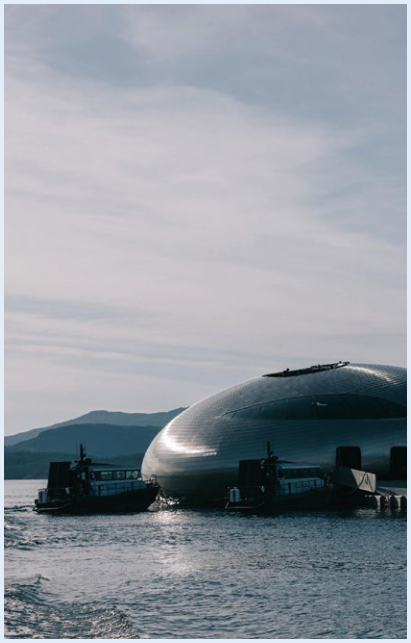
นี่คือคาเฟ่สแตนด์อะโลนแลนด์มาร์กแห่งใหม่ของจังหวัดชลบุรี คาเฟ่ในเครือ Nana Coffee Roasters ที่ได้รับรางวัลด้านสถาปัตยกรรมระดับโลก Architizer A+Awards 2024 สร้างสรรค์โดย IDIN Architects ผลงานนี้นักออกแบบได้แรงบันดาลใจจากคำว่า Harudot ที่เป็นชื่อร้าน เกิดจากการผสมคำว่า Haru หมายถึง ฤดูใบไม้ผลิในภาษาญี่ปุ่น และ Dot แปลว่าจุด สื่อถึงการเริ่มต้น งอกเงย ผลิบาน

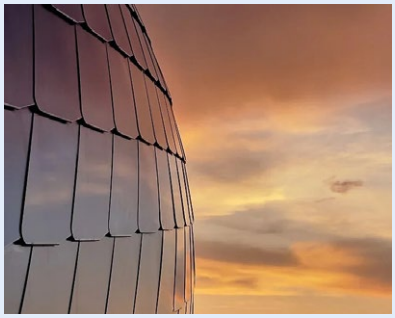
สิ่งที่ยกระดับให้ Harudot โดดเด่นคือการตกแต่งภายในเพราะนำความลื่นไหลและเส้นโค้งเว้าจากภายนอกเชื่อมต่อเข้ามาถึงด้านใน ออกแบบการจัดวางดีไซน์เฟอร์นิเจอร์ให้เป็นรูปแบบริบบิ้นสีดำล้อไปกับผนังอาคารที่เป็นไม้สนสีธรรมชาติ เพิ่มความสนุกให้แต่ละชิ้นมีฟังก์ชันแตกต่างกันตามระดับความสูง ระดับต่ำเป็นที่นั่ง ระดับกลางเป็นโต๊ะและเคาน์เตอร์ ส่วนระดับสูงคือชั้นวางของ พร้อมกับเสริมกิมมิกด้วยการสลัก Quote หรือสลักอักษรป้ายนำทางไว้บนพื้นผิว ช่วยสร้างความตื่นเต้นท้าทายสายตาคนเข้าใช้พื้นที่อีกด้วย

ใครอยากเสพสุนทรีย์ของสถาปัตยกรรมรางวัลระดับโลกใกล้ตัวในประเทศไทย เคล้ารสกาแฟและขนมอร่อย ๆ แบบใกล้ ๆ วันหยุดนี้ลองแวะไปนั่งชิล ทานขนมกันได้ที่นี่

SALMON EYE

สถานที่นี้เป็นสถาปัตยกรรมจริง
ที่ตั้งอยู่เหนือน่านน้ำใน
Hardangerfjorden
ประเทศนอร์เวย์ ที่เปิดต้อนรับ
นักท่องเที่ยวในปัจจุบัน
ที่สำคัญที่มาของสถานที่แห่งนี้
ก็ไม่ได้เกี่ยวข้องอะไร
กับโลกอนาคตทั้งนั้น
เพราะที่นี่มีแค่ “แซลมอน”
เป็นพระเอก





Salmon Eye คือสถาปัตยกรรมที่ได้รับการขนานนามให้เป็นศิลปะจัดวางลอยน้ำชิ้นที่ใหญ่ที่สุดในโลก ผลงานของ Kvorning Design บริษัทสถาปนิกชั้นนำที่ออกแบบรูปทรงอาคารโดยใช้ดวงตาของปลาแซลมอนเป็นแรงบันดาลใจ โดยเจ้าของโครงการต้องการอุทิศอาคารหลังนี้ให้แก่พ่อ พร้อมปั้นให้ที่นี่เป็นแหล่งท่องเที่ยวภายในจึงจัดแสดงนิทรรศการประมงท้องถิ่นที่ยั่งยืนและเคารพระบบนิเวศตามแนวทางธุรกิจที่พวกเขายึดถือ

โครงสร้างของอาคารคล้ายภูเขาน้ำแข็ง คือ มีส่วนที่ลอยเหนือน้ำและส่วนที่จมอยู่ด้านล่าง แบ่งโซนเป็น 4 ชั้น ได้แก่ ชั้นแรกคือส่วนที่ลึกลงไปใต้น้ำ 5 เมตร เป็นโซนนิทรรศการ ชั้น 2 คือบริเวณทางเข้าหลักอยู่ในระดับน้ำทะเล ชั้น 3 คือร้านอาหาร Iris ร้านอาหารระดับมิชลินสตาร์ที่รังสรรค์เมนูรสเลิศจากวัตถุดิบท้องถิ่น และส่วนสุดท้ายที่อยู่ด้านบนสุด บริเวณตำแหน่งม่านตาปลาเมื่อมองจากมุมสูง คือพื้นที่ Rooftop สำหรับชมวิว

หากคุณอยากลองสัมผัสความรู้สึกลึกซึ้งที่ผสานระหว่างอาหาร ศิลปะ และความงดงามทางธรรมชาติ Salmon Eye คือคำตอบที่มอบให้คุณได้ครบจบในที่เดียว

SCGP

เรื่องและภาพ: SCGP

ประกาศผล
SCGP PACKAGING SPEAK OUT 2024 ครั้งที่ 9
สุดยอดนักออกแบบและนักการตลาดรุ่นใหม่

บริษัทเอสซีจี แพคเกจจิ้ง จำกัด (มหาชน) (SCGP) ร่วมกับสมาคมการจัดการธุรกิจแห่งประเทศไทย (TMA) ภาควิชาการตลาด คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย และมูลนิธิยุทธสาร ณ นคร จัดการแข่งขัน SCGP Packaging Speak Out 2024 ครั้งที่ 9 รอบชิงชนะเลิศ เฟ้นหาผู้มีความสามารถด้านการออกแบบบรรจุภัณฑ์และสร้างแบรนด์ รับเงินรางวัลรวมกว่า 200,000 บาท พร้อมโอกาสฝึกงานกับ SCGP เพื่อเป็นบันไดสู่การเป็นนักออกแบบและนักการตลาดรุ่นใหม่

คุณวิชาญ จิตร์ภักดี ประธานเจ้าหน้าที่บริหาร บริษัทเอสซีจี แพคเกจจิ้ง จำกัด (มหาชน) (SCGP) เผยว่าในฐานะที่บริษัทดำเนินธุรกิจด้วยความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม จึงให้ความสำคัญกับการพัฒนาบรรจุภัณฑ์ใหม่ เพื่อยกระดับคุณภาพชีวิตที่ดีให้แก่สังคม จนเป็นที่มาของการจัดแข่งขันในโจทย์ Reduce-Reuse-Recycle ภายใต้แนวคิด Packaging for a Brighter Tomorrow เพื่อสังคมและสิ่งแวดล้อมอย่างยั่งยืน มีนิสิตนักศึกษาเข้าร่วมแข่งขันกว่า 278 ทีม จนคัดเลือกเหลือ 15 ทีมสุดท้ายที่โดดเด่น เพื่อโอกาสพัฒนาผ่านการเวิร์กช็อป รับคำแนะนำจากผู้เชี่ยวชาญ ก่อนจะนำผลงานมาเสนอในรอบชิงชนะเลิศ

โดยรอบสุดท้าย ทุกทีมต้องพัฒนาชิ้นงานและนำเสนอแผนการสร้างแบรนด์ ซึ่งทีมที่ชนะเลิศรางวัล The Best of Challenge รับเงินรางวัล 70,000 บาท

พร้อมรับสิทธิ์ฝึกงานกับ SCGP คือ ทีม Honey Queen โดย นริศรา จันดาลี และเพทาย เทพเนาว์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ ในผลงาน “ฝากรักจากใจ ส้มสายน้ำผึ้ง” ส้มสายน้ำผึ้งฝางที่ช่วยกระตุ้นการบริโภคสินค้า GI ส่งเสริมรายได้ให้เกษตรกร

รางวัล Silver Star Award พร้อมเงินรางวัล 30,000 บาท คือ ทีม AnyWhereWithMe โดย เบญจภรณ์ เอกพจน์ สรวีย์ ญาธนิญกรณ์ และฐิติวรดา โชควัชระไพศาล มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ ในผลงาน “AnyWhereWithMe” ผลิตภัณฑ์ทำความสะอาดร่างกายที่บรรจุภัณฑ์ถอดเข้าออกได้ เพื่อความสะดวกในการพกพา

รางวัล Bronze Star Award จำนวน 3 ทีม รับเงินรางวัลทีมละ 20,000 บาท ได้แก่ 1) ทีม Brix ในผลงาน “บริกศ์” โดย ปภังกร โล่ห์เพชรัตน์ ภวิศ ติยะวัชรพงศ์ และปราณปริยา ธรรมประทานกุล จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย 2) ทีม GRAND the one and only ในผลงาน “ชโลม” โดย รัชดาภรณ์ กมลช่วง วิจิตรา บรรณารักษ์ และปวีณา จันสว่าง มหาวิทยาลัยขอนแก่น และ 3) ทีม Rocket WBD ในผลงาน “บีบเบิ้ล” โดย ชนทัต บัวเพชร พรปรียา อมรประภาธีรกุล และยุทธพิชัย โฉลกดี จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ชม VDO Clip
บรรยากาศงาน SCGP Packaging Speak Out 2024: Final Round

ลิงก์ปลอดภัย
Verified

รางวัล Honorable Mentions จำนวน 4 ทีม รับเงินรางวัลทีมละ 10,000 บาท ได้แก่ 1) ทีม SaiJai ในผลงาน “SaiJai” โดย ธัชปภา เมธากิตติภพ วาดฝัน จินต์วุฒิ และสรรญสรส บุญวรรณ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย 2) ทีม Selakhun ในผลงาน “3 ALL Packaging จากแบรนด์ SASU” โดย ศรุตา เสลาคุณ มหาวิทยาลัยศิลปากร 3) ทีม Star Stuff02 ในผลงาน “ชาชง” โดย ขวัญแก้ว อยู่ชมวงษ์ อภัสรา คล้ายรักษ์ และสุธาสินี สวัสดี มหาวิทยาลัยเกษมบัณฑิต และ 4) ทีม tims ในผลงาน “Smit” โดย ภาสินี เกียรติเสริมสกุล ปารย์ฝัน เทียนบุญ และปุณิกา อจละนันท์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

“ขอบคุณนิสิตนักศึกษาทุกทีมที่ส่งผลงานเข้าประกวดในปีที่ 9 ของ SCGP Packaging Speak Out ซึ่งสนับสนุนให้คนเจเนอเรชันใหม่เป็นบุคลากรที่มีคุณค่าต่อสังคม เพื่อให้ประเทศชาติเติบโตไปข้างหน้าอย่างยั่งยืน และระหว่างการประกวดยังได้รับคำแนะนำจากผู้มีประสบการณ์เสมือนกับทำงานจริง เป็นโอกาสที่ดีในการพัฒนาความรู้ต่อไป” คุณวิชาญกล่าวและทิ้งท้ายถึงโครงการ SCGP Packaging Speak Out ในปีที่ 10 ต่อไป

Biz Trends

เรื่อง: ผศ. ดร.เอกก์ ภทรธนกุล
หัวหน้าภาควิชาการตลาด คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย /
ผู้ช่วยอธิการบดี จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย / ที่ปรึกษาด้านแบรนด์ที่มีชื่อเสียง

เจาะลึก "กลุ่มผู้บริโภคตามช่วงอายุ" ทำการตลาดอย่างไร ให้ตรงเป้าหมาย

ปี 2568 การทำการตลาดยังคงเป็นประเด็นสำคัญทางธุรกิจเหมือนเช่นเคย หากแต่มีความจำเป็นต้องเฉพาะเจาะจง และทำความเข้าใจให้ลึกซึ้งมากยิ่งขึ้น เมื่อแบรนด์สามารถผลิตสินค้าหรือบริการที่ดีและมีคุณภาพมากพอแล้ว การเข้าใจกลุ่มเป้าหมายอย่างลึกซึ้ง จะช่วยให้การสื่อสารตลาดทำได้อย่างมีทิศทาง ตรงจุด และแม่นยำมากยิ่งขึ้น

คน 7 กลุ่ม ที่ทุกแบรนด์ต้องรู้จัก

ภาควิชาการตลาด คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ได้ทำงานวิจัยครั้งสำคัญด้วยการเก็บข้อมูล 24,000 ตัวอย่าง ใน 13 จังหวัดสำคัญของประเทศไทย เพื่อค้นหาความแตกต่างของคนในแต่ละช่วงอายุ ก่อนจะพบว่าในประเทศไทย สามารถจำแนกคนตามช่วงอายุได้เป็น 7 กลุ่มด้วยกัน และตั้งชื่อเรียกเอาไว้ให้เข้าใจง่าย ดังนี้

กลุ่ม Zoom

กลุ่มคน Gen Z ตั้งแต่อายุ 18 - 20 ต้น ๆ เป็นกลุ่มที่ชอบชวนเพื่อน ๆ มาเจอกันในแพลตฟอร์ม Zoom ไปจนถึงเรียนหนังสือผ่าน Zoom กันด้วย กลุ่มนี้สามารถใช้เทคโนโลยีได้โดยไม่ตะขิดตะขวงใจจนเป็นส่วนหนึ่งของเทคโนโลยี มักมีข้อสงสัยในเครื่องไม้เครื่องมือทางการตลาดค่อนข้างมาก เป็นคนช่างคิด ช่างสงสัย ใช้เหตุผลในการตัดสินใจค่อนข้างมาก และมีความระมัดระวังในการซื้อด้วย เพราะเขาอยู่ในยุคที่เจอโควิด 19 เต็ม ๆ โลกมีการเปลี่ยนแปลงสูง เพราะฉะนั้นถึงแม้จะเป็นเด็กรุ่นใหม่ แต่เขาไม่ได้ใช้จ่ายง่าย ๆ อย่างที่คิด เขามีหลัก มีเหตุผลครบถ้วนชัดเจน และต้องคุ้มค่าจริง ๆ ถึงจ่าย

กลุ่ม Yum

อายุจะโตขึ้นมาอีกระดับ มีช่วงอายุอยู่ในกลุ่ม Gen Y (ซึ่งในไทยสามารถแบ่งตามพฤติกรรมได้เป็น 2 กลุ่มย่อย) กลุ่มนี้เป็นคนที่อยู่ในยุคของการแบ่งขั้วทางการเมืองระหว่างสีเหลือง-สีแดง เขาจะมีความรู้สึกถึงความไม่แน่นอนต่าง ๆ เหมือนกลุ่ม Zoom มีภาพของความแตกต่างในสังคมสูง เพราะเคยเจอมากับตัว เข้าใจความคิดที่ไม่ได้เป็นด้านใดด้านหนึ่งเสมอไป ทำให้เขาเข้าใจเรื่องความแตกต่างค่อนข้างสูง และเข้าใจว่าความแตกต่างนั้นเป็นเรื่องธรรมชาติ ดังนั้นผลิตภัณฑ์ที่มีความหลากหลายของ Innovation กลุ่มนี้จะตอบรับได้ดี

กลุ่ม Yes

เป็นชาว Gen Y ที่มีวัยประมาณ 30 - 40 ต้น ๆ กลุ่มนี้เป็นกลุ่มที่เกิดมาในโลกแห่ง Pop Culture มีชีวิตแบบอะไรก็ได้ ไม่เดือดร้อนมากนัก ใช้อารมณ์ในการตัดสินใจมาก ยกตัวอย่างเพลงฮิตอาจจะฟังไม่ค่อยเข้าใจ แต่ก็เพราะได้ เช่น เจ็บนี้รสปูอัด แปลว่าอะไรไม่รู้แต่เพราะดี หากดูจริง ๆ นอกจาก Gen Alpha แล้ว กลุ่ม Yes เป็นตลาดที่ใหญ่มากของ Art Toy เพราะเขาอยู่ในช่วงวัยที่รายได้สูง หลายคนทำงานเป็นระดับผู้จัดการแล้ว เงินเดือนเริ่มมากขึ้น ซื้อของสนุก ๆ ให้ตัวเองได้มากขึ้น กลุ่มนี้จะเป็นกลุ่มที่นักการตลาดสนใจ

กลุ่ม Xtreme

เราพบว่ากลุ่ม Gen X ในเมืองไทยแบ่งออกเป็น 2 กลุ่มด้วยเช่นกัน กลุ่ม Xtreme นี้ได้เจอการถดถอยทางเศรษฐกิจรุนแรงในช่วงวิกฤติต้มยำกุ้ง กลุ่มนี้จะใช้เหตุผลในการคิดเยอะมาก ใช้เงินอย่างระมัดระวังมากที่สุด เพราะพวกเขาเคยหางานไม่ได้ เคยตกงานกันมาก่อน อยู่ในยุคแห่งการเปิดท้ายขายของ ซึ่งสิ่งเหล่านี้กลายเป็นเรื่องที่ฝังใจ และทำให้พวกเขามีความคิดค่อนข้าง Traditional

กลุ่ม Xcel

ในทางกลับกันเราได้เจอกับ Gen X อีกกลุ่มที่อายุมากขึ้นอีก คือกลุ่มที่ผ่านยุคสมัยพลเอก ชาติชาย ชุณหะวัณ เป็นนายกรัฐมนตรี ช่วงที่เศรษฐกิจรุ่งเรืองมาก ผู้คนมีเงินมาก ธนาคารให้ดอกเบี้ยสูง กลุ่มนี้จะมีความคล้ายกับกลุ่ม Yes แต่มีกำลังในการจ่ายมากกว่า สังเกตได้ว่ากลุ่มนี้จะชอบความโรแมนติก เสื้อผ้าหรูหรา และสินค้าแบรนด์เนม

กลุ่ม Bold

ใน Gen Baby Boomer ก็ถูกแบ่งออกเป็น 2 กลุ่ม โดยกลุ่ม Bold จะเป็นกลุ่มที่ค่อนข้าง Conservative ช่วงอายุประมาณ 60 ขึ้นไป พวกเขาเติบโตมาในช่วงที่รัฐบาลไทยให้ความสำคัญกับแนวคิด “ไทยทำ ไทยใช้ ไทยเจริญ” จึงทำให้มีความรักชาติ รักสถาบันมากเป็นพิเศษ มีแนวคิดที่แข็งแรง เปลี่ยนยาก มีระเบียบกฎเกณฑ์ เพราะฉะนั้นสินค้าที่คุยกับพวกเขาได้ ต้องเป็นสินค้าที่ค่อนข้าง Traditional มีการพูดอย่างระมัดระวัง รู้การใช้ระดับภาษา การโฆษณาต้องระมัดระวัง แต่กลุ่มนี้จะรักแล้วรักเลย ไม่เปลี่ยนแปลงง่าย ซึ่งเป็นประโยชน์ในทางการตลาดด้วยเช่นกัน

กลุ่ม Bloom

กลุ่มสุดท้ายที่แปลว่า เบ่งบาน Gen Baby Boomer กลุ่มนี้มีความชิล สบาย ๆ เหมือนดอกไม้บาน เขาอยู่ในช่วงบั้นปลายที่ปล่อยวางได้ เข้าใจคนอื่นได้เยอะขึ้น ไม่ได้ยึดติดกับสิ่งใดแล้ว ซึ่งเราพบว่ามีกลุ่มนี้เยอะมากด้วย และสังเกตได้ว่า เมื่อมีอะไรที่เด็กรุ่นใหม่ชอบ กลุ่ม Bloom จะเข้าร่วมด้วยเสมอ เพราะเขารู้สึกว่าชอบหรืออยากทำอะไรแบบที่ลูกหลานเขาชอบด้วย ดังนั้นคนที่เป็นอินฟลูเอนเซอร์สำหรับกลุ่ม Bloom ควรจะเป็นกลุ่ม Zoom ประมาณว่า หลานว่าดี ก็ดีด้วย กลุ่มนี้จึงเป็นอีกกลุ่มที่ควรทำการตลาดผ่านเด็ก

รู้จักกลุ่มลูกค้าแล้ว จะมัดใจพวกเขาอย่างไร

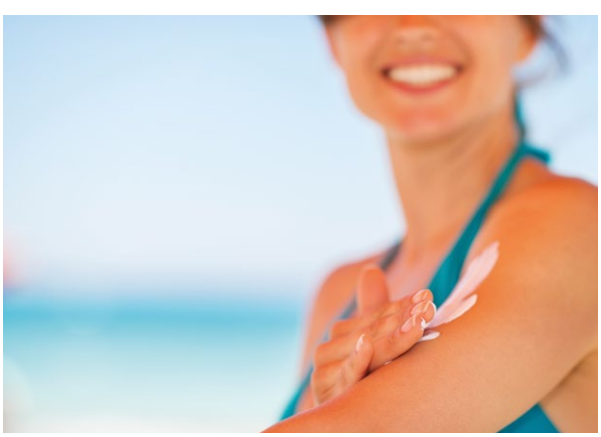
จะเห็นว่าลูกค้าแต่ละกลุ่มนั้น ไม่ได้ใช้อารมณ์ในการตัดสินใจเสมอไป มีการใช้เหตุผลที่ลึกซึ้งบวกกับอารมณ์ เพราะฉะนั้นสินค้าควรใช้ทั้งเหตุผลและอารมณ์ให้ชัดเจน อารมณ์จะยังมีความสำคัญอยู่ แต่เราพบว่า ในปี 2568 นี้ ภาควิชาการตลาด จุฬาฯ มองว่า ต้องมีหลักการสำคัญต่อไปนี้ร่วมด้วย

1) Professional

คือ สินค้าหรือบริการจะต้องมีความเป็นมืออาชีพสูงมาก และต้องคิดถึงลูกค้าแบบ 360 องศาในเรื่องของการใช้ เช่น สบู่ เมื่อล้างตัวแล้ว ทำให้พื้นลื่นหรือไม่ จากที่สบู่อาบน้ำเคยโฟกัสแค่ผิวกายอย่างเดียว เราพบว่าลูกค้าลึกซึ้งมากขึ้น เขาดูไปถึงว่าจะทำให้พื้นห้องน้ำลื่นหรือไม่ เพราะกลัวลูกหลานหรือพ่อแม่ลื่นล้มได้รับอันตราย เพราะฉะนั้นการเข้าใจลูกค้าแบบ 360 องศาอย่างมืออาชีพ จึงมีความสำคัญมาก

2) On Life

อย่าทำแค่สินค้าและบริการ แต่ต้องเข้าไปอยู่ในชีวิตของลูกค้า เช่น ไปรษณีย์ไม่ได้ส่งของอย่างเดียว แต่ตอนนี้ไปเปิดคาเฟ่ มีการ Co-Brand คาเฟ่ของไปรษณีย์ ตอนนี้มีจีจี้จากเพจหมาจ๋ามาต้อนรับ ทำให้ลูกค้ารู้สึกว่าไม่ได้เจอไปรษณีย์แค่ตอนส่งของ แต่เจอได้ตลอดเวลา เข้าไปอยู่ในชีวิตของพวกเขามากขึ้น



3) Wow

ใหม่อย่างเดียวไม่พอ ต้องว้าวด้วย เห็นแล้วชอบเลย ยกตัวอย่าง Colgate Optic White สูตรสีม่วง ที่นอกจากเรื่องการดูแลช่องปากแล้ว ที่ว้าวคือ สีม่วงเป็นสีที่ผสมกับสีของฟันที่เป็นสีเหลืองแล้วจะกลายเป็นสีขาว เพราะฉะนั้นแบรนด์อื่น แปรงสามวันฟันจะขาวขึ้น แต่สูตรนี้แปรงแล้วขาวทันทีเลย อย่างนี้คนจะรู้สึกว้าว

4) Embed

ต้องผสานเข้าไปในการใช้ชีวิตของลูกค้าให้ได้ ทำให้ลูกค้ารู้สึกสะดวกสบาย เช่น Acer นำ AI ใส่เข้าไปในคอมพิวเตอร์ มีฟีเจอร์หลายอย่าง เช่น เวลาที่เปิดเครื่องทิ้งไว้ AI จะเรียนรู้ว่าควรเบาพัดลมลง เพื่อให้ลดการใช้พลังงานลงไปอัตโนมัติ ลูกค้าก็สะดวกสบายไม่ต้องทำเอง นี่คือตัวอย่างของการ Embed

5) Real

ต้องใช้ความจริง คือใช้อินฟลูเอนเซอร์ได้ แต่ต้องเป็นข้อเท็จจริง เช่น Nivea ใช้วิธีสื่อสารคุณสมบัติของครีมกันแดด โดยการทดลองให้เห็นด้วยการทาลงบนแขน เปรียบเทียบกับครีมกันแดดอีกหลายแบรนด์ แล้วก็ไปตากแดด แล้วก็ลบครีมออก มาดูผลกันเลยว่าแบรนด์ไหนใช้ได้ดีกว่ากัน ไม่ต้องใช้ CG ใด ๆ ทั้งสิ้น คนก็เชื่อถือแบรนด์ได้มากขึ้น เป็นต้น

Case Study: ธุรกิจเติบโตให้ถูกทิศทาง

จากหลักการสำคัญที่กล่าวไป บริษัทไปรษณีย์ไทย จำกัด เป็นอีกหนึ่งธุรกิจที่สร้างความเปลี่ยนแปลงได้อย่างน่าสนใจ หลังการเปิดตัวร้านกาแฟ POST Café ที่ทำให้ธุรกิจได้พบกับลูกค้ามากขึ้น จากเดิมที่เจอกับลูกค้าเฉพาะตอนส่งจดหมายเท่านั้น

คำถามคือ ร้านกาแฟกับไปรษณีย์เกี่ยวข้องกันอย่างไร? นี่คือการคิดแบบ Professional เลือกเปิดร้านกาแฟเพื่อให้ได้สัมผัสกับลูกค้าจริง ๆ โดยใช้เมล็ดกาแฟที่มาจากชุมชน ผ่านบุรุษไปรษณีย์ที่ช่วยคัดเลือกกาแฟที่มีคุณภาพจากชาวบ้านที่ไม่ถนัดการขาย แต่ไปรษณีย์มาช่วยขายให้ ชาวบ้านมีรายได้ และมาชงเป็นกาแฟรสชาติดีให้ลูกค้าในราคาไม่แพง Positioning ให้ POST Café ไม่ได้เป็นแค่ร้านกาแฟ แต่เป็นการทำให้สินค้าคุณภาพดีจากชุมชนมาถึงผู้บริโภคได้มากขึ้น ทำหน้าที่ในการส่งความสุข สร้างภาพลักษณ์ที่ดีของแบรนด์ไปรษณีย์ไทย สร้างประสบการณ์ที่ดีให้ลูกค้า ซึ่งตอนนี้ถือว่าประสบความสำเร็จมาก และกำลังจะเปิดเพิ่มอีกหลายสาขา

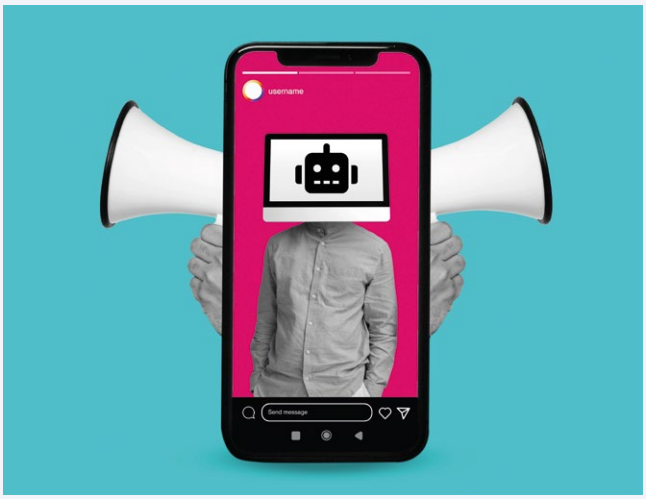
อีกหนึ่งตัวอย่างคือ ศิริราชบำรุงเวช ผลิตและจำหน่ายผลิตภัณฑ์บำรุงผิวหน้า ผิวกายที่คุณภาพดีมาก ๆ มีการศึกษามาอย่างดีโดยคณะแพทยศาสตร์ศิริราชพยาบาลและคณะเภสัชศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหิดล ร่วมมือกันทำ ซึ่งพอผลตอบรับดีมาก ก็เริ่มมีสินค้าเลียนแบบของปลอม ผู้ใช้ก็เกิดความสับสน จนได้ร่วมมือกับ SCGP และทำการรีแพ็กเกจจิ้งใหม่ทั้งหมด จนออกมาดูน่าเชื่อถือมากขึ้น มีคุณค่ามากขึ้น ขายดีมากขึ้น และที่สำคัญยังเลียนแบบได้ยากขึ้นมากด้วย ผู้บริโภคปลายทางก็จะไม่เสี่ยงโดนหลอกจากมิจฉาชีพ นี่คือตัวอย่างการคิดด้วยหลักการ Professional และการ Embed ที่ศิริราชบำรุงเวชทำร่วมกับ SCGP

2568 ปีงูกระโดด ลงทุนได้ แต่อย่าทุ่มสุดตัว

หลังจากที่สภาพเศรษฐกิจแย่ลงมาหลายปีติดต่อกัน ในปี 2568 หรือปีงูเล็ก ที่เรียกกันว่าปี “งูกระโดด” นี้จะเริ่มเห็นการกระเตื้องขึ้นของธุรกิจ แต่จะเกิดขึ้นในระยะสั้น ๆ

เนื่องจากการปรับดอกเบี้ยเชิงนโยบายทั่วโลกที่จะมีแนวโน้มลดลง เป็นผลให้การกู้เงินทำได้ง่ายขึ้น สัญญาณเศรษฐกิจที่ดีจึงเกิดขึ้นตามมา ขณะเดียวกันการหาทางยุติสงครามภูมิรัฐศาสตร์ที่กำลังเกิดขึ้นหลายแห่ง ไม่ว่าจะเป็นรัสเซีย-ยูเครน หรือที่อื่น ๆ ก็เป็นประเด็นที่จะส่งผลให้สภาพเศรษฐกิจมีทิศทางที่ชัดเจนขึ้น

ข้อควรระวังคือ การลดดอกเบี้ยเชิงนโยบาย จะเป็นการรักษาแผลในระยะต้นเท่านั้น หากบริหารจัดการไม่ดีจะก่อให้เกิดเงินเฟ้อ คือทุกคนมีเงินเยอะ แต่มูลค่าของเงินน้อยลง จนทำให้สินค้ากลับมามีราคาแพง นั่นหมายความว่า ในช่วงต้นปีถึงกลางปี เศรษฐกิจจะมีการเติบโตขึ้น แต่ธุรกิจต้องระวัง อย่ากระโจนพรวดเข้าไปจับทุกอย่าง เพราะในระยะยาวยังมีความไม่แน่นอนอยู่ เราอาจเห็นการเติบโตในระยะสั้นที่เป็นภาพลวงตาได้ การทุ่มสุดตัวเมื่อเห็นสัญญาณบวกเป็นเรื่องที่อันตรายมาก ฉะนั้น ปีงูกระโดด 2568 แม้จะมีแนวโน้มสนับสนุนให้ลงทุนได้มากขึ้นกว่าปีก่อน แต่ธุรกิจยังคงต้องระมัดระวัง และต้องมีแผนสำรองเอาไว้ด้วย



ส่วนเทรนด์การตลาดที่น่าจับตามองในปี 2568 จะได้เห็น AI Marketing ที่ชัดเจนมากขึ้น จากเดิม AI ถูกใช้ในเรื่อง Operation ทางการตลาด เช่น ทำโปสเตอร์ เขียนข้อความ ทำวิดีโอคลิปได้อย่างรวดเร็ว เป็นต้น แต่ต่อไปจะเริ่มได้เห็น AI ในการวางแผน วางกลยุทธ์ และควบคุมการทำการตลาด เช่น ยิง Ads ไปแล้ว AI ช่วยปรับเปลี่ยนเวลาเพื่อให้ผลลัพธ์ที่ดีขึ้น แบรนด์จะสามารถปล่อยให้ AI ทำเองได้ สามารถเปลี่ยนการบูสต์โพสต์ เปลี่ยนกลุ่มเป้าหมาย โดย AI จะพิจารณาและทำให้อย่างมีประสิทธิภาพมากกว่าคน เป็นนักกลยุทธ์การตลาดที่จ้องหน้าจอ และปรับเปลี่ยนกลยุทธ์อยู่ตลอด 24 ชั่วโมง 7 วัน

Did You Know

เรื่อง: KJ

จริงหรือไม่ "เส้นขีดบนเล็บ" เตือนมะเร็งผิวหนังได้

จากที่กล่าวกันว่า ผู้ที่มีเส้นขีดสีดำหรือน้ำตาลบนเล็บเป็นสัญญาณเตือนของมะเร็งผิวหนัง แม้เรื่องนี้มีข้อมูลอยู่บ้าง แต่อย่าเพิ่งด่วนสรุปว่าจะเป็นมะเร็งไปเสียหมด เพราะโรงพยาบาลศิริราชและกรมการแพทย์ชี้แจงแล้วว่า "ภาวะเล็บเป็นขีด" มีเส้นสีดำหรือน้ำตาล เกิดจากเซลล์เม็ดสีบริเวณเนื้อเยื่อสร้างเล็บซึ่งมาจากหลายสาเหตุ แต่กรณีมะเร็งผิวหนังชนิดเมลาโนมา นอกจากจะมีเส้นขีดบนเล็บแล้ว ยังต้องมีอาการอื่นด้วย เช่น ขนาดเส้นต้องใหญ่กว่า 3 มิลลิเมตร การเปลี่ยนแปลงของผิวเล็บ เม็ดสีกระจายผิดปกติที่ขอบเล็บ มีแผล มีก้อน เลือดออกง่าย อายุเฉลี่ยของผู้ป่วยมักมากกว่า 40 ปี หรือมีประวัติคนในครอบครัวที่ป่วยด้วยโรคเดียวกัน ดังนั้นหากพบลักษณะที่เข้าข่าย แนะนำให้พบแพทย์เพื่อยืนยันจะดีที่สุด

"คีโตเจนิค" ทานไขมัน เพื่อลดไขมัน ได้ผลจริงหรือ

คีโตเจนิคเป็นวิธีลดน้ำหนักที่นิยมในปัจจุบัน ใช้การทานไขมันดี งดน้ำตาล ทานเฉพาะคาร์โบไฮเดรตในปริมาณต่ำ (20 - 50 กรัมต่อวัน) เพื่อจำลองให้ร่างกายเข้าใจว่า อยู่ในสภาวะอดอาหาร จนไปสลายไขมันที่สะสมไว้ และเมื่อทานไขมันใหม่เข้ามา ร่างกายจะนำไปใช้ทันทีโดยไม่ไปเก็บสะสม ซึ่งหลังจากสลายไขมันจะเกิด "คีโตน" สารที่ทำให้รู้สึกเบื่ออาหาร ดังนั้นเมื่อของเก่าถูกนำออกไป ของใหม่ก็ไม่นำเข้ามา จึงเป็นการลดน้ำหนักแบบยกกำลัง อย่างไรก็ดี การทานคีโตอาจไม่ตอบโจทย์ในระยะยาวและไม่เหมาะกับทุกคน โดยเฉพาะกลุ่มผู้ป่วยเบาหวาน หรือมีโรคประจำตัว ควรศึกษาและปรึกษาแพทย์ก่อนเพื่อความปลอดภัย

ทำไมต้องมี "กาพย์เห่เรือ" ในขบวนพยุหยาตราทางชลมารค

เคยสงสัยไหมว่า "กาพย์เห่เรือ" ที่ร้องเห่ดังสะท้อนทั่วคุ้งน้ำระหว่างพระราชพิธีพยุหยาตราทางชลมารค มีไว้ทำไม วัตถุประสงค์แท้จริงของกาพย์เห่เรือคือ การให้จังหวะแก่ฝีพายในขบวนที่มีจำนวนมาก เพื่อให้เรือแล่นไปอย่างพร้อมเพรียง เร้าให้มีพลังฮึกเหิม ผู้ประพันธ์จึงต้องคำนวณระยะทาง เพื่อกำหนดจำนวนบทให้เหมาะสม ไม่ให้เสียงเห่ขาดช่วง ด้านเนื้อหาแบ่งเป็นบทสรรเสริญพระมหากษัตริย์ ชมกระบวนเรือ และชมสภาพแวดล้อม ที่สร้างความสำราญในพระราชอิริยาบถ ถือได้ว่ากาพย์เห่เรือเป็นมรดกภูมิปัญญาที่ขาดไม่ได้สำหรับกระบวนพยุหยาตราทางชลมารคเลยทีเดียว

จริงหรือ "กุ้งตัวงอ" สดกว่า "กุ้งตัวตรง"

เรื่องนี้ผู้เชี่ยวชาญด้านกุ้งออกมาเปิดเผยว่า เกณฑ์ความสดของกุ้งไม่สามารถประเมินจากลักษณะลำตัวกุ้งได้ เพราะลำตัวที่ตรงและโค้งงอเกิดได้จากหลายปัจจัย ทั้งความแข็งแรง สายพันธุ์ กระบวนการจับ และอุณหภูมิ เมื่อจับกุ้งขึ้นจากบ่อจึงสามารถพบกุ้งทั้งสองแบบนี้ได้เสมอกัน เพราะความสดที่แท้จริงขึ้นอยู่กับกระบวนการจัดเก็บหลังการจับ ดังนั้น การเลือกซื้อกุ้งควรสังเกตจุดอื่นแทน เช่น หัวและขากุ้งต้องติดลำตัว ตากุ้งต้องกลมใส เนื้อกุ้งแน่น ตัวใสไม่ดำ เปลือกมีความวาว ถ้าเลือกกุ้งด้วยเทคนิคนี้แล้ว รับรองได้กุ้งเนื้อเด้ง หวานฉ่ำแน่นอน

เก็บยาในตู้เย็น ยืดวันหมดอายุได้จริงหรือ

ใครมีนิสัยชอบเก็บของเข้าตู้เย็น เพราะเชื่อว่าอุณหภูมิต่ำจะช่วยยืดอายุได้ รีบเปลี่ยนความคิดนี้ในการเก็บยาด่วน เพราะอาจทำให้ยาบางชนิดเสื่อมคุณภาพหรือก่อสารพิษได้ โดยความชื้นและอุณหภูมิจะไปทำปฏิกิริยากับส่วนผสมในยา เช่น ยาแคปซูลบางชนิดแช่แล้วอาจเยิ้มติดกัน หรือการแช่ยาเม็ดแอสไพริน (ยาต้านการแข็งตัวของเกล็ดเลือด) ความชื้นจะสลายตัวยาสำคัญให้เหลือเพียงกรดซาลิไซลิกและกรดอะซิติกที่ไม่สามารถต้านการแข็งตัวของเกล็ดเลือดได้ แถมยังเป็นพิษ ทานแล้วอาจหมดสติหรือมีอาการชัก แต่อาจมียาบางชนิดที่จำเป็นต้องเก็บที่อุณหภูมิต่ำ ฉะนั้นจึงควรอ่านฉลากก่อนเก็บรักษายาตามคำแนะนำจะดีที่สุด

รู้หรือยัง บริษัทในเยอรมนีทำงานแค่ 4 วันต่อสัปดาห์แล้ว

หลังจากเยอรมนีเปิดโครงการลดชั่วโมงการทำงาน นำร่องด้วย 45 บริษัทที่เข้าร่วมโครงการตลอดระยะเวลา 6 เดือน ผลลัพธ์คือ ร้อยละ 73 ของบริษัททั้งหมดยืนยันว่า การลดจำนวนวันให้ผลดีและจะทำเช่นนี้ต่อไป เพราะไม่สร้างผลกระทบต่อปริมาณและคุณภาพงาน รายรับและผลกำไรบริษัทก็ไม่ได้หดหาย ที่สำคัญยังรักษาสุขภาพจิตและสร้างความกระตือรือร้นของพนักงานให้มากขึ้นด้วย แม้องค์กรส่วนใหญ่จะยังไม่ตัดสินใจนำไปใช้ แต่ปฏิเสธไม่ได้ว่า นี่เป็นจุดเริ่มต้นการสร้างบรรทัดฐานใหม่ในโลกการทำงานที่อาจดีต่อบริษัทในระยะยาว แล้วคุณล่ะ พร้อมจะทำงาน 4 วัน หรือให้พนักงานทำงาน 4 วันต่อสัปดาห์แล้วหรือยัง

Business Case

เรื่อง: Toh.c **ภาพ:** lego.com

JØRGEN VIG KNUDSTORP
กับภารกิจ**ชุบชีวิต LEGO**

ว่ากันว่า ธุรกิจครอบครัว
ถ้าไม่เติบโตรุ่งเรืองไปเลย ก็มักจะเกิดปัญหา
จนอยู่ได้ไม่เกิน 3 รุ่น ธุรกิจของเล่นตัวต่อหลากสี
อย่าง “LEGO” เองก็เช่นกัน
ตั้งแต่ก่อตั้งในปี 1932 รุ่นคุณปู่
ซึ่งเป็นเจเนอเรชันแรก กาลเวลาผ่านไป
ธุรกิจส่งต่อมาถึงรุ่นหลาน ทายาทเจเนอเรชันที่สาม
ซึ่ง LEGO เกือบกลายเป็นเพียงตำนานไปแล้ว
ถ้าไม่ได้ชายที่ชื่อว่า Jørgen Vig Knudstorp
อดีต CEO ผู้กู้ลมหายใจของ LEGO
ให้กลับคืนมาได้อีกครั้ง
เขาทำได้อย่างไร? ไปติดตามกัน

ลิงก์ปลอดภัย
Verified

ชม VDO Clip
เส้นทาง 6 ทศวรรษ
ของ LEGO
ตัวต่อพลาสติก
ที่ผู้คนหลงรัก

ความเป็นมาของ LEGO

LEGO ก่อตั้งขึ้นในปี 1932 โดย Ole Kirk Kristiansen ช่างไม้ชาวเดนมาร์ก ที่เดิมทำธุรกิจผลิตเฟอร์นิเจอร์ แต่หันมาทำของเล่นจากไม้จนประสบความสำเร็จมากกว่าธุรกิจเดิม เมื่อทิศทางสดใส เขาจึงขยับขยายไปทำของเล่นจากพลาสติก โดยมีจุดเด่นตรงที่แต่ละชิ้นสามารถนำมาต่อกันได้ โดยเขาตั้งชื่อให้มันว่า LEGO ซึ่งมาจากรากศัพท์คำว่า LEG GODT ในภาษาเดนิชที่แปลว่า Play Well (การเล่นที่ยอดเยี่ยม) และยังมีความหมายในภาษาละตินว่า "ต่อเข้าด้วยกัน" อีกด้วย

ธุรกิจดำเนินไปด้วยดี จนถูกส่งต่อมายังทายาทเจเนอเรชันที่สอง Godtfred Kirk Kristiansen ที่เข้ามาผลักดันแบรนด์ LEGO ให้เป็นที่รู้จักในตลาดโลกมากยิ่งขึ้น โดยในยุคนี้มีความริเริ่มออกแบบ LEGO เป็นเซตต่าง ๆ ถือเป็นการจุดพลุความเติบโตของธุรกิจได้อย่างน่าสนใจ

ความสำเร็จของ LEGO ได้ถูกส่งต่อมายัง Kjeld Kirk Kristiansen ทายาทเจเนอเรชันที่สาม ซึ่งเข้ามาปรับบริษัทให้เป็นรูปแบบ Family Office ภายใต้ชื่อ "KIRKBI" จุดประสงค์เพื่อรวมหุ้นของคนในตระกูลไว้ด้วยกัน และให้ KIRKBI ไปถือหุ้นร้อยละ 75 ในบริษัท The LEGO Group แทน

ทุกอย่างเหมือนจะดำเนินไปด้วยดี จนล่วงเข้าสู่ปี 1992 ความเปลี่ยนแปลงก็เริ่มมาเยือน นั่นคือกำไรของบริษัทที่เริ่มลดลง จนในปี 1998 บริษัทต้องประสบกับการขาดทุนครั้งแรกนับตั้งแต่ก่อตั้ง เป็นจำนวนเงิน 939 ล้านบาท พอถึงปี 2004 บริษัทขาดทุนหนักมากขึ้นถึง 9,350 ล้านบาท จน Kjeld Kirk Kristiansen แสดงความรับผิดชอบด้วยการลาออกจากตำแหน่ง CEO

จากธุรกิจครอบครัว สู่ผู้บริหารมืออาชีพ

ภารกิจหา "คนที่ใช่" มาบริหารอาณาจักรของเล่นแทนทายาทโดยสายเลือดจึงเริ่มต้นขึ้น ซึ่งใครจะเหมาะสมไปกว่าขุนพลที่ร่วมฟันฝ่ากับบริษัทมาอย่าง "Jørgen Vig Knudstorp" รองประธานอาวุโสที่ทำงานมาตั้งแต่ปี 2001

ฝีไม้ลายมือของชายผู้นี้ บอกเลยว่า “ไม่ธรรมดา” เพราะเข้ามาทำงานเพียง 3 ปี เขาก็ได้เลื่อนตำแหน่งจากหัวหน้าฝ่ายกลยุทธ์ ขึ้นสู่ประธานเจ้าหน้าที่บริหารฝ่ายการเงิน (CFO) จากนั้นขึ้นเป็นรองประธานอาวุโส ก่อนเข้ารับช่วงต่อในตำแหน่ง CEO ของบริษัท ภารกิจของเขาคือ การแก้ไขปัญหาขาดทุน รวมถึงกำหนดทิศทางใหม่ให้บริษัทอยู่รอดต่อไปได้ โดยกลยุทธ์ที่เขาใช้มีดังนี้

กลยุทธ์ด้านการตลาด

- ไม่เล่นในสงครามราคา แต่กลับมาโฟกัสที่ตัวเองเพื่อยกระดับให้เหนือกว่าคู่แข่ง
- พัฒนา LEGO ให้เป็นของเล่นเสริมทักษะการเรียนรู้สำหรับเด็ก
- จัดแข่งขัน FIRST LEGO League เพื่อพัฒนา LEGO ให้เป็นหุ่นยนต์ที่เคลื่อนไหวได้
- เจาะตลาดกลุ่มผู้ใหญ่ ผ่านกลุ่มแฟนคลับที่เรียกว่า Adult Fans of LEGO (AFOLs)
- เปิดพื้นที่ LEGO Ideas สร้างความสัมพันธ์กับแฟนคลับให้เสนอไอเดีย LEGO ได้
- เป็นพันธมิตรกับภาพยนตร์ชื่อดัง (เช่น *Star Wars, Harry Potter*) เพื่อขยายฐานลูกค้า

กลยุทธ์ด้านการเงิน

- ลดต้นทุนการผลิตด้วยการย้ายโรงงานไปยังประเทศที่มีค่าแรงต่ำลง
- ปรับโครงสร้างธุรกิจด้วยการแยกงานบริหารให้ชัดเจน เพื่อให้แต่ละกลุ่มโฟกัสลูกค้าภูมิภาคตัวเอง
- ขายธุรกิจสวนสนุก LEGOLAND เพราะทำกำไรได้น้อย สร้างรายได้กลับมา 250 ล้านปอนด์

ผลลัพธ์ที่เกิดขึ้นในช่วงที่เขาดำรงตำแหน่ง CEO คือ เปลี่ยนตัวเลขที่ขาดทุน 9,355 ล้านบาทในปี 2004 มาเป็นกำไรสูงถึง 45,717 ล้านบาทในปี 2016 เรียกว่าบริษัทมีรายได้เติบโตเฉลี่ยต่อปีร้อยละ 17 และมีส่วนกำไรเติบโตเฉลี่ยต่อปีร้อยละ 41 เรียกได้ว่า นำบริษัทสร้างรายได้เปลี่ยนจาก “หมื่นล้านบาท” ไปเป็น “แสนล้านบาท”

การบริหารงานของ Jørgen Vig Knudstorp ทำให้พลิกวิกฤติและลบคำต้องสาปที่ว่าธุรกิจครอบครัวมักล้มหายตายจากไม่เกิน 3 รุ่นได้ในที่สุด เขาอยู่ช่วยบริษัทและลาออกจากตำแหน่ง CEO ในปี 2016

ถ้าไม่ใช่ Jørgen Vig Knudstorp ในวันนั้น

วันนี้โลกก็อาจไม่มีชื่อของเล่นแบรนด์ LEGO อยู่ในสารบบอีกต่อไป

COTTO Life

เปิดประสบการณ์
แห่งความหรูหรา สัมผัสสุนทรียะ
ในการอาบน้ำที่ COTTO LiFE

เชิญท่านสมาชิก
SCG Debenture Club มาสัมผัส
ประสบการณ์อาบน้ำที่เหนือระดับ
เพลิดเพลินไปกับการทดลองใช้
อุปกรณ์ห้องน้ำจากแบรนด์
ระดับโลกที่ถูกออกแบบมา
เพื่อการผ่อนคลายอย่าง
แท้จริง

AXOR hansgrohe

พบกันที่ COTTO Life กรุงเทพฯ CDC และ ดอนเมือง | เชียงใหม่ | ขอนแก่น

COTTO Life ดอนเมือง 0-2521-7777 COTTO Life CDC 0-2101-9922

Feature

เรื่อง: Toh.c **ภาพ:** ais, central

GENERATIVE AI กับเทรนด์แห่งอนาคต

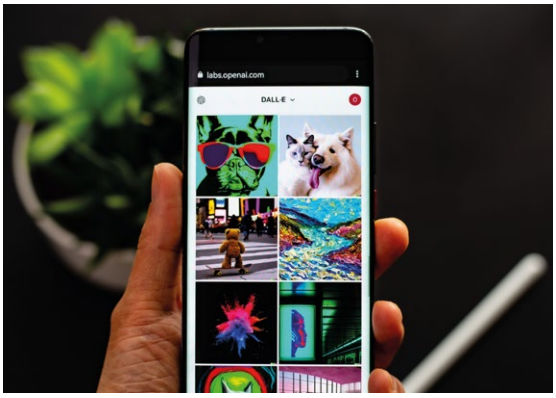
Generative AI (GenAI) คืออะไร ทำไมจึงแตกต่างและโดดเด่นกว่า AI ทั่วไป มาถึงวันนี้คงปฏิเสธไม่ได้แล้วว่า นี่คือเทคโนโลยีที่โลกไม่อาจเลี่ยงได้อีกต่อไป สิ่งที่ทุกคนรวมถึงทุกภาคธุรกิจควรทำ ไม่ใช่การหวาดกลัว แต่เป็นการศึกษา ปรับตัว เพื่อใช้ประโยชน์ได้อย่างเท่าทัน ฉบับนี้จะชวนคุณไปทำความเข้าใจ “GenAI” เพื่ออัปเดตการนำมาปรับใช้กับธุรกิจ รวมถึงเทรนด์และความเป็นไปได้ในมิติต่าง ๆ กัน

Generative AI คืออะไร

Generative AI (GenAI) เป็นเทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์ประเภทหนึ่งที่มีความสามารถในการสร้างผลลัพธ์ใหม่ที่สร้างสรรค์ ซึ่งไม่เคยมีมาก่อนด้วยข้อมูลที่มีอยู่ได้หลายรูปแบบ อาทิ บทความ รูปภาพ เสียง วิดีโอ ศิลปะ ดนตรี โค้ดโปรแกรมคอมพิวเตอร์ โดยไม่ต้องมีมนุษย์คอยช่วยเหลือ และยังมีความสามารถในการประมวลผลภาษาธรรมชาติ (Natural Language Processing: NLP) หรือภาษามนุษย์ ทำให้เราสามารถสื่อสารกับ GenAI โดยการป้อนคำสั่งหรือสิ่งที่เราต้องการ (ที่เรียกว่า Prompt) ด้วยภาษาที่เราใช้สื่อสารกันทั่วไปได้ นั่นจึงทำให้การสื่อสารระหว่างคนกับ GenAI คล้ายคลึงกับการสื่อสารระหว่างคนด้วยกันเอง GenAI จึงเป็นที่สนใจของภาคธุรกิจ เพราะช่วยสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันเป็นอย่างมาก

ลิงก์ปลอดภัย
Verified

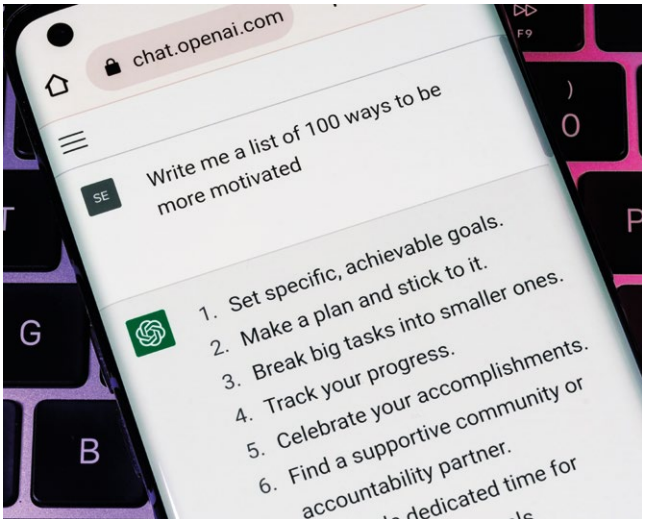
ชม VDO Clip
เทรนด์ GenAI 2025
ตั้งรับเทคใหม่
ในวันที่โลกเปลี่ยนเร็ว



รู้จัก 7 หมวดของ GenAI

เราเริ่มเห็นการใช้ GenAI แทบทุกอุตสาหกรรม ซึ่งหากจัดหมวดหมู่ จะแบ่งเป็น 7 ประเภทด้วยกัน คือ

1) Text Generation สร้างข้อความด้วยการกำหนดข้อความคำสั่ง (ที่เรียกว่า Prompt) ทั้งบทความ คำโฆษณา คำแนะนำสินค้า วางแผนกลยุทธ์ทางการตลาด เช่น ChatGPT, Bard, Jasper, Copy.AI, Rytr และ Notion AI

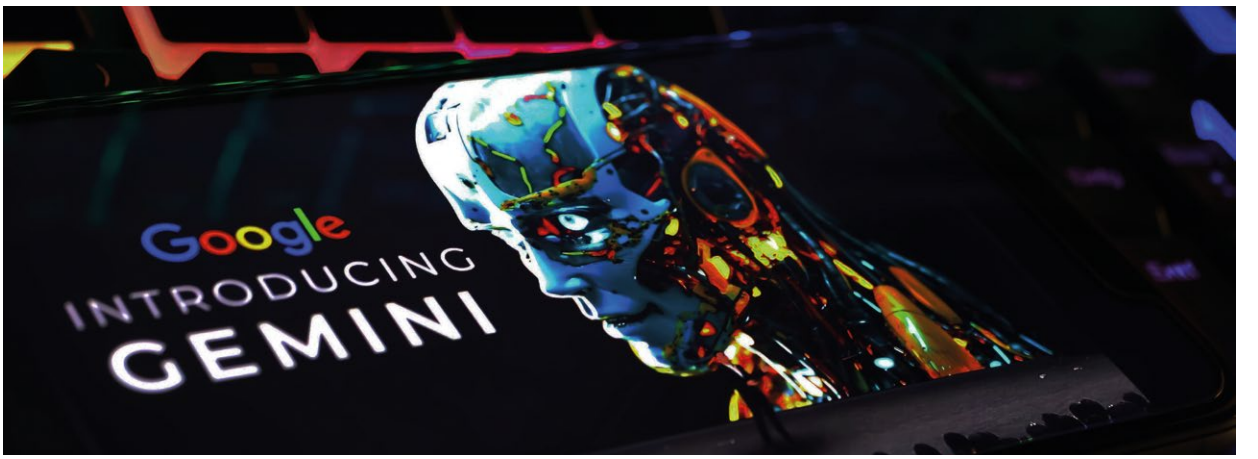


2) Code Generation สร้างโค้ดจากการป้อนคำสั่งของมนุษย์ ช่วยให้เขียนโค้ดได้เร็วขึ้น หาจุดบกพร่องพร้อมวิธีแก้ไข เช่น OpenAI Codex, GitHub Copilot, Replit Ghostwriter และ ChatGPT

3) Image Generation สร้างรูปภาพที่สมจริง ภาพสเกตช์ ภาพอาร์ต ภาพสามมิติ เพื่อใช้ในงานศิลปะ ออกแบบผลิตภัณฑ์ เช่น DALL-E, Midjourney, Visme และ Jasper Art

4) Music Generation สร้างเนื้อเพลง เสียงประกอบภาพยนตร์ เพื่อให้นักดนตรี โปรดิวเซอร์ นำไปใช้เป็นไอเดีย เช่น MusicLM, Amper Music, Beatoven.ai และ Moises

5) Audio Generation สร้างเสียงเลียนแบบมนุษย์ ใช้ทำ Audio Book แนะนำสินค้า อัดเสียงเพื่อทำวิดีโอ โดยกำหนดโทนเสียงได้ทั้งผู้ชาย ผู้หญิง เด็ก คนสูงวัย เช่น Play.ht, Murf AI, Listnr และ Speechify



6) Video Generation สร้างวิดีโอขึ้นใหม่ ปรับเปลี่ยนวิดีโอที่มีอยู่ให้ดีกว่าเดิม สร้างวิดีโอเสมือนจริงที่เราสามารถเป็นผู้พูดด้วยการใส่ภาพของเราลงไป (หรือสร้างตัวตนใหม่) GenAI จะสร้างคำพูดที่มีการเคลื่อนไหวตรงกับปากของผู้พูดอย่างเป็นธรรมชาติ เช่น D-ID, Invideo AI, Snapbar และ VEED.IO

7) Design Generation สร้างโบรชัวร์ โปสเตอร์ พรีเซ็นเทชั่น เว็บไซต์ กราฟิก โดยไม่ต้องมีทักษะด้านการออกแบบ เช่น Canva, Designs.ai, Fronty AI, Fotor และ Colormind

ทั่วโลกจับตาก้าวกระโดดของ GenAI

เมื่อเทรนด์ของ GenAI ก้าวเข้ามา เหล่าบริษัทยักษ์ใหญ่ด้านเทคโนโลยีก็ตบเท้าขยับตัว เช่น Google, Meta, Adobe, NVIDIA, Amazon และ Tesla ต่างพัฒนา GenAI เพื่อสู้ศึกนี้ เช่นเดียวกับ Microsoft ที่เข้าลงทุนใน OpenAI (ผู้พัฒนา ChatGPT) ถึง 1.3 หมื่นล้านดอลลาร์สหรัฐ เพื่อนำเทคโนโลยีมาใส่ไว้ในผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ ไม่เพียงฝั่งโลกตะวันตกเท่านั้น บริษัทเทคโนโลยียักษ์ใหญ่ของจีนทั้ง Baidu และ Alibaba กำลังเร่งพัฒนา GenAI ของตนให้พร้อมลงแข่งขันเช่นกัน

Allied Market Research เปิดเผยว่าในปี 2563 GenAI มีมูลค่าตลาดอยู่ที่ 8.2 พันล้านดอลลาร์สหรัฐ แต่จะพุ่งเป็น 126.5 พันล้านดอลลาร์สหรัฐ ในปี 2574 คิดเป็นอัตราเติบโตร้อยละ 32 ต่อปี สอดคล้องกับ Goldman Sachs ที่ประเมินว่า GenAI จะผลักดันการเติบโตเศรษฐกิจโลก (GDP ทั่วโลก) ให้เติบโตเพิ่มถึงร้อยละ 7 (มูลค่าประมาณ 7 ล้านล้านดอลลาร์สหรัฐ)

GenAI ไม่ใช่เรื่องไกลตัว หลายคนคิดว่าสิ่งนี้คือเทคโนโลยีขั้นสูงที่ไกลตัว แต่หารู้ไม่ว่าเราเองก็กำลังใช้ GenAI ในชีวิตประจำวัน อาทิ

- สั่งงานด้วยเสียง (Voice Assistants) ผ่านสมาร์ตโฟน แท็บเล็ต อุปกรณ์สมาร์ตโฮม อาทิ Siri (Apple), Bixby (Samsung), Google Assistant (Google), Alexa (Amazon) และ Cortana (Microsoft)
- เทคโนโลยีจดจำใบหน้า (Facial Recognition) เมื่อโพสต์รูปถ่ายหมู่บน Facebook ระบบจะแท็กเพื่อนในรูปให้โดยอัตโนมัติ
- แชตบอต (Virtual Assistant) ที่เป็นผู้ช่วยเสมือนคอยตอบคำถาม และแนะนำผลิตภัณฑ์แก่ลูกค้า

5 ชาติมหาอำนาจ ที่มีสิทธิบัตร GenAI สูงที่สุดในโลก

ทศวรรษที่ผ่านมา มีการขอสิทธิบัตร GenAI ทั่วโลกกว่า 54,000 รายการ

โดย 5 อันดับชาติที่มีสิทธิบัตรสูงที่สุด คือ

1. จีน (38,210 ฉบับ)
2. สหรัฐอเมริกา (6,276 ฉบับ)
3. เกาหลีใต้ (4,155 ฉบับ)
4. ญี่ปุ่น (3,409 ฉบับ)
5. อินเดีย (1,350 ฉบับ)

GenAI ในไทย

การใช้ GenAI ในบ้านเราเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง หลายแห่งนำมาเพิ่มประสิทธิภาพการทำงาน ประมวลผลข้อมูล พัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการลูกค้า จากการสำรวจโดยสำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ (ETDA) ร่วมกับสำนักงานพัฒนาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งชาติ (สวทช.) พบว่า

ร้อยละ 15.2 มีการนำ AI มาใช้งานแล้ว

ร้อยละ 56.65 มีแผนที่จะนำมาใช้ในอนาคต

ร้อยละ 28.15 ยังไม่มีแผนที่จะใช้

ตัวอย่างกลุ่มธุรกิจในไทยที่ใช้เทคโนโลยี GenAI ได้แก่

1) กลุ่มธนาคารและสถาบันการเงิน ใช้พัฒนาระบบให้คำแนะนำด้านการเงินที่เหมาะสมแก่ลูกค้า การวิเคราะห์ข้อมูลการเงิน ประมวลผลข้อมูลธุรกรรม การปรับปรุงการบริการแก่ลูกค้า เช่น ธนาคารกรุงเทพ ธนาคารไทยพาณิชย์

2) กลุ่มอุตสาหกรรมการผลิต ช่วยออกแบบผลิตภัณฑ์ ปรับปรุงกระบวนการผลิตให้มีประสิทธิภาพและยั่งยืน เช่น เอสซีจี หรือใช้พัฒนาประสิทธิภาพของระบบผลิตและบริหารจัดการพลังงาน เช่น บี.กริม เพาเวอร์

3) กลุ่มสุขภาพและการแพทย์ ใช้วิเคราะห์ข้อมูลการแพทย์เพื่อวินิจฉัยโรค พัฒนาระบบให้คำแนะนำการดูแลสุขภาพ ปรับปรุงการบริการลูกค้า และตอบคำถามที่พบบ่อย เช่น โรงพยาบาลกรุงเทพ โรงพยาบาลเวชธานี

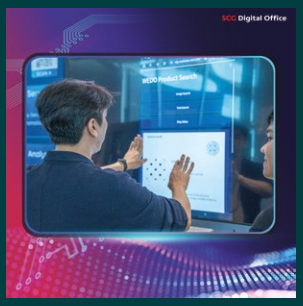
4) กลุ่มสื่อสารและเทคโนโลยี ใช้วิเคราะห์ข้อมูลลูกค้าเพื่อมอบข้อเสนอพิเศษ ปรับปรุงประสบการณ์ลูกค้าผ่านการแนะนำบริการที่เหมาะสมด้วยแชตบอต เช่น AIS, True

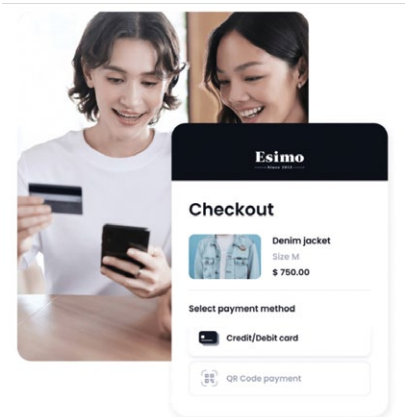
5) กลุ่มอีคอมเมิร์ซ ใช้วิเคราะห์พฤติกรรมลูกค้า เพื่อแนะนำสินค้าที่ตรงความต้องการ และปรับปรุงการบริการลูกค้าโดยใช้แชตบอต เช่น Shopee, Lazada

6) กลุ่มการตลาดและการขาย ใช้พัฒนาและคำนวณผลลัพธ์แคมเปญการตลาด สร้างคอนเทนต์ตามพฤติกรรมของลูกค้า เช่น ThaiBev หรือสร้างประสบการณ์การช็อปปิงออนไลน์ที่เหมาะสมกับลูกค้าในแต่ละช่วงเวลา เช่น Central

7) กลุ่มสื่อความบันเทิง ใช้แต่งเนื้อเพลงเสียงดนตรี ให้เหมาะสมกับรสนิยมของคนทุกกลุ่ม เช่น GMM Grammy หรือใช้ผลิตคอนเทนต์ที่ปรับแต่งตามความสนใจของผู้ชม เช่น True Digital Group

8) กลุ่มสตาร์ตอัป ใช้พัฒนาการชำระเงินออนไลน์ใช้สร้างบริการที่ปรับตามพฤติกรรมของผู้ใช้ เช่น Omise หรือพัฒนาเครื่องมือให้ธุรกิจสามารถใช้ GenAI สร้างคอนเทนต์ทางการตลาดได้อย่างมีประสิทธิภาพ เช่น AI Lab Thailand





GenAI ปรับใช้ในธุรกิจอย่างไร

ปัจจุบันเราเริ่มเห็นการนำ GenAI มาประยุกต์ใช้ในหลายด้าน ได้แก่

- **สร้างคอนเทนต์ ออกแบบงานสื่อ** การสร้างสิ่งใหม่ที่ไม่เคยมีมาก่อน เป็นฟังก์ชันที่ GenAI ทำได้ดี อาทิ เขียนบทความ สร้างรูปภาพ เสียงดนตรี วิดีโอ โดย Accenture คาดการณ์ว่า ภายในปี 2572 โฆษณาร้อยละ 30 จะถูกสร้างด้วย GenAI
- **แชตบอตอัจฉริยะ**ใช้แชตบอตบริการลูกค้าคอยตอบคำถาม แนะนำสินค้าและบริการ
- **วิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์** ใช้ทำงานที่ซับซ้อนอย่างการพัฒนาผลิตภัณฑ์ตามหลักวัสดุศาสตร์ และพัฒนายารักษาโรค
- **เขียนโปรแกรมคอมพิวเตอร์และพัฒนาซอฟต์แวร์** ด้วยความที่ GenAI เข้าใจภาษามนุษย์ ทำให้มันแปลงภาษามนุษย์เป็นภาษาคอมพิวเตอร์ได้ ส่งผลให้การเขียนโปรแกรมคอมพิวเตอร์และพัฒนาซอฟต์แวร์เป็นเรื่องง่ายขึ้น โดยผลสำรวจพบว่าร้อยละ 88 ของนักพัฒนาที่ใช้ GenAI สามารถทำงานได้มากขึ้นในเวลาเท่าเดิม
- **การวิเคราะห์ สรุป สังเคราะห์ข้อมูล** ช่วยเพิ่มประสิทธิภาพและลดเวลาการทำงานด้วยความสามารถในการวิเคราะห์ สรุปเอกสารที่ซับซ้อน ไปจนถึงการสังเคราะห์ข้อมูลและตัวแปรธุรกิจ เพื่อวางกลยุทธ์ของบริษัทที่ยอดเยี่ยมยิ่งขึ้น

อาจกล่าวได้ว่า GenAI คือสิ่งที่มาปฏิวัติทุกอุตสาหกรรมอย่างที่โลกไม่เคยมีมาก่อน ด้วยความสามารถที่ไร้ขีดจำกัดของ GenAI นี่เอง เราต้องหมั่นติดตามเพื่อให้ทันยุคสมัย ไปจนถึงปรับใช้กับชีวิตการทำธุรกิจ เพื่อที่ทั้งมนุษย์และ AI จะเติบโตก้าวหน้าไปพร้อมกัน

เอสซีจี โฮม

ตัวจริงด้านสินค้าตกแต่งภายใน และภายนอก หลากหลายสไตล์
ครอบคลุมการทำบ้านครบวงจร จบครบในที่เดียว
ที่ร้าน เอสซีจี โฮม กว่า 30 สาขาทั่วประเทศ

- หลังคา ฝ้า ผนัง
- กระเบื้อง พื้น/ผนัง และวัสดุปิดผิว
- ห้องน้ำ สุขภัณฑ์ และอุปกรณ์
- ห้องครัว และอุปกรณ์
- เครื่องมือช่าง ฮาร์ดแวร์ DIY
- สี เคมีภัณฑ์
- ประตู/หน้าต่าง
- เฟอร์นิเจอร์ และของใช้ภายในบ้าน

สแกน เพื่อดูสาขา

สิทธิประโยชน์เฉพาะสมาชิก SCG Debenture Club

เมื่อซื้อสินค้าทุกกลุ่ม ตั้งแต่ 10,000 บาทขึ้นไป ที่ร้าน เอสซีจี โฮม ทุกสาขา

รับส่วนลด 10%

เงื่อนไขการรับสิทธิ์

- สมาชิก เอสซีจี ดีเบนเจอร์ คลับ กรุณากดรับสิทธิ์ผ่าน SCG Debenture Club Mobile Application หรือ Web Application เท่านั้น และแสดงรหัสรับสิทธิ์แก่ร้านค้า เพื่อรับส่วนลดก่อนชำระเงิน
- สงวนสิทธิ์เฉพาะรูปแบบการขายค้าปลีกเท่านั้น
- สินค้ายกเว้นไม่ร่วมโปรโมชัน (สินค้า Non Promotion) ได้แก่ กระเบื้องรวมเลท/กระเบื้องตัด Lot, สินค้าราคากลุ่ม Clearance, Wholesale, สินค้าตัวโชว์, สินค้าใบสั่งขายโครงการ สำหรับกลุ่มห้องน้ำ และอุปกรณ์, สินค้าจัดเซตตามช่วงเวลา เช่น จัดชุดเซตประตูพร้อมวงกบ, สินค้าราคาพิเศษชิดทุน, สินค้าแม่สี, สินค้าที่ถูกกำหนดราคาขายในตลาด เช่น สายไฟ, ประตู HDF, กระเบื้องครีมเรียบ, ตะปู, ลวดผูกเหล็ก
- ระยะเวลาโปรโมชัน 1 มกราคม 2568-31 ธันวาคม 2568
- บริษัทฯ ขอสงวนสิทธิ์ในการเปลี่ยนแปลงเงื่อนไขโดยไม่ได้แจ้งให้ทราบล่วงหน้า

คัดให้ครบ จบเรื่องบ้าน ที่ร้าน เอสซีจี โฮม ทุกสาขาทั่วประเทศ

The Chef

เรื่องและสูตร: เชฟซีตรอง - วลาสุระ ณ ลำปาง
แชมป์รายการ MasterChef Thailand Season 6 (MasterChef อาหารไทย)

แกงระแวงปู

บ้างว่าแกงระแวงมีมาแต่สมัยทวารวดี บ้างว่าเพิ่งรับมาจากชวา บ้างว่าเพิ่งคิดค้นขึ้นมาเองโดยดัดแปลงจากพะแนงที่มาค่อนข้างคลุมเครือ แต่ที่น่าจะฟังขึ้นที่สุดนับจากสันนิษฐานลักษณะแกงแล้ว คงเป็นแกงที่รับมาจากชวาในสมัยรัชกาลที่ 5 เอกลักษณ์สำคัญของแกงระแวงคือ ความครึ่ง ๆ กลาง ๆ ขลุกขลิกเหมือนพะแนง รสชาติเหมือนแกงเขียวหวาน แต่ใส่ขมิ้นสดจึงมีสีเขียวอมเหลือง ปกตินิยมใช้เป็นเนื้อวัว แต่ตำรับนี้ของผมขออนุญาตใช้เป็นเนื้อปูหวาน ๆ ซึ่งผมว่าเข้ากันมากทีเดียวกับเครื่องสมุนไพรในน้ำแกงขลุกขลิก เคล็ดลับของการทำแกงระแวงให้เป็นแกงระแวงคือ การใส่ตะไคร้ซอยและขมิ้นขาวซอยที่จะช่วยทำให้รสชาติของแกงระแวงเด่นชัดขึ้นมาทีเดียว

เคล็ดลับ

- ควรใส่กะปิเป็นอย่างสุดท้ายในการโขลกพริกแกง เพราะหากใส่ลงไปก่อน พริกแกงจะเป็นโคลน และจะตำให้ละเอียดยากกว่าปกติ
- การปรุงน้ำปลาลงในแกง ต้องรอให้แกงเดือดก่อน เพื่อไม่ให้น้ำปลาซึ่งมีกลิ่นคาว กลบกลิ่นของวัตถุดิบหลัก

ส่วนผสม

เนื้อปูก้อน	100	กรัม
กะทิ	220	มิลลิลิตร
ขมิ้นขาว	20	กรัม
ตะไคร้	20	กรัม
หอมแดง	20	กรัม
ใบมะกรูด	3	ใบ
พริกชี้ฟ้าแดง	1	เม็ด
น้ำตาลมะพร้าว		
น้ำปลา		
เกลือ		

ส่วนผสมพริกแกง

พริกชี้ฟ้าเขียว	20	กรัม
พริกขี้หนูเขียว	10	กรัม
ตะไคร้	30	กรัม
หอมแดง	30	กรัม
กระเทียม	15	กรัม
ข่า	3	กรัม
ผิวมะกรูด	½	ลูก
กะปิ	10	กรัม
พริกไทยป่นเล็กน้อย		

วิธีทำ

1) โขลกสมุนไพรที่เป็นส่วนผสมพริกแกงจนละเอียดเข้ากันดี (ยกเว้นกะปิ)
2) เมื่อพริกแกงละเอียดได้ที่แล้ว จึงใส่กะปิตามลงไป โขลกจนเข้ากันเป็นเนื้อเดียว
3) นำกะทิครึ่งหนึ่งตั้งไฟระดับกลางจนเดือดและข้นขึ้น แล้วจึงนำพริกแกงที่ได้ลงผัดจนพริกแกงสุกดี จากนั้นจึงเติมกะทิส่วนที่เหลือ
4) ปรุงรสด้วยเกลือ น้ำตาลมะพร้าว และน้ำปลาให้ได้รสเค็มนำ หวานตามเล็กน้อย
5) ซอยตะไคร้ หอมแดง ขมิ้นขาวบาง ๆ จากนั้นฉีกใบมะกรูดเอาเส้นกลางใบออก แล้วนำทั้งหมดใส่ลงคลุกในน้ำแกง
6) เมื่อแกงหอมได้ที่ เบาไฟลงเป็นไฟระดับอ่อน
7) นำเนื้อปูลงคลุกกับน้ำแกงและสมุนไพรอย่างเบามือ (ระวังอย่าให้เนื้อปูแตก)
8) ตักขึ้นเสิร์ฟ โรยตกแต่งด้วยพริกชี้ฟ้าแดงซอย ขมิ้นซอย และตะไคร้ซอย

Good Health Eat

เรื่อง: นายแพทย์สันต์ ใจยอดศิลป์ [หมอสันต์]
อดีตศัลยแพทย์หัวใจและแพทย์เวชศาสตร์ครอบครัว และผู้ก่อตั้งเวลเนส วีแคร์ เซ็นเตอร์

ทานคีโต ไข่ต้ม ไก่ต้มทุกวัน ทำไมยังหลอดเลือดหัวใจตีบ?

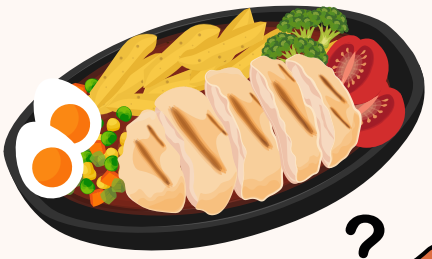
ในผู้ที่ทานคีโตมานาน (ประมาณ 5 ปีขึ้นไป) และเกิดโรคกล้ามเนื้อหัวใจขาดเลือดเฉียบพลัน โดยหลังจากผ่านการสวนหัวใจแล้ว กลับมาทานคีโตในระดับเข้มข้น ตัดแป้งทั้งหมด ทานเฉพาะผัก เบอร์รี่ กรีกโยเกิร์ต ไข่ต้ม ไก่ต้ม อะโวคาโด และน้ำมันปลา (Fish Oil) ด้วยแนวทางนี้จะช่วยให้เส้นเลือดลดตีบแคบลงได้หรือไม่?

อาหารคีโตแบบคลาสสิกก็ดี อาหารโลว์คาร์บแบบคลาสสิกก็ดี ซึ่งทานเนื้อสัตว์กันเป็นล่ำเป็นสัน มีความสัมพันธ์กับการทำให้เป็นโรคหัวใจหลอดเลือดมากขึ้นครับ มีงานวิจัยที่ยืนยันว่า อาหารกลุ่มโลว์คาร์บ ซึ่งบริโภคไขมันอิ่มตัวจากเนื้อสัตว์มาก สัมพันธ์กับการมีไขมันเลว (LDL) ในเลือดสูงขึ้น และมีอัตราการเสียชีวิตจากโรคหัวใจหลอดเลือดมากขึ้น หากทานติดต่อกันนาน 5 ปีขึ้นไป

ผมจึงย้ำเสมอว่า ใครก็ตามที่ลดน้ำหนักด้วยอาหารคีโตแบบคลาสสิก (ทานเนื้อสัตว์และไขมันจากสัตว์เป็นหลัก) ไม่ควรทานติดต่อกันเป็นเวลานาน เมื่อน้ำหนักลดลงพองามแล้ว ควรเปลี่ยนมาเป็นอาหารแบบได้ดุล (Balanced Diet) หรืออาหารพืชเป็นหลัก (Plant-Based Diet) เพราะจะดีต่อสุขภาพในระยะยาวมากกว่า

การที่ไขมันเลว (LDL) ในเลือดสูงขึ้นในคนที่ทานอาหารคีโตและโลว์คาร์บ สัมพันธ์กับการเป็นโรคหลอดเลือดอย่างแน่นอน ในบรรดาตัวชี้วัดเกี่ยวกับไขมันที่วงการแพทย์โรคหัวใจให้น้ำหนักอยู่ในปัจจุบัน LDL เป็นตัวเดียวที่ถือว่ามีความสัมพันธ์กับการเป็นโรคหลอดเลือดอย่างแน่นอน และพันธกิจของหมอโรคหัวใจมีเพียงอย่างเดียวคือ ลด LDL ลงให้ได้

สาวกอาหารคีโตมักชูข้อสันนิษฐานปลอบใจกันเองว่า LDL สูง อาจไม่มีนัยสำคัญ เพราะต้องดูให้ลึกลงไปถึง LDL(p) และ Apoprotein B จึงจะมีนัยสำคัญ ซึ่งข้อสันนิษฐานนี้ไม่ตรงกับหลักฐานวิจัยที่ยืนยันความสัมพันธ์ระหว่าง LDL กับการเป็นโรค ส่วนประเด็น LDL(p) และ Apoprotein B นั้นเป็นตัวชี้วัดความสัมพันธ์กับโรคที่แม่นยำกว่า LDL ก็จริง แต่ไม่ใช่ข้ออ้างที่จะปล่อยให้ LDL สูง โดยที่ยังไม่รู้เลยว่า LDL(p) กับ Apoprotein B ของตัวเองนั้น ค่าจริงเป็นเท่าไร เพราะสองค่านี้ไม่ได้เจาะกันในโรงพยาบาลทั่วไป และงานวิจัยในภาพรวมก็พบว่า คนที่ LDL(p) และ Apoprotein B สูง จะมีค่า LDL สูงตามไปด้วยเกือบทั้งหมด โดยมีเพียงส่วนน้อยเท่านั้นที่ค่าจะเขย่งกัน



แบบนี้จะเหมารวมว่า อาหารไขมันเป็นของไม่ดีหรืออย่างไร? ขอตอบว่าผมไม่ได้กล่าวเช่นนั้น อาหารไขมันมีสองแบบหลัก ๆ ซึ่งมีความสัมพันธ์กับการเพิ่มไขมันเลวในเลือดที่แตกต่างกัน คือ 1) ไขมันอิ่มตัว ได้จากอาหารประเภทเนื้อสัตว์ นม ไข่ ไก่ ปลา เป็นไขมันที่เพิ่ม LDL ในเลือดมาก จึงสัมพันธ์กับการเป็นโรคมากกว่า 2) ไขมันไม่อิ่มตัว ได้จากอาหารประเภทพืช เช่น ถั่ว งา นัท อะโวคาโด ทุเรียน เป็นไขมันที่เพิ่ม LDL ในเลือดน้อย จึงสัมพันธ์กับการเป็นโรคน้อยกว่า

สำหรับผู้ทานอาหารแบบได้ดุล (Balanced Diet) คือมุ่งเอาแคลอรีจากอาหารทุกส่วนตั้งแต่โปรตีน คาร์โบไฮเดรต ไขมัน เท่า ๆ กัน ผมแนะนำให้ทานไขมันไม่อิ่มตัวจากอาหารไขมันตามธรรมชาติ เช่น ถั่ว งา นัท อะโวคาโด ทุเรียน แทนการทานเนื้อสัตว์ให้ได้มากที่สุด

ส่วนอาหารคาร์โบไฮเดรตไม่ดีหรือ? คนถึงนิยมไปทานอาหารโลว์คาร์บกันหมด ขอตอบว่า อาหารคาร์โบไฮเดรต หากเป็นชนิดไม่มีกาก เช่น น้ำตาล ธัญพืชขัดสี ถือเป็นอาหารที่มีผลเสียต่อสุขภาพมากกว่าผลดี ประเด็นหลักเพราะมันไม่มีกาก แต่อาหารคาร์โบไฮเดรตที่อุดมไปด้วยกาก อย่างพวกหัวใต้ดินและธัญพืชไม่ขัดสี จัดว่าดีต่อสุขภาพ เพราะ “กาก” เป็นประเด็นสำคัญ จึงไม่ควรเหมารวมว่าอาหารคาร์โบไฮเดรตจะไม่ดีไปเสียทั้งหมด

สำหรับคนที่ทานอาหารคาร์โบไฮเดรตแบบไม่มีกากอยู่แล้ว มีสองวิธีให้เลือก วิธีแรก เปลี่ยนจากคาร์โบไฮเดรตแบบขัดสีเป็นแบบไม่ขัดสี เช่น เปลี่ยนจากข้าวขาวเป็นข้าวกล้อง เปลี่ยนจากขนมปังขาวเป็นขนมปังโฮลวีต วิธีที่สอง เปลี่ยนคาร์บขัดสีไปเป็นอาหารไขมันธรรมชาติชนิดไม่อิ่มตัว เช่น ถั่ว งา นัท อะโวคาโด ทุเรียน ซึ่งบางครั้งเรียกว่าพวก “คีโตวีแกน”

ส่วนกรีกโยเกิร์ต ไข่ต้ม ไก่ต้ม อะโวคาโด น้ำมันปลา จะช่วยให้หลอดเลือดที่ตีบโล่งขึ้นได้หรือไม่? ในบรรดาอาหารเหล่านี้ ผมแยกได้เป็นสามกลุ่ม คือ

1) กรีกโยเกิร์ต ซึ่งเป็นโพรไบโอติก มีความสัมพันธ์กับการเป็นโรคเรื้อรังหลายโรคน้อยลง ไม่ว่าโยเกิร์ตจะทำจากนมวัว นมควาย นมถั่วเหลือง ก็ได้ทั้งสิ้น ในกรณีที่อยากลดเนื้อสัตว์ แต่ยังต้องการแคลอรีให้ร่างกายพอใช้งาน ผมแนะนำว่าควรทานโยเกิร์ตและอะโวคาโดให้มากขึ้น เพราะเป็นไขมันไม่อิ่มตัวและเป็นแหล่งพลังงานที่ดี

2) ไข่ต้ม ไก่ต้ม จัดเป็นอาหารไขมันอิ่มตัว ซึ่งเพิ่มระดับ LDL ในเลือด และสัมพันธ์กับการเป็นโรคมากขึ้น คุณควรทานแต่น้อยและหันไปพึ่งแหล่งแคลอรีจากไขมันพืชธรรมชาติ เช่น ถั่ว งา นัท อะโวคาโด ทุเรียน ธัญพืชไม่ขัดสีแทน

3) น้ำมันปลา สามารถทานได้ไม่มีข้อเสีย แต่หลักฐานที่บ่งชี้ว่าลดการเป็นโรคหลอดเลือดนั้นยังไม่ปรากฏ น้ำมันปลาเป็นไขมันโอเมกา 3 (ไขมันไม่อิ่มตัว) ที่ครั้งหนึ่งวงการแพทย์เคยกล่าวว่าช่วยลดโรคหัวใจได้ แต่เมื่อมีหลักฐานใหม่เพิ่มขึ้น ความเชื่อนั้นก็คลอนแคลนไป กลายเป็นเรื่องระดับที่ยังโต้แย้งกันอยู่ (Controversy)

ในผู้ที่เป็นโรคหัวใจหลอดเลือดจนต้องเข้าโรงพยาบาล การจะทำให้โรคถอยกลับ ทำให้รอยตีบโล่งขึ้น ก็มีหลักฐานว่าทำได้โดยการเปลี่ยนมาทานอาหารพืชเป็นหลัก (Plant-Based Diet) อย่างเข้มงวด ทานแต่พืช ไม่ทานเนื้อสัตว์ สมัยที่ผมเป็นโรคนี้เมื่อตอนอายุ 55 ปี ก็ทานอาหารประเภทนี้อยู่นานสิบกว่าปี แต่ปัจจุบันลดระดับลงเป็นทานเจแทน เพื่อให้ชีวิตง่ายขึ้นครับ

Good Health Lean

เรื่อง: โค้ชฟ้าใส พึ่งอุดม
ผู้เชี่ยวชาญด้านฟิตเนส/โภชนาการ และผู้ก่อตั้งสถาบัน Fit Junctions

มาลดไขมันแบบปรับพฤติกรรม [BEHAVIORAL INTERVENTION] กันเถอะ

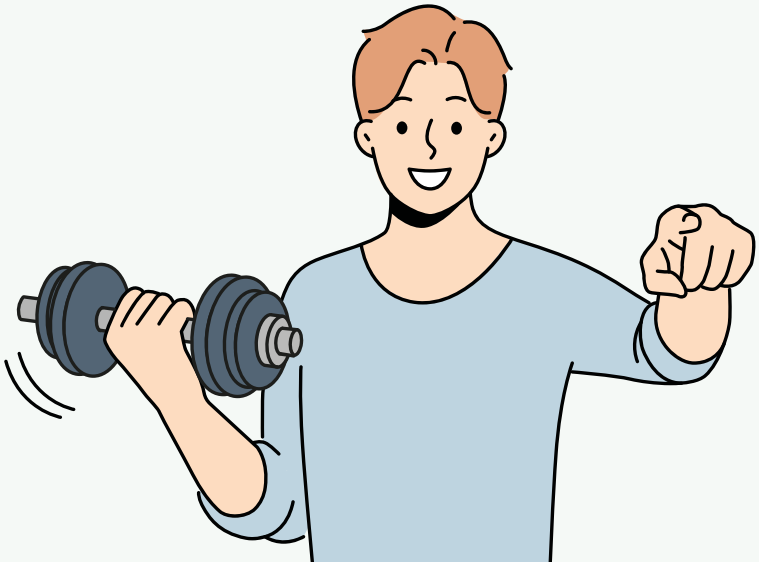
การฟิตหุ่นยุคใหม่ต้องคำนึงถึงหลายอย่าง เพราะแนวทางออกกำลังกายแบบเก่าที่เอาความรู้จากตำราชีววิทยาหรือเอางานวิจัยมาใช้โดยไม่ปรับอะไรเลย ไม่ใช่วิธีที่จะได้ผลอีกต่อไป ปัจจุบันมีแนวทางที่ทันสมัยกว่าคือ Biopsychosocial Approach หรือปรับแนวทางการดูแลตัวเองโดยใช้หลักชีววิทยา จิตวิทยา สังคมวิทยา และใช้เทคโนโลยี เพื่อให้เราเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมอย่างเห็นผล ได้แก่

BIOLOGY = ความพร้อมของร่างกาย

มนุษย์เราแต่ละคนฟิตไม่เท่ากัน บางคนมีความเสี่ยงโรคบางอย่าง บางคนน้ำหนักเกิน พอจะเริ่มออกกำลังกายก็เหนื่อยมากจนท้อ นี่แหละคือสาเหตุที่เราต้องทำเช็กลิสต์ก่อนเลือกโปรแกรมออกกำลังกาย

PSYCHOLOGY = ความมุ่งมั่นในการออกกำลังกาย

มนุษย์เราไม่ได้มีกำลังใจเท่ากันทุกวัน บางวันเราก็ขี้เกียจ หรือบางช่วงก็เหงา เบื่อ เครียด ซึ่งส่งผลต่อความสม่ำเสมอในการลงมือทำ ความรู้สึกมาจากสารสื่อประสาทและฮอร์โมนต่าง ๆ ร่างกายกับจิตใจจึงมักส่งผลกระทบต่อกันเสมอ



SOCIAL = สภาพแวดล้อม

มนุษย์เป็นสัตว์สังคม สภาพแวดล้อมและสังคมจึงส่งผลกระทบต่อเราโดยตรง ถ้าในบ้านเรามีแต่ของอ้วน ๆ หรือคนในครอบครัวมีพฤติกรรมทานของอ้วน ๆ เราก็มักมีพฤติกรรมเหล่านั้น หรือถูกปลูกฝังพฤติกรรมการทาน ซึ่งส่งผลต่อการลดไขมันโดยตรง

ปัจจัยสามข้อนี้มักจะส่งผลต่อกันเสมอ การพยายามจะลดไขมัน โดยไม่เข้าใจสัจธรรมนี้จึงมักไม่ได้ผล เมื่อนำหลักการนี้มาพิจารณาร่วมกับการลดไขมันแบบค่อย ๆ ปรับพฤติกรรม (Behavioral Intervention) ก็จะได้ผลลัพธ์ชัดเจนขึ้น

Behavioral Intervention เป็นแนวทางที่เน้นสิ่งที่ทำได้ด้วยตัวเอง วิธีนี้ได้รับการยอมรับทั่วโลกว่าใช้ได้ผล แต่การจะเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมย่อมไม่ใช่เรื่องง่าย อีกทั้งคนเราไม่อาจทำหลายสิ่งพร้อมกัน โดยเฉพาะสิ่งที่ไม่เคยทำหรือนาน ๆ ทำที ขอแนะนำให้เลือกวิธีง่ายและเป็นไปได้มากที่สุดมาทำก่อน โดยคำนึงถึงอุปสรรคผ่านหลัก Biopsychoscial เช่น ถ้ารู้ตัวว่าปัญหา

คือความเครียด ทำให้นอนไม่หลับ อย่าเพิ่งเลือกวิธีคุมอาหาร หรือทำอะไรยากเกินไป ให้เลือกวิธีเกี่ยวกับการนอนก่อน เมื่อทำได้แล้ว ค่อย ๆ ลงมือทำวิธีอื่นแบบค่อยเป็นค่อยไป โดยเราแบ่งการปรับพฤติกรรมเป็น 5 ขั้นตอนดังต่อไปนี้

1. ศึกษาหาความรู้ + เข้าใจตัวเอง

ความรู้ช่วยให้เราไม่หลงเชื่อแนวทางผิด ๆ ก่อนจะเริ่มลงมือทำ อยากให้เข้าใจก่อนว่า การลดไขมันเกิดขึ้นได้อย่างไร (ทบทวนเรื่อง Deficit และ Body Composition) จากนั้นเรียนรู้เกี่ยวกับตัวเอง หาว่าอุปสรรคคืออะไร และค่อย ๆ แก้ทีละอย่าง

2. การปรับพฤติกรรมง่าย ๆ ใกล้ตัว

แนวทางการลดไขมันควรเริ่มจากสิ่งสำคัญต่อสุขภาพ เช่น การดื่มน้ำ การทานอาหาร และการนอนให้เพียงพอ ทุกการกระทำในขั้นตอนนี้เป็นสิ่งที่ไม่ว่าจะอายุเท่าไร หรืออยู่ในช่วงไหนของชีวิตก็ควรทำ อย่าเริ่มต้นด้วยวิธีที่ยากเกินไป เพราะบ่อยครั้งเราจะพยายามเริ่มต้นลดไขมันโดยใช้เทคนิคที่คนอื่นนิยม เช่น สูตรเด็ดลดไขมันที่ดูซับซ้อน ซึ่งเป็นการเริ่มที่ไกลตัวเกินไป และอาจทำให้เราต้องลองผิดลองถูกอยู่นานกว่าจะได้ผล

3. การปรับสภาพแวดล้อม

สภาพแวดล้อมส่งผลต่อพฤติกรรม โดยก่อนจะคำนวณสารอาหาร ควรปรับสภาพแวดล้อมของเราก่อน ถึงจะรู้ว่าต้องทานกี่แคลอรี หรือต้องทานโปรตีนกี่กรัม ถ้าเราไม่ออกไปซื้ออาหารดี ๆ มาตุนไว้ หรือที่บ้านมีแต่ขนมทอด น้ำอัดลม ไม่มีทางที่เราจะทานได้ตามเป้าที่วางไว้ และควรโยนตัวเลขทิ้งไปก่อน แล้วเริ่มซื้อของเข้าบ้าน สิ่งที่ควรทำในขั้นตอนนี้คือการเขียนช็อปปิงลิสต์ตามงบประมาณ โดยดูได้จากเนื้อหาส่วนโภชนาการ แนะนำว่าไม่ต้องซื้อมาทุกอย่าง ให้ซื้ออย่างละนิดมาลองดูก่อน เราจะเริ่มเห็นการเปลี่ยนแปลงตั้งแต่ขั้นตอนนี้ เพราะพอสภาพแวดล้อมเปลี่ยนไป พฤติกรรมการทานของเราก็ค่อย ๆ เปลี่ยนตาม

4. ปรับวิธีใช้ร่างกายและออกกำลังกาย

อย่าหาเวลา แต่ต้องจัดเวลา ปัญหาใหญ่ของคนที่จะลดไขมันคือ ถ้าเราไม่ล็อกเวลาไว้ล่วงหน้า เราจะไม่มีเวลาออกกำลังกาย เพราะทุกคนมีภาระหน้าที่ จึงไม่แปลกที่บ่อยครั้งช่วงงานเยอะหรือช่วงสอบ เราจะได้ยินคนบ่นว่า ไม่มีเวลา (หรือไม่มีแรงออกกำลังกาย) จากนั้นให้จัดตารางสิ่งที่อยากให้ทำ คือการเลือกโปรแกรมออกกำลังกายที่เหมาะกับเรา แล้ววางแผนล่วงหน้าไว้เลยว่าจะออกกำลังกายวันไหน จะใส่ไว้ในแอปพลิเคชันปฏิทินเลยก็ได้ โดยไม่ต้องออกหนักเกินไป และไม่ต้องคาดหวังว่าจะออกหนัก ๆ ทุกวัน แต่ขอให้ออกกำลังกายทุกสัปดาห์อย่างสม่ำเสมอ จนกลายเป็นนิสัยเหมือนต้องแปรงฟันทุกวัน

5. การปรับโภชนาการให้แม่นยำยิ่งขึ้น

อย่าตกใจถ้าช่วงแรก ๆ เราจะรู้สึกว่าการกะปริมาณอาหาร หรือการคำนวณเป็นเรื่องยาก ให้เริ่มจากหาอาหารมีประโยชน์ไว้ใกล้ตัว แล้วค่อย ๆ เรียนรู้ทักษะการกะปริมาณอาหาร หรืออาจใช้เทคนิคคำนวณสไตล์ “ช่างมัน” การจะคำนวณถูกหรือคำนวณผิด ไม่ได้ส่งผลต่อผลลัพธ์เท่าไรนัก เพราะสุดท้ายมนุษย์อ้วนเพราะนิสัยการทานตามอารมณ์มากกว่า ดังนั้น เทคนิคการคำนวณหรือกะปริมาณอาหารคือ “ช่างมัน” เอาคร่าว ๆ พอ แต่ขอให้เราทำได้อย่างสม่ำเสมอ

Good Health Young

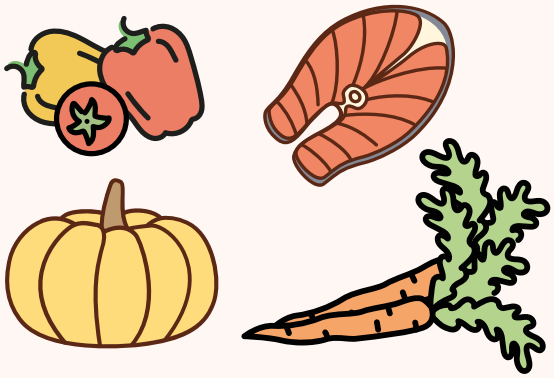
เรื่อง: นายแพทย์ตนุพล วิรุฬหการุญ (หมอแอมป์)
ประธานคณะผู้บริหาร บีดีเอ็มเอส เวลเนส คลินิก (BDMS Wellness Clinic)
และนายกสมาคมแพทย์ฟื้นฟูสุขภาพและส่งเสริมการศึกษาโรคอ้วน กรุงเทพ (BARSO)

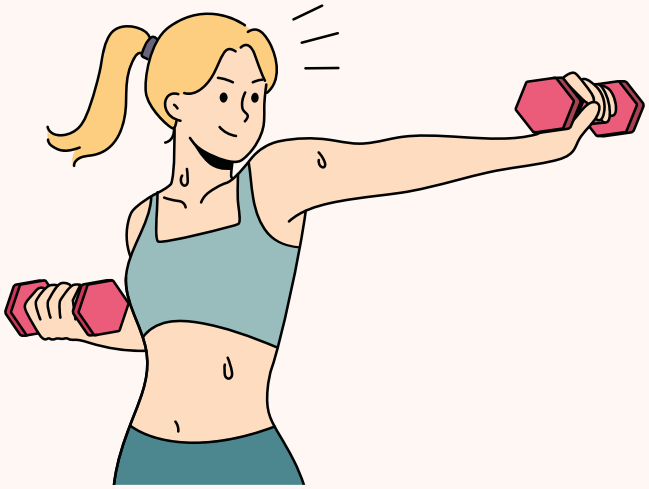
แอสต้าแซนธิน
สารสีแดงแห่งความเยาว์วัย

แอสต้าแซนธิน (Astaxanthin) เป็นสารธรรมชาติกลุ่มที่เรียกว่า แคโรทีนอยด์ ซึ่งเป็นกลุ่มพี่น้องกับพวกฟักทอง พวกแครอท พวกที่มีสารเหลือง ๆ เช่น มะเขือเทศ พริกหวาน แคโรทีนอยด์เป็นสารที่พบเจอได้ในธรรมชาติ เป็นสารที่ทำให้สัตว์หรือพืชมีสีชมพูหรือสีแดง เช่น สีส้มของปลาแซลมอน สีส้มของกุ้งและล็อบสเตอร์ ทั้งยังมีอยู่เป็นจำนวนมาก ในสาหร่ายฮีมาโตคอกคัส พลูวิเอลิส (Haematococcus pluvialis)

สาเหตุที่แอสต้าแซนธินโด่งดังขึ้นมา เพราะมีการวิจัยที่พบว่า แอสต้าแซนธินนี้ มีฤทธิ์ในการต้านอนุมูลอิสระ (Antioxidant) สูง บางการวิจัยกล่าวว่า มีประสิทธิภาพสูงกว่าวิตามินซี 65 เท่า และมีประสิทธิภาพมากกว่าวิตามินอีถึง 12 เท่า จึงไม่น่าแปลกใจว่า ในปัจจุบันไม่ว่าจะเป็นครีม วิตามิน ยาสีฟัน มีการใส่แอสต้าแซนธินกันอย่างแพร่หลาย

ในปี 2012 มีงานวิจัยจากวารสารการแพทย์ The Journal of the Polish Biochemical Society ABP ของโปแลนด์ว่า การใช้แอสต้าแซนธินแบบทาผิว ร่วมกับการรับประทานแอสต้าแซนธินแบบเม็ด มีส่วนช่วยในการลดรอยเหี่ยวย่น ลดรอยตีนกา ลดจุดด่างดำของผิวพรรณ และช่วยเพิ่มความชุ่มชื้นในการบำรุงผิว ประสิทธิภาพของแอสต้าแซนธินจึงเด่นเรื่องการต่อต้านสารอนุมูลอิสระ มีส่วนช่วยบำรุงร่างกายและอวัยวะต่าง ๆ เช่น สมอง ความจำ จอประสาทตาจากการใช้สายตาหนัก บำรุงภูมิต้านทานของร่างกาย เพิ่ม NK Cell Activity (ตัววัดความสามารถของร่างกายในการต่อสู้กับเซลล์แปลกปลอม





ที่เป็นอันตราย ซึ่งช่วยในการประเมินความแข็งแกร่งของระบบภูมิคุ้มกันในการต่อสู้กับการติดเชื้อ) ทั้งยังมีการวิจัยว่า สามารถเพิ่มประสิทธิภาพของร่างกายในการออกกำลังกายที่ต้องใช้ความอึด ความทนทาน (Endurance) ได้อีกด้วย

งานวิจัยต่อมาพบว่าในเซลล์มนุษย์ 1 เซลล์ สามารถสร้าง Reactive Oxygen Species (ROS) (หรืออนุมูลอิสระที่เกิดขึ้นในร่างกายเนื่องจากมีมูลเหตุจากออกซิเจน) ได้ถึง 20 ล้านล้านหน่วยต่อวัน เมื่อร่างกายมีสารนี้ในปริมาณมาก ร่างกายจะสร้างสารต่อต้านขึ้นโดยธรรมชาติ นั่นจึงเป็นที่มาของวิตามินต่าง ๆ เช่น วิตามินซี วิตามินอี วิตามินดี แอสต้าแซนธิน เพื่อมาป้องกันการทำลายเซลล์ของร่างกาย (Oxidative Damage) ฉะนั้นแอสต้าแซนธินจึงมีประสิทธิภาพในการบำรุงหัวใจและหลอดเลือด เพราะทั้งสองอวัยวะนี้มักจะถูกทำลายโดย ROS อยู่บ่อยครั้ง

งานวิจัยจากวารสาร Nutritional Science ในปี 2014 กล่าวว่า ในผู้หญิงที่หมดประจำเดือนแล้ว แอสต้าแซนธินจะมีส่วนช่วยในการเพิ่มการเผาผลาญผ่านกระบวนการป้องกันกระบวนการลิพิดเปอร์ออกซิเดชัน (Lipid Peroxidation) ยังมีงานวิจัยในวารสาร Atherosclerosis ในปี 2010 ว่า แอสต้าแซนธินมีส่วนช่วยเพิ่มไขมันดี (HDL) ช่วยลดไตรกลีเซอไรด์ เพิ่มฮอร์โมนอะดีโปแนกติน (Adiponectin) ในการต่อสู้กับโรคอ้วนได้มากขึ้น อีกทั้งงานวิจัยจาก American Journal of Advanced Food Science and Technology ในปี 2013 พบว่า แอสต้าแซนธินช่วยลดการอักเสบ (Inflammation) ในหลอดเลือดหัวใจได้อีกด้วย

ทั้งหมดนี้คือประสิทธิภาพของแอสต้าแซนธินที่มีผลต่อร่างกาย อ่านเสร็จเชื่อว่าหลายท่านอาจสนใจอยากหามาทาน แต่หากทานในปริมาณที่มากเกินไป ก็อาจมีผลข้างเคียง เช่น

1) ความดันโลหิตต่ำลง
2) ส่งผลต่อระดับแคลเซียมในร่างกาย ผู้ที่มีปัญหาเรื่องกระดูก ต้องปรึกษาแพทย์ก่อนทาน
3) สำหรับคนที่แพ้ อาจเกิดผื่นขึ้นได้ ส่วนปริมาณที่เหมาะสมนั้น โดยเฉลี่ยจะอยู่ที่ประมาณ 2 - 4 มิลลิกรัมต่อวัน แต่ทั้งนี้ปริมาณของโดสที่แนะนำ ก็ยังมีงานวิจัยที่รองรับไม่มากนัก

ฉะนั้นก่อนทานควรปรึกษาแพทย์ จะเป็นการดีที่สุดครับ

อ้างอิง

1. Kim YK, Chyun JH. The effects of astaxanthin supplements on lipid peroxidation and antioxidant status in postmenopausal women. Nutritional Sciences. 2004 Jan 1;7(1):41-6.
2. Choi HD, Youn YK, Shin WG. Positive effects of astaxanthin on lipid profiles and oxidative stress in overweight subjects. Plant foods for human nutrition. 2011 Nov 1;66(4):363-9.
3. Iwabayashi M, Fujioka N, Nomoto K, Miyazaki R, Takahashi H, Hibino S, Takahashi Y, Nishikawa K, Nishida M, Yonei Y. Efficacy and safety of eight-week treatment with astaxanthin in individuals screened for increased oxidative stress burden. Anti-Aging Medicine. 2009;6(4):15-21.
4. Chew W, Mathison BD, Kimble LL, Mixter PF, Chew BP. Astaxanthin decreases inflammatory biomarkers associated with cardiovascular disease in human umbilical vein endothelial cells. Am J Adv Food Sci Technol. 2013;1:1-7.
5. Yoshida H, Yanai H, Ito K, Tomono Y, Koikeda T, Tsukahara H, Tada N. Administration of natural astaxanthin increases serum HDL-cholesterol and adiponectin in subjects with mild hyperlipidemia. Atherosclerosis. 2010 Apr 1;209(2):520-3.
6. Davinelli S, Nielsen ME, Scapagnini G. Astaxanthin in skin health, repair, and disease: A comprehensive review. Nutrients. 2018 Apr;10(4) :522.

Parenting

เรื่อง: PAMA

บูลลี่ (BULLY) สอนอย่างไรให้บุตรหลาน "ไม่เป็น" และ "รับมือเป็น"

แม้ว่าจะเป็นพฤติกรรมที่มีอยู่ในทุกสังคมทั่วทั้งโลกมาอย่างยาวนาน แต่เมื่อโลกเข้าสู่ยุคเปลี่ยนแปลง "พฤติกรรมบูลลี่ (Bully)" จึงเริ่มถูกหยิบยกมาพูดถึงในวงกว้างมากขึ้น ผลกระทบของเหยื่อที่ถูกบูลลี่ถูกเผยแพร่ให้เห็นเป็นระยะ ทำให้พ่อแม่และผู้ปกครองเริ่มตื่นตัวและหาวิธีรับมือให้แก่บุตรหลาน ไม่ให้กลายเป็นเหยื่อความรุนแรงจากสถานการณ์ดังกล่าว

การบูลลี่คืออะไร

การบูลลี่ (Bully) หมายถึง การกลั่นแกล้งเพื่อให้ผู้อื่นเกิดความอับอาย โกรธ เจ็บช้ำ ซึ่งมีหลายประเภท ได้แก่

- **บูลลี่ทางร่างกาย** (Physical Bullying) ผ่านกิริยาท่าทางที่หยาบคาย ก้าวร้าว ใช้กำลัง การทำร้ายร่างกาย ตบ ตี ชกต่อย
- **บูลลี่ด้วยคำพูด** (Verbal Bullying) ด้วยการด่าทอ เหน็บแนม ล้อเลียน ปล่อยข่าวลือ สร้างความอับอายในที่สาธารณะ
- **บูลลี่ทางสังคม** (Social Bullying) เช่น สร้างความแปลกแยก กีดกันออกจากกลุ่มเพื่อน ทำให้อยู่อย่างโดดเดี่ยว
- **บูลลี่ทางโลกออนไลน์** (Cyberbullying) กรณีนี้พบได้บ่อย เป็นการบูลลี่ที่เกิดขึ้นง่าย แต่สร้างความเสียหายได้สูง เนื่องจากเกิดขึ้นได้อย่างรวดเร็ว โดยไม่จำกัดเวลา สถานที่ และยังเผยแพร่ได้กว้างมาก เพราะเป็นสาธารณะ ทั้งยังเป็นรูปแบบที่ผู้กระทำไม่จำเป็นต้องแสดงตัวตนจริง ยิ่งทำให้ไม่ต้องรับผิดชอบต่อการกระทำของตนเองได้ง่ายขึ้น ตัวอย่างเช่น การพิมพ์คอมเมนต์วิจารณ์ ส่งภาพนิ่ง ส่งคลิปวิดีโอ หรืออาจเป็นการวิดีโอคอล เฟซไทม์ ไลฟ์สด เพื่อสร้างความอับอาย ข่มขู่ กรรโชกทรัพย์ ไปจนถึงคุกคามทางเพศ

การบูลลี่สร้างความเสียหายอย่างไร

การถูกบูลลี่ไม่ว่าจะเป็นแบบใด มักส่งผลกระทบต่อสภาพจิตใจของเหยื่อโดยตรง ส่วนจะรุนแรงระดับใดขึ้นอยู่กับสถานการณ์ รวมถึงความแข็งแกร่งของสภาพจิตใจเหยื่อด้วย ผลกระทบมีตั้งแต่ความอับอาย ความหวาดกลัว การสูญเสียความมั่นใจ เมื่อสะสมนานวันเข้าจะกลายเป็นความเครียด

นอนไม่หลับ วิตกกังวล โดยเด็กที่ถูกบูลลี่บางส่วนอาจเก็บกดความรู้สึกเหล่านั้นไว้เพียงลำพัง เพราะกังวลว่าหากพ่อแม่ผู้ปกครองรับรู้เรื่องอาจถึงโรงเรียน ซึ่งหากไม่สามารถแก้ไขที่ต้นตอได้ เด็กจะเดือดร้อนจากการถูกบูลลี่ซ้ำที่รุนแรงยิ่งกว่าเดิม ท้ายที่สุดจะเริ่มไม่อยากไปโรงเรียน ผลการเรียนแย่ลง รู้สึกด้อยค่าจนซึมเศร้า และอาจนำไปสู่การทำร้ายตัวเอง ฆ่าตัวตาย หรือย้อนกลับไปทำร้ายผู้ที่บูลลี่ก็ได้เช่นกัน

ขณะเดียวกัน ในฝั่งของเด็กที่บูลลี่คนอื่นก็อาจสะสมพฤติกรรมไม่ดีที่ผิดเพี้ยน เมื่อเติบโตเป็นผู้ใหญ่อาจมีแนวโน้มเป็นคนโกหก เห็นแก่ตัว ขาดความเห็นอกเห็นใจผู้อื่น มีพฤติกรรมก้าวร้าว ใช้ความรุนแรง และอาจถึงขั้นก่อเหตุอาชญากรรมได้

สอนบุตรหลานให้รู้จักรับมือ

เพราะการบูลลี่อยู่ใกล้ตัวมากกว่าที่คิด พ่อแม่ผู้ปกครองควรใส่ใจบุตรหลาน หมั่นสังเกตพฤติกรรมว่ามีสิ่งใดผิดแผกไปจากเดิมหรือไม่ มีบาดแผลตามร่างกาย มีพฤติกรรมถดถอย เซื่องซึม ไม่ร่าเริง ดูหวาดหวั่น เก็บตัวหรือไม่ หากสังเกตได้ถึงความผิดปกติ ควรแสดงความห่วงใย โดยไม่บังคับคาดคั้น เพื่อสร้างความไว้วางใจให้บุตรหลานกล้าพูดคุยด้วยอย่างตรงไปตรงมา จากนั้นสอนให้เขามีเกราะป้องกัน

ทางจิตใจ รู้จักรับมือหากต้องเจอกับสถานการณ์ดังกล่าว ซึ่งอาจต้องอาศัยความร่วมมือจากครูและโรงเรียนด้วย โดยกรมสุขภาพจิต กระทรวงสาธารณสุข แนะนำวิธีรับมือไว้ดังนี้

- ไม่ตอบสนองต่อการบูลลี่ เพราะการตอบสนองจะด้วยวิธีการใดก็ตาม ยิ่งจะทำให้สถานการณ์แย่ลงมากกว่าจะคลี่คลาย
- ไม่ตอบโต้ด้วยความรุนแรง เพราะอาจกลายเป็นผู้กระทำความผิดและกลายเป็นจำเลยสังคม
- เก็บหลักฐานที่ถูกบูลลี่ไว้ เพื่อปรึกษาครู พ่อแม่ผู้ปกครอง หรือดำเนินคดีทางกฎหมายต่อไป
- หากเกิดการบูลลี่ทางโลกออนไลน์ (Cyber bullying) ให้รายงานกับโซเชียลมีเดียต้นทาง รวมถึงบล็อกเพื่อตัดการเชื่อมต่อ (เช่น ออกจากกลุ่มในโซเชียลนั้น ๆ) พร้อมตักเตือนไม่ให้บุตรหลานเข้าไปยุ่งเกี่ยวอีก

กรณีที่บุตรหลานได้รับผลกระทบจนเกิดอาการทางจิตใจร่วมด้วย พ่อแม่ผู้ปกครองอาจพิจารณาพาไปพบนักจิตวิทยา หรือจิตแพทย์ เพื่อหาทางแก้ไขต่อไป

สอนบุตรหลานไม่ให้บูลลี่คนอื่น

ขณะเดียวกัน พ่อแม่ผู้ปกครองต้องหมั่นสังเกตด้วยเช่นกันว่า บุตรหลานของเรามีพฤติกรรม “บูลลี่ผู้อื่น” หรือไม่ และควรปลูกฝังแนวคิดที่ถูกต้อง สร้างจิตสำนึก และทัศนคติที่ดี เพราะทุกอย่างเริ่มต้นที่ครอบครัว เช่น

- สอนเรื่องการเคารพ การให้เกียรติผู้อื่น การยอมรับในความแตกต่างระหว่างบุคคล ด้วยแนวคิดที่ว่าทุกคนมีความเสมอภาคเท่าเทียมกัน
- สอนให้กล้าที่จะปฏิเสธ กล้าที่จะยืนหยัดด้วยตนเอง
- สอนให้รู้จักการขอโทษและการให้อภัย
- สอนเรื่องการสื่อสารที่ดีบนโลกออนไลน์ เช่น การไม่แชร์ ไม่โพสต์ข้อความที่อาจสร้างผลกระทบต่อจิตใจผู้อื่น
- ปลูกฝังให้เป็นคนจิตใจดี รู้จักเอื้อเฟื้อเผื่อแผ่ และเห็นอกเห็นใจผู้อื่น
- ปลูกฝังให้มีความมั่นใจ รู้สึกถึงคุณค่า และมีความภาคภูมิใจในตนเอง

บูลลี่ไม่ใช่เรื่องกลั่นแกล้งทั่วไปที่จะมองข้ามได้ เพราะผลลัพธ์ของสิ่งนี้ (ไม่ว่าบุตรหลานของท่านจะอยู่ฝั่งใดก็ตาม) อาจเปลี่ยนพฤติกรรมไปจนถึงทำร้ายชีวิตของคนคนหนึ่งไปได้ตลอดกาล

สถิติพฤติกรรมการบูลลี่ในไทย

- สถิติจากกรมสุขภาพจิต กระทรวงสาธารณสุข พบว่า พฤติกรรมการบูลลี่ของเด็กไทยมีจำนวนกว่า 600,000 ราย (เท่าที่เก็บรวบรวมข้อมูลได้) ซึ่งสูงเป็นอันดับ 2 ของโลก รองจากประเทศญี่ปุ่น
- จากการสำรวจเด็กอายุ 10 - 15 ปี จาก 15 โรงเรียนของเครือข่ายนักกฎหมายเพื่อเด็กและเยาวชน พบว่า เด็กไทยร้อยละ 91 เคยถูกบูลลี่
- พฤติกรรมการบูลลี่ที่พบได้บ่อยคือ ตบศีรษะร้อยละ 62.7 ล้อชื่อพ่อชื่อแม่ร้อยละ 43.57 พูดเหยียดหยาม เสียดสี ล้อปมด้อย ร้อยละ 41.78
- ร้อยละ 42.86 ของผู้ที่ถูกบูลลี่คิดจะตอบโต้เอาคืน ร้อยละ 6.33 มีความเครียด ร้อยละ 18.2 ไม่มีสมาธิกับการเรียน ร้อยละ 15.73 ไม่อยากไปโรงเรียน ร้อยละ 15.6 เก็บตัว และร้อยละ 13.4 มีภาวะซึมเศร้า

Teenager Hits

เรื่อง: KJ

GEN ALPHA พูดว่าอะไรนะ?

มาอัปเดตภาษาสแลงและความหมายกัน

เมื่อได้ยินคำว่า “ครูบา...” บางคนอาจจะต่อท้ายว่า “อาจารย์ที่ท่านประทานความรู้มาให้” แต่อีกกลุ่มจะบอกว่า “ช่วยหมูเด้งด้วย” นี่ล่ะคือความแตกต่างของภาษาในแต่ละ Gen ที่สื่อความหมายและเข้าใจไม่ตรงกัน ฉบับนี้จึงชวนคุณไปอัปเดตคลังคำยอดฮิตของ Gen Alpha (หรือผู้ที่เกิดหลังปี 2010) ว่าหมายถึงอะไร ลองมาทดสอบแปลคำเหล่านี้ไปพร้อมกัน

Skibidi (อ่านว่า สกีบีดี้) เป็นได้ทั้งความหมายเชิงลบที่ใช้ในสถานการณ์แย่ และความหมายเชิงบวกที่แปลว่า เจ๋ง (ขึ้นอยู่กับการนำไปใช้) มาจากคลิปวิดีโอ Skibidi Toilet ของอเล็กเซย์ เกราซิมอฟ ที่สร้างซีรีส์กองทัพห้องน้ำบุกยึดโลก โดยมีคาแรกเตอร์หลักอย่างโถส้วมหัวมนุษย์ที่ชอบร้องเพลงแรปว่า Skibidi Dop Dop Yes Yes (สกีบีดี้ ด็อป ด็อป เยส เยส)

Rizz ศัพท์คำชมที่พูดกันในกลุ่มสตรีมเมอร์บน Twitch มีความหมายว่า ความฮ็อต ความเจ๋ง ความสามารถพิเศษที่น่าดึงดูด น่าหลงใหล

Ohio ชื่อรัฐที่ไม่ได้ใช้เรียกรัฐ แต่หมายถึงความแปลก โดยที่มาของคำนี้ได้มาจากลักษณะของคนในรัฐโอไฮโอที่ชอบโพสต์อะไรประหลาด ๆ บนโซเชียล คนเลยนำมาใช้เรียกเสียเลย

Fanum Tax หมายถึง การตีเนียนแย่งกินขนมเพื่อน มาจากพฤติกรรมของ Fanum สตรีมเมอร์ที่ชอบขอกินขนมของเพื่อนระหว่างการไลฟ์ จึงถูกเปรียบเทียบว่าคล้ายกับการเก็บภาษีจากเพื่อน

Sigma คำชมสำหรับเรียกคนที่มีความโดดเด่น เท่ ป็อป มีลุคความเป็นผู้นำ แต่มักจะอยู่เพียงลำพัง

Sus หมายถึง น่าสงสัย เป็นการย่อจากคำว่า Suspicious

Delulu หมายถึง การคิดไปเอง แปลงเสียงมาจากคำว่า Delusional

Fax คำนี้ไม่ได้หมายถึงเครื่องแฟกซ์ แต่แปลว่า ความจริง เป็นคำที่เกิดจากการพ้องเสียงคำว่า Facts

FR เป็นอักษรย่อมาจาก For Real ซึ่งแปลว่า จริงเหรอ คล้ายกับการใช้คำว่า Honesty

ลิงก์ปลอดภัย Verified

ชม VDO Clip ไปฟังคำศัพท์ Gen Alpha เพื่อฟังลูกหลานคุยกันให้รู้เรื่อง

จากนี้จะเห็นชาวอัลฟ่าส่งศัพท์ใหม่มาใช้อีกมากมาย เพราะพวกเขาคือเจเนอเรชันที่โตมากับโซเชียล คำศัพท์ใหม่จึงเกิดขึ้นตลอดเวลา หากต่อไปคุณเจอคำแปลก ๆ ที่ไม่เข้าใจ ก็ไม่ต้องกังวลไปอยากรู้เมื่อไร ให้ลองค้นใน Google ดูจะได้เข้าใจและตามทันเด็ก ๆ ได้

The Next Gen Talk

เรื่อง: พงษ์อมร ต้นสายเพ็ชร **ภาพ:** วิภัทร พันธุ์นราวิกิจ

พลาวุฒิ เจริญจิตมั่น

ทายาทเจเนอเรชันสอง “SUPER LOCK”

เพราะชีวิตดีขึ้นได้ด้วยการจัดเก็บ

Highlights

- นำแนวคิดแบบธุรกิจสตาร์ตอัปมาใช้ คือ “คิดไว ทำไว” หากผลลัพธ์ไม่เป็นอย่างที่คาดการณ์ ก็ตัดสินใจหยุดได้ทันที
- หากเกิดไอเดียทางธุรกิจใหม่ ๆ ให้เริ่มลงมือทำ อาจต้องเผชิญกับแรงเสียดทานบ้าง แต่เพื่อสร้างให้เกิดสิ่งใหม่ ต้องกล้าตัดสินใจเปลี่ยนแปลง
- ไมโครแบน (Microban) คือนวัตกรรมที่เป็นจุดเปลี่ยนสำคัญ เพราะเป็นจุดเริ่มต้นที่ทำให้ SUPER LOCK เริ่มมองว่าแบรนด์จะไปในทิศทาง “เป็นทุกสิ่งทุกอย่างที่เกี่ยวกับการจัดเก็บ”
- ตั้งเป้าหมายการทำแบรนดิ้งให้ชัดเจน นั่นคือ การทำให้ชีวิตลูกค้าดีขึ้น ด้วยสินค้าคุณภาพดีในราคาที่สมเหตุสมผล และขยายไปยังกลุ่มสินค้าที่กว้างขึ้น
- ดึงพนักงานให้เข้ามามีส่วนร่วมในขั้นตอนการพัฒนาแบรนด์ เพื่อสร้างความรู้สึกเป็นส่วนหนึ่ง มีความรู้สึกเป็นเจ้าของ เพื่อให้ทุกคนในองค์กรเข้าใจทิศทางแบรนด์ที่ตรงกัน

แม้ธุรกิจของครอบครัวจะเริ่มต้นมานานกว่า 30 ปี จนมีรากฐานที่แข็งแกร่งมั่นคงอยู่แล้วก็ตาม แต่การรับช่วงต่อในฐานะทายาทธุรกิจของคุณพลาวุฒิ เจริญจิตมั่น Business Development Manager / Export Executive บริษัท ไมครอนโปรโมชั่น จำกัด นั้นไม่ง่ายและมีความท้าทายหลายด้านที่ต้องเจอ

ในวันที่โลกมีความเปลี่ยนแปลงทุกขณะ ธุรกิจผู้ผลิตและจัดจำหน่ายกล่องถนอมอาหารและเครื่องใช้ในบ้านแบรนด์ SUPER LOCK และ MICRON WARE ต้องเผชิญกับคลื่นลมทางธุรกิจซ้ำแล้วซ้ำเล่า คุณพลาวุฒิมองว่า การรับมือที่ดีคือการปรับเปลี่ยนวิธีคิดและกระบวนการ ซึ่งเขามีแนวคิดในแบบสตาร์ตอัปคือ คิดไว ทำไว (หากผลลัพธ์ไม่เป็นอย่างที่คิด ก็หยุดให้ไว) แต่การนำมาใช้ในธุรกิจแบบดั้งเดิม (Traditional) เขาต้องพบกับแรงเสียดทานทางความคิดมากมาย กระทั่งวันนี้ ผลลัพธ์ของการพิสูจน์ตัวเองมาเป็นเวลากว่า 9 ปี ทำให้ผลิตภัณฑ์คุณภาพดีของบริษัทเป็นตัวเลือกแรกในใจผู้บริโภค และเป็นเครื่องใช้ที่มีแทบทุกบ้าน

เก็บเกี่ยวแนวคิดมืออาชีพมาปรับใช้

“นึกภาพย้อนกลับไป ครอบครัวเราอยู่กันที่ชั้นบนของตึกแถว ส่วนชั้นล่างเป็นโรงงานและออฟฟิศ ผมก็วิ่งเล่นอยู่ในตึกนั้นได้เห็นการทำงานของโรงงานพลาสติกมาตั้งแต่เด็กจนโต และด้วยวัฒนธรรมของคนจีนที่ลูกชายคนโตของบ้านต้องมารับช่วงต่อ ถึงเราจะไม่ได้ชอบตั้งแต่แรก แต่รู้ดีว่าอย่างไรก็ต้องมาทำ”

> ทุกการเปลี่ยนแปลงต้องเจอแรงต้านอยู่แล้ว แต่เราต้องทำเพื่อให้เกิดสิ่งใหม่ไปพร้อมกับบาลานซ์ให้ทุกคน (ในองค์กร) ยังมีความปรองดองและความเคารพซึ่งกันและกันอยู่

หลังเรียนจบวิศวกรรมอุตสาหการที่สหรัฐอเมริกา คุณพลาวุฒิเข้าร่วมงานกับ IBM เก็บเกี่ยวเอาวิธีคิดและการทำงานสมัยใหม่จากมืออาชีพ กระทั่งถึงเวลาที่กลับมาบริหารธุรกิจของครอบครัว ก็นำเอาสิ่งที่น่าสนใจต่าง ๆ มาประยุกต์ใช้

"เราคิดไว้แล้วว่าจะไปเรียนรู้เฉย ๆ เพราะเรามีแผนจะทำสตาร์ตอัปกับเพื่อน จนกลับมาไทยก็ได้ทำโปรเจกต์สตาร์ตอัปสนุก ๆ หลายอย่าง จนถึงเวลาต้องกลับมาบริหารธุรกิจที่บ้าน ในช่วงแรกนอกจากเรื่องธุรกิจ เรายังต้องบาลานซ์ความสัมพันธ์ ต้องสร้างความเชื่อมั่นในตัวเรา เพราะด้วยแนวคิดที่ต่างกันและความรวดเร็วที่ไม่เท่ากัน เปรียบเทียบเหมือนคนขับรถที่ความเร็ว 160 ก็มองว่าคนขับ 120 นั้นขับช้า แต่จริง ๆ ก็ไม่ได้ถือว่าช้า ผมคิดว่าทายาทธุรกิจน่าจะเจอเรื่องลักษณะนี้เหมือนกัน ฉะนั้นในแง่ของทายาท ถ้าเกิดไอเดียใหม่ ๆ ผมสนับสนุนให้ทำเลย ทุกการเปลี่ยนแปลงต้องเจอแรงต้านอยู่แล้ว แต่เราต้องทำเพื่อให้เกิดสิ่งใหม่ไปพร้อมกับบาลานซ์ให้ทุกคน (ในองค์กร) ยังมีความปรองดองและความเคารพซึ่งกันและกันอยู่"

เริ่มจาก OEM สู่การสร้างแบรนด์ของตนเอง

หากมองถึงเส้นทางธุรกิจของไมครอนฯ เริ่มต้นจากการเป็น OEM ให้แบรนด์ของญี่ปุ่น ก่อนจะหันมาสร้างแบรนด์แรกชื่อ MICRON WARE

โดยใช้คำว่า “ไมครอน” เพราะสื่อถึงการใส่ใจในเรื่องเล็ก ๆ เช่น การทำให้พลาสติกไม่คม ไม่บาดมือ โดยมีสินค้าเป็นขันน้ำ กะละมังพิมพ์ลาย จนได้รู้จักกับไมโครแบน (Microban) จากสหรัฐอเมริกา และกลายเป็นจุดเปลี่ยนสำคัญถึงทุกวันนี้

“ไมโครแบนเป็นเทคโนโลยีเคมีพอลิเมอร์ที่มีคุณสมบัติในการควบคุมและยับยั้งเชื้อราและแบคทีเรีย เรานำนวัตกรรมนี้มาเป็นส่วนผสมในพลาสติกที่ใช้ผลิตกล่องถนอมอาหารแบรนด์ SUPER LOCK เพื่อให้อาหารที่เก็บยังคงความสะอาดและปลอดภัย นับถึงตอนนี้ไมโครแบนเป็นพาร์ตเนอร์กับเรามาเกือบ 20 ปีแล้ว (ตั้งแต่ประมาณปี 2005) จากวันนั้นเราจึงเริ่มคิดว่า SUPER LOCK จะเป็นทุกอย่างที่เกี่ยวกับการจัดเก็บ”

หลังจากนั้นเป็นช่วงเวลาของการทำแบรนดิ้งและตั้งเป้าหมายในการทำให้ชีวิตลูกค้าดีขึ้น (Enhance Customer Life) ด้วยสินค้าคุณภาพดี (High Quality Product) และราคาสมเหตุสมผล (Reasonable Price) โดยไม่จำกัดตัวเองอยู่ที่กล่องอาหารเท่านั้น แต่ยังขยายกลุ่มสินค้าให้กว้างขึ้น เช่น ขวดน้ำสเตนเลส ขวดน้ำพลาสติก กล่องเก็บรองเท้า และอื่น ๆ อีกมากมาย

“เราคิดถึงโจทย์สำคัญเรื่องการทำแบรนด์ให้เป็นที่จดจำ ผมเองจบวิศวฯ มา ไม่ได้มีความรู้เรื่องแบรนด์หรือการตลาดมากนัก ผมจึงต้องหาผู้เชี่ยวชาญเข้ามาช่วย เป็นบริษัทจากเดนมาร์กที่มีผลงานดีมากในระดับโลกเลย ก็คุยกับที่บ้านจนตัดสินใจลงทุนสร้างแบรนด์อย่างจริงจัง ซึ่งผมคิดว่าการตัดสินใจครั้งนั้นเป็นจุดเปลี่ยนอีกครั้งหนึ่งของเรา”

ราว 5 ปีก่อน หลังความเปลี่ยนแปลงดังกล่าว SUPER LOCK เป็นที่รู้จักมากกว่าการเป็นสินค้าคุณภาพ แต่รวมไปถึงอัตลักษณ์ทั้งหมดของแบรนด์ ซึ่งทั้งหมดนั้นส่งผลต่อความรู้สึกของคนที่มองมายังแบรนด์ทั้งสิ้น

“การใช้สี รูปทรง รูปร่าง ก็เป็นส่วนหนึ่ง เพราะการสร้างแบรนด์ไม่ใช่แค่โลโก้ แต่เริ่มจากวัตถุประสงค์ของแบรนด์ เป้าหมายของแบรนด์ และหลักการที่แบรนด์อยากจะยืนหยัด พอเราได้ผู้เชี่ยวชาญมาช่วย ก็ทำให้เราเข้าใจมากขึ้น เดินไปได้ทุกทาง ตอนเราทำโลโก้ใหม่ เราให้พนักงานเข้ามาร่วมออกแบบด้วย อยากให้พวกเขารู้สึกเป็นส่วนหนึ่งและมีความเป็นเจ้าของ (Ownership) มากกว่านั้นเราต้องทำให้ทุกคนเข้าใจในแบรนด์ตรงกัน (Consistency) เพราะถ้าเราเองยังไม่เข้าใจ คนข้างนอกก็คงยากที่จะเข้าใจเรา”

ชีวิตดีขึ้นได้ด้วยการจัดเก็บ

มาถึงวันนี้ นอกจากกล่องถนอมอาหาร SUPER LOCK ยังมีสินค้าเครื่องใช้ในบ้านอีกมากมายหลายรายการ ตอบโจทย์ผู้บริโภคได้อย่างครอบคลุม ทั้งเครื่องใช้ในบ้าน เครื่องครัว กล่องรองเท้า ขวดน้ำ อุปกรณ์เครื่องใช้ในห้องน้ำ และกล่องอเนกประสงค์ เป็นต้น โดยมีสัดส่วนยอดขายในสินค้ากลุ่มเครื่องใช้มากกว่ากล่องอาหาร เช่น กล่องเก็บรองเท้า ที่ถือเป็นหนึ่งในผลิตภัณฑ์หลัก (Main SKU) ของบริษัท

> เรากำหนดให้แบรนด์ SUPER LOCK ขายสินค้าที่ช่วยให้ชีวิตลูกค้าดีขึ้นด้วยการจัดเก็บ เราคิดว่าการจัดเก็บที่ดีช่วยเรื่องของความเครียดได้ พอกลับถึงบ้านได้อยู่ในบ้านที่มีการจัดเก็บที่ดี ก็จะรู้สึกแฮปปี ผ่อนคลาย

ซึ่งตอนนี้มีช่องทางให้ผู้บริโภคเข้าถึงสินค้าได้ทั้งแบบออฟไลน์ตามห้างสรรพสินค้าต่าง ๆ และช่องทางออนไลน์ทุกแพลตฟอร์ม

"เรากำหนดให้แบรนด์ SUPER LOCK ขายสินค้าที่ช่วยให้ชีวิตลูกค้าดีขึ้นด้วยการจัดเก็บ เราคิดว่าการจัดเก็บที่ดีช่วยเรื่องของความเครียดได้ พอกลับถึงบ้านได้อยู่ในบ้านที่มีการจัดเก็บที่ดี ก็จะรู้สึกแฮปปี ผ่อนคลาย หรือพอตอนเห็นโต๊ะทำงานเป็นระเบียบเรียบร้อย ก็มีแรงกระตุ้นในการทำงานมากขึ้น เห็นห้องครัวเป็นระเบียบก็รู้สึกอยากทำอาหาร นี่คือความรู้สึกเล็ก ๆ อันเป็นหลักการที่ SUPER LOCK อยากจะยืนหยัด เพราะการจัดเก็บคือเทรนด์ คนใส่ใจเรื่องนี้กันมากขึ้น คนที่ย้ายมาอยู่คอนโดก็อยากจัดระเบียบให้พื้นที่ขนาดเล็กมีประสิทธิภาพในการจัดเก็บมากขึ้น (Optimize Space) เรามองว่าสิ่งนี้เป็นโอกาส

"อีกส่วนหนึ่งคือ คนไทยมักอยู่รวมกันเป็นครอบครัวใหญ่ ซึ่งแต่ละคนมีไลฟ์สไตล์ไม่เหมือนกัน แต่อาศัยอยู่ในบ้านเดียวกัน จึงมักมีปัญหาคล้ายกัน เช่น เวลาหาของตัวเองไม่เจอ ก็จะโทษกันไปมา ใครเอาของฉันไป ใครเก็บไปไว้ที่ไหน SUPER LOCK อยากเป็นผู้ช่วยในการจัดเก็บในแบบที่ใช่สำหรับทุกคน และช่วยให้ทุกบ้านอยู่ร่วมกันอย่างมีความสุข"

ถึงวันนี้ แม้เวลาจะผ่านมากว่า 30 ปี แต่ไมครอนฯ ยังไม่หยุดเดินทาง เพราะเชื่อว่า การแก้ปัญหาในชีวิตผู้บริโภคด้วยการจัดเก็บคือภารกิจสำคัญ และยังมีเป้าหมายขยายไปสู่ต่างประเทศ ที่ปัจจุบันได้ส่งออกสินค้า

เข้าไปใน 40 ประเทศทั่วโลก ทั้งในเอเชีย ยุโรป และกำลังจะไปถึงสหรัฐอเมริกาในอีกไม่ช้า เพื่อก้าวไปสู่การเป็น International Thai Brand ที่ใส่ใจในความสม่ำเสมอของคุณภาพ ผ่านการควบคุมตั้งแต่ต้นน้ำถึงปลายน้ำ ทั้งการออกแบบ ผลิต และจำหน่าย เพื่อสร้างผลิตภัณฑ์ที่ตอบโจทย์ผู้บริโภคให้มากที่สุดต่อไป

TRSC
INTERNATIONAL LASIK CENTER

ส่วนลด 10%*

(ไม่รวมค่าแพทย์)

สำหรับการผ่าตัด และตรวจสุขภาพตาทุกประเภท

บริการตรวจที่ TRSC

- แพ็กเกจตรวจสุขภาพตา
- แพ็กเกจตรวจวิเคราะห์สภาพตา เพื่อการผ่าตัดแก้ไขค่าสายตาผิดปกติ
- แพ็กเกจการผ่าตัดแก้ไขค่าสายตาผิดปกติ (สายตาสั้น-ยาว-เอียง)
- แพ็กเกจการผ่าตัดสลายต้อกระจก ด้วยอัลตราซาวด์ และใส่เลนส์แก้วตาเทียม (Phacoemulsification with IOL)
- แพ็กเกจการผ่าตัดแก้ไขค่าสายตาผิดปกติโดยการใส่เลนส์เสริม (ICL) สำหรับผู้ที่ไม่สามารถทำเลสิกได้ เช่น สายตาสั้น-เอียงมาก กระจกตาบาง
- แพ็กเกจการรักษาจอประสาทตาฉีกขาด (Laser Retinopexy)

รายละเอียดของสิทธิพิเศษ:

- *ส่วนลดพิเศษเฉพาะจักษุแพทย์ ที่เข้าร่วมโปรแกรมเท่านั้น
- กรุณาแจ้งว่าใช้สิทธิ เอสซีจี ดีเบนเจอร์ คลับ ขณะติดต่อทำนัดหมาย และกรุณาติดต่อสำรองบริการล่วงหน้าอย่างน้อย 3 วัน ในเวลาทำการ (จันทร์ - เสาร์ ตั้งแต่เวลา 08.00-20.00 น.และอาทิตย์ ตั้งแต่เวลา 08.00-17.00 น.) โทร: 02-6324500 หรือ Line: @TRSCfamily
- กรุณากดรับสิทธิ์ผ่าน Mobile Application หรือ Web Application และแสดงรหัสรับสิทธิ์แก่พนักงาน ก่อนเข้าใช้บริการ โดยรหัสรับสิทธิ์มีอายุ 10 นาที นับตั้งแต่เวลาที่ท่านกดรับสิทธิ์
- จำกัด 1 สิทธิ์ / 1 แพ็กเกจ
- สงวนสิทธิเฉพาะผู้ถือหุ้นกู้ และบุคคลในครอบครัว (บิดา-มารดา สามี ภรรยา และบุตร)
- รับสิทธิ์ได้ตั้งแต่ 1 มกราคม – 31 ธันวาคม 2568
- สิทธิประโยชน์นี้ไม่สามารถแลกเป็นเงินสดได้
- เอสซีจี ดีเบนเจอร์ คลับ ไม่มีส่วนเกี่ยวข้องกับคุณภาพสินค้า และบริการ

สนใจตรวจสุขภาพตาที่ TRSC โดยละเอียด
สามารถติดต่อสอบถามได้ที่

: 02 632 4500 : @trscfamily

Facebook :
TRSC International LASIK Center

Instagram :
trsclasik

Grooming

เรื่อง: Nim

แต่งตัวรับปีใหม่ ในธีมสีปี 2025

"ปีนี้ฉันจะ..." เมื่อเริ่มต้นปีใหม่ หลายคนมักตั้ง New Year's Resolutions เพื่อเป็นแรงบันดาลใจในการใช้ชีวิต หนึ่งในนั้นอาจมีข้อที่ว่า "ปีนี้ฉันจะดูดีขึ้น" หรือ "ปีนี้ฉันจะสนุกกับการแต่งตัวมากขึ้น" Grooming ฉบับนี้ขอเป็นคู่มือช่วยให้ปณิธานนี้เป็นจริงกับไอเดียการแต่งตัวด้วย 7 สีประจำปี 2025 ที่กำลังจะมาถึง

Chardonnay

เริ่มต้นเฉดแรกด้วยความสดใสกับ "องุ่นเหลือง" ที่ถึงแม้จะอยู่ในโทนร้อน แต่ก็ผสมความหม่นลงไป ทำให้สีไม่ฉูดฉาดจนแต่งตัวยากนัก สามารถแต่งได้ทั้งลุคโมโนโทน หรือนำไปแมตช์เป็นองค์ประกอบเล็ก ๆ ก็สามารถทำให้ลุคนั้นดูคิวต์มากขึ้น

Clearwater

ใครที่ชอบความสะอาดตา "ฟ้าอ่อน" ตอบโจทย์ที่สุด ยิ่งถ้าใส่ในเมืองร้อนแบบบ้านเรา อาจจะช่วยเยียวยาจิตใจได้บ้าง อีกทั้งไอเทมโทนสีนี้ไม่ต้องมองที่ไหนไกล สามารถเริ่มได้ตั้งแต่ยีนส์สีอ่อน ที่เชื่อว่าหลายคนต้องมีติดตู้เสื้อผ้าอยู่แล้วแน่นอน

Crystal Pink

ปี 2025 ความสดใสน่าจะมาแรง เพราะสีต่อไปคือ "ชมพูอ่อน" ที่สะท้อนความอ่อนโยนและน่ารัก เป็นสีที่โดนใจสายหวานหลายคนแน่ ๆ แต่สำหรับใครที่ไม่ใช่ทาง แนะนำให้ถือกระเป๋าหรือใส่เครื่องประดับชิ้นเล็ก ๆ สักชิ้น จะทำให้ลุคดูมีชีวิตชีวามากขึ้นอีกเท่าตัว

Cherry Tomato

ยกให้เป็นสีฉูดฉาดที่สุดกับ “แดงมะเขือเทศเชอร์รี่” ตัวแทนความกล้าหาญที่บ่งบอกคาแรกเตอร์ของผู้สวมใส่ได้อย่างดีว่าเป็นคนมีความมั่นใจในทุกสถานการณ์ หากอยากเป็นคนที่แต่งตัวสนุกขึ้น สีนี้ไม่ควรพลาด อาจเริ่มจากแมตช์กับไอเทมสีเบสิก แล้วไล่ไปจนถึงลุค All Cherry Tomato

Grenoble Green

เปลี่ยนโหมดมาโทนเย็นกันบ้างกับ “เขียวมอส” แม้จะเป็นอีกเฉดสีที่ให้ความสบายตา ความเงียบสงบ และลึกลับ เมื่อหยิบมาจับคู่กับไอเทมโทนสีเข้มด้วยกัน แต่ก็ยังมีความอ่อนเยาว์ หากนำไปแมตช์กับสีขาวเป็นสีที่สามารถสร้างลุคได้หลากหลายจริง ๆ

Skipper Blue

เฉดสี “ม่วงอมน้ำเงิน” เป็นสัญลักษณ์ของจินตนาการ โดยฤดูกาลที่กำลังมาถึงหลายแบรนด์แฟชั่นก็นำสีดังกล่าวไปครีเอตเป็นลุคต่าง ๆ บนรันเวย์ Spring/Summer มากมาย มีทั้งไอเทมชิ้นเล็กชิ้นน้อยไปจนถึงเสื้อ กางเกง และเครื่องหนัง

Smokey Olive

เฉดสีสุดท้ายเรียบง่ายและคลาสสิกที่สุด นั่นคือ “เทาอมน้ำตาล” ที่ทุกคนควรมีติดตู้ไว้ เพราะเป็นโทนสีที่ใส่ได้นาน แมตช์เข้ากับสีอื่นได้ง่าย ไม่ว่าจะเป็นสีเบสิกด้วยกันเองหรือคัลเลอร์ฟูลก็ตาม

Must Go

เรื่อง: KJ
ภาพ: Patamma, Matchima Chocolate

PATAMMA

เริ่มต้นศักราชใหม่ ชวนคุณมาแอ่วเหนือที่จังหวัดน่าน เพื่อเติมความสดชื่นกับธรรมชาติ สไตล์ Eco Luxury ที่พักที่มอบประสบการณ์การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ที่ไม่ตัดขาดความหรูหราและสิ่งอำนวยความสะดวก

"ป่าทำมา ไฮด์อเวย์ รีสอร์ท" มีวิลล่าทั้งหมด 9 หลัง บนพื้นที่ 550 ไร่ ให้ความเป็นส่วนตัวสูง วิลล่าแต่ละแห่งสร้างสรรค์อย่างมีสไตล์ มีจุดเด่นจากการเลือกใช้วัสดุธรรมชาติอย่างดินมาสร้างผนัง ทำให้ได้ใกล้ชิดกับธรรมชาติขึ้นอีกขั้น สัมผัสกับอุณหภูมิภายในห้องพักที่ทั้งอบอุ่นและเย็นสบายตลอดทั้งวัน

Lagoon Villa มีลักษณะเป็นห้องชั้นเดียวขนาดใหญ่ เพดานสูง ให้ความรู้สึกโปร่งโล่ง ด้านนอกมีระเบียงโค้งให้ได้ชมภาพทิวทัศน์ทะเลสาบที่ทอดยาวขนาบไปกับแมกไม้แบบพานอรามา ไร้สิ่งบดบัง และช่วงกลางคืนสามารถชมความสวยงามของท้องฟ้าที่ระยิบระยับจากแสงดาวที่คอยต้อนรับผู้มาเยือน นอกจากนี้ยังมีร้านอาหารสไตล์คาเฟ่ ***"ป่ากำกิ๋น"*** นำเสนออาหารพื้นเมืองน่าน อาหารฟิวชันไทย-ยุโรป โซนนี้เปิดตั้งแต่เวลา 08.00 - 20.00 น. ให้บริการทั้งผู้เข้าพักและนักท่องเที่ยว จึงมั่นใจได้ว่า การมาเยือนน่านไม่ว่าจะเช็กอินค้างคืนที่ป่าทำมา หรือแวะมาชิมอาหารที่ป่ากำกิ๋น ทุกคนจะได้เก็บเกี่ยวความรู้สึกอิ่มใจและอิ่มท้องกลับไปอย่างแน่นอน

ป่าทำมา (Patamma)
72 หมู่ 6 ถนนป่าทำมา
ตำบลเมืองจัง อำเภอภูเพียง
จังหวัดน่าน 55000

0-5405-9848
@patamma
patamma.com
ป่าทำมา Patamma

MATCHIMA CHOCOLATE

คาเฟ่คราฟต์ช็อกโกแลตแห่งใหม่สำหรับช็อกโกแลตเลิฟเวอร์ ที่แค่ก้าวเข้ามาก็ได้อินฟินไปกับเมนูช็อกโกแลตในบรรยากาศมินิมัลตกแต่งด้วยศิลปะแบบอาร์ตนูโว ชวนฝัน

เริ่มต้นที่ซิกเนเจอร์ ***Matchima's Signature + Parisien Set*** เซตจับคู่ของเครื่องดื่มคราฟต์ช็อกโกแลตเข้มข้นปรุงด้วยแคนดี้ส้มสูตรเฉพาะที่ให้รสเปรี้ยวอมหวาน เจือรสขมเอกลักษณ์ของโกโก้ สดชื่นเวลาจิบ ทานคู่กับ Parisien Set คือวิปครีมและคุกกี้มัชฌิมา คุกกี้เนยไส้ช็อกโกแลตบัตเตอร์ครีมและ Salted Caramel เพิ่มความนัวด้วยการจิ้มช็อกโกแลต และปาดวิปปิงครีมทานพร้อมกัน

ไฮไลต์ของที่นี่คือ ***ช็อกโกแลตบาร์*** เมนูออริจินัลที่เติบโตพร้อมแบรนด์มาตลอด 4 ปี มีให้เลือก 10 รสชาติ ละลานตาสุด ๆ ด้านแพ็กเกจจิ้งยังมีเรื่องราวธีมนิทานสวยงาม เหมาะกับการเป็นของฝากให้คนพิเศษ วันหยุดนี้ถ้ายังไม่รู้จะแวะใช้เวลาที่ไหน กำลังมองหาที่ฮีลใจเพลิดเพลิน แนะนำให้ปักหมุดมาได้เลย

มัชฌิมาช็อกโกแลต (Matchima Chocolate)
12 ซอยนาคนิวาส 37 แยก 2-14 แขวงลาดพร้าว
เขตลาดพร้าว กรุงเทพฯ 10230
เปิดเวลา 10.00 - 18.00 น. (ปิดวันอังคาร)

09-5369-0919
matchimachocolate.com
Matchima Chocolate

Must Have

เรื่อง: KJ **ภาพ:** Apple, Zeekr, The NAD+ 4U

Apple AirTag 2

สาวก Apple คนไหนทำกิจวัตรประจำวันแล้วลืมของประจำ เตรียมช็อป AirTag 2 มาใช้กันได้ ล่าสุดมีกระแสแว่วมาว่า Apple ได้ฤกษ์ปล่อย AirTag 2 ให้จับจองกัน โดยดีไซน์จะยังคล้ายกับรุ่นแรก แต่อัปเดตชิปเป็นอัลตราไวด์แบนด์ (UWB) แบบเดียวกับ iPhone 15 เพื่อลดการใช้พลังงาน เพิ่มประสิทธิภาพความแม่นยำและระยะการติดตามให้ไกลขึ้น รวมทั้งเชื่อมต่อกับ Vision Pro ได้ด้วย ทั้งยังแก้ไขประเด็นฟ้องร้องที่มีคนนำ AirTag ไปดัดแปลงเพื่อแอบติดตามผู้อื่น รอบนี้ Apple จับมือ Google พัฒนาระบบแจ้งเตือนการติดตาม Detecting Unwanted Location Trackers (DULT) เตือนเข้าอุปกรณ์ทั้งระบบ Android และ iOS ที่อยู่ใกล้ ๆ ให้รู้และระวังตัวกันแล้ว

Zeekr Mix

มินิแวนไฟฟ้าไฮเอนด์ 5 ที่นั่ง จาก Zeekr ที่กำลังเนื้อหอมในจีนและยุโรปหลังเปิดตัวในงาน Beijing Auto Show 2024 มาพร้อมดีไซน์ทรงแคปซูลที่ได้แรงบันดาลใจจากสถานีอวกาศเทียนกง ประตูเป็นบานสไลด์ไฟฟ้า จุดเด่นหลักคือ ฟังก์ชันที่ปรับแต่งได้หลากหลาย การหมุนเบาะคู่หน้ากลับ 360 องศา แปลงโฉมห้องโดยสารให้เป็นห้องนั่งเล่น ปรับอุณหภูมิเบาะ แสง ฯลฯ เหมาะสำหรับสายแคมป์และสายเที่ยวสไตล์ครอบครัว ใช้มอเตอร์ไฟฟ้าให้กำลังสูงสุด 310 กิโลวัตต์ (415 แรงม้า) มีแบตเตอรี่ให้เลือก 2 ขนาด วิ่งได้ไกลสุด 700 กิโลเมตร ราคาเปิดตัวในจีนราว 1.3 ล้านบาท ส่วนราคาเข้าไทยต้องอดใจรออีกนิด มีข่าวว่าจะนำเข้ามาขายเร็ว ๆ นี้แล้ว

The NAD+ 4U Injection Pen

นี่ไม่ใช่เครื่องสำอาง นวัตกรรมปากกา NAD+ 4U สำหรับฉีดชะลอวัยในระดับเซลล์ทั้งผิว ระบบเผาผลาญ ระบบประสาทและสมองแบบพกพา จุดเด่นคือ ฉีดเองได้ไม่เจ็บ ราคา 350 ปอนด์ (ประมาณ 15,258 บาท) เท่านั้น เพราะโดยปกติ NAD+ (Nicotinamide Adenine Dinucleotide) คือโคเอนไซม์ที่ควบคุมการทำงานและซ่อมแซมส่วนสึกหรอของร่างกาย ซึ่งจะลดจำนวนลงเมื่ออายุเพิ่มขึ้น การเติม NAD+ จึงเป็นศาสตร์ชะลอวัยที่นิยมในปัจจุบัน โดยแพทย์จะใช้วิธีผสมและเดินยาเข้าสู่เส้นเลือด ซึ่งใช้เวลา 30 - 60 นาทีขึ้นไป ฉะนั้น การมีไอเทมที่ลดเวลาและขั้นตอนยุ่งยาก จึงตอบโจทย์ชีวิตยุคใหม่เป็นอย่างดี

SCG Active AIRflow™ System

ระบบระบายและถ่ายเทอากาศ เอสซีจี

ข้อมูลสินค้าเพิ่มเติม

GREEN CHOICE

Active AIRflow™ System

วิธีใหม่ คลายร้อนให้บ้านไม่อบอ้าว
เปิดแอร์เย็นเร็ว ประหยัดค่าไฟ

พิเศษ! *เฉพาะสมาชิก SCG Debenture Club เท่านั้น*

รับส่วนลดค่าสำรวจ 50% และส่วนลดค่าบริการ 10% ทุก Package

ราคาเริ่มต้นเหลือเพียง 31,410 บาท/หลัง (จากปกติ 34,900 บาท/หลัง)* สำหรับ Package Compact

เงื่อนไขการรับสิทธิ์

- สมาชิกเอสซีจี ดีเบนเจอร์ คลับ กรุณากดรับสิทธิ์ผ่าน SCG Debenture Club Mobile Application หรือ Web Application เท่านั้น และแสดงรหัสรับสิทธิ์แก่ร้านค้า เพื่อรับส่วนลดก่อนชำระเงิน หรือกรอกรหัสรับสิทธิ์ที่ได้รับในช่อง promotion code ที่ scghome.com ก่อนชำระเงิน
- สงวนสิทธิ์สำหรับการซื้อสินค้าพร้อมบริการเท่านั้น
- สงวนสิทธิ์เฉพาะสถานที่ก่อสร้างทุกจังหวัดทั่วประเทศ ยกเว้น ปัตตานี ยะลา และนราธิวาส
- โปรโมชันนี้ไม่สามารถใช้ร่วมกับโปรโมชันอื่น หรือเปลี่ยนแปลงเป็นเงินสดได้
- ระยะเวลาโปรโมชัน 1 มกราคม 2568 – 31 ธันวาคม 2568
- เงื่อนไขเป็นไปตามที่บริษัทฯ กำหนด

SCG HOME Contact Center 02-586-2222

SCG

Exotic Thai

เรื่องและภาพ: วรศักดิ์ จรุงรัตนาพงศ์

เที่ยวแม่กลอง
มนตร์เสน่ห์ลุ่มน้ำใกล้เมืองกรุง

แม่กลองหรือสมุทรสงคราม เมืองเล็ก ๆ ในลุ่มน้ำแม่กลอง ที่ยังคงรักษาความเป็นธรรมชาติของพื้นที่เกษตรกรรม และวิถีชีวิตชุมชนที่ผูกพันกับศาสนา เหมาะสำหรับผู้ต้องการหลีกหนีความวุ่นวายของเมืองใหญ่อย่างกรุงเทพฯ โดยเฉพาะสถานที่ท่องเที่ยวชื่อดัง เช่น ตลาดน้ำอัมพวา ตลาดร่มหุบ อย่างไรก็ตาม แม่กลองยังมีสถานที่ท่องเที่ยวที่น่าสนใจอีกมากมาย ซึ่งหลายแห่งอาจเคยถูกมองข้ามไป ครั้งนี้เราจะพาคุณไปค้นพบแม่กลองในมุมมองใหม่ ๆ ที่อาจเป็นตัวเลือกที่ดีสำหรับการท่องเที่ยวครั้งถัดไป

ลิงก์ปลอดภัย
Verified

ชม VDO Clip รวมจุดเช็กอิน วันเดย์ทริป 10 ที่ของสมุทรสงคราม

"แม่กลอง" เป็นแม่น้ำสำคัญที่มีหลักฐานการตั้งถิ่นฐานของผู้คนมายาวนาน ถือกำเนิดจากการไหลรวมของแม่น้ำแควใหญ่และแม่น้ำแควน้อย โดยมีการสันนิษฐานว่าคำว่า "กลอง" น่าจะมาจากคำว่า "คลอง" ที่ถูกเรียกเพี้ยนมาเป็น "กลอง" และกลายเป็นชื่อที่ใช้เรียกกันจนติดปากในปัจจุบันว่า "แม่กลอง"

เที่ยวตลาดเช้า ล่องเรือชมสวนที่ตลาดน้ำท่าคา

จุดหมายแรกในการเที่ยวแม่กลองที่อยากแนะนำคือตลาดน้ำท่าคา ที่นี่เหมาะแก่การมาเที่ยวชมในตอนเช้า เนื่องจากจะคึกคักด้วยพ่อค้าแม่ค้าที่พายเรือมาจำหน่ายสินค้า มีทั้งพืชผลทางการเกษตรและอาหารการกินคาวหวาน บางเมนูอาจหาชิมไม่ได้ง่ายนักในปัจจุบัน ตลาดท่าคาแม้จะมีขนาดไม่ใหญ่เมื่อเทียบกับตลาดน้ำแห่งอื่น แต่ความโดดเด่นของที่นี่คือการเป็นตลาดที่พ่อค้าแม่ค้าเป็นชาวบ้านในท้องที่ สินค้าที่นำมาจำหน่ายจะเป็นผลผลิตจากเรือกสวนของตนเอง บรรยากาศของตลาดแห่งนี้จึงดูเรียบง่ายและเป็นกันเอง นอกจากมาเดินตลาดแล้ว กิจกรรมที่แนะนำคือ การนั่งเรือพายชมบรรยากาศบ้านเรือนสองฝั่งคลอง เรือพายที่มีคุณลุงคุณป้าเป็นฝีพาย จะพาเราลัดเลาะไปตามลำคลองที่สองฝั่งร่มรื่นด้วยสวนผลไม้และบ้านเรือนริมน้ำ

ตลาดน้ำท่าคา

หมายเหตุ: *ตลาดน้ำท่าคา เปิดให้บริการเฉพาะวันเสาร์-อาทิตย์ และวันหยุดนักขัตฤกษ์*

ศตวรรษสยาม

ศตวรรษสยาม ย้อนอดีตสยามประเทศ

หลังจากอิ่มท้องจากตลาดท่าคาในช่วงเช้าแล้ว จุดหมายถัดไปคือ “ศตวรรษสยาม” แหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมและประวัติศาสตร์ นำเสนอเรื่องราวของประเทศสยามช่วงศตวรรษที่ผ่านมา ผ่านการจำลองบรรยากาศบ้านเรือน วิถีชีวิต และวัฒนธรรม ให้เราได้สัมผัส ทั้งการจำลองย่านการค้า รวมถึงแสดงของสะสมทรงคุณค่า ชวนให้รำลึกถึงวันเวลาในอดีตภายในศตวรรษสยาม นอกจากนี้

ยังมีบ้านตันยุวรรธนะ เรือนไม้ทรงปั้นหยา อายุมากกว่า 100 ปี ที่เจ้าของได้ย้ายมาจากที่ตั้งเดิมบริเวณริมคลองบางกอกใหญ่ โดยยังคงรักษาสภาพของบ้านไม้กึ่งปูนไว้ดังเดิม บ้านทรงปั้นหยาหลังนี้มีการผสมผสานสถาปัตยกรรมตะวันตกเข้ากับสภาพภูมิอากาศของเมืองร้อนอย่างประเทศไทย เป็นอาคารทรงคุณค่าที่ได้รับการอนุรักษ์ไว้อย่างสง่างาม

หมายเหตุ:

- ***ศตวรรษสยาม เปิดให้เข้าชมเฉพาะวันเสาร์ - อาทิตย์ เวลา 10:00 - 17:00 น.***
- ***ค่าเข้าชม ผู้ใหญ่ 200 บาท เด็ก 50 บาท***

อาสนวิหารแม่พระบังเกิด ศูนย์กลางชุมชนคาทอลิก

สิ่งหนึ่งที่สังคมไทยมีความโดดเด่นคือ ความเป็นสังคมพหุวัฒนธรรม ที่คนต่างเชื้อชาติต่างศาสนาสามารถอยู่ร่วมกันได้อย่างสันติ จะเห็นว่าแม้แม่กลองจะเต็มไปด้วยชุมชนชาวพุทธและวัดวาอารามในพุทธศาสนา แต่ยังมีชุมชนชาวคริสต์อาศัยอยู่ร่วมกันมาเป็นเวลานับร้อยปี นั่นคือสถานที่ที่เราจะเดินทางกันต่อไปยังชุมชนชาวคริสต์บางนกแขวกในอำเภอบางคนที ศาสนสถานที่เป็นศูนย์กลางของชุมชนแห่งนี้คือ “อาสนวิหารแม่พระบังเกิด” (Nativity of Our Lady Cathedral)

อาสนวิหารแม่พระบังเกิด

โบสถ์คริสต์ริมแม่น้ำแม่กลอง ที่สร้างขึ้นตั้งแต่ปี 2450 โดยบาทหลวงเปาโล ซัลมอน มิชชันนารีชาวฝรั่งเศส ใช้เวลาก่อสร้างถึง 6 ปี ลักษณะสถาปัตยกรรมแบบกอทิก มีหอระฆังสูงเด่น โดยรวมแม้ไม่ใหญ่โต แต่มีความอ่อนช้อยสง่างามเป็นอย่างยิ่ง ปัจจุบันอาสนวิหารแม่พระบังเกิด นับได้ว่าเป็นศูนย์กลางของคริสต์ศาสนิกชนในการประกอบพิธีทางศาสนาและเป็นที่เคารพสักการะของชาวคาทอลิกในพื้นที่

วัดบางกุ้ง ชมโบสถ์ปรกโพธิ์ สักการะหลวงพ่อนิลมณี

จากโบสถ์คริสต์บางนกแขวก เรามาที่วัดพุทธกันบ้าง นั่นคือวัดบางกุ้ง วัดซึ่งเป็นที่ตั้งของโบสถ์ปรกโพธิ์ โบสถ์โบราณที่ถูกต้นโพธิ์ขึ้นปกคลุมทั้งหลัง สร้างความงามแบบขรึมขลัง และมีเสน่ห์จากกาลเวลาที่ธรรมชาติค่อย ๆ รังสรรค์มาอย่างเนิ่นนาน วัดบางกุ้ง

เป็นวัดโบราณ สันนิษฐานว่าสร้างขึ้นในสมัยกรุงศรีอยุธยา โดยช่วงก่อนสงครามเสียกรุงศรีอยุธยาครั้งที่ 2 ที่นี่เคยเป็นที่ตั้งของค่ายทหารในชื่อ “ค่ายบางกุ้ง” จนกระทั่งทัพพม่าที่ล่องมาตามลำน้ำแม่กลองได้บุกตีค่ายแห่งนี้จนทหารกรุงศรีอยุธยาแตกพ่าย หลังจากนั้นในสมัยพระเจ้าตากสินมหาราช จึงโปรดเกล้าฯ ให้ทหารจีนอาสารวบรวมสมัครพรรคพวก กลับมาตั้งค่าย ณ วัดบางกุ้งอีกครั้ง จนได้ชื่อว่าเป็น “ค่ายจีนบางกุ้ง”

การเที่ยวชมวัดบางกุ้งนอกจากการชมรากโพธิ์ที่ปกคลุมอาคารทั้งหลังจนแทบไม่เห็นกำแพงแล้ว ภายในยังเป็นที่ประดิษฐานหลวงพ่อนิลมณี พระพุทธรูปศักดิ์สิทธิ์ปางมารวิชัย อันเป็นที่เคารพสักการะของชาวบ้านในพื้นที่ นอกจากนี้ภายในโบสถ์ยังปรากฏภาพจิตรกรรมฝาผนังอายุเก่าแก่ มีลายเส้นอ่อนช้อยงดงามเป็นอย่างยิ่ง

อัมพวา ชัยพัฒนานุรักษ์ กับวิถีแห่งสายน้ำ

ชื่ออัมพวา เราอาจคุ้นเคยกันในความเด่นดังของตลาดน้ำอัมพวาที่มีชื่อเสียงมายาวนาน อย่างไรก็ตาม อัมพวายังมีแง่มุมที่น่าสนใจของการเป็นชุมชนริมน้ำที่ผูกพันกับธรรมชาติ เป็นแหล่งปลูกผลไม้และพืชผักอุดมสมบูรณ์ และด้วยความพยายามของชุมชนในการปกปักรักษาวิถีชีวิตและวัฒนธรรมสองฝั่งคลอง จึงเกิดเป็นโครงการอัมพวา ชัยพัฒนานุรักษ์ โครงการที่สมเด็จพระกนิษฐาธิราชเจ้า กรมสมเด็จพระเทพรัตนราชสุดา ฯ สยามบรมราชกุมารี มีพระราชดำริให้สำนักงานมูลนิธิชัยพัฒนา นำที่ดินที่คุณประยงค์ นาคะวะรังค์ ได้น้อมเกล้าฯ ถวาย มาดำเนินการพัฒนาให้เกิดประโยชน์แก่ชุมชนอัมพวา ท่ามกลางความร่วมมือร่วมใจของชาวอัมพวา เกิดเป็นโครงการที่ประกอบด้วยสวนชัยพัฒนานุรักษ์ ลานวัฒนธรรมนาคะวะรังค์ พิพิธภัณฑ์ที่แสดงสิ่งของเครื่องใช้สมัยโบราณที่ค้นพบในอำเภออัมพวา และร้านชานชาลา

ร้านอาหารว่างและเครื่องดื่มริมคลองอัมพวา ที่มีเมนูแนะนำอย่าง “ม่วงชื่น” เครื่องดื่มรสชาติหอมหวานอมเปรี้ยวนิด ๆ เพิ่มความสดชื่น สูตรพระราชทานจากสมเด็จพระกนิษฐาธิราชเจ้า กรมสมเด็จพระเทพรัตนราชสุดา ฯ สยามบรมราชกุมารี

ชมงานปูนปั้น วัดบางกะพ้อม

อัมพวาเป็นชุมชนที่มีการตั้งถิ่นฐานสืบทอดมาอย่างยาวนาน ดังจะเห็นได้จากจำนวนวัดวาอารามจำนวนมากในพื้นที่ และหนึ่งในนั้นคือวัดบางกะพ้อม ภายในวัดแห่งนี้มีสิ่งก่อสร้างที่น่าสนใจคือ วิหารพระพุทธบาท ที่สร้างขึ้นในสมัยรัตนโกสินทร์ตอนต้น ดูได้จากลักษณะสถาปัตยกรรมที่ผสมผสานศิลปะแบบจีนเข้ามา เช่น อาคารไม่มีช่อฟ้า ใบระกา ภายในวิหารนอกจากประดิษฐานรอยพระพุทธบาท 4 รอยขนาดใหญ่แล้ว สิ่งที่โดดเด่นและแปลกตาคืองานปูนปั้นประดับผนังทั้ง 4 ด้าน บอกเล่าเรื่องราวชาดกและพุทธประวัติ เป็นงานปูนปั้นอันอ่อนช้อยงดงาม ความสูงต่ำของลายปูนปั้นทำให้เกิดภาพที่มีชีวิตชีวาและสร้างมิติในการรับชมได้อย่างน่าตื่นตาตื่นใจ

วัดบ้านแหลม สักการะพระประจำเมือง

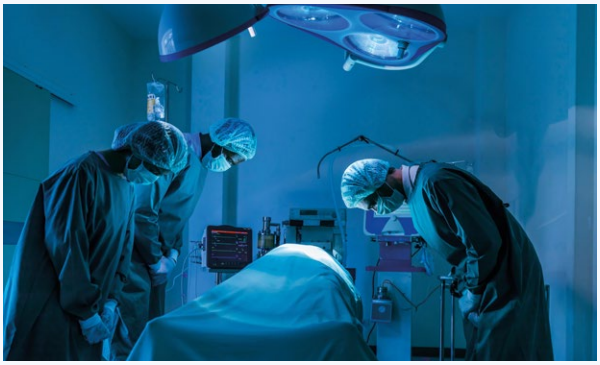
หลังจากท่องเที่ยวมาทั้งวัน ก่อนจบการเดินทาง ขอแนะนำให้มาสักการะพระคู่บ้านคู่เมืองแม่กลอง ก่อนกลับที่วัดบ้านแหลม หรือชื่ออย่างเป็นทางการคือ วัดเพชรสมุทรวรวิหาร ภายในตัวเมืองแม่กลอง สำหรับองค์หลวงพ่อบ้านแหลม เป็นที่เคารพสักการะของชาวเมืองแม่กลองเป็นอย่างมาก สังเกตได้จากความคึกคักของผู้คนที่เดินทางมาสักการะกันอย่างไม่ขาดสาย โดยองค์หลวงพ่อเป็นพระพุทธรูปยืนปางอุ้มบาตร ประดิษฐานอยู่ภายในพระอุโบสถ

แม่กลอง แม้เป็นเมืองขนาดเล็ก แต่มีความสำคัญทั้งด้านประวัติศาสตร์และเศรษฐกิจมาตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบัน จากเมืองท่าค้าขายระหว่างกรุงเทพฯ กับชายฝั่งทะเลภาคตะวันตก มาเป็นศูนย์กลางทางการเกษตรที่มีการปลูกมะพร้าวและสวนผลไม้ แม่กลองยังคงรักษาความโดดเด่นด้านการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ เชื่อมโยงวิถีชีวิตที่ผูกพันกับธรรมชาติและวัฒนธรรมท้องถิ่นเข้าด้วยกัน จนทำให้แม่กลองกลายเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีเสน่ห์จนถึงปัจจุบัน

Merit Room

เรื่อง: KJ

มอบอนาคตทางการแพทย์ ด้วยการบริจาคร่างกาย หรือสนับสนุนกองทุนอาจารย์ใหญ่แบบนิ่ม



เบื้องหลังการผลิตบุคลากรทางการแพทย์เข้าสู่ระบบ คือการเตรียมพร้อมของนักศึกษาแพทย์ทั้งการเรียนรู้ภาคทฤษฎีและภาคปฏิบัติเพื่อให้เกิดความปลอดภัยสูงสุด โดยเฉพาะการศึกษาด้านกายวิภาคศาสตร์ผ่านตำรามนุษย์ (หรืออาจารย์ใหญ่) เพื่อสร้างความเข้าใจเกี่ยวกับร่างกายมนุษย์ที่ซับซ้อนจากประสบการณ์จริง

แม้ปัจจุบันจะมีนวัตกรรมที่เป็นสื่อการเรียนการสอน แต่การฝึกซ้อมหัตถการจากร่างกายของมนุษย์จริง ยังเป็นปัจจัยที่ไม่มีอุปกรณ์ใดมาทดแทนได้ การอุทิศร่างกายเพื่อเป็นวิทยาทานจึงเปรียบเสมือนการให้ครั้งใหญ่ที่ส่งต่อประโยชน์สู่หลายชีวิต โรงพยาบาลราชวิถี ร่วมกับสถาบันร่วมผลิตแพทย์ กรมการแพทย์-มหาวิทยาลัยรังสิต ขอเชิญชวนผู้มีจิตศรัทธาร่วมทำบุญตามความประสงค์ ดังนี้

1) ร่วมบริจาคร่างกายเพื่อการศึกษา
2) ร่วมบริจาคเงินสมทบกองทุนอาจารย์ใหญ่แบบนิ่มเพื่อการศึกษา โดยจะนำไปใช้รักษาสภาพร่างกายของอาจารย์ใหญ่ให้อยู่ในรูปแบบนุ่ม มีกล้ามเนื้อ ผิวหนังยืดหยุ่นเสมือนคนไข้จริง เพื่อประโยชน์ทางการศึกษาต่อไป (กระบวนการนี้จะแตกต่างจากอาจารย์ใหญ่แบบดั้งเดิม ที่ใช้สารฟอร์มาลินรักษาสภาพร่างกาย ซึ่งจะส่งผลให้ลักษณะร่างกายแข็ง)

ผู้ที่มีความประสงค์บริจาคร่างกาย
ศูนย์รับบริจาคร่างกายเพื่อการศึกษา
(ชั้น M) อาคารเฉลิมพระเกียรติฯ
โรงพยาบาลราชวิถี

ผู้ที่มีความประสงค์บริจาคเงินสมทบกองทุนอาจารย์ใหญ่แบบนิ่มเพื่อการศึกษา
ธนาคารไทยพาณิชย์ บัญชีออมทรัพย์
ชื่อบัญชี มูลนิธิโรงพยาบาลราชวิถี (ระบุว่า เพื่ออาจารย์ใหญ่)
เลขที่บัญชี 051-2-16322-1

สอบถามรายละเอียดได้ที่
งานถ่ายทอดเทคโนโลยีทางการแพทย์ กลุ่มงานสนับสนุนวิชาการและถ่ายทอด (ชั้น M)
อาคารเฉลิมพระเกียรติฯ โรงพยาบาลราชวิถี
โทร. 0-2206-2900 ต่อ 60117, 60118 หรือ 06-2504-3991 (ในวันและเวลาราชการ)

The Journey

เรื่องและภาพ: หมอ ๆ ตะลุยโลก

KENYA
“เคนยา” แอฟริกาที่ต้องมา

เราเคยได้พูดถึงประเทศแทนซาเนียแห่งแอฟริกามาแล้ว คราวนี้ขอพูดถึง “พี่ใหญ่แห่งแอฟริกาตะวันออก” ที่ถือว่าเป็นอีกหนึ่งจุดหมายสำคัญของการท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติและการชมซาฟารี อีกทั้งเคนยายังถือว่าเป็นศูนย์กลางเศรษฐกิจของภูมิภาคอีกด้วย

ความหลากหลายทางภูมิประเทศทำให้เคนยาตอบโจทย์นักท่องเที่ยวสายธรรมชาติแทบทุกกลุ่ม ตั้งแต่สายเดินเขา สายดูสัตว์ สายดูนก หรือสายวัฒนธรรม แต่สำหรับคนไทยแล้ว เคนยาขึ้นชื่อที่สุดในเรื่องของ “การมาซาฟารีที่มาไซมารา” ที่ถือว่าเป็นที่สุดของกิจกรรมการท่องเที่ยวแบบผจญภัย และด้วยความเจริญของยุคปัจจุบันที่ครอบคลุมไปทั้งประเทศ ทำให้การเดินทางมาเคนยานั้นปลอดภัย และกลายเป็นจุดหมายการท่องเที่ยวแบบครอบครัวไปแล้วในตัว ผมจะพาทุกท่านมาเดินทางสู่ทุ่งหญ้าสะวันนาอีกครั้ง แต่เป็นด้านทิศเหนือที่อยู่ตรงข้ามกับเซเรงเกติ นั่นคือ มาไซมารา นั่นเอง

ประเทศเคนยา (Kenya)

เคนยา (Kenya) ตั้งอยู่ทางตะวันออกของทวีปแอฟริกา มีอาณาเขตติดกับเอธิโอเปีย โซมาเลีย ซูดานใต้ ยูกันดา และแทนซาเนีย เคนยาเป็นหนึ่งในอดีตอาณานิคมของอังกฤษ จึงทำให้ที่นี่ประชากรส่วนใหญ่สามารถใช้ภาษาอังกฤษได้ และมีวัฒนธรรมบางส่วนที่อาจจะเหมือนชาวตะวันตก ป้ายบอกทางทุกอย่างล้วนเป็นภาษาอังกฤษทั้งหมด เคนยามีภูมิประเทศที่หลากหลาย ตั้งแต่ภูเขาเคนยาที่มีพืชพรรณธรรมชาติแบบอัลไพน์ด้วยความสูงกว่า 5,000 เมตร จนมาถึงทุ่งหญ้าสะวันนาที่เป็นแหล่งที่อยู่ของสัตว์หลายล้านตัวที่มาไซมารา

การเดินทางมาเคนยา

ณ วันที่ทำการเขียนบทความ ยังไม่มีเส้นทางบินตรงจากกรุงเทพฯ มายังเคนยา (ซึ่งก่อนหน้าวิกฤติการณ์โควิด มีสายการบิน Kenya Airways บินทุกวัน) แต่ได้ข่าวว่าจะกลับมาทำการบินในเร็ว ๆ นี้อีกครั้ง ทำให้ปัจจุบันไฟลต์บินที่ใช้เวลาสั้นที่สุดคือการใช้สายการบิน Ethiopian Airlines เปลี่ยนเครื่องที่เมืองหลวง Addis Ababa แล้วมายังสนามบิน Jomo Kenyatta กรุงไนโรบี อันเป็นจุดเริ่มต้นของการเดินทางทั้งหมด โดยท่านที่สะสมไมล์ในกลุ่มของ Star Alliance สามารถเติมไมล์เข้าได้เลยเช่นกัน

วีซ่าประเทศเคนยา

คนไทยต้องใช้วีซ่าเข้าเคนยา โดยวิธีการที่สะดวกที่สุดคือ การทำวีซ่าออนไลน์ที่เลือก East African Tourist Visa ซึ่งจะทำให้ท่านได้วีซ่าที่เข้าได้ 3 ประเทศ แบบกี่ครั้งก็ได้ (Multiple Entries) ในประเทศเคนยา ยูกันดา และรวันดา ในราคาเพียง 100 ดอลลาร์สหรัฐต่อคน

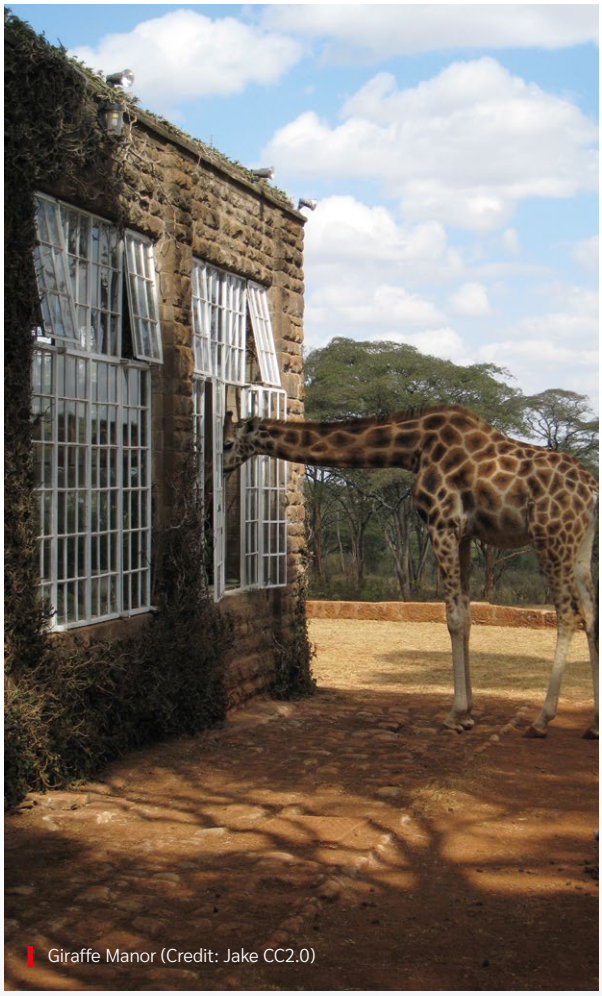
อุทยานแห่งชาติทะเลสาบนาคูรู ที่อยู่ของนกฟลามิงโก

สถานที่น่าสนใจ

เคนยาเป็นประเทศที่ขึ้นชื่อเรื่องของความยิ่งใหญ่ทางธรรมชาติ โดยเฉพาะการไปดูฝูงสัตว์

- **Maasai Mara National Reserve** หรือเขตอนุรักษ์แห่งชาติมาไซมารา เป็นสถานที่ที่ทำให้เคนยาเป็นที่รู้จักของคนทั่วโลก มาไซมาราตั้งอยู่ทางทิศตะวันตกเฉียงใต้ของประเทศ นักท่องเที่ยวมาที่แห่งนี้เพื่อจะมาทำกิจกรรมซาฟารีดูฝูงสัตว์ โดดเด่นด้วยความหลากหลาย สามารถพบ Big 5 ได้ครบที่นี่ และเป็นสถานที่ที่รับชมปรากฏการณ์ธรรมชาติของการอพยพที่เรียกว่า The Great Migration
- **อุทยานแห่งชาติอัมโบเซลี (Amboseli National Park)** อุทยานแห่งนี้ตั้งอยู่ทางใต้ติดชายแดนประเทศแทนซาเนีย ภาพติดตาของสถานที่แห่งนี้คือ การชมฝูงสัตว์ที่มียอดเขาคิลิมันจาโรซึ่งมีหิมะปกคลุมอยู่ด้านหลัง ที่นี่มีช้างแอฟริกาที่ถือว่าชุกชุมที่สุด
- **อุทยานแห่งชาติซาโว (Tsavo National Park)** อุทยานแห่งชาติที่ใหญ่ที่สุดของเคนยา เป็นที่ที่สามารถดูสัตว์ได้ตลอดทั้งปี และสามารถพบกับ Big 5 ได้ครบที่นี่เช่นกัน
- **อุทยานแห่งชาติทะเลสาบนาคูรู (Lake Nakuru National Park)** ทะเลสาบน้ำตื้น อันเป็นที่อยู่ของนกฟลามิงโกซึ่งมีอยู่เป็นจำนวนมาก จนทำให้ทะเลสาบดูกลายเป็นสีชมพู นอกจากนี้ยังเป็นบ้านของแรดและยีราฟอีกด้วย

- **อุทยานแห่งชาติภูเขาเคนยา (Mount Kenya National Park)** เดินทางสู่ยอดเขาที่สูงเป็นอันดับสองของทวีปแอฟริกา ด้วยความสูง 5,199 เมตรเหนือระดับน้ำทะเล สวรรค์ของคนชอบเดินเขา ชมพืชพรรณธรรมชาติที่หาไม่ได้ในที่อื่น ๆ ของทวีป และเป็นหนึ่งในมรดกโลกของยูเนสโก
- **Giraffe Manor** เป็นโรงแรมและศูนย์อนุรักษ์ยีราฟสายพันธุ์ Rothschild ที่กำลังจะสูญพันธุ์ ตัวอาคารสร้างขึ้นในปี 1932 โรงแรมแห่งนี้มีเพียง 12 ห้องเท่านั้น และไม่เคยว่างเว้นจากนักท่องเที่ยว สิ่งที่ทำให้โรงแรมแห่งนี้ดังคือ ช่วงอาหารเช้า เจ้ายีราฟจะยื่นคอยาวมาทักทายเหล่านักท่องเที่ยวที่กำลังรับประทานอาหารอย่างใกล้ชิด และไม่ว่าคุณจะเดินไปตรงไหนของโรงแรมก็ตาม คุณจะได้สัมผัสกับยีราฟที่เดินไปมาในนั้นเหมือนคนบ้านเดียวกัน



Giraffe Manor (Credit: Jake CC2.0)

มาไซมาราในยามเช้า

กิจกรรมห้ามพลาด

1) เกมไดรฟ์ (Game Drive) คือ การนั่งรถจี๊ป 4WD ที่ไม่มีหน้าต่าง เปิดหลังคา รับอากาศและลมจากธรรมชาติ โดยจะขับเข้าไปยังทุ่งหญ้าสะวันนา มีคนขับรถผู้เชี่ยวชาญที่เป็นไกด์สัตว์โลก คอยให้ข้อมูลตลอดการเดินทาง จุดประสงค์หลักของการทำเกมไดรฟ์คือ ไปดู Big 5 ที่ประกอบไปด้วย สิงโต เสือดาว แรด ช้าง และควายป่า (ความหมายของ Big 5 คือ สัตว์ที่มนุษย์สามารถล่าได้ยากในสมัยก่อน ดังนั้นจึงไม่แปลกใจที่เราอาจจะเห็นช้างและควายป่าอยู่ในกลุ่ม) ไปรับชมระบบนิเวศทางธรรมชาติที่มนุษย์เป็นเพียงผู้สังเกตการณ์อยู่ห่าง ๆ

2) พบปะชาวมาไซ การมาเคนยาไม่อาจจะสมบูรณ์ได้เลย ถ้าท่านไม่ได้มาสัมผัสกับชีวิตความเป็นอยู่ของเผ่าที่ขึ้นชื่อได้ว่ามีภาพที่ติดตาคนทั่วโลกมากที่สุด เผ่ามาไซมีร่างกายที่สูงและลีนเป็นอย่างยิ่ง แต่งกายด้วยผ้าสีแดงอันเป็นเอกลักษณ์ พร้อมที่จะให้ท่านเข้าไปดูบ้านของพวกเขา และสนุกไปกับการละเล่นที่เรียบง่าย แต่สร้างสีสันให้แก่นักท่องเที่ยวเป็นอย่างยิ่ง

พาหนะคู่ใจ 4WD ที่จะพาเราไปทุกที่ในซาฟารี

พบปะชาวมาไซที่มาต้อนรับเราทั้งหมู่บ้าน

การขึ้นบอลลูนในช่วงพระอาทิตย์ขึ้น

3) พักในแคมป์กลางป่า ลองให้โอกาสตนเองมาพักในแคมป์ผ้าแคนวาสที่มีสิ่งอำนวยความสะดวกครบครัน ตั้งแต่ชักโครก ฝักบัวน้ำร้อน และเตียงฟูกนุ่ม ๆ ท่ามกลางค่ำคืนที่มีฝูงสัตว์เดินผ่านไปมา ส่งเสียงอันแปลกหูคอยกล่อมยามราตรี ถือว่าเป็นประสบการณ์ที่เรียกว่าไม่สามารถหาได้จากที่อื่น

4) ขึ้นบอลลูนตอนพระอาทิตย์ขึ้น อาจเรียกได้ว่าเป็นอีกกิจกรรมที่ห้ามพลาด แต่ก็แลกมากับค่าใช้จ่ายอีกพอสมควร (ประมาณ 20,000 บาทต่อท่าน) ท่านจะได้ขึ้นบอลลูนตอนช่วงพระอาทิตย์ขึ้น ล่องลอยไปตามทุ่งหญ้า ดูฝูงสัตว์ในยามเช้าตรู่ที่เริ่มออกหากิน เป็นภาพที่ประทับตาไปตลอดชีวิต ก่อนจะมาทานอาหารเช้าแบบ Bush Breakfast

สภาพอากาศและฤดูกาลท่องเที่ยว

- **ฤดูแล้ง** (เดือนมิถุนายน - ตุลาคม) เป็นไฮซีซั่นของที่นี่ สามารถสังเกตเห็นสัตว์ได้ง่าย เนื่องจากหญ้าไม่สูง และอากาศถือว่าดีเนื่องจากฝนน้อย อุณหภูมิอยู่ในช่วงเย็นสบาย กลางคืนสามารถต่ำได้ถึง 10 องศาเซลเซียส ในขณะที่กลางวันจะอยู่ที่ประมาณ 25 - 28 องศาเซลเซียส โดยเฉพาะอย่างยิ่งท่านที่เดินทางในช่วงเดือนกรกฎาคมถึงสิงหาคม ท่านอาจจะได้อยู่ในช่วงฤดูกาลอพยพ (The Great Migration) พอดี
- **ฤดูฝน** (เดือนพฤศจิกายน - พฤษภาคม) ฝนของเคนยาจะแบ่งเป็น 2 ช่วงคือ Short Rain ซึ่งจะอยู่ในช่วงเดือนพฤศจิกายน ก่อนจะเบาลงและไปเป็นฝนอย่างเต็มตัว

การใช้เขาของ Kudu เพื่อเปล่งเสียง ถือเป็นเอกลักษณ์ของมาไซ

ในช่วงเดือนมีนาคมถึงพฤษภาคม การเที่ยวในช่วงเวลานี้จะได้เรตราคาห้องพักที่ลดลง และถ้ามาในช่วงเดือนกุมภาพันธ์จะเป็นช่วงที่สัตว์เริ่มออกลูกกัน ท่านอาจได้เห็นสัตว์ตัวเล็กตัวน้อยจำนวนมาก

แนะนำแผนการท่องเที่ยว

- **วันที่ 1:** เดินทางมาถึงไนโรบี หลังจากนั้นนั่งรถไปยังอุทยานแห่งชาติอัมโบเซลี (211 กิโลเมตร)
- **วันที่ 2:** ใช้เวลาภายในอุทยานแห่งชาติอัมโบเซลี
- **วันที่ 3:** เดินทางไปยังอุทยานแห่งชาติทะเลสาบนาคูรู (364 กิโลเมตร)
- **วันที่ 4:** ใช้เวลาภายในอุทยานแห่งชาติทะเลสาบนาคูรู
- **วันที่ 5:** เดินทางไปยังเขตอนุรักษ์แห่งชาติมาไซมารา (204 กิโลเมตร)
- **วันที่ 6 - 7:** ใช้เวลาภายในเขตอนุรักษ์แห่งชาติมาไซมารา
- **วันที่ 8:** เดินทางกลับมายังไนโรบี และเดินทางกลับประเทศไทย

TIPS

การเดินทางด้วยถนนในเคนยา ถ้าเป็นเขตของอุทยานแห่งชาติ จะไม่ใช่ถนนลาดยาง ทำให้การเดินทางอาจใช้เวลานานขึ้น รวมถึงสภาพการจราจรที่คาดคะเนไม่ได้ ทำให้การเดินทางด้วยรถยนต์ค่อนข้างเหนื่อยพอสมควร ท่านสามารถทำให้ทุกอย่างสะดวกสบายขึ้น ด้วยการใช้เครื่องบินเล็กภายในประเทศจากจุดต่อจุด ทำให้การเดินทาง 6 - 8 ชั่วโมงบนรถ เหลือเพียง 1 ชั่วโมงบนฟ้า ซึ่งจะทำให้มีเวลาทำกิจกรรมอื่น ๆ มากยิ่งขึ้น

ถ้ามีเวลามากกว่านี้ไปไหนต่อ

ด้วยความที่ East African Tourist Visa ทำให้เราเข้าได้ถึง 3 ประเทศ คือ เคนยา ยูกันดา และรวันดา อีกทั้งเมืองหลวงอย่างไนโรบีถือว่าเป็นชุมทางของแอฟริกาตะวันออก ทำให้การเดินทางไปต่อยัง 2 ประเทศนี้ทำได้สะดวกสบายเป็นอย่างยิ่ง ผู้เขียนจึงแนะนำให้เลือกประเทศใดประเทศหนึ่ง เพื่อเพิ่มกิจกรรมชม “กอริลลาภูเขา” ซึ่งจะทำให้ทริปแอฟริกาของท่านมีความสมบูรณ์แบบมากขึ้นกว่าเดิม

SCG SOLAR ROOF SOLUTIONS

บริการหลังคาโซลาร์ครบวงจร เพื่อความคุ้มค่าที่คุณมั่นใจได้

ลดค่าไฟสูงสุด 60%*

คืนทุนไว เริ่มต้น 4ปี*

สิทธิพิเศษ 2 ต่อ สำหรับสมาชิก SCG Debenture Club

พิเศษแรก

ชำระค่าสำรวจ

เพียง **500** บาท

(จากปกติ 2,000 บาท)

พิเศษต่อ

ส่วนลดสูงสุด

150,000 บาท

เมื่อติดตั้งระบบหลังคาโซลาร์เอสซีจี

*ขึ้นกับสภาพหน้างานและปริมาณการใช้ไฟฟ้าของแต่ละบ้าน

ฟรี ปรึกษา วิศวกร ผู้เชี่ยวชาญ

LINE

SCG HOME Contact Center 02-586-2222

SCG

Reflection of Thought

เรื่อง: ศุ บุญเลี้ยง
นักคิด นักร้อง นักแต่งเพลง อดีตสมาชิกวงเฉลียง นักเขียน และเจ้าของนามปากกา สมจุ้ย เจตนาน่าสนุก

วิชาสนทนา

เริ่มต้นตั้งแต่การทัก

คนที่ทักคนว่า “อ้วนขึ้นหรือเปล่านี่” ควรเอามือปิดปากตัวเองเสียยังจะดีกว่า

แต่ก็อย่างว่า ในเมื่อเรามักไม่ได้รับการสอนจากบิดรมารดา จึงเป็นสาเหตุที่กระทรวงศึกษาควรจะเปิดโรงเรียนสอนเจรจา

มีกูรูบางคนแนะนำว่า อย่าใช้คำว่า “อ้วน” ให้ใช้คำว่าสมบูรณ์ขึ้น

เรื่อง “อ้วนขึ้น” หรือ “ผอมลง” ไม่ใช่สิ่งที่วิญญูชนควรจะนำมาทักกันหรอก เราไม่ต้องไปบอก ที่บ้านเขามีกระจก มีเครื่องชั่งน้ำหนัก ปล่อยให้เป็นหน้าที่ของหมอพยาบาลดีกว่า ที่เขาจะบอกเวลาไปตรวจสุขภาพและเครื่องวัดความดัน

แต่ถ้าเราไม่ทักคนด้วยเรื่องของเรือนกาย โดยเฉพาะส่วนที่ไม่ดีของเขา มันจะไม่ดีกว่าหรือ

ฝึกมองดูสิว่า ในตัวเขามีอะไรดี เขามีเสื้อผ้า มีกระเป๋า กำไล เข็มขัด อันไหนสวยก็บอกเขา ใช้ทักเขา "เสื้อสวยดี" "ลายนี้เก๋ ไม่ค่อยเห็น" เจอกันยังไม่ทันไร ก็นั่นแหละ บอกเขาไปให้ชื่นใจ

ส่วนคนที่โดนทักก็ต้องตอบ "ขอบคุณ" "ขอบใจ"

ไม่ใช่เขาทักแล้วเชิดหน้ายักไหล่

แล้วก็บอกไปโดยไม่ต้องให้ถามว่า "ซื้อมาจากไหน"

เวลาใครถามก็พึงตระหนักว่า อย่าเป็นคนชนิดที่ "ถามคำตอบคำ"

เขาถามมาว่า "หิวข้าวไหม"

คำตอบแรก "หิว" หรือ "ไม่หิว" แล้วอย่าเพิ่งรีบจบ

สูตรมีอยู่ว่า "ถามมา 1 ควรตอบ 2"

1 "ไม่หิวครับ"

2 "พอดีกินข้าวมันไก่มาแล้วที่หน้าปากซอย"

3 "อร่อยดี"

ตอบ 2 ตอบ 3 แล้วถามกลับ

"แล้วพี่กินอะไรมาหรือยังครับ"

แบบนี้บทสนทนามันจะได้ดำเนินต่อไป คุยกันแล้วมันลื่นไหล

ไม่ใช่ตอบว่า "ไม่หิว" จบ

ถ้ารู้ตัวว่าพูดไม่เก่งก็ไม่ต้องพูดเยอะ แต่พูดไม่เยอะกับไม่พูดนี่แตกต่างกันเยอะ ในวงสนทนาถ้าเราเข้าไปอยู่ด้วยแล้วก็ต้องพูดบ้าง อย่าทำตัวเหมือนล่องหน ล่องลอย นั่งอยู่แค่เรือนร่าง ไร้วิญญาณ ไร้การโต้ตอบ

ยกตัวอย่างเกี่ยวกับข้าวมันไก่อีกทีก็ยังได้

ถ้าเขาบอกว่า "ข้าวมันไก่ตรงหน้าปากซอยอร่อยดี"

เราไม่รู้อะไรเกี่ยวกับข้าวมันไก่ ก็แค่บอกไปว่า "อ๋อ หน้าปากซอยเหรอ วันหลังจะได้ลอง" นึกอะไรไม่ออก ก็พูดยืนยันสิ่งที่เขาพูดนั่นแหละ แล้วขยายต่อจากสิ่งที่เขาพูดนิดหน่อยพอเป็นพิธี มันก็ขยายเรื่องต่อไปได้เรื่อย ๆ

ฟังใครเล่า ก็อย่านั่งนิ่งฟังเฉย ๆ ยกเว้นฟังพระเทศน์ก็ไม่ต้องเสริม

แต่ถ้าคู่สนทนาเป็นคนทั่วไปก็ควรมี "อ่ะ" มี "เอ๊ะ" มี "โอ้โห" มีอะไรแบบนี้ด้วย "น่าสนใจ" "ตื่นเต้นจัง"

ไม่ใช่นั่งนิ่งเฉย ไม่มีบทบาท เปลืองเก้าอี้เปล่า ๆ

หรือเวลาเดินทางไปต่างถิ่นซึ่งไม่ใช่ถิ่นคุ้นเคย

คนผู้เป็นเจ้าภาพมักชอบถามว่า

"อยากกินอะไรดี"

จะตอบยังไงได้ ส่วนใหญ่ก็จะตอบว่า "กินอะไรก็ได้"

เพราะยังไม่รู้ว่ามีอะไรน่ากิน มันอาจจะเป็นคำถามที่กว้างเกินไป แต่ถ้ามีตัวเลือกในคำถาม เช่นถามว่า

"จะกินอะไรดีจ๊ะ กินอาหารพื้นเมือง หรือว่ากินอาหารฝรั่ง"

"เธออยากกินขนมปัง หรืออยากกินขนมจีน"

ถ้าถามแบบมีหมวดหมู่ให้เลือกสักหน่อย คนตอบก็จะตอบง่าย

หรือถ้าจะชวนไปไหน

ถามว่า "อยากจะไปไหนหรือเปล่า"

บางทีก็ไม่รู้เพราะไม่เคยไป

แต่ถ้าถามว่า "อยากไปทะเล หรือว่าภูเขา"

"อยากไปเดินเล่นออกกำลัง หรือว่าไปดูหนังฟังเพลง" คำถามที่มีทางเลือกให้จะตอบได้ง่ายกว่า

กับคำถามที่ว่า "สบายดีไหม" "เป็นยังไงบ้าง"

เป็นคำถามกลาง ๆ ตอบธรรมดาก็พอได้ แต่เพิ่มเติมก็ยิ่งดี

แทนที่จะตอบว่า "สบายดี" เฉย ๆ

อาจจะเพิ่มว่า "สบายมากกกก" "วิเศษสุด" หรือ "สบายเพราะได้หยุดงาน" ตอบประมาณนี้

หากเลือกคำถามที่ลึกไปอีกขั้น ลองถามว่า "ตอนนี้ช่วงนี้ตื่นเต้นกับอะไร" หรือ "กำลังสนใจอะไรเป็นพิเศษ"

เคยเจอเพื่อนคนหนึ่งเจอหน้ากัน เพื่อนมันถามได้วิเศษมาก มันถามว่า “หัวใจเป็นยังไงบ้าง”

เราจำคำตอบไม่ได้แล้วว่าตอบไปว่ากระไร แต่ยังจำคำถามนี้ได้ขึ้นใจ

คนเราคุยกันพอพ้นช่วงทักทายแล้ว ตอนเจรจาปราศรัย หากตั้งคำถามได้ลึกขึ้น ก็อาจจะได้คำตอบที่ทำให้ได้รู้จักกันมากขึ้นกว่าการถามเพียงลอย ๆ

เช่น ถ้าคุยกันเรื่องการทำบุญแล้ว ถามเขาว่า “คุณอยากบริจาคให้กับมูลนิธิอะไร”

พอเขาตอบว่า “มูลนิธิกระจกเงา” หรือ “มูลนิธิกบาลเหงา” ก็ตาม หากเราถามว่า เพราะเหตุใด ๆ อาจจะทำให้เราได้รู้จักเข้าใจเขาได้มากขึ้นกว่าถามแค่ว่า “อายุเท่าไหร่ ทำเล็บ ทำผมที่ร้านไหน”

โดยเฉพาะเวลาที่พูดคุยกัน ควรสบตาด้วย แนะนำว่าต้องเลิกสนใจเครื่องมือสื่อสารสักครู่ เพื่อเป็นการให้ความสำคัญกับคนที่อยู่ตรงหน้า

เพราะคนเราสื่อสารด้วยการอ่านภาษากาย

ฟังด้วยตาหรือว่ารวมถึงสื่อสัมผัส คุยแล้วมีทัชชิ่งที่ไม่ใช่แต๊ะอั๋ง

ยิ่งเวลาฟังใคร แล้วลองมองเขาเหมือนเวลาเรามองเด็ก

หรือมองคนที่เราเจรจาด้วยสายตาสนใจเหมือนเด็กดูโทรทัศน์

ไม่ใช่มัวแต่นั่งปัดหน้าจอ มองแต่จอโทรศัพท์ บางคนจับไม่ยอมวาง

เวลาไปเยี่ยมไปเยือนไปแวะไปหา ควรจะรับเครื่องดื่ม ขนม กาแฟ ที่เขาจัดให้ ไม่ใช่เกรงใจไม่กินอะไรสักนิด

เขาอุตส่าห์ยกมาให้ ก็จิบสักหน่อย ขนมนมเนย เขาอุตส่าห์หามาวาง บางคนไม่ชิมไม่แล มัวแต่เกรงใจ

เกรงใจยังไงก็ควรจะจิบจะชิม

เขาวางน้ำไว้ให้ อย่าปล่อยให้น้ำแข็งละลายไร้การแลเหลียว

นอกจากไปบ้านที่ไม่ไว้ใจ กลัวเขาวางยาพิษ อันนั้นเป็นกรณีที่พอเข้าใจได้

ยกเรื่องอันน่าสนใจมานั่งคุยเสวนา

ไม่ใช่ว่าต้องไปหาเรื่องตลกมาเล่า เหมือนก่อนบ่ายคลายเครียด

เรื่องที่น่าสนใจก็ต้องเป็นเรื่องที่น่าสนใจร่วมกัน

ไม่ใช่ฉันชอบฟุตบอล ไก่ชน ปลากัด ก็จะคุยแต่เรื่องที่ตนสนใจ ต้องดูด้วยว่าคนอื่นเขาสนใจเรื่องเหล่านั้นด้วยไหม

ถ้าเขาชวนร้องคาราโอเกะแล้วไม่อยากร้อง จะบอกว่ายังไง

“ไม่เอาไม่ชอบร้อง” “วันนี้เจ็บคอ ขอเก็บไว้ก่อน”

หรือว่า “อยากฟังคุณร้องมากกว่า”

ตอบแบบไหนจะน่าชวนไปและน่าชื่นใจมากกว่ากัน

ฟังคนอื่นพูดก็ควรฟังให้จบ ไม่ใช่คอยแทรกตลอดเวลา และสิ่งที่สำคัญคือ ต้องฟังในสิ่งที่เขาไม่ได้พูดด้วย

เรื่อง: ศักดิชัย บำรุงพงศ์

รำพึงถึงเทวดา พายุ และสไบแม่โพสพ

อายุของฤดูกาลในรอบปีหนึ่ง ๆ มีสัดส่วนเพียงช่วงสั้น ๆ สามสี่เดือน

พรมแดนของแต่ละฤดูกาลไม่ได้มีการปักปันแบ่งแยกไว้เบ็ดเสร็จเด็ดขาด

หน้าร้อนอาจจะยาวนาน เพราะหน้าฝนมาสาย เพราะการมาสาย หน้าฝนก็ชดใช้ด้วยการยึดตัวเองเข้าไปในเวลาของหน้าน้ำ เบียดเวลาของกันและกันจนเอาความเที่ยงตรงไม่ได้

เกษตรกรรม ทำนา ทำสวน ทำไร่ คนต้องออกแรงช่วยตกแต่งเวลาให้

บางทีอาจเป็นเพราะในโลกนี้เรามีเทพเจ้ามากเกินไป เช่น ธาตุทั้งสี่ มีดิน น้ำ ลม ไฟ มีเทพที่มีเพศเป็นปุงลิงค์และอิตถีลิงค์เป็นเจ้าของ

อัคนีและวายุเป็นเทพแห่งไฟและลม ธรณีและคงคาเป็นแม่พระแห่งดินและน้ำ

แล้วยังมีวรุณหรือพิรุณ เป็นเทพแห่งฝนที่ครองน้ำที่อยู่บนฟ้าในรูปของเมฆฝน อำนาจในเขตอาณาของแต่ละเทพและแม่พระจึงเหลื่อมและเกยกัน

เมื่อม้าของเทพวรุณชื่อ วลาหก ทำพยศ ปล่อยฝนปนพายุหนักไต้ฝุ่น

แม่พระธรณี แม่พระคงคา และเทพอายุ น่าจะถูกละเมิดในเขตอาณาของอำนาจ

เทพแห่งสายฟ้ายังเข้ามาร่วมเล่นน้ำฝน และพายุอย่างสุดสนุกสนานอีกองค์

น้ำท่วมแผ่นดิน แรงลมทำให้อาคารบ้านเรือน เรือกสวนและไร่นาเสียหาย เป็นภัยพิบัติอย่างหนักหนามหาศาล

ในพิภพแห่งทวยเทพใหญ่น้อยทั้งหลาย จะทำไฉน? หรือจะวางท่าที "เฉยไว้" แล้วทุกอย่างจะดีขึ้นเอง?

ก็เทคโนโลยีแห่งการข่าวสารในพิภพของทวยเทพไทใหญ่น้อย ยังไม่ก้าวหน้าเท่ากับโลกมนุษย์นี่

ครับ บางปีหน้าฝนมาล่าไปหน่อยและทำอ้อยอิ่งที่จะจากไป การโปรยน้ำให้บางทีก็น้อยไป บางทีก็มากไป เอาแน่ไม่ค่อยได้ และมันก็แล้วแต่ที่ดินด้วย ที่ลุ่มและที่ดอนมีความต้องการผิดกัน จะเอาคนเป็นมาตรฐานก็ไม่ได้เหมือนกัน เหมือนคำพังเพยของไทยที่ว่า "มนุษย์ขี้เหม็น เคี่ยวเข็ญเทวดา ฝนตกก็แช่ง ฝนแล้งก็ด่า"

ผมสังเกตได้ว่า ต้นไม้ใหญ่ที่ขึ้นในท้องนา ซึ่งเป็นที่ราบกว้าง ต้นมักจะเตี้ย ความสูงจะน้อยกว่าไม้พันธุ์เดียวกันที่ขึ้นในป่า เพราะต้นไม้ในที่ราบโล่งต้องเผชิญกับลมแรงกว่า ไม้ใหญ่จึงจำกัดความสูงของมันให้พอเหมาะที่ทำให้อยู่รอดได้

กบ เขียด และอึ่งอ่าง เลิกจำศีลเมื่อหน้าฝนมาถึง มันจะส่งเสียงร้องอื้ออึงในเวลากลางคืนที่ฝนตกแถวละแวกบ้านผมชาวบ้านไม่กินกบ จึงไม่มีการออกส่องไฟจับกบในยามค่ำคืน การสืบและแพร่พันธุ์ของมันจึงไม่เสียหายจากมือคน แต่นกและงูคงมีเหยื่อกินหวานคอ

คติที่ว่า "ความสงบก่อนเกิดพายุ" เห็นได้ง่ายในท้องนา ถ้าอากาศจะอับ ลมนิ่งจนใบไม้ไม่กระดิก บรรยากาศสงัดเงียบ แน่ใจได้เลยว่า นั่นคืออาการบอกพายุใหญ่จะมาในไม่ช้า

พายุไม่ได้มาแต่ลำพัง แต่พาฝนและฟ้าคะนองมาด้วย พายุพัดแรง ฟ้าร้องก้องพร้อมสายฟ้าแลบ ฝนตกหนักและหนาเม็ด ท้องฟ้ามักจะมืดหนาทั่วฟ้า ถ้าเป็นเวลากลางวัน ความแรงของพายุ และความหนาหนักของฝนไม่เท่ากัน บริเวณที่เป็นจุดศูนย์กลางจะแรงและหนักเป็นวงกว้าง แต่ชายขอบจะเบากว่า

ผมเคยเห็นฝนอีกชนิดหนึ่ง ชาวบ้านเรียกว่าพายุงวงช้าง จากรูปร่างของมันที่มีลักษณะเหมือนงวงช้างที่ทอดยืนออกมาจากฐานกลุ่มเมฆหนาทึบข้างบน อากาศจะไม่มืดทั้งหมดทั่วฟ้า พื้นล่างติดพื้นดินดำมืดเป็นขอบสูง เหนือขึ้นไปมีความสว่างเป็นลำยาวตามขวาง มองเห็นพายุที่หมุนเป็นรูปเกลียวเป็นลำเหมือนงวงช้างยื่นลงมาจากเมฆข้างบนที่กระจายเป็นสีดำมืดทะมึน ถ้ามันยังอยู่ไกลหน่อย บริเวณที่คุณยืนอยู่อาจยังสว่างเห็นอะไรได้ถนัด แม้ลมก็นิ่งสงบ

คุณจะเห็นได้ด้วยตาจะจะของการเคลื่อนไหวของพายุที่หมุนเป็นเกลียวที่เคลื่อนใกล้เข้ามา เมฆทะมึนชั้นบนลอยต่ำ ฟ้าคะนองแปลบปลาบดังก้อง ทิศทางของมันอาจจะเบี่ยงเบนในที่ราบกว้างไปทางอื่นก็นับว่าโชคดีไป ผมก็เคยเห็นเช่นนั้นหลายครั้ง แต่มีครั้งหนึ่งมันวิ่งเข้ามาปะทะเกือบตรงตัว

ผมยืนอยู่หน้าบ้านเหมือนถูกมนตร์สะกด คงเป็นเพราะความตื่นเต้นระคนกับความตกใจกลัวจนทำอะไรไม่ถูก ผมเห็นงวงช้างหมุนติ้วเร็วและแรง กระแสอากาศไหลลงจากบนสู่ล่าง ขณะเดียวกันก็ดูดเอาลมและวัตถุต่าง ๆ บนดินหมุนเป็นลำพุ่งขึ้นไปในอากาศ ลำของงวงช้างฟาดปะทะเข้ากับป่าจากที่ขึ้นยาวบนตลิ่งคลองฝั่งตรงข้ามบ้านผมอย่างถนัดถนี่ ตัวผมเพียงแต่ถูกกระแสลมที่แตกจากการปะทะกับป่าจากเหวี่ยงจนตัวเซ แต่ไม่ถึงกับหกล้ม

พอได้สติ ผมมองดูบ้านหลังคามุงจากของผม เพียงเห็นแวบแรกรู้สึกว่ายังอยู่ครบทั้งหลังคาและข้างฝา รวมทั้งต้นแคที่ปลูกอยู่ข้างบ้านสามต้น

ผมเห็นลูกปลาหมอตัวย่อม ๆ ดิ้นกระแด่วอยู่บนดินหน้าบ้าน

ผมนึกว่ามันคงกระโดดขึ้นมาจากบ่อ เพราะเคยได้ยินว่าปลามันโจนขึ้นจากบ่อหรือคูน้ำไปหาน้ำใหม่เมื่อมันได้กลิ่นฝนตกใหม่ ๆ

การปักดำเป็นงานใหญ่ที่ต้องมีการลงแขก จำนวนแรงงานแล้วแต่เนื้อที่ของนา การปักดำมักจะให้เสร็จภายในวันเดียว คงจะเป็นเพราะต้องการให้ข้าวตกรวงสุกในเวลาเดียวกัน เพื่อสะดวกในการเก็บเกี่ยว ซึ่งเป็นงานที่มีการลงแขกอีกครั้งหนึ่ง

การลงแขกที่จริงก็คือการขอยืมแรงงานระหว่างชาวนาด้วยกัน ไม่มีค่าจ้างเป็นเงิน ตัวเจ้าของนาจะต้องใช้คืนด้วยแรงงานทำนองเดียวกัน เจ้าภาพมีหน้าที่ต้องเลี้ยงอาหารกลางวันแก่ผู้มาร่วมลงแขก

เมื่อปักดำเสร็จแล้ว วันรุ่งขึ้น เจ้าของนาต้องมาตรวจดูแต่เช้า เพื่อซ่อมต้นข้าวที่หลุดลอยจากการปักดำ ซึ่งมีอยู่บ้างแต่ไม่มากนัก ต่อจากนั้นก็เป็นงานดูแลต้นข้าวไปจนออกรวงจนถึงเวลาข้าวสุก ซึ่งตรงกับเวลาที่น้ำลดลงจนแผ่นดินเริ่มแห้ง

Mind & Spirit

ที่มา: cheewajitmedia

จัดสังฆทานด้วยตัวเอง
พระได้ใช้ คนได้บุญ

เมื่อพูดถึงสังฆทาน คนส่วนใหญ่จะนึกถึงถังสีเหลืองที่มีข้าวของหลายอย่างบรรจุไว้ภายใน แต่ "สังฆทาน" ที่แท้จริงมีความหมายกว้างกว่าแค่ถังสีเหลืองใบเดียว

สังฆะหมายถึงความเป็นสาธารณะ ทานคือการให้ สังฆทานจึงแปลว่า การให้เพื่อประโยชน์สาธารณะ การถวายสังฆทานแด่พระสงฆ์ไม่จำกัดว่าจะต้องให้เฉพาะรูปใดรูปหนึ่ง พระสงฆ์หนึ่งรูปถือเป็นตัวแทนจากคณะสงฆ์ สิ่งของที่ถวายจึงถือเป็นของกองกลาง ซึ่งพระสงฆ์ แม่ชี หรือผู้ปฏิบัติธรรมสามารถนำไปใช้ได้

ของที่สามารถนำไปถวายเป็นสังฆทานได้คือ ปัจจัยสี่ (ยกเว้นที่อยู่อาศัย) และเครื่องอุปโภคบริโภค ใครที่เคยซื้อสังฆทานสำเร็จรูป หารู้ไม่ว่าหลายครั้งของในถังไม่สามารถใช้การได้จริง จึงอยากชวนทุกคนมาจัดสังฆทานด้วยตัวเองในหมวด "เครื่องอุปโภค" รับรองว่าพระได้ใช้ประโยชน์จริงทุกอย่างแน่นอน

ลิงก์ปลอดภัย
Verified

ชม VDO Clip
แพรรี่ ไพรวัลย์
รีวิวสังฆทานเวียน
จากผู้เคยใช้จริง

1) อุปกรณ์ในห้องน้ำ

- **แปรงสีฟัน** เลือกชนิดขนแปรงอ่อน เพราะช่วยดูแลเหงือกและฟันได้ดี
- **ยาสีฟัน** ชนิดผงหรือหลอดก็ได้ แนะนำแบบสมุนไพรหรือมีส่วนผสมของเกลือ เพื่อระงับกลิ่นปาก ป้องกันโรคเหงือกอักเสบ ที่สำคัญต้องมีฟลูออไรด์เพื่อป้องกันฟันผุ
- **ยาสระผม** พระต้องใช้แชมพูสระหนังศีรษะเช่นเดียวกับฆราวาส อาจเลือกสูตรลดปัญหาเรื่องโรคผิวหนัง ที่สำคัญต้องเป็นชนิดไม่มีกลิ่นหอม แนะนำว่าเลือกใช้เป็นสูตรสมุนไพร เพื่อหลีกเลี่ยงที่มีส่วนผสมของน้ำหอม
- **สบู่** ต้องไม่มีกลิ่นหอมแรง และไม่ควรมีส่วนผสมของมอยส์เจอไรเซอร์
- **มีดโกน** แนะนำแบบสองคม เพราะใช้โกนผมได้ดี
- **ผ้าเช็ดตัว** สีสุภาพ อาจเลือกตามสีจีวรของท่านเพื่อความเหมาะสม
- **กระดาษชำระ** เลือกชนิดที่ไม่ยุ่ยง่าย และมีความยาวเหมาะสม

2) อุปกรณ์เครื่องเขียน

เนื่องจากพระสงฆ์ต้องเรียนปริยัติธรรมและจดกำหนดนัดหมายต่าง ๆ ดังนั้นสมุด ปากกา ดินสอ ยางลบ จึงเป็นสิ่งจำเป็น สมุดควรเลือกปกที่สีสันไม่ฉูดฉาด ส่วนปากกาสีแดงก็จำเป็นมาก แต่ไม่ค่อยมีใครนึกถึง จึงไม่ค่อยมีคนถวาย

3) ยารักษาโรค

ควรจัดเป็นยาสามัญประจำบ้าน ได้แก่ ยาแก้ปวดศีรษะ ปวดท้อง แก้ไอ แก้ไข้ แก้ปวดกล้ามเนื้อ ลดกรดในกระเพาะอาหาร ยาใส่แผล (อย่าลืมตรวจเช็กวันหมดอายุและฉลากผลิตภัณฑ์ยาก่อนถวาย) ในส่วนของยาที่เป็นโรคเฉพาะทาง เช่น โรคเบาหวาน โรคความดัน และโรคหัวใจ ไม่ควรจัดถวาย เพราะโรคเหล่านี้ต้องอยู่ภายใต้การดูแลของแพทย์ แนะนำให้หาหนังสือดูแลสุขภาพสำหรับผู้ป่วยโรคเหล่านี้ไปถวายแทน

4) ของจำเป็นอื่น

- **สื่อด้านธรรมะ** เช่น หนังสือ นิตยสาร หรือสื่ออิเล็กทรอนิกส์ต่าง ๆ นอกจากช่วยให้ความรู้แล้ว ยังช่วยให้พระรู้ทันข่าวสารบ้านเมือง เพื่อนำไปประกอบการเทศนาได้อีกด้วย
- **ไฟฉาย** หากเป็นพระป่า ควรถวายไฟฉายพร้อมถ่าน ควรเลือกแบบหลอด LED เพราะกินถ่านน้อย ทนทาน และให้ความสว่างมาก
- **กาน้ำชา** พระสงฆ์สามารถพกติดตัวขณะแสดงธรรม หรือปฏิบัติศาสนกิจได้

การถวายสังฆทานหากจะให้ตรงกับสมณบริโภค ผู้ถวายสามารถสอบถามจากพระสงฆ์ได้เลยว่าขาดเหลือสิ่งใด เพื่อจะได้นำของมาถวายท่านได้ตรงตามความต้องการ และเกิดประโยชน์สูงสุด

ผู้ถวายสังฆทาน จะได้ทาน 3 ประการ ได้แก่

วัตถุทาน
ช่วยลดความตระหนี่ของผู้ถวาย ฝึกเป็นผู้ให้โดยไม่หวังผลตอบแทน

อภัยทาน
ช่วยลดความโกรธ ฝึกรู้จักการให้อภัย ด้วยการแผ่เมตตาหลังการทำบุญ

ธรรมทาน
การถวายหนังสือ เมื่อท่านนำไปอ่านแล้วเกิดความรู้ ถือเป็นทานที่เกิดจากการให้ธรรมะ

Charity News

เรื่องและภาพ: ทีมงาน SCG Debenture Club

โครงการ
“หุ้นกู้เอสซีจี ใจดีช่วยโรงเรียนของหนู” พ.ศ. 2567 จังหวัดตาก

เมื่อวันที่ 28 - 29 พฤศจิกายน พ.ศ. 2567 ที่ผ่านมา นางสาวรวิพร วงศ์พุทธพิทักษ์ Corporate Finance Excellence Director เอสซีจี เป็นตัวแทนเอสซีจี ดีเบนเจอร์ คลับ ส่งมอบเงินบริจาคโครงการ “หุ้นกู้เอสซีจี ใจดีช่วยโรงเรียนของหนู พ.ศ. 2567 จังหวัดตาก” ให้แก่ 3 โรงเรียนที่ได้รับการคัดเลือกเข้าร่วมโครงการฯ คือ

1. โรงเรียนบ้านอู่หู่ ตำบลแม่ต้าน อำเภอท่าสองยาง จังหวัดตาก
2. โรงเรียนบ้านขุนห้วยนกแล ตำบลพระธาตุ อำเภอแม่ระมาด จังหวัดตาก
3. โรงเรียนบ้านทีกะเป่อ ตำบลช่องแคบ อำเภอพบพระ จังหวัดตาก

โดยมีนายพัฒนา หมื่นศรีภูมิ รองผู้อำนวยการสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาตาก เขต 2 เป็นประธาน พร้อมด้วยนายพงศกรณ์ ทองคำ ผู้อำนวยการกลุ่มนโยบายและแผน สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาตาก เขต 2 และคณะกรรมการสถานศึกษา ครู และนักเรียนเข้าร่วมงาน

โครงการฯ ได้รับเงินบริจาคจากท่านผู้ถือหุ้นกู้เป็นเงินทั้งสิ้น **3,195,630.96 บาท** โดยโรงเรียนในโครงการฯ ได้รับจัดสรรเงินบริจาคโรงเรียนละ **1,065,210.32 บาท** นอกจากนี้ เอสซีจี ดีเบนเจอร์ คลับ ยังร่วมมอบชุดกระเป๋าเป้นักเรียนซึ่งบรรจุอุปกรณ์เครื่องเขียน เครื่องใช้ประจำตัว พร้อมขนมให้แก่นักเรียน จำนวน 567 คน มูลค่ารวมประมาณ **366,187.00 บาท**

ผู้บริจาคเงินสามารถตรวจสอบข้อมูลการบริจาคเพื่อใช้สิทธิ์ลดหย่อนทางภาษีได้จากเว็บไซต์ของกรมสรรพากร www.rd.go.th ที่เมนู e-Donation ตรวจสอบเงินบริจาค ได้ตั้งแต่วันที่ 2 ธันวาคม พ.ศ. 2567 และเอสซีจีได้จัดส่งเอกสารการบริจาคแบบกระดาษที่จัดพิมพ์จาก

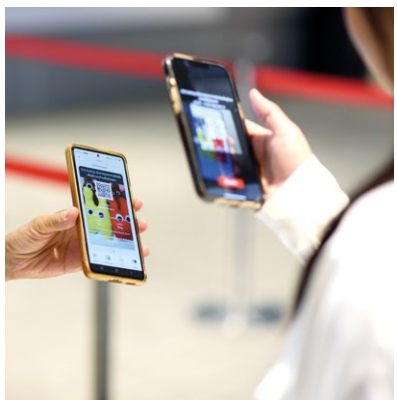
ระบบ e-Donation ของทั้ง 3 โรงเรียนในจำนวนเงินบริจาคที่เท่ากัน (รวม 3 ฉบับ) ให้แก่ผู้บริจาคเงินที่แจ้งความจำนงโดยส่งออกทางไปรษณีย์แบบลงทะเบียน เมื่อวันที่ 16 ธันวาคม พ.ศ. 2567

เอสซีจี ดีเบนเจอร์ คลับ ขอขอบพระคุณท่านผู้ถือหุ้นกู้เอสซีจี ที่ได้ให้การสนับสนุนโครงการนี้เป็นอย่างดียิ่งเสมอมา อันถือเป็นส่วนหนึ่งในการช่วยสนับสนุนและพัฒนาการศึกษาของประเทศไทยให้ดียิ่งขึ้น และหวังเป็นอย่างยิ่งว่าจะได้รับการสนับสนุนจากท่านในโอกาสต่อไป

เพราะการให้ คือ ความสุขมิรู้จบ

SCG Smiling: **“ตุ๊กตาคุณกระต่ายบีบมือ” เพื่อผู้ป่วยกล้ามเนื้ออ่อนแรง**

วันเสาร์ที่ 5 ตุลาคม พ.ศ. 2567



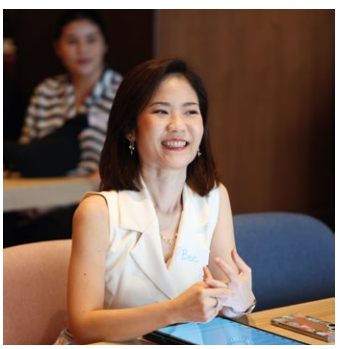
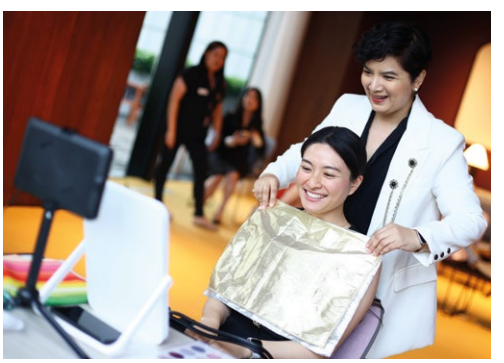
กิจกรรมเวิร์กช็อป **“สร้างสรรค์ศิลปะบนผ้าใบแคนวาส”**

วันเสารที่ 9 พฤศจิกายน พ.ศ. 2567

YG Club: Charisma for Success

โดย ครูกิ๊ฟ - คริมา จิวะชาติ สถาบัน Thailand Image Mastery Academy

วันเสาร์ที่ 5 ตุลาคม พ.ศ. 2567

YG Club: Tech Innovation with Huawei Hong Kong - Shenzhen, China

วันอาทิตย์ที่ 17 - วันอังคารที่ 19 พฤศจิกายน พ.ศ. 2567

เยอรมนี The Autumnal Colors of Bavaria

วันศุกร์ที่ 18 - วันเสาร์ที่ 26 ตุลาคม พ.ศ. 2567

ELVIS'

SEILBAHN ZUGSPITZE 998 - 2962m

แอ่วลำพูนม่วนใจ๋ ชมเทศกาลโคมไฟแสนดวง

กลุ่มที่ 1: วันพฤหัสบดีที่ 31 ตุลาคม - วันเสาร์ที่ 2 พฤศจิกายน พ.ศ. 2567
กลุ่มที่ 2: วันอาทิตย์ที่ 3 - วันอังคารที่ 5 พฤศจิกายน พ.ศ. 2567

ขุนตาน
KHUN TAN
กม.683+140.00
แม่ตานน้อย
MAE TAN NOI
กม.671+808.65
ระยะทาง 11.331 กม.
ท่าขมิ้น
THA CHOMPHU
กม.691+866.00
ระยะทาง 8.726 กม.

KHUNTAN TUNNEL

โบราณคดี
ในเขตพิพิธภัณฑสถาน
Archaeological excavations conducted
in the area of the National Museum

ถึงแล้ว.. บ้านดอนหลวง

SCG

อินเดียใต้ แห่งรัฐทมิฬนาฑู ถิ่นอารยธรรมโบราณ

วันพุธที่ 20 - วันพุธที่ 27 พฤศจิกายน พ.ศ. 2567

โครงการ **“หุ้นกู้เอสซีจี ใจดีช่วยโรงเรียนของหนู”** **พ.ศ. 2567 จังหวัดตาก**

วันพฤหัสบดีที่ 28 - วันศุกร์ที่ 29 พฤศจิกายน พ.ศ. 2567

Delight Quiz

*ภาพเพื่อการประชาสัมพันธ์เท่านั้น

ผู้โชคดี 35 ท่าน จะได้รับ "เสื้อยืดมหาเศรษฐี" ขนาดฟรีไซส์ จาก SCG DEBENTURE CLUB ท่านละ 1 รางวัล

ซึ่งจะจัดส่งตรงถึงท่านโดยไปรษณีย์ไทยแบบลงทะเบียน
ตามที่อยู่ในระบบฐานข้อมูลเอสซีจี ดีเบนเจอร์ คลับ ที่แจ้งไว้

- กรุณาส่งคำตอบของท่าน **ภายในวันที่ 15 มกราคม พ.ศ. 2568**
  ระบุชื่อ ที่อยู่ หมายเลขสมาชิก 11 หลัก และหมายเลขโทรศัพท์มือถือของท่านที่ติดต่อสะดวก
  โดยสแกน QR Code เพื่อตอบคำถาม หรือส่งคำตอบมาที่อีเมล: debentureclub@scg.com
- ประกาศรายชื่อผู้โชคดีในนิตยสาร delight ฉบับเดือนเมษายน - มิถุนายน 2568
- ขอสงวนสิทธิ์การตอบคำถามเฉพาะสมาชิกเอสซีจี ดีเบนเจอร์ คลับ ที่ตอบเข้ามาตามช่องทาง
  ภายในระยะเวลาที่กำหนดเท่านั้น
- การคัดเลือกของเอสซีจีถือเป็นที่สิ้นสุด และของที่ระลึกไม่สามารถเปลี่ยนแปลงได้ทุกกรณี

สแกน QR Code เพื่อร่วมตอบคำถาม

รายชื่อผู้โชคดีจากฉบับเดือนตุลาคม - ธันวาคม 2567 จำนวน 30 ท่านที่ได้รับ "หมวกไวเซอร์ SCG สีขาว"

จาก SCG DEBENTURE CLUB ท่านละ 1 รางวัล

การคัดเลือกของเอสซีจีถือเป็นที่สิ้นสุดและของที่ระลึกไม่สามารถเปลี่ยนแปลงได้

1. คุณกมล ศรีวิริยกุล
2. คุณกิตติชัย ยงวณิชย์
3. คุณคนึงนิจ โชติวาณี
4. คุณจิติมา จิตรวรนันท์
5. คุณดวงรัตน์ เจียรดิษฐ์อาภรณ์
6. คุณดุสิต วีระไวทยะ
7. คุณทศม จารุกำจร
8. คุณไทร จรรยานิชย์
9. คุณนภสร เศรษฐอนุกูล
10. คุณนภาพร เวชเนียน
11. คุณยงยุทธ เงินวิวัฒน์กุล
12. คุณยุพิน ตรังคธรรมกุล
13. คุณวนิดา วัสสระ
14. คุณวันชาติ รักษ์ถาวรนันท์
15. คุณศิริลักษณ์ ประวีณวรกุล
16. คุณศุภชัย เตชะวันชัย
17. คุณษมาพร จารุกำจร
18. คุณสมนึก เหรียญตระกูล
19. คุณสาคร วงศ์วทัญญู
20. คุณสิริรัตน์ ตรงต่อศักดิ์
21. คุณสุดา เสริมศรี
22. คุณสุรัตน์ ศิริจงกลทอง
23. คุณสุวรรณ ชัยชนะโยธินวัชร
24. คุณสุวรรณี จริยะพร
25. คุณสุวรรณี แซ่ลี่
26. คุณสุวิมล ศุภองค์ประภา
27. คุณแสงระวี จูวราหะวงศ์
28. คุณโสภาพรรณ ชคทิศ
29. คุณไสว คุเณนทราศัย
30. คุณอ้อยใจ ลิ้มปัญญาเลิศ

เฉลยคำถาม DELIGHT QUIZ ฉบับเดือนตุลาคม - ธันวาคม 2567

1. ข. พิมเสน การบูร เมนทอล อาจส่งผลต่อระบบประสาท
2. ค. DRS (Digital Reliability Service Solutions)
   ดิจิทัลแพลตฟอร์มดูแลเครื่องจักรในโรงงานอุตสาหกรรม
3. ข. ทำได้ ด้วยแนวทาง Body Recomposition ซึ่งในระยะยาว
   น้ำหนักกล้ามเนื้อจะเพิ่มขึ้นแทนที่น้ำหนักไขมัน
4. ง. ข้อ ก. และ ข. ถูกต้อง
5. ง. ไม่มีข้อใดถูกต้อง
6. ข. เป็นการวางธาตุน้ำเพื่อเพิ่มพลังงานแห่งชีวิต ดึงดูด
   โชคลาภให้แก่ผู้อยู่อาศัย
7. ก. บรรจุภัณฑ์พลาสติก กระดาษถ่ายเอกสาร บรรจุภัณฑ์
   อาหาร
8. ค. สิทธิที่จะได้รับการปกป้องคุ้มครอง / สิทธิในการมีส่วนร่วม
   / สิทธิที่จะมีชีวิตรอด / สิทธิที่จะได้รับการพัฒนา
9. ง. ศูนย์กลางด้านอาหารระดับสากล ที่รวมไลฟ์สไตล์และ
   ความบันเทิงไว้ในที่แห่งเดียว
10. ก. กระเบื้องดินเผา เหมาะสมกับสไตล์บ้านไทยโบราณ หรือ
    บ้านไทยพื้นถิ่นเท่านั้น

คำถาม DELIGHT QUIZ ฉบับเดือนมกราคม - มีนาคม 2568 โปรดเลือกคำตอบที่ถูกต้อง

1) คำว่า Fax ในภาษาสแลงของเด็ก Gen Alpha มีความหมายว่าอย่างไร

ก. เป็นการเปรียบเปรยการส่งข้อความที่เชื่องช้ากว่าการส่งข้อความทางโทรศัพท์
ข. มีความหมายตรงตัว แต่อาจเป็นเครื่องใช้ที่โบราณสำหรับเด็กยุคใหม่
ค. สแลงมาจากคำว่า Tax ใช้ในกรณีแย่งกินขนมของเพื่อน
ง. ไม่มีข้อใดถูกต้อง

2) ผู้ที่อยากลดน้ำหนักไม่ควรทานคีโตนานเกินไป แต่ควรหันมาทานแบบใดที่จะให้ผลลัพธ์และสุขภาพที่ดีกว่า

ก. กรีกโยเกิร์ต ไข่ต้ม ไก่ต้ม
ข. ไข่ต้ม ไก่ต้ม น้ำมันปลา
ค. อาหารพืชเป็นหลัก (Plant-Based Diet)
ง. อาหารแบบสมดุล (Balanced Food)

3) ข้อใดให้คำจำกัดความของ “การบูลลี่” ไม่ถูกต้อง

ก. บูลลี่ทางร่างกาย (Physical Bullying) ใช้กำลังทำร้ายทุบตี แสดงกิริยาหยาบคาย
ข. บูลลี่ด้วยคำพูด (Verbal Bullying) ใช้คำพูดที่ฟังแล้วก่อให้เกิดความเสียหาย เสียใจ เช่น ก่นด่า ล้อเลียน
ค. บูลลี่ทางสังคม (Social Bullying) ใช้สื่อโซเชียลกลั่นแกล้ง เช่น คอมเมนต์ ส่งภาพ คลิปวิดีโอประจานให้อับอาย
ง. ไม่มีข้อใดผิด

4) ถ้าต้องการสร้างวิดีโอที่เสมือนเราเป็นผู้พูดเองโดยที่ไม่มีทักษะการตัดต่อวิดีโอมาก่อน ควรใช้ GenAI ประเภทใด

ก. Voice Assistants
ข. Video Generation
ค. Design Generation
ง. ต้องใช้ทุกข้อรวมกัน

5) หากอยากทำห้องให้มีความอเนกประสงค์และยืดหยุ่นเรื่องพื้นที่ได้ ควรเลือกใช้ประตูแบบใด

ก. ประตูบานเลื่อน เพราะสามารถเลือกรูปแบบได้ทั้งบานเลื่อนเดี่ยว บานเลื่อนสลับ บานเลื่อนคู่
ข. ประตูบานเฟี้ยม เพราะสามารถพับทบกัน เปิดออกด้านข้างทั้งสองฝั่งได้ค่อนข้างกว้าง
ค. ประตูบานหมุน เพราะมีดีไซน์ร่วมสมัย และเป็นบานกระจก ทำให้แสงทะลุถึงกันได้
ง. ประตูบานเปิด เพราะเป็นที่นิยมมากที่สุด ถ้าใช้บานพับชนิดที่ใช้กับวงกบคู่ไม่มีบังใบจะเปิดได้กว้างมากขึ้น

6) อะไรคือกลยุทธ์ทางการตลาดที่ทำให้ LEGO รอดพ้นวิกฤติทางธุรกิจมาได้

ก. การย้ายฐานการผลิตไปยังประเทศที่มีค่าแรงถูกกว่า
ข. การตัดสินใจขายธุรกิจที่ทำกำไรได้น้อยออกไป (LEGOLAND)
ค. การจับกลุ่มแฟนคลับที่เป็นตลาดกลุ่มผู้ใหญ่ (AFOLs)
ง. ถูกทุกข้อ

7) ข้อใดคือแนวทางทำธุรกิจตามเทรนด์รักษ์โลกของธุรกิจเคมิคอลส์

ก. บริหารต้นทุนวัตถุดิบด้วยการใช้ก๊าซธรรมชาติอีเทนแทนการใช้แนฟทาและโพรเพน
ข. ทำการ Joint Venture กับพันธมิตรที่แข็งแกร่งทั่วทุกภูมิภาค
ค. พัฒนาสินค้า Green HVA (Green High Value Added Product) เพื่อตอบโจทย์ลูกค้าและสิ่งแวดล้อม
ง. ขับเคลื่อนธุรกิจ Green Polymer ด้วยการรีไซเคิลเชิงกล (Mechanical Recycling) และการรีไซเคิลเชิงเคมี (Chemical Recycling)

8) แนวทางการดูแลตนเอง เพื่อลดไขมันแบบปรับพฤติกรรมคือข้อใด

ก. Behavioral Intervention
ข. Biopsychosocial Approach
ค. Biology, Physiology, Social
ง. ถูกต้องทั้งหมด

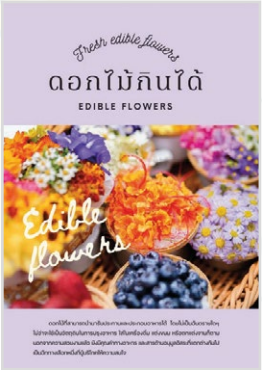
9) กิจกรรมใดที่ห้ามพลาด เมื่อได้ไปท่องเที่ยวที่เคนยา

ก. เดินทางต่อไปยังยูกันดาและรวันดา เนื่องจากได้วีซ่าที่เข้าได้ถึง 3 ประเทศ แบบกี่ครั้งก็ได้
ข. การทำเกมไดรฟ์ ไปดู Big 5 ได้แก่ สิงโต เสือดาว ช้าง ยีราฟ ควายป่า
ค. สัมผัสวิถีชีวิตและทำกิจกรรมกับชาวเผ่ามาไซ
ง. ชมกอริลลาภูเขา เพื่อให้ทริปแอฟริกาสมบูรณ์แบบยิ่งขึ้น

10) ข้อใดถูกต้องเมื่อกล่าวถึงสังฆทาน

ก. เป็นการถวายสิ่งของจำเป็นแก่พระสงฆ์ ถือเป็นการให้เพื่อประโยชน์สาธารณะ
ข. ที่อยู่อาศัย แม้เป็นหนึ่งในปัจจัยสี่ แต่ไม่สามารถถวายเป็นสังฆทานได้
ค. ผู้ถวายสังฆทานจะได้ทาน 3 ประการ คือ วัตถุทาน อภัยทาน ธรรมทาน
ง. ทั้งหมดกล่าวถูกต้อง

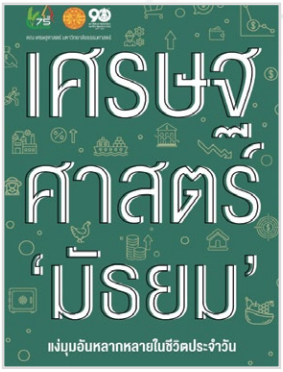
Lifelong Learning



ลิงก์ปลอดภัย
Verified

ดอกไม้กินได้
[สถาบันวิจัยวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งประเทศไทย]

ดอกไม้กินได้กลายเป็นทางเลือกบริโภคนอกจากผักและผลไม้ โดยแต่ละชนิดมีคุณค่าอาหารและสารต้านอนุมูลอิสระที่แตกต่างกัน หนังสือเล่มนี้จะให้ความรู้ตั้งแต่วิธีการปลูก อุปกรณ์ที่ต้องใช้ การขยายพันธุ์ และสรรพคุณ อ่านแล้วทดลองปลูกด้วยตนเองได้เลย



ลิงก์ปลอดภัย
Verified

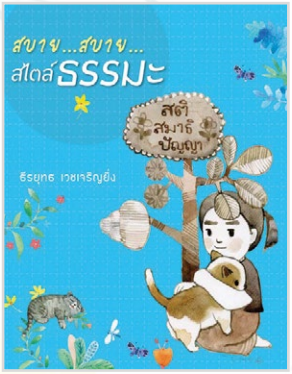
เศรษฐศาสตร์มัธยม
[คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์]

เศรษฐศาสตร์อยู่ในชีวิตเราทุกคน เพราะเป็นหลักคิดที่ช่วยให้ตัดสินใจเรื่องต่าง ๆ ได้ดีขึ้น ทั้งการใช้เงิน การใช้เวลา การเลือกอาชีพ การเลือกลงทุน ไปจนถึงเข้าใจสถานการณ์เศรษฐกิจ หนังสือเล่มนี้จะช่วยปูพื้นฐานเศรษฐศาสตร์จากแง่มุมที่หลากหลายในชีวิตประจำวันอย่างชวนติดตาม และอ่านเข้าใจง่าย

ลิงก์ปลอดภัย
Verified

คู่มือการจัดการมรดกสำหรับประชาชน
[สำนักงานอัยการสูงสุด โดยสำนักงานคุ้มครองสิทธิและช่วยเหลือทางกฎหมายแก่ประชาชน]

กฎหมายเรื่องมรดกช่วยคุ้มครองสิทธิประชาชนแล้ว ยังช่วยให้เกิดความเป็นธรรมในครอบครัว ชุมชน สังคม เพื่อให้อยู่ร่วมกันอย่างสันติสุข เนื้อหาถูกเรียบเรียงให้อ่านเข้าใจง่าย เพื่อให้ผู้อ่านมีความรู้เกี่ยวกับการทำพินัยกรรมและการจัดการมรดกดียิ่งขึ้น



ลิงก์ปลอดภัย
Verified

สบาย...สบาย... สไตล์ธรรมะ
[ธีรยุทธ เวชเจริญยิ่ง]

ธรรมะล้วนเป็นธรรมที่นำไปสู่ความดับทุกข์ ผู้ที่ปฏิบัติตามหลักคำสั่งสอนของพระพุทธองค์จะได้รับทั้งความดี ความสุข ความสงบ และความพ้นทุกข์ หนังสือเล่มนี้เป็นแนวทางการฝึกปฏิบัติธรรมเบื้องต้นที่ผู้อ่านจะได้แนวทางที่นำไปใช้ฝึกในชีวิตประจำวันได้

SMART DESIGN
FOR YOUR
SMART LIVING

WINDSOR

ระบบประตูหน้าต่างไวนิล
วินด์เซอร์

WINDSOR ADVANCE VINYL

นวัตกรรมใหม่เพื่อการอยู่อาศัยอย่างชาญฉลาด
ด้วยวัสดุไวนิลสูตรพิเศษ
เหมาะกับสภาพภูมิอากาศของประเทศไทย

ลดสูงสุด 25%

สำหรับสมาชิก
SCG Debenture Club

มูลค่าซื้อประตูหน้าต่าง WINDSOR (สั่งตัด) (หน่วยบาท) (ส่วนลดก่อนภาษีมูลค่าเพิ่ม)	ส่วนลดพิเศษ (%)
50,000 – 300,000	15%
300,001 ขึ้นไป	25%

ULTIMATE PROTECTION

เงียบกว่า
เย็นกว่า
มั่นใจกว่า
ปลอดฝุ่นกว่า

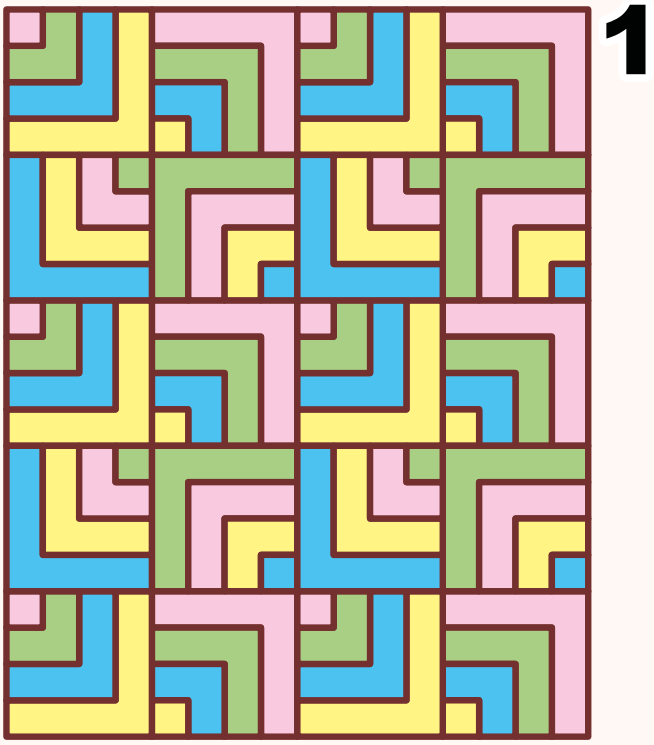
ตั้งแต่ 1 มกราคม 2568 – 31 ธันวาคม 2568

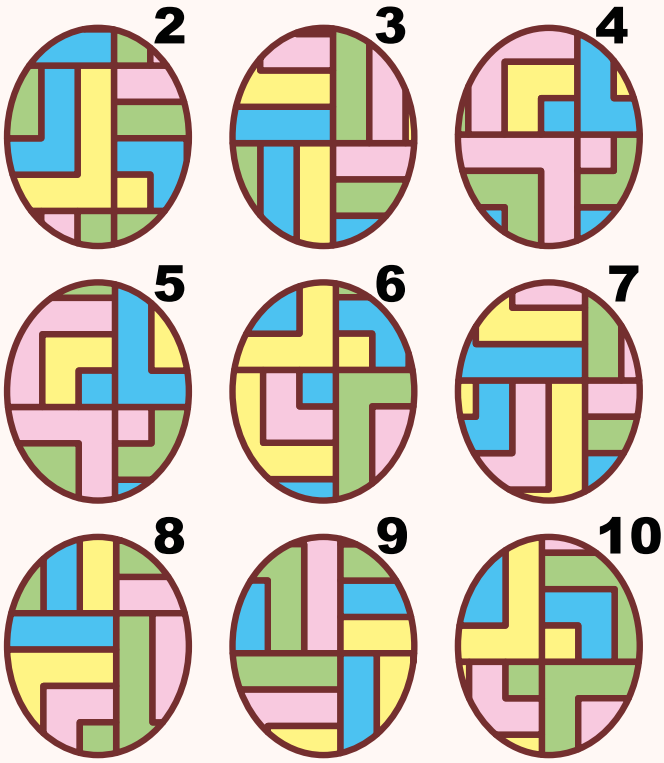
หมายเหตุ:

1. ส่วนลดดังกล่าวสำหรับค่าสินค้าประตู-หน้าต่างไวนิลวินด์เซอร์ รุ่น SIGNATURE/SMART/RIGHT ทุกสีเท่านั้น โดยส่วนลดดังกล่าวไม่รวมอุปกรณ์เสริมอื่นๆ เช่น มุ้งจีบ/มุ้งม้วน/มุ้งไวนิล เป็นต้น
2. มูลค่าดังกล่าวไม่รวมภาษีมูลค่าเพิ่ม ค่าขนส่งและค่าบริการติดตั้ง
3. ไม่สามารถใช้ร่วมกับโปรโมชั่นอื่นได้
4. ส่วนลดดังกล่าวไม่รวมค่าบริการติดตั้ง

Call center 02-555-0333 Facebook : windsorpage Line@ : windsorofficial

Brain Challenge

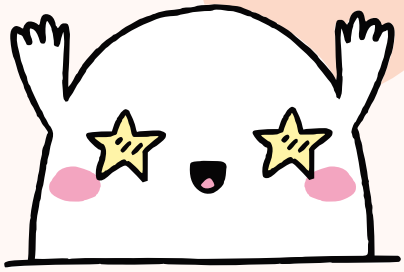


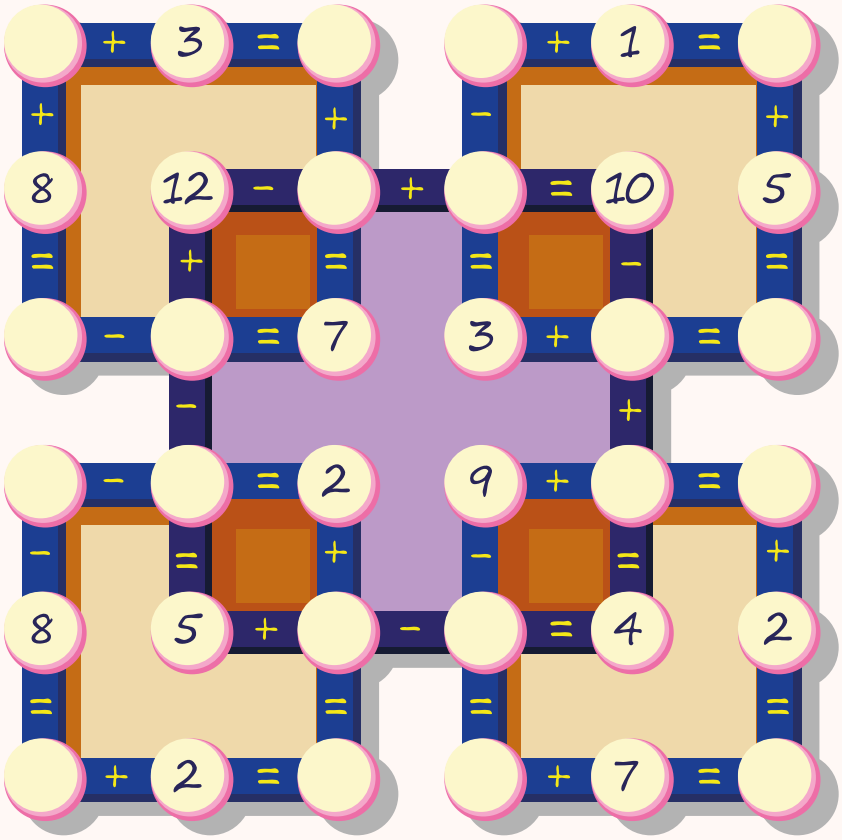


PUZZLE TIME

WHAT ARE NOT THE FRAGMENTS OF THE PICTURE 1?

มาประลองสายตากันว่า
ภาพหมายเลข 2 - 10 ภาพใดบ้าง
ที่ไม่อยู่ในภาพใหญ่หมายเลข 1



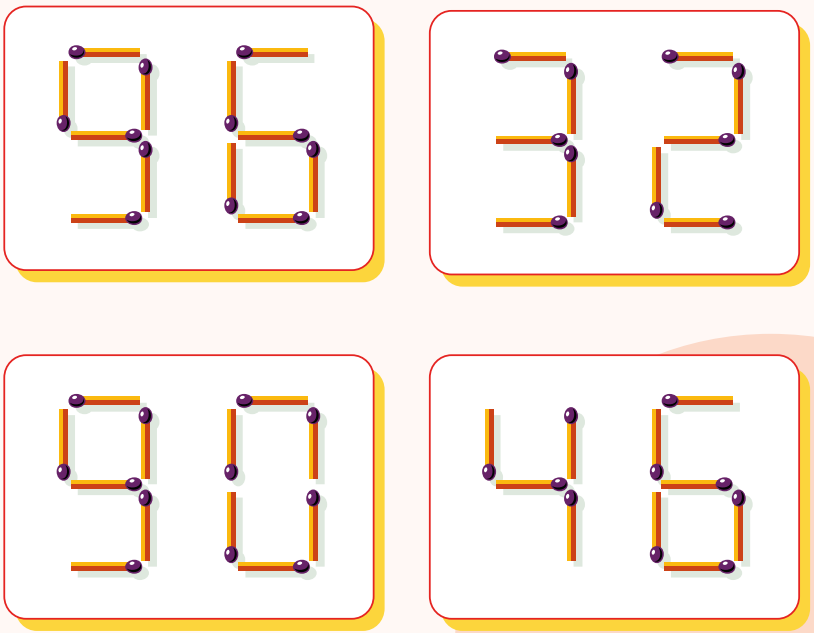


FIND THE NUMBERS IN EMPTY BALLS

จงหาคำตอบ “ตัวเลขปริศนา” เพื่อเติมสมการคณิตศาสตร์ในช่องว่างให้ถูกต้อง

WHO CAN DO MORE?

ตัวเลขในแต่ละช่อง คุณสามารถย้ายก้านไม้ขีดได้เพียง 2 ก้านเท่านั้น เพื่อนำไปสร้างเป็นตัวเลขชุดใหม่ที่มีจำนวนมากกว่าเดิม มาลองดูว่า คุณจะทำได้มากขึ้นเท่าใด?

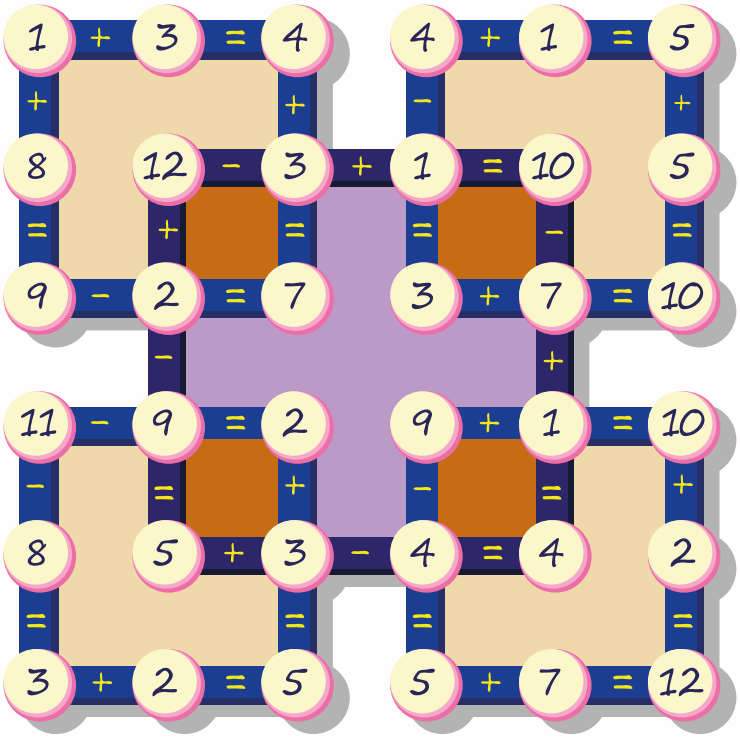


เฉลย
BRAIN CHALLENGE

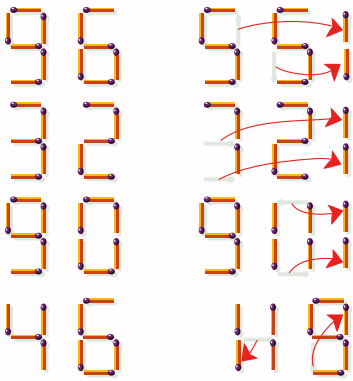
GAME 01

6, 7, 8

GAME 02



GAME 03



551

721

9111

119