

วารสารเชิงความรู้เพื่อพัฒนาอุตสาหกรรมการพิมพ์และบรรจุภัณฑ์

NEVIA NEWS

by Gold East Paper & CAS Paper



💧 Friendly Rain 💧



ISSUE
25

Vol. 7 Issue. 25 July - September 2016
ปีที่ 7 ฉบับที่ 25 กรกฎาคม - กันยายน 2559



CAS PAPER Newsletter
www.cas-group.com



Editor Talk

NEVIA News ฉบับขึ้นปีที่ 7 นี้ ขอต้อนรับทุกท่านด้วยสายฝนโปรยปราย คลายร้อน ชุ่มฉ่ำ สดชื่น ต้นไม้ผลิใบเขียวขจี และบทความที่เกี่ยวข้องกับการดูแลรักษาสิ่งแวดล้อม นำมาเสนออย่างหลากหลาย ทั้งการเข้าร่วมงาน Eco-Products International Fair 2016 งานแสดงสินค้า บริการ และนวัตกรรมที่เกี่ยวข้องกับการรักษาสิ่งแวดล้อม อีกทั้งความรู้เกี่ยวกับ Carbon Footprint ของสิ่งพิมพ์ และนวัตกรรมของจักรยานไฟฟ้า Lopifit หวังว่าทุกท่านจะได้รับความรู้และความเพลิดเพลินไปกับเนื้อหาสาระของNEVIA News เช่นเคย

The first issue of the 7th year of NEVIA News welcome you with refreshed rain which cool down the extremely hot weather and bring lively new green leaves all over the country. This issue bring you to the joy of many eco-friendly articles. Such as Eco-Products International Fair 2016 - showcase eco-friendly products and services, technologies, and innovative solutions, Carbon Footprint for printing matters and “Lopifit” - the electric walking bike. Hope you will enjoy all stuff in this issue as usual.

“NEVIA NEWS” เป็นวารสารเพื่อการประชาสัมพันธ์ของ บริษัท ซี.เอ.เอส. เปเปอร์ จำกัด ราย 3 เดือน แจกฟรีสำหรับลูกค้า

“NEVIA NEWS” is a newsletter of C.A.S. PAPER CO., LTD. published once every three months to customers, free of charge distributing to the company’s customers.

เจ้าของ : บริษัท ซี.เอ.เอส. เปเปอร์ จำกัด
เลขที่ 1 ถนนเจริญราษฎร์
แขวงทุ่งวัดดอน เขตสาทร
กรุงเทพมหานคร 10120

Owner : C.A.S. PAPER CO., LTD.
1 Charoenrat Road,
Thungwatdon, Sathon,
Bangkok 10120
Tel. 0 2210 8888
Fax. 0 2210 8809

บรรณาธิการบริหาร : คุณสุพล ดารารัตน์โรจน์
คุณโอมบงอร ดารารัตน์โรจน์

Consultant : Surapol Dararattanaroj
Chombungorn Dararattanaroj

กองบรรณาธิการ : คุณอารีรัตน์ สำราญสินธุ์
คุณสุอาภา ดารารัตน์โรจน์

Editorial Team : Lin Xiao Hao, Jay Lee,
Forest Bai

บรรณาธิการพิเศษ : รศ.ดร.อริญ หานุกสิบสาย

ออกแบบ : บริษัท บุฟเฟต์ เฟมัส จำกัด

Design : Buffet Famous Co., Ltd.
www.buffetfamous.com

พิมพ์ที่ : บริษัท ฮีฟ อัพ (ประเทศไทย) จำกัด

Published : HEAP UP (THAILAND) CO., LTD.

ผลิตโดย : โรงงานโกลด์อีสท์เปเปอร์ประเทศจีน
ร่วมกับบริษัทซี.เอ.เอส.เปเปอร์จำกัด

Production : GOLD EAST PAPER Mill (China)
with C.A.S. PAPER CO., LTD.
www.goldeastpaper.com
www.goldhs.com.cn
www.caspaper.com



วารสารเชิงความรู้เพื่อพัฒนาอุตสาหกรรมกระดาษและบรรจุภัณฑ์

NEVIA NEWS

by Gold East paper & CAS paper

วารสารฉบับนี้ ปกพิมพ์ด้วยกระดาษ NEVIA Plus-ด้าน 250 แกรม
เนื้อในพิมพ์ด้วยกระดาษ NEVIA Sparkling-ด้าน 128 แกรม จากโรงงาน
โกลด์อีสท์ เปเปอร์ (GEP)

This newsletter has its cover printed on NEVIA Plus-Matt
250 gsm and inside pages printed on NEVIA Sparkling-Matt
128 gsm from GEP.

FORECAST

แนวโน้มอันดับเครดิตไทย ครึ่งหลังปี 2559 04

THINK TANK

GREAT EXPECTATION : THE NEXT GENERATION OF
FAMILY BUSINESS LEADERS 06

MARKETING UPDATES

กลยุทธ์การตลาด ปี 2559 เคล็ดลับ 360 องศา 08

PAPER EXHIBITION

TOKYO PACK 2016
งานแสดงสินค้าและเทคโนโลยีบรรจุภัณฑ์ที่ใหญ่ที่สุดในเอเชีย 11

CAS ACTIVITIES

แถลงข่าวการประชุม งานพิมพ์แห่งชาติ ครั้งที่ 11
งานเลี้ยงสังสรรค์วันการพิมพ์ไทย 2559 12 13

PAPER TECHNIQUES

คาร์บอนฟุตพริ้นท์ของสิ่งพิมพ์ 14

CAS @ IMPRESSION

นวัตกรรมกล่องพิเศษพับได้ (Premium Box) โดย คุณอดุลย์ เปี่ยมมนัส 16

GEP @ ACTIVITIES

EPIF 2016 (Eco-Products International Fair 2016) 18
โกลด์อีสท์ เอเชีย ประมุขกระดาษสำหรับหนังสือชุดสุนทรพจน์
ประธานาธิบดี สีจิ้นผิง (2016) 19

HOT PRODUCT

NEVIA ได้รับเกียรติให้เป็น สุดยอดแบรนด์แห่งวงการกระดาษ 20

HOT SPECIALS

กระดาษแข็งสำหรับทำไฟเบอร์บอร์ดของ APPGE ได้รับประกาศนียบัตร
สินค้าเทคโนโลยีขั้นสูง 21

LIFE INNOVATION

จักรยาน...ที่ไม่ต้องปั่น LOPIFIT 22

HOBBY CLUB

blisby ศูนย์รวมคนรักงานศิลปะ 24

CREATIVE IDEA

THE ROYAL ไอศกรีม ผลไม้ไทยในบรรจุภัณฑ์สร้างสรรค์
จุดขายเด่น รุกตลาดต่างประเทศ 25

R&I คงอันดับเครดิตไทยที่ BBB+ แนวโน้มยังเป็นลบจากปัจจัยการเมือง- เศรษฐกิจคาดขยายตัวปานกลาง

อาร์แอนด์ไอ ประเมินแนวโน้มเครดิตของไทยยังคงเป็นลบ เนื่องจากปัจจัยสถานการณ์ทางการเมือง การลงประชามติร่างรัฐธรรมนูญ และการเลือกตั้งปลายปี 60 ว่าจะสามารถดำเนินการได้หรือไม่ ทั้งนี้ผลประเมินล่าสุด อาร์แอนด์ไอ ได้ยืนยันอันดับเครดิตของไทย ทั้งตราสารหนี้รัฐบาลสกุลเงินต่างประเทศ ที่ระดับ BBB+ และสกุลเงินบาท ที่ระดับ A- และคงอันดับความน่าเชื่อถือหนี้รัฐบาลระยะสั้นสกุลเงินต่างประเทศ ที่ระดับ A-2 รวมทั้งคงสถานะแนวโน้มความน่าเชื่อถือของประเทศไทยไว้ที่ระดับเป็นลบ

เนื่องจากเศรษฐกิจของไทยยังคงขยายตัวได้ในระดับปานกลาง และด้วยการดำเนินนโยบายทางการเงินอย่างระมัดระวัง ทำให้รัฐบาลสามารถใช้มาตรการกระตุ้นเศรษฐกิจโดยไม่มีผลกระทบต่อหนี้สาธารณะ ซึ่งกระทรวงการคลังได้ประมาณสัดส่วนหนี้สาธารณะระยะปานกลางไว้ไม่เกิน 50% แม้ว่าดุลบัญชีเดินสะพัดจะเกินดุล สัดส่วนหนี้ต่างประเทศอยู่ที่ 30% ของจีดีพี และมีทุนสำรองระหว่างประเทศถึง 3 เท่าของหนี้ต่างประเทศระยะสั้น แต่ปัจจัยจากต่างประเทศยังคงฟื้นตัวช้า เศรษฐกิจไทยจึงต้องพึ่งพาการขยายตัวภายในประเทศเป็นหลัก โดยเฉพาะการลงทุนภาครัฐ แม้รัฐบาลดำเนินนโยบายการคลังแบบขาดดุลที่ 2.8% ของจีดีพี ในปีงบประมาณ 59 สะท้อนถึงการขยายตัวของการลงทุนภาครัฐ แต่แหล่งเงินทุนสำหรับใช้ในการลงทุนโครงสร้างพื้นฐานขนาดใหญ่ของภาครัฐมาจากการกู้เงินของรัฐบาลและรัฐวิสาหกิจ ซึ่งอยู่นอกงบประมาณ ทำให้ต้องติดตามฐานะการคลังของภาครัฐอย่างใกล้ชิด

อย่างไรก็ตาม แม้รัฐบาลได้ดำเนินนโยบาย ทั้งการปฏิรูประบบภาษี เพื่อส่งเสริมความสามารถในการแข่งขันของประเทศ และลดความไม่เท่าเทียมด้านรายได้ แต่โครงการลงทุนพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานเริ่มล่าช้า เนื่องจากความไม่สงบทางการเมือง รวมทั้งการเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุในอนาคต จึงไม่สามารถพึ่งพาแรงงานในประเทศได้ ประเทศไทยจึงควรมหามาตรการเร่งด่วนในการเพิ่มศักยภาพการขยายตัวทางเศรษฐกิจ เช่น การปรับปรุงระบบโครงสร้างพื้นฐาน และการพัฒนาอุตสาหกรรมที่มีมูลค่าเพิ่มสูง เป็นต้น



ที่มา: <http://www.bangkokbiznews.com/news/detail/699221>
<http://www.dailynews.co.th/economic/399392>

R&I keeps Thailand's credit rating at BBB+

with the tendency of negative outlook due to the political factor – economy is expected to be moderately expanded.



R&I considered Thailand's credit still tends to be negative, it is advised to observe political situation, the referendum of the draft constitution and the election at the end of 2017 will be conducted or not. Latest evaluation, R&I confirmed the credit rating of Thailand and government bonds issued in foreign currency at the level of BBB+ and government bonds issued in Baht at the level of A- while the reliability of government's short-term debt in foreign currency was rated at the level of A-2, additionally, the status of Thailand's credit tendency was maintained negative.

Because the continuous expansion of Thai economy in medium level and the cautious implementation of fiscal policy has enabled the government to utilize the measure of economic stimulation without the effect on public debt which was estimated by the Ministry of Finance that the ratio of middle-term public debt would not be over 50%. Although the current account is surplus with the ratio of foreign debt at 30% of GDP and the international reserve for 3 times of short-term foreign debt, factors of foreign countries are still recovered slowly. Therefore, Thai economy has to mainly rely on domestic expansion, especially governmental investment. Although the performance of government upon the fiscal policy with the deficit at 2.8% of GDP in the fiscal year of 2016 has reflected the growth of governmental investment, sources of funds investing in the large infrastructure projects of government are from the loans of government and state enterprises which are excluded the budget, so, the fiscal status of government must be closely followed up.

However, although the government conducts the important policy in tax system reformation for promoting the country's competitiveness and reducing the inequality of income, the projects on the investment of infrastructure development which were delayed due to the political instability still challenge whether the government will be able to implement in line with the settled target or not. Moreover, Thailand is becoming the future aging society, resulting shortage of domestic labor, consequently, Thailand should find urgent measures to increase potentials of economic expansion such as the development of infrastructure system and the development of high value industries, etc.

นายศิริ อินทกำธรชัย ประธานกรรมการบริหาร
และหุ้นส่วนบริษัท PWC ประเทศไทย เปิดเผยถึงผลสำรวจ

GREAT EXPECTATION: THE NEXT GENERATION OF FAMILY BUSINESS LEADERS

สำรวจทายาทธุรกิจจำนวน 268 ราย กว่า 31 ประเทศทั่วโลก ว่าในอีก 5 ปีข้างหน้า ธุรกิจครอบครัว (family business) ทั่วโลกถึง 40% จะส่งมอบกิจการให้ทายาทรุ่นถัดไป โดยในการสำรวจปีนี้พบว่า ทักษะหรือความคาดหวังของผู้บริหารรุ่นใหม่ (next gens) ทายาทธุรกิจถึง 88% ต้องการที่จะปรับเปลี่ยนรูปแบบในการดำเนินธุรกิจครอบครัวเพื่อสร้างจุดเด่นให้มีความทันสมัยและความเป็นสากล นอกจากนี้อีก 52% ยังมีสำนึกความรับผิดชอบมากขึ้นในการส่งต่อธุรกิจที่เข้มแข็งไปสู่รุ่นต่อไป

ผลสำรวจยังระบุว่า ทายาทธุรกิจรุ่นใหม่มีการเตรียมความพร้อมในการก้าวขึ้นสู่บทบาทผู้บริหารระดับสูงมากขึ้น โดย 70% เลือกที่จะทำงานกับบริษัทข้างนอก เพื่อสั่งสมประสบการณ์และนำความรู้ความสามารถก่อนกลับมาทำงานกับธุรกิจของครอบครัว

“ปัญหาความขัดแย้งภายในครอบครัว (family politics)” ภัยคุกคามความสำเร็จจากรุ่นสู่รุ่น

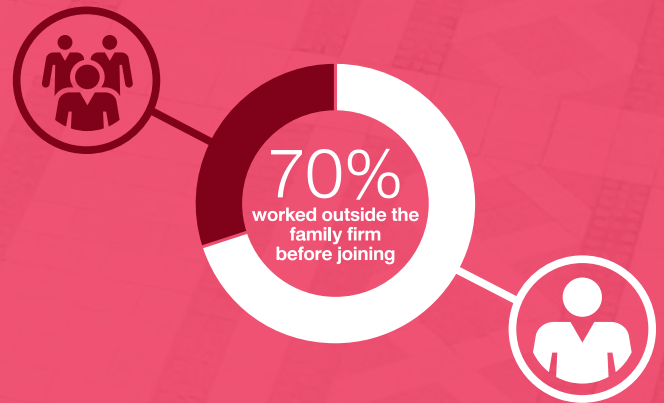
ความกังวลอันดับต้นๆ ของทายาทรุ่นใหม่ จากผลการสำรวจพบว่า 3 ช่องว่างสำคัญที่เป็นภัยคุกคามความสำเร็จในการส่งมอบกิจการจากรุ่นหนึ่งสู่อีกรุ่นหนึ่ง ได้แก่

- ช่องว่างระหว่างวัย (generation gap) เนื่องจากผู้บริหารรุ่นปัจจุบันยังไม่มั่นใจว่าทายาทของพวกเขาจะมีศักยภาพเพียงพอที่จะขึ้นมาบริหารกิจการครอบครัวแทน
- ช่องว่างที่เกิดจากการสร้างความน่าเชื่อถือ (credibility gap) ทายาทธุรกิจมองว่า พวกเขาต้องทำงานหนักมากกว่าคนอื่นในองค์กรเพื่อพิสูจน์ตนเอง
- ช่องว่างในการสื่อสาร (communication gap) ธุรกิจครอบครัวต้องแยกแยะความสัมพันธ์ส่วนตัวภายในครอบครัวออกจากเรื่องงาน และต้องมีการสื่อสารกันอย่างชัดเจนเพื่อหลีกเลี่ยงความขัดแย้งในอนาคต

“การวางแผนสืบทอดกิจการจากรุ่นสู่รุ่นอย่างมีประสิทธิภาพไม่ใช่เรื่องง่าย การวางแผนงานระยะยาว ถือเป็นสิ่งสำคัญที่ต้องทำ เพราะทายาทที่รับช่วงต่ออาจต้องเผชิญกับปัญหาที่ตามมาอีกมากมาย ดังนั้นจึงจำเป็นต้องมีการวางแผนการบริหารธุรกิจครอบครัวที่เหมาะสม ผ่านการสื่อสารที่ต่อเนื่องและมีประสิทธิภาพ รวมทั้งการพัฒนาและฝึกอบรมเพื่อ



What next gens do immediately before joining
the family business



ลดความขัดแย้งที่อาจเกิดขึ้นภายหลัง” นายศิริ กล่าว ส่วนทักษะ (skills) ขนาด (scale) และการสืบทอดกิจการ (succession) ถือเป็นหัวใจสำคัญของการบริหารธุรกิจครอบครัวไปสู่ความสำเร็จ รวมทั้งปัจจัยสำคัญอีกประการที่ทายาทธุรกิจต้องคำนึงถึงในปีนี้เป็น ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (stakeholders)

“Digital Technology” จุดเปลี่ยนธุรกิจครอบครัว

ปัจจุบัน เทคโนโลยีดิจิทัลถือเป็นหนึ่งในเมกะเทรนด์ที่เข้ามามีบทบาทในการขับเคลื่อนธุรกิจ แต่การปรับตัวของธุรกิจครอบครัวให้ทันกับเทคโนโลยียังคงเป็นประเด็นที่ถกเถียงกันระหว่างคนสองรุ่น ด้วยความเข้าใจและแนวคิดที่แตกต่างกัน โดยทายาทธุรกิจมักประสบปัญหาในการโน้มน้าวให้คนรุ่นก่อนหันมาให้ความสำคัญในการนำเทคโนโลยีมาขับเคลื่อนองค์กร

แม้ผู้บริหารรุ่นใหม่จะเริ่มเล็งเห็นความสำคัญของเทคโนโลยีดิจิทัลมากขึ้น แต่ยังไม่รู้ว่าจะต้องลงทุนส่วนไหน ผลตอบแทนการลงทุนที่เหมาะสมและนำมาใช้ให้เกิดประโยชน์ได้อย่างไร ดังนั้น ผู้บริหารจึงควรมีที่ปรึกษาทางธุรกิจที่ดี เพื่อช่วยวางแผนการลงทุนและขยายธุรกิจในอนาคต

ที่มา: <http://thaipublica.org/2016/05/pwc-great-expectation-19-5-2559/>

MR. SIRA INTARAKUMTHORNCHAI,
CEO AND SHAREHOLDER OF PWC THAILAND COMPANY
REVEALED THE RESULT OF SURVEY ON

GREAT EXPECTATION : THE NEXT GENERATION OF FAMILY BUSINESS LEADERS

All 268 business successors in 31 countries worldwide were surveyed and the result was found that in next 5 years, 40% of worldwide family businesses will be transited to next generation successors. The survey in this year was presented that 88% of next gens business successors have their attitudes and expectations to adjust the model of family business operation to create the distinctive point of modernization and universality. Furthermore, 52% of them also realized on more responsibilities in the business transmission to next generation.

The result of survey was also showed that new gens of business succession has prepared their readiness to step into the role of higher executive, 70% of them decided to work in general company where is not belong to their family business to gain their experience, knowledge and capability before returning to run their family business.

“Family politics” threatens the transmission of success from one generation to another generation.

One of prioritized concerns of new gens successor found from the survey was expressed that three main gaps threatening the success of business transmission from one generation to another generation as follows :

- **Generation gap** : Since executives in present generation are not confident that their successors will be capable enough to replace them for family business management.
- **Credibility gap** : Business successors considered that they must work harder than other people in the organization to prove themselves.
- **Communication gap** : The separation between personal relationship within family and working is necessary for family business as well as the future conflicts will be avoided by the communication with clearness.

“The business transmission from one generation to another generation is not easy to plan with effectiveness, the long-term plan is considered as the most important thing to do because successors who are transited may confront lots of problems following. Therefore, the system of family business management is necessary to properly plan through the continual and effective communication as well as the development and training will reduce conflicts which may happen later.” Mr. Sira said. Additional, skill, scale and business succession are considered as the keys to manage family business to achieve the success as well as another important factor which business successors need to concern in this year is stakeholders.

“Digital Technology” : the turning point of family business.

Presently, digital technology is assumed as one of mega trends influencing on the role of business driving, however, the adjustment of family business to catch up with technology has been the issue argued between two generations due to the difference of understanding and concept.

New gens successors always face the problem to motivate previous gens to give the importance to apply technology in driving organization.

Although new gens executives become to see more importance of digital technology but they have not known which part they should invest in, the proper investment yield and how to apply it to obtain benefits. Consequently, executives should have the good business advisor to support on planning future investment and business expansion.

กลยุทธ์การตลาด ปี 2559

เคล็ดลับ 360 องศา

ในปี 2559 ธุรกิจจะต้องปรับตัว ไม่ว่าจะเป็นปัจจัยภายนอก และปัจจัยภายใน อยากรู้ธุรกิจต่างๆ ลองมองดูว่าประเด็นต่างๆ เหล่านี้ ท่านได้ทำสิ่งเหล่านี้บ้าง แล้วหรือยัง

ปัจจุบันกลยุทธ์การตลาดต้องมีลูกค้าเป็นศูนย์กลางการวางแผนทั้งหมด โดยคุณต้องพยายามสื่อสารกับลูกค้าแบบ 360 องศา ด้วยวิธีที่แตกต่างกันไป ทั้งการทำโฆษณาผ่านสื่อสร้างการรับรู้สินค้าแก่ผู้บริโภคในวงกว้าง และการสื่อสารการจัดกิจกรรมตลาดเฉพาะกลุ่ม โดยมีวัตถุประสงค์คือ การกระตุ้นให้เกิดการซื้อสินค้านั่นเอง และถ้าในปีที่ผ่านมาคุณมีเว็บไซต์ แต่ไม่ได้ให้ความสำคัญเท่าที่ควร ปีนี้ขอให้คุณทุ่มเทกับมันให้มากที่สุด เพราะเว็บไซต์เป็นเครื่องมือที่จะช่วยให้แบรนด์ของคุณเติบโตได้อย่างรวดเร็ว โดยเฉพาะในยุคที่ผู้บริโภคใช้สมาร์ตโฟนตลอดเวลา เคล็ดลับในการใช้กลยุทธ์การตลาดแบบ 360 องศา ดังนี้

1. สร้างจุดยืนและลักษณะเฉพาะทางการขายสินค้า (Unique Selling Point)

ท่านต้องสร้างสิ่งที่เป็นตัวตนและยากที่จะลอกเลียนแบบ ที่เรียกว่า “ความแตกต่าง” ต้องแตกต่างและเป็นสิ่งที่ลูกค้าต้องการ ไม่ใช่สิ่งที่ท่านต้องการ และยังเป็นลักษณะเฉพาะของตนเอง ดังนั้นธุรกิจที่ผลิตสินค้าต้องสร้างสินค้าที่ไม่ซ้ำแค่แตกต่างเพียงอย่างเดียว ยังต้องเป็นสินค้าที่มีเอกลักษณ์เฉพาะตัวด้วย

2. มุมมองลูกค้าภายใน (Internal Customer Focus)

นอกจากการสร้างรายได้และกำไรแล้ว ควรจะเห็นความสำคัญในเรื่องของแรงงาน บุคลากรที่เป็นส่วนผลักดันให้การบริหารประสบความสำเร็จ เพราะยอดขายรายได้ของบริษัทเกิดจากบุคลากรเป็นส่วนสำคัญ

ดังนั้นองค์กรหรือธุรกิจนอกจากจะมองลูกค้าภายนอก (External Customer) แล้วยังไม่เพียงพอ จะต้องออกแบบในการรักษาลูกค้าภายใน (Internal Customer) ไว้ให้ได้

3. การสร้างเครือข่ายทางธุรกิจ (Business Network)

ในโลกธุรกิจปัจจุบันมีการแข่งขันสูง และความต้องการเพิ่มขึ้น บางครั้งการมีเครือข่ายทางธุรกิจ จะสร้างอำนาจในการต่อรองทางธุรกิจได้มากขึ้น ดังนั้นการสร้างอำนาจทางธุรกิจ จึงเป็นสิ่งที่สำคัญ เพราะเป็นการต่อยอดทางธุรกิจ และทำให้ประสบความสำเร็จได้เร็วยิ่งขึ้น



แนวทางที่ใช้ในการรักษามูลค่าคือ 3R



4. การตลาดบริการ (Service Marketing)

คำว่า Service Marketing (การตลาดบริการ) ในปี 2559 เป็นสิ่งที่ธุรกิจควรให้น้ำหนักมาก ทั้ง Service และ Marketing เพราะในยุคปัจจุบัน 4P : Product, Price, Promotion, Process สามารถทำการแข่งขันได้ แต่ในเรื่องของการบริการนั้น นักการตลาดจะต้องเข้าใจ โดยเฉพาะการทำตลาดในเรื่องของ ความรู้สึก เพราะบางครั้งผู้บริโภคตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าเป็นเพราะคน (People) กลายเป็นผู้บริโภคใช้อารมณ์ความรู้สึกในการตัดสินใจ

5. ความหลากหลาย (Product Variety)

กลยุทธ์การตลาดนั้นนอกจากธุรกิจจะผลิตและสร้างจุดเด่นของสินค้าและผลิตภัณฑ์ต่างๆ อย่างลึกซึ้งเพื่อทางเลือกสำหรับลูกค้า เพราะการทำธุรกิจต้องตอบสนองและตอบโต้ความต้องการของลูกค้า คุณไม่สามารถที่จะรู้ความต้องการของลูกค้าได้ทั้งหมด เพราะพฤติกรรม หรือความต้องการของผู้บริโภคแต่ละรายไม่เหมือนกัน และธุรกิจต้องไม่มุ่งเพียงลูกค้าบางกลุ่ม แต่ต้องปรับตัวให้เป็นทางเลือกสำหรับลูกค้าทุกกลุ่ม จะต้องมีการขยายตลาดให้มากขึ้น เพิ่มกลุ่มเป้าหมายอื่นด้วย

ที่มา: <http://www.trebs.ac.th/Thai/news/index.php?nid=53>



MARKETING TREND 2016

SECRET OF 360 DEGREE

In 2016, every business needs to adjust itself to cope with both external factors and internal factors and also needs to take a look whether you have done following issues or not.

At present, the customer is the center of the whole plan for the marketing strategy. you have to communicate with the customer in 360-degree style through the use of both Above The Line and Below The Line marketing approaches aiming to stimulate the consumption. Furthermore, if you have website but you do not emphasize its importance as you should be, this year, you should dedicate your utmost effort onto it. Because the website is the tools to assist your brand rapidly growing up, especially when consumers use smart phones all the time. The secret of using the marketing strategy of 360-degree style are as follows:

1. Creation of Unique Selling Point

You have to build up the identity which is difficult to imitate which is called "differentiate". You have to be differentiated and aim to what customers want, not what you want, as well as being your own style. Therefore, manufacturing business has to create products which are not only different but also unique (differentiate and exclusive).

2. Internal Customer Focus

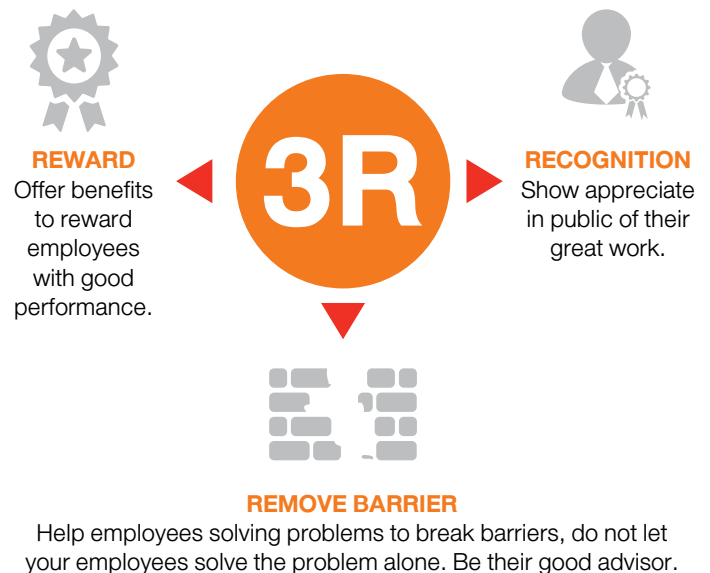
Apart from generating income and profit, your employees are also important in supporting the success of business because the sale and income of the company are mainly generated by personnel.

Therefore, not only keeping good relationship with external customers but also well maintain the internal customers.

3. Business Network

The present global business has the high competition (Speed) and more demand, sometimes, the business network will create more power of business negotiation, and consequently, the Power Strategy becomes the most importance because it is the method to support the business continuity and faster achievement.

Guideline to retain employees is 3R



4. Service Marketing

The word a service marketing for the year of 2016 is the issue which the business should be emphasized in both service and marketing because in the present world, 4P (Product, Price, Promotion and Process) can be generally used to compete. But for the service, the marketer needs to understand the marketing on emotion. Sometimes, consumers make decision base on their emotions and feelings.

5. Product Variety

As for marketing strategy, the business not only produces and creates its products' distinctive point but also needs to create choices for customers because the business operation has to response and meet the needs of customers. You cannot know all requirements of every customers because the behaviors or the demands of each customer are different as well as the business is unable to just focus on some groups of customers but need to adjust itself to be the choice for every groups of customers including to expand more markets and to increase other targets as well.



“ปรากฏการณ์ใหม่” ของกระดาษคุณภาพเพื่องานบรรจุภัณฑ์

Aura's
Gray Back Duplex Board



บรรจุภัณฑ์ชั้นนำมันใจ...เลือกใช้ Aura's

กระดาษกล่องแป้นหลังเทาคุณภาพ premium grade

ด้วยเนื้อกระดาษที่อัดแน่น เรียบเนียน และเต็มอิมในการพิมพ์ทุกเดส

คุณจึงมั่นใจได้ว่าทุกผลิตภัณฑ์ของคุณ จะถูกยกระดับ...อย่างมีมูลค่า



สำนักงานใหญ่ : เลขที่ 1 ถนนเจริญราษฎร์ แขวงทุ่งวัดดอน เขตสาทร กรุงเทพฯ 10120

☎ : 02-210-8888 ✉ : cas-mkt@cas-group.com 🌐 : www.cas-group.com

TOKYO PACK 2016

งานแสดงสินค้าและเทคโนโลยีบรรจุภัณฑ์ที่ใหญ่ที่สุดในเอเชีย

The Heart of Advanced Packaging Solutions in Asia

The Largest Exhibition of Packaging Technology in Asia



งาน Tokyo Pack 2016 เป็นงานแสดงด้านสินค้าและเทคโนโลยีบรรจุภัณฑ์ที่ใหญ่ที่สุดในทวีปเอเชีย ในปีนี้จัดขึ้นที่ ศูนย์แสดงสินค้านานาชาติโตเกียว (Tokyo Big Sight) ระหว่างวันที่ 4-7 ตุลาคม 2559

ภายใต้แนวคิด "The Heart of Advanced Packaging Solutions in Asia-ศูนย์รวมบรรจุภัณฑ์สมัยใหม่แห่งเอเชีย" โดยมีวัตถุประสงค์เป็นเวทีเจรจาแลกเปลี่ยนธุรกิจระหว่างประเทศ และจัดแสดงนิทรรศการเทคโนโลยีและบรรจุภัณฑ์ล้ำสมัย

Tokyo Pack 2016 นำเสนอนวัตกรรมบรรจุภัณฑ์ล่าสุด การผลิตและนวัตกรรมบรรจุภัณฑ์สำหรับอุตสาหกรรมต่างๆ ได้แก่ อุตสาหกรรมอาหารและเครื่องดื่ม ขนมและเบเกอรี่ เวชภัณฑ์และเครื่องสำอางค์ สินค้าอุปโภค และสินค้าอุตสาหกรรม โดยในงานจะจัดแสดงสินค้าและบริการด้านอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง เช่น วัสดุสำหรับบรรจุภัณฑ์ การพิมพ์ การทดสอบและตรวจสอบ การขนส่งและกระจายสินค้า การทำลายและการรีไซเคิล

TOKYO PACK 2016, the largest exhibition of packaging technology in Asia, will take place on 4-7 October 2016 at international exhibition centre Tokyo Big Sight.

As a reflection of TOKYO PACK theme for this year, "The Heart of Advanced Packaging Solutions in Asia", the exhibition aims to be THE venue choice for Japanese and global companies to exhibit their cutting-edge packaging solutions and technologies.

TOKYO PACK 2016 will present state-of-the-art packaging, production and processing solutions for companies in the main sectors of food & beverage, confectionery & bakery products, pharmaceuticals & cosmetics, non-food consumer goods, industrial products. also on show will be a range of related services; packaging materials; printing; testing& inspection; logistics & distribution; and recycling& disposal.



แถลงข่าวการประกวด งานพิมพ์แห่งชาติ ครั้งที่ 11

PRESS RELEASE ON THE 11th THAI PRINT AWARDS
Organized by The Thai Printing Association



สมาคมการพิมพ์ไทย แถลงข่าวการประกวดสิ่งพิมพ์แห่งชาติ ครั้งที่ 11 หรือ 11th Thai Print Awards ภายใต้สโลแกน Inspire the Future แรงแบนดาดใจแห่งอนาคตของอุตสาหกรรมกราฟิกและบรรจุภัณฑ์ ณ ห้องโถงโลตัสสวีท 7 ชั้น 22 โรงแรมเซ็นทาราแกรนด์ แอท เซ็นทรัลเวิลด์ เมื่อปลายวันที่ 25 พฤษภาคม 2559

ในปีนี้ได้เพิ่มประเภทการประกวดขึ้นอีก 3 รางวัล คือ ประเภทสิ่งพิมพ์ 3 มิติ (3D Printing), ประเภทการออกแบบ (Graphic /Functional Appeal) และประเภทความคิดสร้างสรรค์ (Creativeness) รวมปีนี้มี การประกวดทั้งสิ้น 31 รายการ โดยเปิดรับผลงานตั้งแต่วันที่ 25 กรกฎาคม 2559 และประกาศผลวันที่ 6 กันยายน 2559 ดูรายละเอียดเพิ่มเติมได้ที่ www.thaiprintaward.com

The Thai Printing Association released its news of the 11th Thai Print Awards which holds the slogan of "Inspire the Future-The future inspiration of Printing and Packaging Industry" at the Lotus Suite 7 Room, 22nd Floor, Centara Grand @ Central World in the afternoon of May 25th, 2016.

In this year, 3 categories awards are added which are 3D Printing type, Graphic/Functional Appeal and Creativeness, totally 31 awards for the contest of this year. All works to be contested will be accepted from-July 25th, 2016 and the contest result will be announced on September 6th, 2016, for more information, please visit www.thaiprintaward.com

งานเลี้ยงสังสรรค์ วันการพิมพ์ไทย 2559

เมื่อวันที่ 21 มิถุนายน 2559 สหพันธ์อุตสาหกรรมการพิมพ์ ได้จัดงานเลี้ยงสังสรรค์เนื่องในวันการพิมพ์ไทย วันที่ 3 มิถุนายน ณ ห้องบอลรูม โรงแรมดิเอ็มเมอรัลด์ ถ.รัชดาภิเษก โดยในงานมีการเสวนาพิเศษเรื่อง “Drupa 2016, The Challenge of Shift or Changed-ความเปลี่ยนแปลงอันท้าทาย” โดย รศ.ผกามาต ผจญแก้ว และ รศ. ดร. อรัญ หายูสืบสาย และ “The Shift of Technology for Better Planet-เทคโนโลยีการพิมพ์ที่เปลี่ยนแปลง เพื่อความยั่งยืนของโลก” โดยผู้ผลิตเครื่องจักร อุปกรณ์ และเทคโนโลยีการพิมพ์จาก Ricoh, HP และ Heidelberg ซึ่งได้นำเสนอแนวโน้มตลาดการพิมพ์ของโลก รวมถึงให้คำแนะนำในการปรับตัวของธุรกิจสิ่งพิมพ์ในประเทศ ที่ควรหันมาสนใจในการบูรณาการเครื่องจักรและการควบคุมการผลิตแบบองค์รวม เพื่อให้สามารถใช้ทรัพยากรได้อย่างมีประสิทธิภาพและสามารถตอบสนองความต้องการของตลาดได้อย่างรวดเร็วด้วยต้นทุนที่ต่ำลง

ซึ่งในงานครั้งนี้ได้มีพิธีส่งมอบตำแหน่งประธานสหพันธ์อุตสาหกรรมการพิมพ์ จากคุณพงษ์เดช สัจจะรัตนโชติ (นายกสมาคมการพิมพ์สกรีนไทย) ให้กับคุณนฤต ไกรฤกษ์ (นายกสมาคมการบรรจุภัณฑ์ไทย)

June 21, 2016-The Federation of Thai Printing Industry held the annual party on “Thai Printing Day” at The Emerald Hotel Bangkok on Ratchadapisek Rd. In the party had a special dialogue on “Drupa 2016, The Challenge of Shift or Changed” by Assoc. Prof. Pakamas Pachonklaew and Assoc. Prof. Dr. Aran Hansuebsai. Special seminar on article “The Shift of Technology for Better Planet” by leaders in printing business such as Ricoh, HP, and Heidelberg. The seminar addressed new concept of printing business trend that became the digital era. This printing evolution drove printing business to integrate all resources and develop efficiency process control to rapid response to customers' need with less cost.

This occasion included the presidency of The Federation of Thai Printing Industry handover ceremony from Mr.Phongdej Sajjaratanachote (The President of Thai Screen Printing & Graphic Imaging Association) to Mr.Noppadol Krairiksh (The President of The Thai Packaging Association).



คาร์บอนฟุตพริ้นท์ของสิ่งพิมพ์

Carbon Footprint for Printing Matters

โดย รศ.ดร.อริญ หานุสืบสาย

By Assoc. Prof. Dr. Aran Hansuebsai



การปล่อยก๊าซเรือนกระจกจากกระบวนการผลิตสิ่งพิมพ์และกิจกรรมต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง รวมถึงการใช้พลังงานการขนส่งและการกำจัด ล้วนเป็นสาเหตุสำคัญของการเกิดภาวะโลกร้อน ซึ่งจะส่งผลกระทบต่อวิถีการดำรงชีวิตของมนุษย์ และสิ่งมีชีวิตบนโลก ก๊าซเรือนกระจกในที่นี้ประกอบด้วยก๊าซ 6 ชนิด ได้แก่ คาร์บอนไดออกไซด์ (CO_2) มีเทน (CH_4) ไนตรัสออกไซด์ (N_2O) ไฮโดรฟลูออโรคาร์บอน (HFCs) เพอร์ฟลูออโรคาร์บอน (PFCs) และซัลเฟอร์เฮกซะฟลูออไรด์ (SF_6)

การทำการประเมินการปล่อยก๊าซเรือนกระจก จะแปลงค่าก๊าซทั้งหมดให้อยู่ในรูปของก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่าและค่าที่ได้เรียกว่า **คาร์บอนฟุตพริ้นท์ (Carbon Footprint)** โดยแนวทางและหลักเกณฑ์การประเมินได้พัฒนาขึ้นโดยคณะกรรมการเทคนิคด้านคาร์บอนฟุตพริ้นท์ของประเทศไทย ภายใต้การดำเนินโครงการความร่วมมือระหว่างองค์การบริหารจัดการก๊าซเรือนกระจก (มหาชน) และศูนย์เทคโนโลยีโลหะและวัสดุแห่งชาติ ซึ่งได้มีการจัดทำข้อกำหนดเฉพาะของผลิตภัณฑ์สำหรับสิ่งพิมพ์ไว้แล้วใช้หลักการการประเมินตลอดวัฏจักรชีวิตของสิ่งพิมพ์ ตั้งแต่การได้มาซึ่งวัตถุดิบกระบวนการผลิต การใช้งานและการกำจัดเศษซากผลิตภัณฑ์หลังการใช้งาน

รูปแบบการประเมิน : คาร์บอนฟุตพริ้นท์ของสิ่งพิมพ์ จะใช้รูปแบบ Business-to-Consumer (B2C) กำหนดขอบเขตดังรูปที่ 1 ซึ่งแบ่งออกเป็น 3 ส่วน ดังนี้

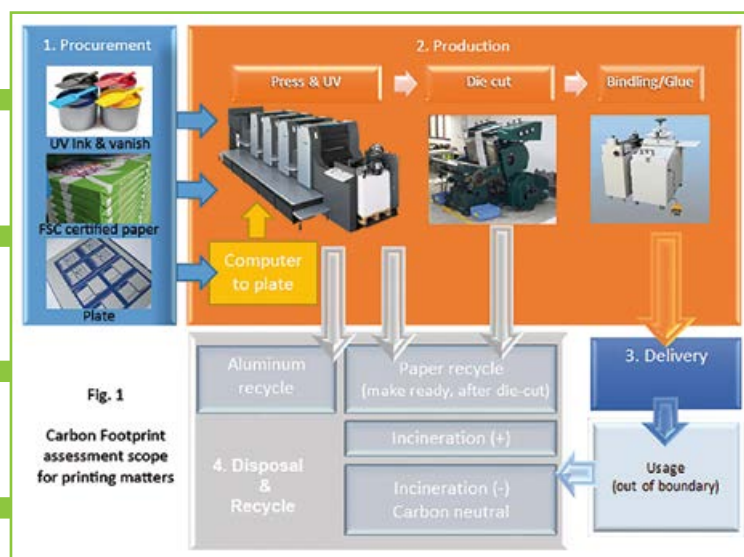
1. **ต้นน้ำ (upstream)** ครอบคลุมการได้มาของวัตถุดิบ (procurement) ก่อนเข้าสู่กระบวนการผลิต เช่น กระดาษ หมึกพิมพ์ แม่พิมพ์ น้ำยาเคมี รวมถึงการขนส่ง
2. **ขั้นตอนการผลิต (production)** ตั้งแต่การออกแบบ ทำแม่พิมพ์ พิมพ์งานหลังพิมพ์การบรรจุ และการจัดส่ง
3. **ปลายน้ำ (downstream)** หมายถึง การใช้งาน การกำจัด (disposal) และการเวียนทำใหม่ (recycle)

Greenhouse gases emission of printing matters producing process, activities, transport and disposal are factors of global warming problem. This problem impacts our daily life and all life on earth and it is getting worse. Greenhouse gases consist of Carbon dioxide (CO_2) Methane (CH_4) Nitrous oxide (N_2O) Hydro fluorocarbon (HFCs) Per-fluorocarbon (PFCs) and Sulfur hexafluoride (SF_6).

The greenhouse gases emission will be calculated by converting those gases emission into Carbon dioxide equivalent - CO_2e - called “**Carbon Footprint**”. Carbon Footprint assessment scope and method have been developed by Thailand Carbon Footprint Technical Committee under Thailand Greenhouse Gas Management Organization (public organization) project collaborated with National Metal and Materials Technology Center (MTEC). This assessment scope and method has been defined Product Category Rules: PCRs for printing matters by using Lifecycle Assessment : LCA.

Assessment method : for printing matters is Business-to-Consumer (B2C) evaluation.

1. **Upstream** - begin before printing process start; procurement of raw material - paper, ink, printing plate & mold, chemical etc. including transport
2. **Production** - begin with design printing plate & mold process, pre-press, press, after press, packing and transport.
3. **Downstream** - using, disposal, recycle



รูปที่ 1 แผนผังแสดงขอบเขตของการประเมินคาร์บอนฟุตพริ้นท์ของสิ่งพิมพ์

การคำนวณหาปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจกหรือคาร์บอนฟุตพริ้นท์ สิ่งพิมพ์ คือ การนำข้อมูลปฐมภูมิและทุติยภูมิของแต่ละองค์ประกอบที่ได้ มาคูณกัน แล้วนำไปรวมกันเป็นค่าปริมาณรวมของก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์ โดย ข้อมูลปฐมภูมิ (primary data) คือ ข้อมูลที่ได้จากการสังเกตและวัดในโรงพิมพ์โดยตรง ได้แก่ ปริมาณการใช้กระดาษ หมึกพิมพ์ แม่พิมพ์ การใช้ไฟฟ้า ในงานก่อนพิมพ์ บนแท่นพิมพ์ และขั้นตอนการทำเล่ม ระยะทางในการขนส่ง และข้อมูลทุติยภูมิ (secondary data) เป็นค่าสัมประสิทธิ์การปล่อยก๊าซเรือนกระจกของแต่ละองค์ประกอบที่อยู่ในขอบเขตการผลิตสิ่งพิมพ์นั้นๆ ซึ่งค่าที่ได้ จะมาจากแหล่งข้อมูลที่น่าเชื่อถือ เช่น ฐานข้อมูลสิ่งแวดล้อมของวัสดุพื้น ฐานและพลังงานของประเทศไทย หรือข้อมูลที่ดีพิมพ์โดยองค์กรระหว่างประเทศ

ตารางที่ 1 เป็นตัวอย่างข้อมูล และการคำนวณคาร์บอนฟุตพริ้นท์ของหนังสือเรียนเล่มหนึ่ง หนา 120 หน้า จำนวน 500 เล่ม เนื้อในกระดาษปอนด์พิมพ์ขาวดำ ปกกระดาษอาร์ตมันพิมพ์ 4 สี จากโรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

Carbon Footprint calculation method is the multiply primary data by secondary data of all processes, and then accumulate total CO₂ emission of that job. Primary data come from actual observing of all activities and material consumption in printing house such as paper, ink, mold, electricity, binding, moving or transport distance. Secondary data is coefficient CO₂e from each particle of those printing matter which provided by reliable sources such as Thai National Life Cycle Inventory Database and/or international organization published paper.

Table 1 Sample data and calculation of Carbon foot print of a text book from Chulalongkorn University Printing House (500 issues with 4-color printing on 2/S coated cover paper and 120 pages of black and white printing on wood free paper)

ขั้นตอน (Process)	ปัจจัย (Factors)	ค่าสัมประสิทธิ์ CO ₂ e (Coefficient CO ₂ e)	%	รวมปริมาณการปล่อยก๊าซ CO ₂ Total CO ₂ emission	%
การจัดหาวัสดุพิมพ์ และการใช้ (Procurement)	กระดาษปก Cover	0.64 kgCO ₂ /kg	2.3%	297.171 kg	43.6%
	กระดาษเนื้อใน Page	0.98 kgCO ₂ /kg	19.5%		
	หมึกพิมพ์ Ink	2.57 kgCO ₂ /kg	0.9%		
	น้ำยาเฟรเว้น Fountain Solution	0.20 kgCO ₂ /kg	0.0%		
	IPA	2.13 kgCO ₂ /kg	0.0%		
	แม่พิมพ์ Plate	12.50 kgCO ₂ /kg	20.9%		
การผลิต-ใช้กระแสไฟฟ้า (Production)	การทำแม่พิมพ์ Plate Processing	0.43 kgCO ₂ /kw	10.1%	340.556 kg	50.0%
	ออกแบบ จัดหน้า ปูฟ Art work	0.43 kgCO ₂ /kw	17.1%		
	พิมพ์ Press	0.43 kgCO ₂ /kw	10.8%		
	ทำเล่ม Book binding	0.43 kgCO ₂ /kw	11.7%		
	เคลือบปก อายมันยูวี UV coating	0.43 kgCO ₂ /kw	0.3%		
การจัดส่ง (Delivery)	การจัดส่ง-รถบรรทุก 4 ล้อ 7 ตัน 50% load 7 MT 4-wheel truck 50% load delivery	0.28 tonCO ₂ /km	0.1%	0.792 kg	0.2%
การกำจัดและเวียนทำใหม่ (Disposal&Recycle)	การฝังกลบ Landfill	2.93 kgCO ₂ /kg	5.0%	42.509 kg	6.2%
	เวียนทำใหม่ (กระดาษ) Paper recycle	0.17 kgCO ₂ /kg	0.9%		
	เวียนทำใหม่ (แม่พิมพ์) Plate recycle	3.16 kgCO ₂ /kg	0.4%		
ผลรวมทั้งหมด Total (kg-CO ₂) :		681.028 kgCO ₂	100.0%		
ผลรวมต่อเล่ม Total per unit (kg-CO ₂) :		1.36 kgCO ₂			

หนังสือเล่มนี้ให้ค่าคาร์บอนฟุตพริ้นท์ 1.36 kg-CO₂ ต่อหนังสือ 1 เล่ม ซึ่งขั้นตอนการผลิตจะทำให้เกิดกระทบมากที่สุดถึงร้อยละ 50 ดังนั้นการดำเนินงานเพื่อลดค่าคาร์บอนฟุตพริ้นท์ของสิ่งพิมพ์ จึงเป็นหน้าที่ของโรงพิมพ์ และอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้อง รวมถึงผู้บริโภคสิ่งพิมพ์ที่จะร่วมกันลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก

From this sample, Carbon Footprint of the book is 1.36 kg.-CO₂ per issue. 50% of emission is from the production. Carbon Footprint reducing process of printing matters are printing house, all related parties and consumers' mission.

working with
the Carbon Trust



England



USA



Thailand



Korea



Japan

เคยบ๊ย อยากรีบกล่องสวยๆ แต่ไม่มีที่เก็บ...
คุณไม่จำเป็นต้องกังวลอีกต่อไป

Worry about keeping nice boxes but no space !
No need to worry anymore.



นวัตกรรมกล่องพิเศษพับได้ (Premium Box) Flat Box-Foldable Premium Box innovative



จากแนวความคิดของคุณอดุลย์ เปี่ยมมนัส และทีมงาน บริษัท โกลเบล พรินติ้ง แอนด์ แพคเกจจิง (2013) จำกัด (GPP) ที่ได้รับรู้ ปัญหาและอุปสรรคในการขนส่งกล่องพรีเมียมให้กับลูกค้า เนื่องจากงานกล่องที่ขึ้นรูปแล้วจะมีรูปทรงสูงทำให้การขนส่งแต่ละครั้งส่งได้จำนวนไม่มาก รวมถึงกรณีลูกค้ามีพื้นที่การขายที่จำกัด เช่น พื้นที่ในร้านตามห้างสรรพสินค้า และ shop kiosk จะมีพื้นที่ที่เก็บกล่องได้ไม่มาก

เพื่อแก้ไขปัญหาดังกล่าว ทีมงาน GPP จึงได้กำหนดแนวทางการพัฒนาการออกแบบกล่องพรีเมียมตามหลักการที่ว่า การที่จะทำให้การส่งสินค้าและการจัดเก็บอย่างมีประสิทธิภาพได้นั้น สินค้าต้องมีลักษณะแบนราบ จากแนวความคิดนี้ทางฝ่าย R&D จึงได้เริ่มโครงการ “Flat Box-กล่องพรีเมียมพับได้” เพื่อพัฒนาการออกแบบจัดทำกล่องพรีเมียมที่สามารถพับได้แบบแบนราบ เมื่อนำมาใช้งานก็เพียงนำชิ้นมาประกอบกันเป็นกล่องตามรูปร่างที่ออกแบบไว้ เกิดเป็นนวัตกรรมใหม่ในการออกแบบและจัดทำบรรจุภัณฑ์ที่มีลักษณะเฉพาะตัว โดยใช้หลักการการขึ้นรูปจากการยึดส่วนต่างๆ ของกล่องเข้าด้วยกันด้วยสนามแม่เหล็กจากตัวแม่เหล็ก

หลังจากได้ทดลองออกแบบบรรจุภัณฑ์ลักษณะต่างๆ ทาง GPP ได้เริ่มนำ Flat Box มาทดสอบตลาดเพื่อขายให้กับลูกค้าทั่วไป โดยสินค้าตัวแรก คือ กล่องรองเท้ากีฬาแบบพับได้ ในแบรนด์สินค้า “ไรท์โนอิ” ซึ่งเน้นกลุ่มลูกค้าที่รักสุขภาพและชอบออกกำลังกายเป็นหลัก ทั้งนี้กล่องรองเท้าของ GPP มีรูปแบบที่ทันสมัย สามารถใช้ประโยชน์ได้หลากหลาย ทั้งใส่รองเท้ากีฬาและรองเท้าแบบอื่นๆ ทำให้ “ไรท์โนอิ” เป็นสินค้าที่เหมาะสมกับไลฟ์สไตล์ของคนรุ่นใหม่ และที่เหนือไปกว่านั้น วัตถุดิบที่ใช้ในการผลิตกล่อง คือ กระดาษ ซึ่งสามารถนำกลับมาใช้ใหม่ได้ จึงเป็นกล่องที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม

Common problem when deliver finished premium box is the space. Finished size of premium box requires large space. Khun Adoon Piammanus & Global Printing and Packaging (2013)'s team are realize and try to solve that problem by creating a particular innovation for premium box design that can save space of delivery and storage.

The team came up an idea that the most efficient space usage is flat shape. R&D initiated “Flat Box - Foldable Premium Box” project to solve the finished box space problem and become the new innovation and unique premium box design. Flat Box will use magnetic field from magnet placed in flat box to assemble the finished durable premium box.

After launch the trial production goods, GPP introduce Flat Box to end-user. The first Flat Box product is foldable shoes box brand “RHINOOL”. The product aims for sports & healthy lovers. With chic design, the foldable shoes box will attract modern life style. Moreover, material of this box is paper that can be reused, recycled and eco-friendly.





GLOBAL

PRINTING AND PACKAGING (2013) CO., LTD.

30/34 หมู่ที่ 1 ซอย S1/3 ตำบลโคกขาม

อำเภอเมือง จังหวัดสมุทรสาคร 74000

Tel. 0 3445 2238, 081 659 2420, 061 404 8844

Fax. 0 3445 2364, e-mail: sales@gppthai.com

http://www.gppthai.com youtube: gpp present

The team : คุณอดุลย์ เปี่ยมบนิส และ ทีมงานฝ่ายจัดการของ GPP ที่มีประสบการณ์ในงานพิมพ์และ บรรจุภัณฑ์กระดาษ

Address : บิคมอุตสาหกรรมสินสาคร เลขที่ 30/34 หมู่ 1 ต. โคกขาม อ.เมืองสมุทรสาคร จ.สมุทรสาคร 74000

Website : WWW.GPPTHAI.COM

Global Printing and Packaging (2013) Co.,Ltd.(GPP)

บริษัท โกลเบล พรินติ้ง แอนด์ แพคเกจจิง (2013) หรือ (GPP)

ก่อตั้งขึ้นในปี 2556 โดยเกิดจากแนวคิดของกลุ่มคนรุ่นใหม่ ที่ได้รับการสนับสนุนแนวทางการดำเนินธุรกิจ จากกลุ่มผู้ถือหุ้นที่มีความเชี่ยวชาญ ในการดำเนินธุรกิจด้านอุตสาหกรรมกระดาษพิมพ์ที่ครบวงจร และมีศักยภาพจนเป็นที่ยอมรับว่าเป็นผู้นำในด้านธุรกิจนี้

GPP ได้เกิดขึ้นมาเพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้า อีกทั้งเพื่อสร้างสรรค์คุณค่างานสิ่งพิมพ์และบรรจุภัณฑ์ทุกรูปแบบให้แก่ลูกค้าและสังคม เป็นบริษัทที่ดำเนินธุรกิจด้านการรับผลิตงานสิ่งพิมพ์ต่างๆ และผลิตงานบรรจุภัณฑ์กระดาษในรูปแบบที่หลากหลายเน้นการผลิตงานที่มีคุณภาพสูงและตอบสนองลูกค้าได้อย่างทันที่ในราคาที่เหมาะสมสำหรับลูกค้าทุกคนพร้อมทั้งเป็นที่ปรึกษาในด้านการออกแบบสิ่งพิมพ์และงานผลิตบรรจุภัณฑ์ทั่วไปเพื่อให้สินค้ามีเอกลักษณ์โดดเด่นเป็นที่น่าดึงดูดความสนใจของผู้ซื้อสินค้าโดยทั่วไป

“

นำเสนอสินค้าที่มีคุณภาพ

ในราคาที่เหมาะสม

ดำเนินยรักษ์โลกและดูแลสังคม

**WE OFFER THE RIGHT PRODUCTS AT
THE RIGHT PRICE, ECO-FRIENDLY
AND SOCIAL RESPONSIBILITY**

”

PREMIUM PACKAGING

X BOX

Rhinodi



GPP POLICY

“มุ่งมั่นพัฒนา สรรหานวัตกรรม สร้างความพึงพอใจ
ใส่ใจคุณภาพ ส่งมอบตรงเวลา มาตรฐานระดับสากล”

Contact

สนใจติดต่อฝ่ายขาย :

คุณกานต์กวีณ โชคบัญญัติ

คุณอัญชลี คล้ายเพียร

Tel. 081 834 0669 | prawitppgr@hotmail.com

Tel. 087 600 5533 | eiwprint@hotmail.com | Line ID : saleejw



เมื่อวันพุธที่ 8 มิถุนายน 2559 ที่ผ่านมา พลอากาศเอก ประจิน จั่นตอง รองนายกรัฐมนตรี เป็นประธานในพิธีเปิดงานนิทรรศการ Eco-Products International Fair 2016 (EPIF 2016) ที่ทางสภาอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทยร่วมกับ Asian Productivity Organization (APO) จากประเทศญี่ปุ่น และสถาบันเพิ่มผลผลิตแห่งชาติ กระทรวงอุตสาหกรรมได้ร่วมกันจัดงานขึ้น ณ ศูนย์นิทรรศการและการประชุมไบเทค บางนา เพื่อแสดงและจำหน่ายสินค้าบริการ เทคโนโลยีและนวัตกรรมการผลิตสินค้าและบริการที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม ภายใต้แนวคิด “24 Hour Eco Life รักษ์โลกง่ายๆ ทำได้ 24 ชั่วโมง”



ภายในงานมีหน่วยงานภาครัฐและเอกชนชั้นนำของไทย เข้าร่วมออกบูธจัดแสดงสินค้าและบริการที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม เทคโนโลยี นวัตกรรม ทั้งที่มาจากภูมิปัญญาท้องถิ่นและความรู้สมัยใหม่ โดยมุ่งเน้นที่จะเปิดมุมมองใหม่ในการรักษาสีสิ่งแวดล้อมอันหลากหลาย EPIF 2016 ได้รับความสนใจจากผู้เข้าชมงานเป็นจำนวนมาก ทั้งจากสถานศึกษา บุคคลทั่วไป รวมถึงผู้ประกอบการที่ต้องการหาสินค้าและบริการที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม อีกทั้งยังมีนิทรรศการ Eco-Kids สำหรับเด็กและเยาวชนได้ร่วมทำกิจกรรมต่างๆ เพื่อปลูกจิตสำนึกรักษ์สิ่งแวดล้อมอีกด้วย

สำหรับ Asia Pulp & Paper Group ได้เข้าร่วมออกบูธในงานนี้ เป็นหนึ่งในบริษัทที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมและเป็นบริษัทเดียวจากประเทศอินโดนีเซียที่ได้รับรางวัล EPIF 2016 Awards



Deputy Prime Minister, Air Chief Marshal Prajin Juntong, gave the opening speech for “Eco-Products International Fair 2016” (EPIF 2016) on June 8th, 2016 at Bangkok International Trade & Exhibition Centre (BITEC) Bangna. The EPIF 2016 was held through the collaboration between the Federation of Thai Industries (FTI), Thailand Productivity Institute (FTPI), and Asian Productivity Organization (APO) Japan with the theme “24-Hour Eco-Life”.

EPIF showcase eco-friendly products and services, technologies, and innovative solutions derived from both traditional and modern knowledge. In the EPIF 2016, also be joined by the representatives from several leading companies in Thailand to bring new perspectives on diverse environmental topics to all visitors of all ages included entrepreneurs who want to update trends for product development or the interested general public. The eco-kids activities included fun learning which cultivates kids' awareness in environment with fun and fruitful activities.

Asia Pulp & Paper Group is one of the exhibitor that won EPIF 2016 Awards. And it is the only one of Indonesian company that has been awarded.

<https://www.asiapulppaper.com>





โกลด์ฮัวเชินชนะประมูลกระดาษสำหรับ หนังสือชุดสุนทรพจน์ ประธานาธิบดี สีจิ้นผิง (2016)

Gold Huasheng Paper won the bid of
GENERAL SECRETARY XI JINPING IMPORTANT
SPEECH READING SERIES (2016 EDITION)

โกลด์ฮัวเชิน ชนะการประมูลกระดาษสำหรับพิมพ์ “หนังสือชุดสุนทรพจน์ประธานาธิบดี สีจิ้นผิง (2016)” ซึ่งเป็นหนังสือของกรมประชาสัมพันธ์และข่าวสารของพรรคคอมมิวนิสต์จีน ด้วยการนำเสนอกระดาษปกและเนื้อในคุณภาพเยี่ยมของโรงงานในเครือ APP ทั้ง GEP, Jinhai และ GHS

กรมประชาสัมพันธ์และข่าวสารของพรรคคอมมิวนิสต์จีน ได้ให้ความสำคัญกับการรวบรวมจัดพิมพ์ “หนังสือชุดสุนทรพจน์ประธานาธิบดี สีจิ้นผิง (2016)” และได้ให้ Learning Press and People's Publishing House เป็นผู้จัดพิมพ์ เพื่อเป็นหลักฐานอ้างอิงในการศึกษาคำกล่าวสุนทรพจน์ของประธานาธิบดีสีจิ้นผิงอย่างจริงจัง

Recently, the bidding meeting was held by the Publicity Department of the Communist Party of China and Learning Press. With their excellent quality of paper products, APP (China)'s Gold East Paper, Jinhai Pulp&Paper, Gold Huasheng Paper won the bid of "General Secretary Xi Jinping important speech reading series (2016 edition)"'s paperback cover, hardcover cover and text after several rounds of competition.

To deeply study, earnestly understand and conscientiously implement the important speech of General Secretary Xi Jinping, the "General Secretary Xi Jinping important speech reading series(2016)" was written by the Publicity Department of the Communist Party of China and authorized to Learning Press and People's Publishing House for printing.

NEVIA ได้รับเกียรติให้เป็น สุดยอดแบรนด์แห่งมณฑลเจ้อเจียง

NEIVA Brand of APPGE was honored
“THE RENOWNED BRAND OF ZHENJIANG”



เมื่อเดือนพฤษภาคมที่ผ่านมา ตราสินค้า NEVIA ได้รับเกียรติจาก สำนักงานพาณิชย์และอุตสาหกรรมแห่งมณฑลเจ้อเจียง เลือกให้เป็นสุดยอดแบรนด์ของมณฑล

เป็นเวลากว่า 10 ปีที่ GEP ได้พัฒนาผลิตภัณฑ์กระดาษอาร์ตภายใต้ตราสินค้า “NEVIA” มาตั้งแต่ปี 2545 จนได้รับความไว้วางใจ รับรองอย่างเป็นเอกฉันท์จากลูกค้าทั้งในและต่างประเทศ

ในฐานะที่ APPGE เป็นผู้ผลิตกระดาษที่ทันสมัยและสามารถผลิตกระดาษอาร์ตครบทุกประเภท ได้แก่ อาร์ต 1 หน้า, อาร์ตมัน อาร์ตด้าน 2 หน้า, HSWO, กระดาษอาร์ตดิจิทัล และ กระดาษคราฟท์ขาว ด้วยข้อได้เปรียบทางด้านเทคนิคจากประสบการณ์ที่สั่งสมมา NEVIA จึงเป็นตราสินค้าที่ APPGE ส่งเสริมให้เป็นตราสินค้าที่มีชื่อเสียงได้รับการยอมรับจากลูกค้าในตลาดต่างประเทศ

May 2016; Zhenjiang Industrial and Commerce Bureau selected out renowned brands of Zhenjiang. Nevia brand of APPGE was honored.

Since 2002, after more than 10 years of development, "NEVIA" art paper has been unanimously endorsed by the customer, earned trust of domestic and foreign customers.

As a modern paper making enterprise, APPGE has a complete product line covering C1S art paper, C2S gloss and matt art paper, HSWO, digital paper and white kraft paper. With years of accumulated technical advantages, APPGE promoted brands of “NEVIA” into international market, which enjoy high reputation among customers.



สำนักงานใหญ่ : เลขที่ 1 ถนนเจริญราษฎร์ แขวงทุ่งวัดดอน เขตสาทร กรุงเทพฯ 10120
☎ : 02-210-8888 ต่อ 3055-3067 ✉ : cas-mkt@cas-group.com 🌐 : www.cas-group.com

กระดาษแข็งสำหรับทำไพ่ แกนสีดำของ APPGE ได้รับประกาศนียบัตร สินค้าเทคโนโลยีขั้นสูง

Black core integrated playing card paper of
APPGE Awarded the **High-tech Products Certification**

APPGE ได้ใช้นวัตกรรมและเทคโนโลยีขั้นสูงเพื่อให้ได้กระดาษแข็งสำหรับทำไพ่แกนสีดำที่บางแต่มีความทึบแสงสูง กระดาษมีคุณสมบัติเด่นทั้งในด้านความแข็งแรง และยืดหยุ่นได้ดี ทนต่อการพับงอ โดยการผลิตด้วยเทคโนโลยีนี้สามารถลดต้นทุนได้ในระดับหนึ่ง ทำให้เหมาะกับการผลิตใช้ในปริมาณมาก

ในปัจจุบันไพหลายชนิด ทั้งไพ่โป๊กเกอร์ ไพ่เกมต่างๆ ยังคงมีส่วนสำคัญในกิจกรรมที่สร้างความสนุกสนานผ่อนคลายในเวลาว่าง ซึ่งยังคงมีแนวโน้มที่จะมีการพัฒนาและใช้งานต่อเนื่อง จากนี้ไปการวิจัยและการตลาดกระดาษแข็งสำหรับทำไพ่ของ APPGE จะสามารถตีตลาดสินค้าหรูหรากุณภาพดีที่ปัจจุบันเป็นตลาดของสินค้าจากต่างประเทศได้ในที่สุด และจะกลายเป็นรากฐานให้กับการวิจัยพัฒนาสินค้าในประเทศได้ดียิ่งขึ้น

Black core integrated playing card paper of APPGE was awarded the High-tech Products Certification. This paper was improved by technology innovation at the aim of achieving excellent opacity within thinner adhesive layer. The paper has good properties, such as bonding strength, folding strength, elasticity, etc. The production cost of this paper is reduced to some degree, making it suit for volume-produce.

Playing card is an important way of entertainment in people's spare time life, which has tendency of sustainable development and updating demand. Research and promotion of playing card paper of APPGE will change structure of upscale market, break dominance of foreign brands, and promote research and development of domestic brands.

高新技术产品认定证书

产品名称：黑芯贴合高档扑克牌用纸

产品编号：151101G0083N

承担单位：金东纸业（江苏）股份有限公司

有效期伍年

江苏省科学技术厅
二〇一五年十一月



จักรยาน...ที่ไม่ต้องปั่น Lopifit

จักรยานที่ไม่ต้องปั่นที่ชื่อ Lopifit นี้ เป็นจักรยานไฟฟ้าที่ใช้การเดินเป็นตัวขับเคลื่อน โดยเริ่มมาจากแนวความคิดเล็กๆ ที่แวบเข้ามาในหัวระหว่างออกกำลังกายอยู่ในโรงรถของผู้ก่อตั้ง Mr. Bruin Bergmeester ว่าจะทำอย่างไรให้สามารถเอาลู่วิ่งไฟฟ้าออกไปข้างนอก เพื่อออกกำลังกายไปด้วย และเพลิดเพลินกับธรรมชาติ ได้ในเวลาเดียวกัน แล้วจะเป็นอย่างไรถ้าติดล้อให้กับลู่วิ่ง และนั่นทำให้เขาลองผิดลองถูกในการพัฒนาลู่วิ่งติดล้อตามความคิดของเขาอยู่หลายปี จนได้เป็น Lopifit จักรยานที่ไม่ต้องปั่น นั่นเอง ซึ่งทันทีที่นำจักรยานที่มีความเป็นเอกลักษณ์นี้ออกใช้ในงานจริง ก็ได้รับความสนใจอย่างกว้างขวางทั่วโลก

Lopifit ได้เปลี่ยนวิธีการเดินทางแบบเดิมๆ ให้เป็นเรื่องสนุกสนานและเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ด้วยระบบไฟฟ้าของตัวจักรยานที่ช่วยผ่อนแรงในการเดิน ทำให้การเดินบน Lopifit เป็นเหมือนการเดินเล่นไปในสวน ที่นอกจากจะไม่ทำลายสิ่งแวดล้อมแล้ว ยังให้ความสนุกสนานไปพร้อมกับการออกกำลังกายเพื่อสุขภาพอีกด้วย เมื่อคุณเริ่มเดินบนสายพานของจักรยานจะมีตัวตรวจจับความเคลื่อนไหวแล้วส่งสัญญาณไปยังเครื่องกำเนิดไฟฟ้าให้เริ่มปั่นไฟ แล้วมอเตอร์นั้นจะช่วยให้เราเดินอย่างต่อเนื่องไปบนสายพาน ทั้งนี้ไฟฟ้าที่เกิดขึ้นนั้นยังมีส่วนในการทดเกียร์เพื่อเพิ่มความเร็วของจักรยานให้เท่ากับจักรยานแบบปั่นทั่วไป สำหรับการเบรคเมื่อกดเบรคจักรยานจะปิดการทำงานของมอเตอร์ทันทีเพื่อความปลอดภัย กรณีทางลาดลงเนินระบบล้อฟรีจะเริ่มทำงานให้การเคลื่อนที่ไม่ต้องใช้ไฟฟ้า และที่ระยะทางหลังจากวิ่งมา 55 กิโลเมตร หน้าจอจะแสดงขีดพลังงานของแบตเตอรี่ที่เหลืออีกด้วย



ที่มา: <http://lopifit.com>
<http://nos.nl/>
<http://www.gettyimages.nl/>
<https://plus.google.com/+Lopifit/photos>



 **lopifit**

MEET THE WORLD'S FIRST WALKING BIKE

Lopifit—the electric walking bike—started as a small idea when Bruin Bergmeester, the founder of the Lopifit, was exercising on his cross trainer in his garage, wondering “How can I use the treadmill outdoors? Wouldn’t that be much more fun including the fact that I can enjoy nature? What about a treadmill on wheels?” Bruin worked for years to get it right, on what is now called the Lopifit a unique product that gained worldwide attention from the moment Bruin took the electric walking bike outdoors.

The Lopifit is a totally new way of moving, a fun and environmentally friendly way of transport. With the electric assist it takes no more effort to walk then

“a walk in the park”. Not only good for the environment yet a fun and healthy way of exercising. When you are walking on the Lopifit, you push the treadmill backwards with your feet. A sensor is registering the movement of the treadmill and gives a signal to an electronic device, which will activate the motor. The motor now supports you to continue the walking movement. The electric assist in combination with the gear is boosting your walking pace up to the speed of a regular bike. Using the brake will shut off the motor immediately. If you are going downhill, then a freewheel function is activated. At maximum range of 55 km., the display has a bar which shows you the status of the battery.

blisby

www.blisby.com



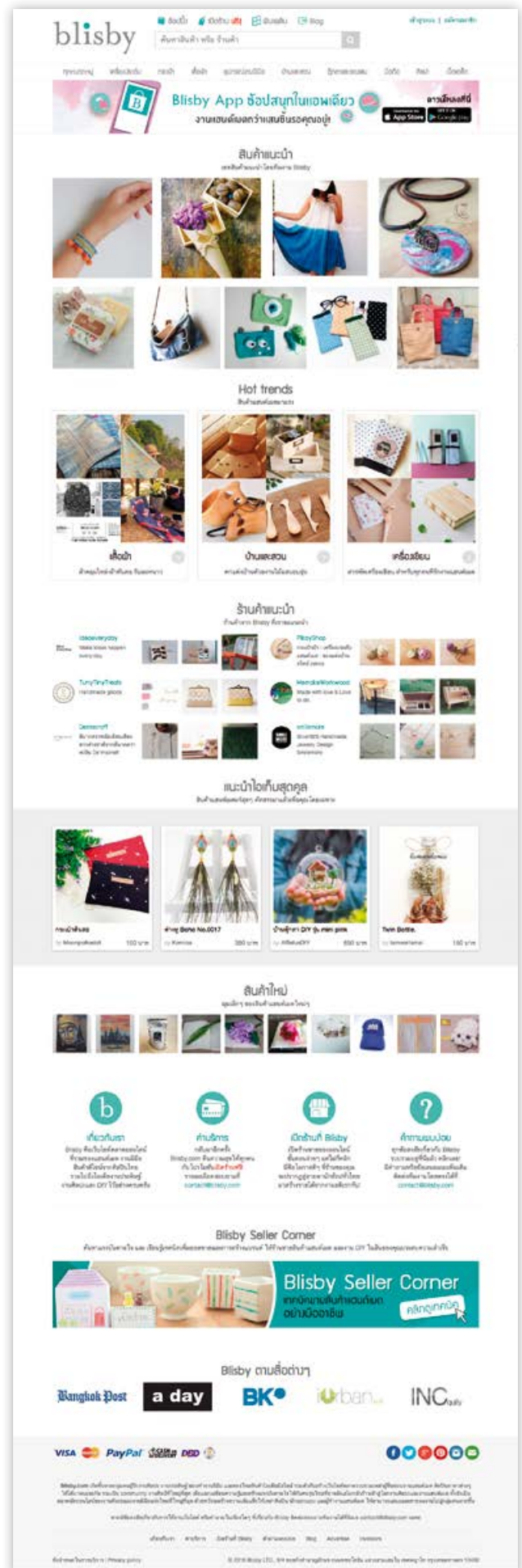
blisby.com เกิดขึ้นจากกลุ่มคนผู้รักงานศิลปะ งานประดิษฐ์ ชอบทำงานฝีมือ และหลงใหลสินค้าไอเดียมีสไตล์ รวมตัวกันเพื่อสร้างเว็บไซต์ตลาดเพื่อรวบรวมเหล่าผู้ชื่นชอบงานแฮนด์เมด ศิลปินสาขาต่างๆให้ได้มาพบเจอกันรวมเป็น community งานศิลป์ที่ใหญ่ที่สุด เพื่อแลกเปลี่ยนความรู้และสร้างแรงบันดาลใจให้กับคนรุ่นใหม่ที่กำลังเล็งเฝ้ามองก้าวเข้าสู่โลกงานศิลปะและงานแฮนด์เมด ทั้งยังเป็นตลาดนัดออนไลน์ของงานศิลปะและงานฝีมือแห่งใหม่ที่ใหญ่ที่สุด หวังจะสร้างความเข้มแข็งให้เหล่าศิลปิน นักออกแบบ และผู้ทำงานแฮนด์เมด ให้สามารถเสนอและขายผลงานไปสู่กลุ่มคนมากขึ้น

พวกเราอยากให้งานศิลปะและงานฝีมือเป็นมากกว่างานอดิเรก อยากให้งานดี ๆ มีสไตล์แต่ละประเภทได้รับการยอมรับในฐานะงานศิลปะ และสามารถเลี้ยงชีพพร้อมทั้งเลี้ยงจิตใจได้ในเวลาเดียวกัน และหากใครที่ยังลังเลคิดว่างานแฮนด์เมดที่ทำสนุกๆ ของเรา ไม่น่ารักไม่เก๋เท่าของคนอื่น หยุตคิดอย่างนั้น อย่าได้เปรียบเทียบผลงานตัวเองกับของคนอื่น เพราะงานแฮนด์เมดแต่ละชิ้นมีสไตล์ความน่ารักสวยงามต่างกัน เพราะนั่นคือเอกลักษณ์ของงานแฮนด์เมด งานที่ทำออกมาแล้วมีชิ้นเดียวในโลก นวัตกรรมของคุณออกมาโชว์เดี่ยวนี้เลย เชื่อเถอะว่าต้องมีใครสักคน (หรือมากกว่า) ชื่นชอบผลงานคุณแน่นอน

blisby.com was born by the get-together of people who love art works, invention, and handicraft and obsess creative and stylish works, the website has been established to gather people who admire hand-made products and artists in many fields to meet and group as the biggest community of art works. Furthermore, this community also aims to exchange knowledge and inspire new generations who are still reluctant to step into the world of arts and hand-made works and perform itself as the new biggest online market of arts and handicrafts. It is expected to strengthen all artists, designers and hand-made craftsmen to be able to present and sell their works to more people.

We want art works and handicrafts being more than hobbies, we wish many good and creative works in each type are acceptable as the art works and the owners of works can earn money while their soul and mind are nourished in the same time. If anyone thinks that his/her hand-made works made for fun are not as cute and chic as others, please stop thinking like that and do not compare your work with others because each hand-made work has its own style and different cuteness and charm because that is the identity of hand-made works with the concept of one piece in the world. You are advised to show your works right now, please believe there will be one (or many) people certainly admiring your works.

ที่มา : <http://www.blisby.com>





THE ROYAL

ไอศกรีม ผลไม้ไทยในบรรจุภัณฑ์สร้างสรรค์ จุดขายเด่น รุกตลาดต่างประเทศ
 Thai-fruit ice cream in the creative packaging is the outstanding selling point
 to penetrate foreign markets.

คุณเปรมสุข ปรีมกมล บริษัท โกลบอล อินเตอร์ ฟู้ด แอนด์ เบเวอร์เรจ จำกัด ผู้คิดค้นสูตรไอศกรีมผลไม้ ภายใต้แบรนด์ “The Royal” เสริมไอเดียใหม่แจ่มเกิดแบรนด์ด้วยความคิดสร้างสรรค์บนบรรจุภัณฑ์จำลองเป็นรูปผลไม้ ซึ่งมุ่งเน้นจะตลาดในต่างประเทศโดยเฉพาะ

ไอศกรีม The Royal มีไอเดียเริ่มต้นมาจากการมองเห็นตลาดต่างประเทศ ที่ให้ความนิยมต่อผลไม้ไทยกันมาก จึงคิดที่จะนำผลไม้มาดัดแปลงให้เป็นไอศกรีม เริ่มต้นได้เลือก “มะพร้าว” มาพัฒนาเปิดตลาดเนื่องจากชาวต่างชาติรู้จักอยู่แล้ว โดยคัดเฉพาะมะพร้าวน้ำหอมจากจังหวัดสุราษฎร์ธานี ไม่มีส่วนผสมของนม แต่มีผสมเนื้อมะพร้าวอ่อนด้วย เพื่อให้รสชาติและเนื้อสัมผัสเหมือนการทานมะพร้าวสด ผลัดกันถัดมาเป็นไอศกรีม “มะม่วง” ซึ่งเลือกใช้วัตถุดิบเป็นมะม่วงน้ำดอกไม้เกรด 100% จุดเด่นคือเนื้อนุ่มเนียน เวลาทานไอศกรีมจึงเหมือนกับกำลังทานผลไม้สดอยู่จริง

ด้านบรรจุภัณฑ์ซึ่งเป็นจุดขายที่โดดเด่น คือ บรรจุภัณฑ์ที่มีรูปร่างที่สื่อถึงชนิดผลไม้ที่อยู่ภายในได้ชัดเจน จากที่ได้ออกงานแสดงสินค้าหลายงาน ก็ปฏิเสธไม่ได้ว่าบรรจุภัณฑ์เป็นตัวเรียกความสนใจจากกลุ่มลูกค้าได้จริง ส่วนวัสดุสำหรับบรรจุภัณฑ์มีการใช้เนื้อไม้เสริมกับการใช้พลาสติกทำให้ลดการใช้พลาสติกลงถึง 20% สอดคล้องกับเทรนด์อนุรักษ์สิ่งแวดล้อม ซึ่งตลาดต่างชาติให้ความสำคัญในเรื่องนี้อย่างยิ่ง

ปัจจุบันมีการส่งออกไปใน เกาหลี ญี่ปุ่น ตะวันออกกลาง และยุโรป เป็นต้น ทุกวันนี้มีกำลังการผลิตอยู่ที่ 10,000 ถ้วยต่อเดือน โดยประมาณ 70-80% เป็นการผลิตเพื่อส่งออก นอกจากนั้นทำการขายในประเทศ แต่กลุ่มลูกค้าเป้าหมายก็ยังคงเป็นชาวต่างชาติเหมือนเดิม

ส่วนแผนธุรกิจในอนาคตได้เตรียมเพิ่มความหลากหลายให้สินค้า โดยคาดว่าจะต่อยอดด้วย ไอศกรีม รสสัปรด รสทุเรียน ออกมาเป็นลำดับ หรืออาจมีผลไม้อื่นๆ ร่วมด้วยแล้วแต่โอกาส แต่จะยังคงคอนเซ็ปต์ผลไม้ไทยในบรรจุภัณฑ์ที่จำลองรูปผลไม้ชนิดนั้นๆ เพื่อตอกย้ำแบรนด์ให้เป็นที่จดจำเช่นเดิม

Khun Premasuk Preemkamol-Global Inter Food & Beverage Co., Ltd. created the recipe of fruit ice cream under the brand of “The Royal” in packaging design to imitate the shape of the fruit, emphasize on penetrating foreign markets.

The ice cream branded “The Royal” has its originated idea from the popular of Thai fruits among foreigners. The first choice of creation is “coconut” because of its well-known flavor. From selective of high quality coconut only from Surat Thani Province, they produce non-dairy ice cream full velvety texture with the raw chunk young coconut meat mixed-in makes the flavor similar to eating fresh coconut. Next on the line is “mango” which selected only 100% A-grade of Barracuda mango as main ingredient. The smooth texture provides the feeling of eating real fresh fruit.

From many exhibitions, the attractive fruit shape packaging representing the fruit ice cream inside is obviously drawn attention from customers. Another innovation is material of the package which is 20% wood reinforce with polypropylene. It has been specially created by focus on environment concern with special created for food contain. This is considered as the admirable and praiseworthy marketing of the brand.

At present, The Royal products are exported to many countries such as South Korea, Japan, Middle East and Europe. Current production capacity is 10,000 cups per month and about 70-80% is for export and the remaining is sold in domestic market but the customer target is still foreigners. Their business plan is to increase the variety of products which expected to produce pineapple ice cream and durian ice cream or other fruits. And the concept of Thai fruit flavor with packaging designed by that fruit shape is still maintained as it became the image of the products.

ที่มาและภาพประกอบ :
<http://www.smeleader.com/>
<http://www.manager.co.th/BizChannel/>
<http://theroyalsiam.com/>





เชื่อมต่อทุกผลงานสู่ความสำเร็จ ด้วย



กลมดี มีสไตล์ สร้างสรรค์ได้ ด้วยสตาร์ ไวร์ คอมบ์



ผู้ผลิตและจำหน่ายลวดกระดุกงูแบบครบวงจร
รายแรกและรายเดียวในประเทศไทยที่ได้รับ
การรับรองคุณภาพมาตรฐาน ISO9001:2008



เครื่องเข้าเล่ม (Binding Machine)

ก้านแขวนปฏิทิน (Hanger)



Hanger ตัววี

Hanger ตัวยู



เครื่องเข้าเล่มกระดุกงู 3:1
(Wire Comb Binding)



เครื่องเข้าเล่มกระดุกงู 2:1
(Wire Comb Binding)



บริษัท สตาร์ ไวร์ คอมบ์ จำกัด

สำนักงานขาย : เลขที่ 1 ถ.เจริญราษฎร์ แขวงทุ่งวัดดอน เขตสาทร กรุงเทพฯ 10120

Tel. 02-210-8888 ต่อ 3056-8 Fax. 02-210-8809