

วารสารเชิงความรู้เพื่อพัฒนาอุตสาหกรรมการพิมพ์และบรรจุภัณฑ์

NEVIA NEWS

By Gold East Paper & CAS Paper



PAPER CUP PACKAGING

ISSUE
28

Vol.7 Issue. 28 June - September 2017
ปีที่ 7 ฉบับที่ 28 มิถุนายน - กันยายน 2560



CAS PAPER Newsletter
www.cas-group.com

Editor talk

NEVIA NEWS ฉบับส่งท้ายฤดูร้อนอย่างเข้าฤดูฝนนี้ มีข่าวดีเกี่ยวกับเศรษฐกิจไตรมาสแรกที่มีอัตราการเติบโตค่อนข้างดี ส่งผลให้รัฐบาลมองแนวโน้มเศรษฐกิจเป็นขาขึ้นอย่างชัดเจน สำหรับอุตสาหกรรม การพิมพ์ มีข้อคิด และแนวทางการรับมือความเปลี่ยนแปลง พร้อมกับมุมมองจากผู้บริหารยุคใหม่ ซึ่งยังคงต้องจับตาและวางแผนกลยุทธ์ที่เหมาะสมต่อไป และฉบับนี้เรายังมีกระดาดตัวใหม่ จาก GEP เพื่อเป็น ทางเลือกในการสร้างสรรค์งานพิมพ์อีกด้วย

หวังว่าทุกท่านคงจะได้สาระและความบันเทิงจาก NEVIA NEWS เช่นเคย แล้วพบกันใหม่ฉบับหน้าค่ะ

NEVIA NEWS Issue 28, summer is going by, rainy season is saying Hi. The first quarter of this year is full with joy in business growth. Trend for printing industry, GDP forecast, new trend and opinion about printing business also present. In this issue, we are proud to present new Ivory White Art Paper from GEP for you to create new design in printing.

Hope you enjoy reading our NEVIA News.



วารสารเชิงความรู้เพื่อพัฒนาอุตสาหกรรมการพิมพ์และบรรจุภัณฑ์

NEVIA NEWS

by Gold East Paper & CAS Paper

“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:	คุณสุรพล ดารารัตน์โรจน์ คุณโชนบงอร ดารารัตน์โรจน์
Consultant:	Surapol Dararattanaoj Chombungorn Dararattanaoj
กองบรรณาธิการ:	คุณอารีรัตน์ สำราญสินธุ์ คุณสุภาภา ดารารัตน์โรจน์
Editorial Team:	Gao Xiao Fei, Jay Lee, Forest Bai
บรรณาธิการพิเศษ:	รศ.ดร.อรัญ หาญสืบสาย
ออกแบบ:	บริษัท แท็บ พลัส สตูดิโอ จำกัด
Design:	Tab Plus Studio Co., Ltd. www.tabplusstudio.com
พิมพ์ที่:	บริษัท โกลเบล พรินต์ติ้ง แอนด์ แพคเกจจิ้ง (2013) จำกัด
Published:	GLOBAL PRINTING AND PACKAGING (2013) CO.,LTD
ผลิตโดย:	โรงงาน โกลด์ อีสท์ เปเปอร์ ประเทศจีน ร่วมกับ บริษัท ซี.เอ.เอส. เปเปอร์ จำกัด
Production:	GOLD EAST PAPER Mill (China) with C.A.S. PAPER CO., LTD. www.goldeastpaper.com www.goldhs.com.cn www.caspaper.com



CONTENTS



วารสารฉบับนี้ ปกพิมพ์ด้วยกระดาษ NEVIA Plus-ด้าน 250 แกรม เนื้อในพิมพ์ด้วยกระดาษ NEVIA Sparkling-ด้าน 128 แกรม จากโรงงาน โกลด์ อีสท์ 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	04
เดิมนับสูงขึ้นจีดีพีโต 4 %	
MARKETING UPDATES	06
ผลสำรวจการเล่นเน็ตของคนไทย จาก Google	
CAS ACTIVITIES	09
ซี.เอ.เอส.เปเปอร์จัดกิจกรรมสัมมนาร่วมกับลูกค้า	
การบรรจุภัณฑ์และการพิมพ์เพื่ออนาคต	10
PAPER TECHNIQUES	12
การพิมพ์ด้วย	
PAPER EXHIBITION	17
Interpack 2017	
GEP ACTIVITIES	18
APP ได้รับการเชิดชูเกียรติจากสำนักงานข่าว	
และสิ่งพิมพ์แห่งรัฐ	
HOT Product	19
Ivory White Art Paper	
HOBBY CLUB	20
หอสมุดเมืองกรุงเทพมหานคร	
LIFE INNOVATION	22
Joto จอภาพสุดคุล	

เดิมพันสูง เป็นจี้ดีฟิโ 4% ปัจจัยลบใน-นอกเพียบ

Push GDP growth 4%, high stakes among numerous internal and external negative factors

คณะกรรมการนโยบายการเงิน(กนง.)เมื่อวันที่ 29 มีนาคมที่ผ่านมามติเป็นเอกฉันท์ให้คงอัตราดอกเบี้ยนโยบายไว้ที่ 1.50% ต่อปี หลังจากประเมินว่าการขยายตัวของเศรษฐกิจ (จีดีพี) ไทยมีแนวโน้มขยายตัวดีขึ้นจากที่ประเมินไว้ พร้อมปรับประมาณการจีดีพีปีนี้เป็น 3.4% จากเดิมที่คาดไว้ 3.2% ด้วยเหตุผลหลักจากการเริ่มฟื้นตัวของภาคส่งออก และจำนวนนักท่องเที่ยวที่กลับเข้ามาในไทยสอดคล้องกระทรวงการคลังคาดการณ์จีดีพีตามเป้าหมายปีที่ 3.6% แต่มีโอกาสเติบโตได้ถึง 4% ขณะลู่ภาคส่งออกจะขยายตัวเป็นบวกต่อเนื่อง

March 29, 2017, the Monetary Policy Committee (MPC) unanimously agreed to the policy interest rate at 1.50% per annum after evaluating that Thailand's Gross Domestic Product (GDP) would shift in a positive direction. The MPC had revised its forecast on the Thai GDP growth from 3.2% to 3.4% due to the recovery of the export sector and the increasing number of foreign tourists making their journeys to Thailand. This was in according with the Ministry of Finance's previous forecast on the Thai GDP, saying it could shift by 3.6% and would even achieve a potential growth of 4.0% for the entire year, followed by the continuing expansion of the export sector.

นายเชาว์ เก่งชน กรรมการผู้จัดการ บริษัท ศูนย์วิจัยกสิกรไทย จำกัด กล่าวว่า กรณีกระทรวงการคลังคาดหวังว่าจีดีพีจะเติบโตได้ถึง 4% นั้น ตัวแปรหลักในการขับเคลื่อนจีดีพีทั้งปียังอยู่ที่การขยายตัวของภาคส่งออก ซึ่งสำนักงานเศรษฐกิจการคลัง(สศค.) ประเมินจีดีพีทั้งปีนี้จะเติบโตได้ 3.6% บนสมมติฐานค่อนข้างระมัดระวังว่า ภาคการส่งออกจะเติบโตได้ 2.5% หากจีดีพีโตถึง 4% หมายถึงโอกาสเศรษฐกิจจะขยายอีก 0.4% นั้นในส่วนของภาคส่งออกโดยรวมต้องเกิน 4% หรือตัวเลขส่งออกได้ 5% ตามที่นายสมคิด จาตุศรีพิทักษ์ รองนายกรัฐมนตรีให้นโยบายกระทรวงพาณิชย์

Mr. Chao Kengchon, Managing Director of Kasikorn Research Center, unveiled the Ministry of Finance's forecast on the 4% GDP growth would result mainly from the expansion of the export sector. However, based on the Fiscal Policy Office's hypothesis, the Thai GDP would grow by 3.6% for the entire year, while the export sector would be able to expand by 2.5% only. If the Thai GDP could increase to 4%, the national economy would shift slightly by 0.4%. Collectively, to make that idea achievable, the export sector would have realised a 4-5% growth at first, according to Mr. Somkid Jatusripitak, Deputy Prime Minister, who formulated the policy framework for the Ministry of Commerce.

ที่ผ่านมา 2 เดือนแรกกระทรวงพาณิชย์ประกาศตัวเลขส่งออกขยายตัว 2.5% ถือว่าอยู่ในเกณฑ์ดีโดยมีสินค้ายางดิบโต 60% น้ำมันสำเร็จรูปกว่า 30% แต่เนื่องจากต้นปีคนยังกังวลราคาสินค้าจะขยับเพิ่ม รวมถึงภาระหนี้และการจ้างงานกำลังซื้อจึงไม่คึกคัก ทำให้บรรยากาศโดยรวมไตรมาสแรกขบ ประกอบกับไตรมาส 4 ของปีก่อนรัฐบาลมีนโยบายเพื่อกระตุ้นตัวเลขดังกล่าวจึงไปก่อนหน้าแล้วและในปีนี้นี้เทศกาลสงกรานต์รัฐบาลไม่มีนโยบายอะไรออกมากระตุ้นเช่นปีก่อน แต่จากนี้ไปกำลังซื้อจะค่อยๆฟื้นตัวโดยคาดว่าจะเห็นการฟื้นตัวทางเศรษฐกิจชัดเจนขึ้น แต่ต้องติดตามตลาดโลก ราคาสินค้าและราคาน้ำมันโดยยังมีความกังวลจากสหรัฐฯ

นายรชตพงศ์ สุขสงวน ผู้อำนวยการฝ่ายวิจัยความเสี่ยงธุรกิจ ธนาคารกรุงไทย จำกัด(มหาชน)กล่าวว่า การจะอัพไซด์จีดีพีให้ขยายตัวได้ที่ 4% นั้น นอกจากภาคส่งออกไทยต้องเติบโตได้ 3% ขึ้นไปแล้วอาจต้องพิจารณาถึงตัวเลขของการนำเข้าประกอบด้วย และจำเป็นต้องผลักดันภาคการลงทุนเอกชนและการบริโภคเอกชนควบคู่ด้วย โดยแนวโน้มการลงทุนเอกชนยังเป็นประเด็นน่าห่วง เพราะไตรมาสแรกยังไม่เห็นการฟื้นตัวที่ชัดเจน จึงต้องเร่งให้การลงทุนเติบโตเกินกว่า 5-6% ขณะเดียวกันต้องผลักดันการบริโภคให้ขยายตัวมากกว่า 3% เพราะการบริโภคมีสัดส่วน 49-50% ของจีดีพี ซึ่งปีนี้ไตรมาสแรกการบริโภคถูกแย่งไปใช้จ่ายครึ่งหลังจากการที่รัฐบาลมีนโยบายกระตุ้นระยะสั้นออกมา ดังนั้นปีนี้ถ้ารัฐบาลมีมาตรการระยะสั้นมาต่อเนื่องอาจจะสามารถขยับจีดีพีทั้งปีแตะ 4% ได้

For the first two months of the year, the Ministry of Commerce announced that a 2.5% export expansion was considered a good figure, with a strong growth of 60% for rubber and 30% of petroleum. However, people were still anxious of rising prices of commodities, management of individual debts, and aspect of employment. Consequently, people's purchasing power was quite sluggish in the first quarter. This might also be resulted from the government's economic stimulus measure issued in the final quarter of 2016, where people had been urged to increase their spending following the financial assistance approved earlier by the government. In 2017, during the Songkran Festival, although the government had introduced no economic recovery aid, people's purchasing power was anticipated to remain positive, particularly during the second half of the year. For whatever extent, Thailand might keep pace with the global market development, including prices of oil and commodities in general, that would be concerned by the US.

According to Mr. Rachatapong Suksanguan, Vice President and Manager Business Risk Research Department of Krungthai Bank, upsizing the Thai GDP to 4% might have to rely on a minimum growth of 3% of the export sector backed by the consideration of various import volumes. It would be significant to push forward private investments and maximize the consumption value of the private sector itself. There was no sign of recovery for the private investment sector yet. However, private firms had been encouraged to increase their investments to achieve a solid growth of 5-6%. At the same time, the national consumption rate was required to shift above 3% as consumption held up to 49-50% of the entire Thai GDP figure. This year, people's larger spending would be seen due to the government's announcement on its short-term economic stimulus plan. As the plan was practiced efficiently, Thailand would possibly achieve 4% of the GDP growth for the entire year.

กูเกิลเผย คนไทย 85% ใช้ อินเทอร์เน็ตทุกวัน 58% เล่นเน็ต ระหว่างดูทีวี



Google research shows **85%** of Thais use the internet every day and **58%** use it during watching TV

จำนวนผู้ใช้สมาร์ทโฟนในประเทศไทย เพิ่มขึ้น **126%** นับตั้งแต่ปี 2013

The number of smartphone users has increased by 126% since 2013

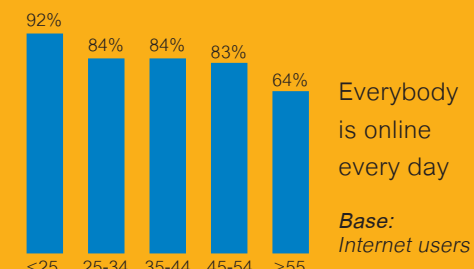


การบริโภคสื่อดิจิทัลของคนไทยเติบโตขึ้นอย่างรวดเร็ว เป็นผลมาจากปัจจัยและความสะดวกต่างๆ ที่เอื้อต่อการ "ใช้ชีวิตออนไลน์" โดยจากผลสำรวจ Thailand Consumer Barometer ดำเนินการโดย TNS ซึ่ง Google Consumer Barometer ให้ข้อมูลครอบคลุมพฤติกรรมการใช้อินเทอร์เน็ตของคนไทย เป็นดังนี้

Digital media use of Thais grows rapidly. It is the result of many factors which support "Living online". According to a survey conducted by the Thailand Consumer Barometer conducted by TNS, the Google Consumer Barometer provides information on Thai internet usage behavior as follows:

<http://www.brandbuffet.in.th/2016/09/thailand-consumer-barometer-google-2016/>
<http://www.whatphone.net/news/google-consumer-barometer-2016/>

จำนวนผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ตในประเทศไทยที่ออนไลน์ทุกวันแบ่งตามกลุ่มอายุ มากที่สุดคือกลุ่มอายุต่ำกว่า 25 ปี มีมากถึง **92%**



เมื่อต้องการทราบข้อมูลเรื่องใดเรื่องหนึ่ง **76%** ของกลุ่มสำรวจ เลือกค้นหาจากอินเทอร์เน็ต

"When I need information, the Internet is the first place I look"- says 76% of internet users

Search

ผู้ใช้งานออนไลน์ **38%** ค้นหาข้อมูลสินค้าที่ต้องการผ่านช่องทางออนไลน์ในทุกๆ เดือน

38% of onliners look for product information online every month

70%

ของคนไทยใช้มือถือเป็นสมาร์ทโฟน

70% of people use a smartphone



เฉลี่ยคนไทยแต่ละคน มีอุปกรณ์ที่สามารถเชื่อมต่ออินเทอร์เน็ตได้คนละ **1.5** เครื่อง

The average person use 1.5 internet connected devices

จำนวนอุปกรณ์ที่เชื่อมต่ออินเทอร์เน็ตในประเทศไทย เพิ่มขึ้น **69%** นับตั้งแต่ปี 2013

The average number of connected devices has increased by 69% since 2013

50% ของกลุ่มแบบสำรวจที่อายุต่ำกว่า 35 ปี เลือกหาสินค้าทางสมาร์ทโฟน ใกล้เคียงกับการเลือกผ่านทางคอมพิวเตอร์

50% under 35 years are looking for products via smartphone just as often as via computer

คนไทยเวลาที่ดูโทรทัศน์ **94%** ยังใช้สมาร์ทโฟนไปด้วย

When people are watching TV, 94% are using their smartphone

กลุ่มสำรวจอายุต่ำกว่า **35** ปี ใช้งานสมาร์ทโฟนมากกว่าคอมพิวเตอร์

There are more people under 35 years using smartphones than computers

77% ของผู้ใช้งานออนไลน์ที่อายุต่ำกว่า 35 ปี ดูวิดีโอออนไลน์บนสมาร์ทโฟนทุกสัปดาห์

70% of onliners under 35 years watch online video via smartphone every week

จำนวนผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ตรายวันของไทย เพิ่มขึ้น **89%** นับตั้งแต่ปี 2013

The number of daily Internet users has increased by 89% since 2013

เลือกกระดาษ BRIEFCARD

เลือกยี่ห้อ IK



"Simply Smooth"

เอกลักษณ์เฉพาะของ Briefcard ยี่ห้อ IK

เป็นกระดาษการ์ดขาวแท้ ผลิตจากเยื่อที่มีคุณภาพ ทำให้มีความแกร่ง และต้านทานการโค้งงอได้อย่างดีเยี่ยม เวดกระดาษสีขาว (ORIGINAL WHITE) เหมาะสำหรับงานพิมพ์ทุกประเภท

เลือกกระดาษที่เหมาะสมกับงานคุณภาพ เลือกใช้กระดาษ IK

CAS@ Activities

ascend



เมื่อวันที่ 6 มีนาคม 2560 ณ อาคาร AIA Capital Center ทางฝ่ายการตลาด บริษัท ซี.เอ.เอส.เปเปอร์ จำกัด ได้จัดกิจกรรมสัมมนาพิเศษร่วมกับฝ่ายขาย และกลุ่มลูกค้า โดยในไตรมาสแรก ได้จัดกิจกรรมร่วมกับบริษัทพันธมิตรชื่อ "Goodchoiz Product Training" ซึ่งเป็นการบรรยายที่จัดขึ้นให้ทางฝ่ายขายของลูกค้าเพื่อเพิ่มความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับกระดาษและงานพิมพ์ รวมถึงรายละเอียดสินค้าต่างๆ ของบริษัท ซี.เอ.เอส.เปเปอร์ อย่างถูกต้อง



On March 6th, at AIA Capital Center, C.A.S. Paper Marketing & Sales Department incorporate with our customer, Pantavani, held special seminar "Goodchoize Product Training". This seminar focuses on educating paper & printing knowledge including CAS's products key features to customer's sales person. We plan to continue this activity every quarter.



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



การบรรจุภัณฑ์
และการพิมพ์
เพื่ออนาคต:
จากแนวคิดสู่ผลิตภัณฑ์จริง

PACKAGING AND
PRINTING FOR
THE FUTURE:
FROM IDEA TO SHELF

ด้วยความร่วมมือกันของ เมสเซ่ ดุสเซลดอร์ฟ เอเชีย สมาคมการบรรจุภัณฑ์ไทย และสมาคม การพิมพ์ไทย แพ็ค พรี้นท์อินเตอร์เนชันแนล ซึ่ง ขับเคลื่อนโดยผู้เชี่ยวชาญระดับโลกอย่างดุโรป้าและ อินเตอร์แพ็ค เป็นหัวใจสำคัญของการจัดแสดงสินค้า ด้านการบรรจุภัณฑ์และการพิมพ์ของประเทศไทย เพื่ออุตสาหกรรม โดยผู้อยู่ในแวดวงอุตสาหกรรม

A tripartite collaboration between Messe Düsseldorf Asia, The Thai Packaging Association and The Thai Printing Association, **PACK PRINT INTERNATIONAL** - driven by the global expertise of drupa and interpack, is quintessentially Thailand's packaging and printing trade fair for the industry, by the industry.

แพ็ค พรี้นท์อินเตอร์เนชันแนล 2017 งานแสดงสินค้าด้านการบรรจุภัณฑ์และการพิมพ์นานาชาติสำหรับทวีปเอเชีย กลับมาจัดแสดงเป็นครั้งที่ 6 ณ ศูนย์นิทรรศการและการประชุมไบเทค (BITEC) ระหว่างวันที่ 20 - 23 กันยายน 2560 ด้วยการมุ่งเน้นไปที่ภาคส่วนด้านการบรรจุภัณฑ์ การจัดงานในครั้งนี้จะแสดงให้เห็นถึงกระบวนการทั้งหมดในห่วงโซ่มูลค่า เริ่มตั้งแต่กระบวนการความคิดตลอดจนการผลิต ที่ครอบคลุมทุกภาคส่วนของบรรจุภัณฑ์และการพิมพ์ เช่น การคิดค้นพัฒนาสินค้า และเทคโนโลยีใหม่ในการสร้างบรรจุภัณฑ์ที่ช่วยเก็บถนอมอาหารเพื่อสามารถวางขายได้นานขึ้น ไปจนถึงความประหยัดจากการพิมพ์ดิจิทัลและการทำตลาดได้อย่างรวดเร็วจากการตกแต่งบรรจุภัณฑ์

PACK PRINT INTERNATIONAL 2017 - the International Packaging and Printing Exhibition for Asia returns for its 6th during 20 - 23 September 2017 at Bangkok International Trade & Exhibition Centre (BITEC), instalment with a renewed focus on the packaging sector. The exhibition will present the entire value chain that is, from ideation to creation bringing to the forefront the full spectrum of the printing and packaging sectors; from developing new products and technology to creating packaging that protects food for a longer shelf life to digital printing's economic and speed-to-market advantages for mainstream package decoration.

PACK PRINT
INTERNATIONAL



แพ็ค พรี้นท์อินเตอร์เนชันแนล ได้รับการยอมรับว่าเป็นงานด้านการบรรจุภัณฑ์และการพิมพ์ที่มีชื่อเสียงที่สุดในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ที่ประสบความสำเร็จอันเยี่ยมยอดอย่างสม่ำเสมอสำหรับผู้แสดงสินค้าและผู้เยี่ยมชมงาน ด้วยความสามารถในการ :

- ตอบสนองความต้องการทั้งในปัจจุบันและอนาคต ด้วยการนำเสนอเทคโนโลยีล้ำสมัย
- นำผู้ผลิตและเจ้าของแบรนด์ชั้นนำมาพบกับผู้ซื้อและผู้มีอำนาจตัดสินใจ
- รักษาความสัมพันธ์ทางการตลาดในระดับภูมิภาค ด้วยการเกาะติดแนวโน้มอุตสาหกรรมของโลก

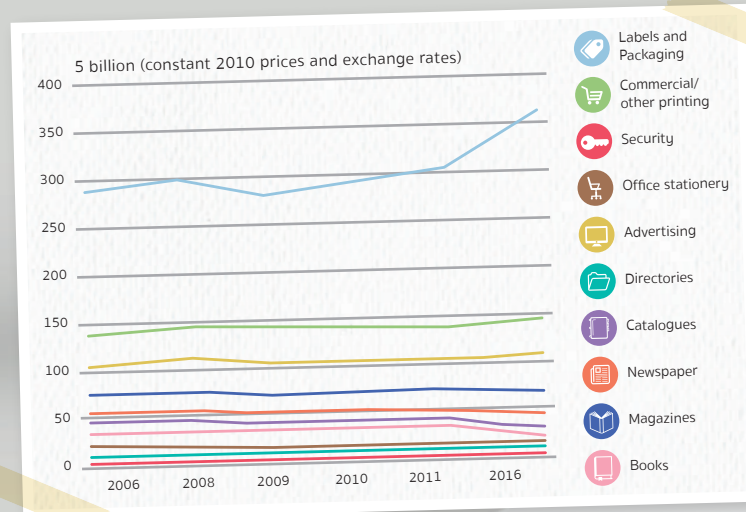
As Southeast Asia's most prominent event for the packaging and printing sectors, **PACK PRINT INTERNATIONAL** has garnered consistent stellar results for both exhibitors and visitors with its ability to:

- Address current and future demands by showcasing cutting-edge technologies
- Connect top manufacturers and leading brands to active buyers and influential decision makers
- Maintain regional market-relevance by staying on top of global industry trends

<http://www.pack-print.de/en/show-info.html>

การพิมพ์ถ้วย (Cup printing)

สถาบันไพรา (PIRA) จากประเทศอังกฤษได้รายงานสถานการณ์ของการพิมพ์โลกในปี 2559 ที่ผ่านมามีมูลค่าการผลิตสิ่งพิมพ์ของโลกอยู่ที่ 844 พันล้านเหรียญสหรัฐ ขยายตัว 6.7 % จาก 791 พันล้านเหรียญสหรัฐ ในปี 2554 โดยในสัดส่วนที่เพิ่มขึ้นมาจากมูลค่าตลาดฉลากและบรรจุภัณฑ์ที่ขยายตัวอย่างชัดเจน (ดังรูปที่ 1) ทำให้เห็นถึงทิศทางโอกาสของตลาดงานพิมพ์ในอีกหลายปีข้างหน้า มูลค่าสัดส่วนดังกล่าวสูงถึง 365 พันล้านเหรียญสหรัฐ มากกว่ามูลค่าตลาดงานพิมพ์คอมเมอเชียลมากกว่าเท่าตัว เมื่อพิจารณารายละเอียดของกลุ่มตลาดบรรจุภัณฑ์จะเห็นว่า ตลาดใหญ่สุดคือ ตลาดสุขภาพ รองลงมาเป็นอาหารและเครื่องดื่ม แต่ถ้านับมูลค่าของตลาดอาหารและเครื่องดื่มรวมกันแล้วจะได้มากกว่าครึ่งหนึ่งของมูลค่าทั้งหมด และมีแนวโน้มขยายตัวอย่างต่อเนื่อง รวมทั้งตลาดถ้วยชา - กาแฟ ทั้งที่ทำด้วยกระดาษและพลาสติกที่เติบโตอย่างก้าวกระโดด



รูปที่ 1 มูลค่าตลาดงานพิมพ์โลกประเภทต่างๆ (2549 - 2559)

Values of the global printing market classified by types of products (2006 - 2016)

PIRA unveiled the world's printing market situation in 2016, stating that the global production of printed materials achieved around US\$844 billion, a rise of 6.7% compared to US\$791 billion in 2011. The increasing proportion of the label and package printing market had immensely influenced the printing industry as a whole (see Figure 1), which could strategically set directions of the printing business for the next coming years. The value of the said proportion was estimated to shift to US\$365 billion or a

double increase compared to the commercial printing market. Referring to the overall aspect of the package printing market, health products is still the largest focus, followed by food and beverage. However, as the values of the food and beverage markets were combined together, the value was exceed half of the entire value of the package printing market and would shift steadily in the near future. Printing of disposable tea and coffee cups was expected to achieve a quantum leap as well.

ในประเทศไทยในธุรกิจร้านชา-กาแฟ เป็นไปตามสัดส่วนประเภทวัสดุต่างๆ ที่ใช้ในการทำบรรจุภัณฑ์ของโลกในปี 2559 ที่ร้อยละ 31 ยังใช้กระดาษอยู่ และร้อยละ 27 ใช้พลาสติก แต่สำหรับถ้วยแก้วพลาสติกนั้น ได้เริ่มมีการใช้พลาสติกย่อยสลายได้ทางชีวภาพที่ทำมาจากพืชในประเทศไทยกันแล้ว ซึ่งเป็นเรื่องของการรักษาสสิ่งแวดล้อมเป็นหลัก

การพิมพ์ด้วยกระดาษหรือพลาสติกในประเทศส่วนใหญ่จะเป็นระบบพิมพ์ดรายออฟเซต ซึ่งเครื่องมีขนาดใหญ่ ทำงานอัตโนมัติ ออกแบบมาโดยเฉพาะให้มีหน่วยป้อนถ้วยที่ขึ้นรูปแล้ว ใช้หมึกที่แห้งด้วยรังสียูวี ให้สีสด ลวดลายหลากหลาย งานพิมพ์คุณภาพดี นอกจากนี้ยังมีระบบเฟล็กโซกราฟีที่ออกแบบมาพิมพ์บรรจุภัณฑ์ประเภทนี้อีกด้วย สำหรับจำนวนงานไม่มากและพิมพ์ที่ละถ้วย จะใช้ระบบพิมพ์สกรีน หรือระบบแพด (pad printing) เข้ามาช่วยกรณีพิมพ์กระดาษเป็นแผ่น แล้วมาขึ้นรูปทีหลังนั้น สามารถใช้ระบบพิมพ์ออฟเซต หรือเฟล็กโซ กราฟี ก็ได้

อย่างไรก็ตาม ผู้พิมพ์ถ้วยประเภทเครื่องดื่มนี้ ควรคำนึงถึงความปลอดภัยของผู้บริโภคด้วย เช่น หมึกพิมพ์ที่ไม่ซึมผ่านเนื้อถ้วยและไม่หลุดติดมือขณะถือหรือละลายเมื่อได้รับความร้อน เป็นต้น

In Thailand, the coffee shop business gained massive popularity in line with the global package production rate. In 2016, according to the survey, 31% of coffee shops preferred paper cup, while another 27% relied on plastic. Nevertheless, food packaging manufacturers in Thailand had shifted their focus towards the use of biodegradable plastic from farmed crops and natural plants in the country, as part of the goal to promote eco-friendly practices.

Nowadays, paper and plastic cup printing providers in Thailand use dry offset printing system. The dry offset printing machine is huge and can run automatically with its designed exclusively for cup printing. Dry offset UV ink is used to ensure high-quality printing, reflecting in exceptional designs and vivid colors of finished products. Additionally, there is a flexography has been developed for cup printing too. For a small quantity printing, the pad printing system became the better choice. In case of sheet-fed printing before assemble to shape a cup, both dry offset and flexography can be used.

However, it is compulsory for beverage cup printing providers to focus on consumer safety by using good quality ink that cannot permeate through the cup, ink transferred when holding, or be melted easily by heat or moisture.





คุณประยุทธ์ หล่อเย็นยง

บทสัมภาษณ์ คุณประยุทธ์ หล่อเย็นยง

กรรมการผู้จัดการ บริษัท ราชการพิมพ์ (2002) จำกัด

ต่อเนื่องจากบทความการพิมพ์ถ้วยในคอลัมน์ Paper Technique นั้น NEVIA NEWS ฉบับนี้ได้รับเกียรติจากผู้มีประสบการณ์ตรงในธุรกิจแก้วกระดาษ คุณประยุทธ์ หล่อเย็น กรรมการผู้จัดการ บริษัท ราชการพิมพ์ (2002) จำกัด ที่จะมาบอกเล่าถึงประสบการณ์การทำธุรกิจในตลาดนี้กัน

CAS@Impression

Mr. Prayuth Loryuenyong

CEO of Racha Printing (2002) Co., Ltd.

Continuing the paper cup printing in the Paper Technique article, this issue of NEVIA NEWS is honored by experienced personnel in the fields of paper cup business, Mr. Prayuth Loryuenyong, the CEO of Racha Printing (2002) Co., Ltd. He is here to share his experience in this business.



Take away
coffee cup

Q&A

Q: มุมมองที่ ราชการพิมพ์ มีต่อธุรกิจบรรจุภัณฑ์แก้วกระดาษ

A: จากที่คุณประยุทธ์ได้เข้ามาดูแลธุรกิจโรงพิมพ์ประมาณ 15 ปี มองว่าแนวโน้มตลาดบรรจุภัณฑ์มีโอกาสขยายตัวสูงขึ้นมากกว่าภาคการพิมพ์อื่นๆ จึงได้ตัดสินใจลงเครื่องขึ้นรูปแก้วตัวแรกเมื่อประมาณ 5 ปีก่อน ซึ่งขณะนั้นโรงพิมพ์ส่วนใหญ่ก็ได้คาดการณ์ไปในทิศทางเดียวกัน

Q: จุดเปลี่ยนในการขยายกลุ่มธุรกิจ

A: คุณประยุทธ์มีแนวคิดว่า ธุรกิจบรรจุภัณฑ์แก้วกระดาษเป็นการต่อยอดธุรกิจจากเครื่องไม้เครื่องมือและความรู้ความสามารถที่มีอยู่เดิม ไม่ได้เป็นการเปลี่ยนมาขยายงานด้านนี้ เพราะภาคการพิมพ์อื่นๆ ลดลง งานพิมพ์เขียนก็ยังคงมีอยู่เท่าเดิมและเป็นการรักษาสถานลูกค้ากลุ่มเดิมด้วย ถึงแม้ปริมาณอาจน้อยลงแต่ก็มีเข้ามาเรื่อยๆ ซึ่งในส่วนบรรจุภัณฑ์แก้วกระดาษไม่เพียงแต่ผลิตตามออเดอร์ของลูกค้าเท่านั้น ทางบริษัทยังผลิตเพื่อธุรกิจค้าส่งจัดส่งตามร้านค้าต่างๆ อีกด้วย โดยมีกำลังการผลิตประมาณ 3-4 ล้านใบต่อเดือนจากเครื่องจักรทั้งหมด 10 เครื่อง และปลายปีนี้มีแผนจะลงเพิ่มอีก 3 เครื่องเพื่อรองรับปริมาณความต้องการของลูกค้าที่เพิ่มมากขึ้น

Q: Racha Printing's point of view on paper cup printing business

A: 15 years of experience of managing printing house, Mr. Prayuth sees that packaging business has higher tendency to expand more than any other printing sector and most of the printing house had the same direction. Therefore, he decided to install the first cup forming machine 5 years ago

Q: The turning point of business expansion

A: Mr. Prayuth had the idea that running paper cup printing business is like a continuation of what he is doing and using the existing tools, knowledge and experience. He didn't expand this business because other printing sectors are declining. He continues the other printing sector and maintains relationship with his loyal customers although the profit may be less but there are still new customers coming in. As for the paper cup, the company does not only produce according to the customer's orders but also for wholesales for various shops with approximately 3-4 million pieces per month from the total of 10 machines. By the end of this year, 3 more machines will be installed to meet the increasing demands of customers.

Q: การแข่งขันในตลาดบรรจุภัณฑ์แก้วกระดาษ

A: คุณประยุทธ์ไม่ให้น้ำหนักกับการแข่งขันในตลาดมากนัก เพราะตลาดภายนอกมีการแข่งขันด้านราคากันอย่างดุเดือดอยู่แล้ว แต่บริษัทฯ จะพยายามไม่เสนออะไรมีผลกระทบต่อต้นทุนของบริษัท และราคาของตลาด ซึ่งการยิ่งกดราคากันไปจะยิ่งเหลือกำไรน้อยลงไปเรื่อยๆ ทั้งนี้คุณประยุทธ์บอกว่า การแข่งขันกับตัวเองด้วยการคุมต้นทุนให้ดีที่สุด จะทำให้ธุรกิจมีความสามารถในการแข่งขันด้านคุณภาพและบริการมากกว่าการแข่งขันกันด้วยราคา คุณประยุทธ์จึงเลือกเครื่องจักรที่เป็นระบบอัตโนมัติเกือบทั้งหมด เพื่อลดการสูญเสียจากความผิดพลาดของบุคลากร และในปีนี้นักประยุทธ์มองว่ายอดขายของบริษัทน่าจะเพิ่มขึ้นได้ประมาณ 5 % จากการเพิ่มเครื่องจักรและเพิ่มตัวสินค้า

จากการที่ได้มีโอกาสสัมภาษณ์คุณประยุทธ์บอกได้เลยว่าการทำธุรกิจที่สามารถจบทุกความต้องการของลูกค้า ไม่ต้องติดต่อหลายที่ ถือเป็นแต้มต่อที่สำคัญในธุรกิจสิ่งพิมพ์จริงๆ

Q: The competition in paper cup market

A: Mr. Prayuth does not give a lot of attention on the competition in the market because in the market, there is already an intense price competition. However, the company tries best to not introduce anything that would affect the company's investment and market price negatively and he feels that the reduction of the price will only result in low profit. Nevertheless, Mr. Prayuth said that competing against oneself by controlling the investment is the best way to enable the business to enter the competition in terms quality and service rather than pricing. Therefore, Mr. Prayuth chose to use automatic machines for most of the production to reduce damages that could cause from human error. This year, Mr. Prayuth sees a 5% growth of the company's sales from the addition of new machines and products.

From Mr. Prayuth point of view, one stop service is really the key aspect for any printing business.



INTERPACK 2017

งานแสดงสินค้าด้านอุตสาหกรรมบรรจุภัณฑ์และกระบวนการแปรรูปที่ใหญ่ที่สุดในโลก
Processes and Packaging leading trade fair 2017



interpack
PROCESSES AND PACKAGING
LEADING TRADE FAIR

DÜSSELDORF, GERMANY
04 - 10 MAY 2017
INTERPACK.COM

งานแสดงสินค้าด้านอุตสาหกรรมบรรจุภัณฑ์และกระบวนการแปรรูปที่ใหญ่ที่สุดในโลก ณ เมืองดüsseldorf ประเทศเยอรมนี ระหว่างวันที่ 4 - 10 พฤษภาคม 2560

World's Processes and Packaging leading trade fair 2017 will be held during 4th - 10th May, 2017 at Düsseldorf, Germany

ไฮไลท์ภายในงาน ได้แก่ อุตสาหกรรม 4.0 ที่จะแสดงให้เห็นถึงการทำงานร่วมกันของสหวิศวกรรมเยอรมนี (VDMA) ซึ่งเป็นการนำเสนอนวัตกรรมเครื่องจักรและเทคโนโลยีกระบวนการแปรรูปบรรจุภัณฑ์ที่เป็นการเปิดโลกทัศน์ใหม่ของวงการบรรจุภัณฑ์ในเรื่องเทคโนโลยีความปลอดภัย การตรวจสอบย้อนกลับ การป้องกันการเลียนแบบและละเมิดลิขสิทธิ์ บรรจุภัณฑ์

Highlight is Industry 4.0 by the German Engineering Federation (VDMA) presenting new machinery engineering & innovative packaging processes in the packaging industry. This will inspire packaging world in safety technology, traceability processes, preventing counterfeiting and copyright infringement of packaging unit.

INNOVATIONPARC การจัดแสดงนวัตกรรม โซลูชั่น และเทคโนโลยีของบรรจุภัณฑ์ที่จะช่วยลดการสูญเสียของอาหารในงานนี้ได้จัดร่วมกับงาน SAVE FOOD ครั้งที่ 3 ซึ่งจัดร่วมกับองค์กรพันธมิตรอย่างองค์การอาหารและการเกษตรแห่งสหประชาชาติ (FAO) และ โครงการสิ่งแวดล้อมแห่งสหประชาชาติ (UNEP)

INNOVATIONPARC will display innovation, solution and packaging technology which can reduce food waste. This fair include 3rd SAVE FOOD international assembly in cooperate with Food and Agriculture Organization (FAO) and United Nations Environment Program (UNEP).

เนรมิตทุกสิ่งงานพิมพ์ของคุณ...

ด้วยกระดาษอาร์ต

NEVIA
Sparkling



เลือกกระดาษอาร์ตคุณภาพ เลือก NEVIA Sparkling

กระดาษอาร์ตมาตรฐานระดับโลก ที่ใส่ใจในการผลิตทุกขั้นตอน

ด้วยผิวกระดาษมีความขาวพิเศษ ช่วยให้งานพิมพ์มีสีสัน

เพื่อเนรมิตให้ทุกงานพิมพ์ของคุณ...เป็นไปได้อย่างใจนึก



สำนักงานใหญ่ : เลขที่ 1 ถนนเจริญราษฎร์ แขวงทุ่งวัดดอน เขตสาทร กรุงเทพฯ 10120

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

<http://www.thaipack.or.th>
<http://www.interpack.com/>



APP (China)
Has Highly Praised
By State Press and
Publication Administration!

APP ได้รับการเชิดชูเกียรติ
จากสำนักงานข่าวและสิ่งพิมพ์แห่งชาติ

ในการประชุมสมัชชาสมาคมเทคโนโลยีการพิมพ์แห่งประเทศไทย ได้มีการประชุมสรุปผลจากการดำเนินงานอันเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม กลุ่มบริษัท APP ประเทศจีน โกลด์อีสท์เปเปอร์ และ โกลด์ฮัวเซิง เปเปอร์ ได้รับการเชิดชูเกียรติจากสำนักงานข่าวและสิ่งพิมพ์แห่งชาติ ในฐานะที่เป็นองค์กรที่มีการจัดการวัตถุดิบและวัสดุที่สนับสนุนการพิมพ์สีเขียว(green printing) มาอย่างต่อเนื่อง



การพิมพ์สีเขียว(green printing) หมายถึง การใช้วัสดุที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม และกระบวนการผลิตสิ่งพิมพ์มลพิษต่ำประหยัดทรัพยากรและพลังงาน และสิ่งพิมพ์และเศษเหลือทิ้งที่สามารถนำมารีไซเคิลใหม่ได้ง่ายส่งผลกระทบต่อสภาพแวดล้อมน้อย ย่อยสลายได้เองตามธรรมชาติ

APP (China)'s Gold East Paper and Gold Huasheng Paper won the "green raw and auxiliary materials quality management advanced unit" for outstanding contribution to green printing, especially was praised by the State Press and Publication Administration in the annual green printing summary in recognition of the General Assembly of China Printing Technology Association.

Green printing refers to the use of environmentally friendly materials and processes, the printing process produces less pollution, saving resources and energy, and the print is easy to recycle waste recycling, printing way has little influence on the ecological environment and natural degradation.



Environmental protection
环保介绍



象牙白艺术纸
IVORY WHITE ART PAPER



用途：艺术画册 名人字画
古典藏品 美院素描
拍卖宣传 少儿读物
特点：古朴雅致 松厚挺拔
内敛细致
克重：128gsm、157gsm

Application : Catalogue, art reproduction,
commercial brochure/leaflet,
special printing, children books
Features : Brilliant image, high smooth surface,
good runability
Weight : 128gsm , 157gsm

艺术纸



หลังจาก กรุงเทพมหานครได้รับเลือกจากองค์การการศึกษา วิทยาศาสตร์ และวัฒนธรรมแห่งสหประชาชาติ (UNESCO) ให้เป็นเมืองหนังสือโลก เมื่อปี 2556 (Bangkok World Book Capital 2013) ทำให้ “หอสมุดเมืองกรุงเทพมหานคร” เป็น 1 ใน 9 พันธกิจที่จะต้องดำเนินการให้เสร็จตามพันธสัญญาของการคัดเลือกครั้งนี้

“แสงคือปัญญา”(Wisdom of Light)
คอนเซ็ปต์ของ หอสมุดเมืองกรุงเทพมหานคร (Bangkok City Library) ที่เน้นการปรับปรุงให้อาคารได้รับแสงจากธรรมชาติ ที่ยังคงกลิ่นอายอารยธรรมตะวันตกของตัวอาคารผสมผสานการตกแต่งแบบศิลปะไทย

โดยกรุงเทพมหานครได้เช่าอาคารเก่าจากสำนักงานทรัพย์สินส่วนพระมหากษัตริย์ใกล้สี่แยกคอกวัว มาปรับปรุงให้กลายเป็นแหล่งความรู้แห่งใหม่ของคนเมือง ซึ่งแบ่งออกเป็น 4 ชั้น ประกอบด้วย

ชั้น 1: จุดรับ-คืนหนังสือ, พื้นที่อ่านหนังสือและนิตยสารทั่วไป และโซนสำหรับผู้พิการทางสายตา, มีห้องฉายวิดีโอ

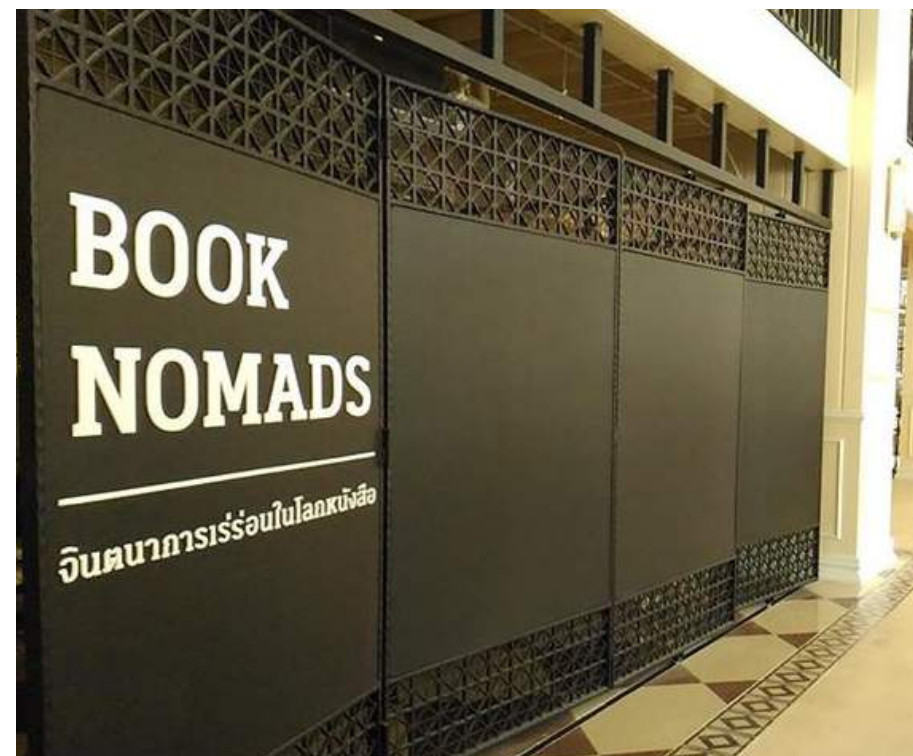
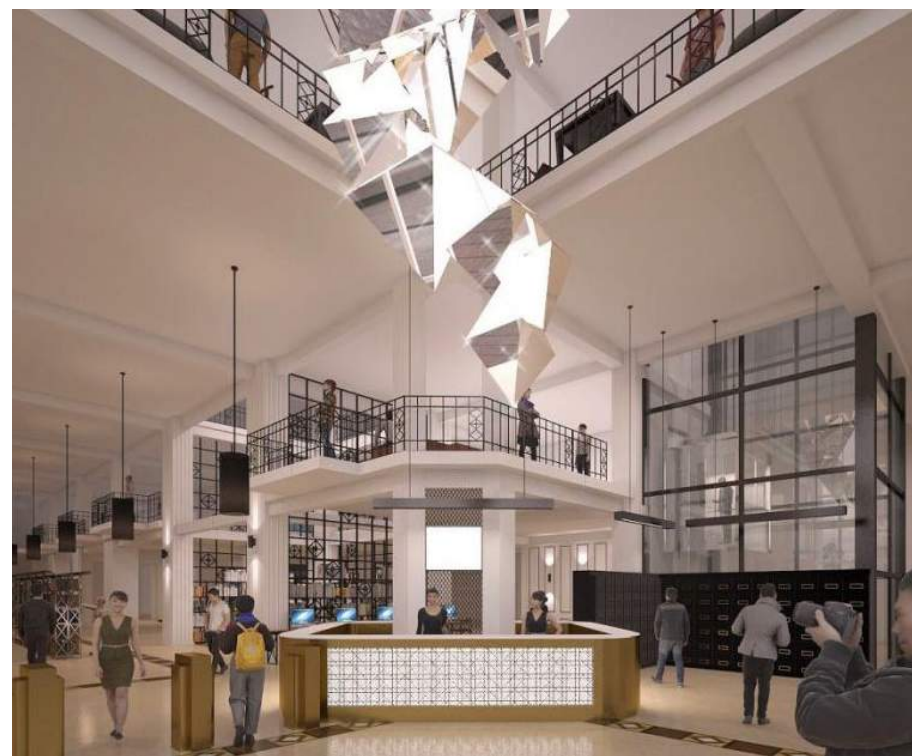
ชั้น M: ห้องสมุดวรรณกรรมเด็กและเยาวชนนานาชาติ

ชั้น 2: แหล่งรวมหนังสือหลากหลายแนวทั้งในประเทศและต่างประเทศ และหนังสือที่หายาก

ชั้น 3: ห้องสมุดประวัติศาสตร์ของไทย หอจดหมายเหตุและหอเกียรติยศ ความเป็นมาของเมืองกรุงเทพมหานคร และ มีส่วนจัดแสดงนิทรรศการ โดยปัจจุบันจัดแสดงเกี่ยวกับโครงการพระราชดำริ ของในหลวงรัชกาลที่ ๙ “พระบิดาแห่ง ๗ ศาสตร์ความรู้”

หอสมุดเมืองกรุงเทพมหานคร

ตั้งอยู่บริเวณสี่แยกคอกวัว ถนนราชดำเนิน
เปิดให้บริการฟรี
วันอังคาร - วันเสาร์ เวลา 08.00 น. - 21.00 น.
และวันอาทิตย์ เวลา 09.00 น. - 20.00 น.
(หยุดวันจันทร์)



In 2013, as Bangkok was designated the “World Book Capital 2013” by the United Nations Educational, Scientific, and Cultural Organization (UNESCO), it has catalyzed the establishment of the “Bangkok City Library”, considered one of the nine compulsory missions required to be achieved according to the agreement under this honorable selection.

With the concept “Wisdom of Light”, the Bangkok City Library is evolved to indulge the acquisition of natural light. The entire building area demonstrates prominent western designs and decorations infused with a perfect combination of traditional and modern Thai arts. The Crown Property Bureau leases this old building to The Bangkok Metropolitan Administration to transform it into a new knowledge center. The Library consists of four floors developed to provide various information resources.

1st Floor: Book Lending / Returning Station, General Book and Magazine Zone, Reading Zone for Visually Impaired People, Audiovisual Room

M Floor: International Children's Literature

2nd Floor: Thai / International Fiction and Non-Fiction, Rare Book Station

3rd Floor: Thai Historical Library, Literary Archive and Hall of Fame, History of Bangkok. Include the Exhibition Zone, currently exhibiting the stories of King Bhumibol Adulyadej's Royal Development Projects under the theme “Father of Seven Knowledge Sciences”.

Location: situated near Kok Wua intersection on Ratchadamnoen Road, Bangkok

Service Hour:

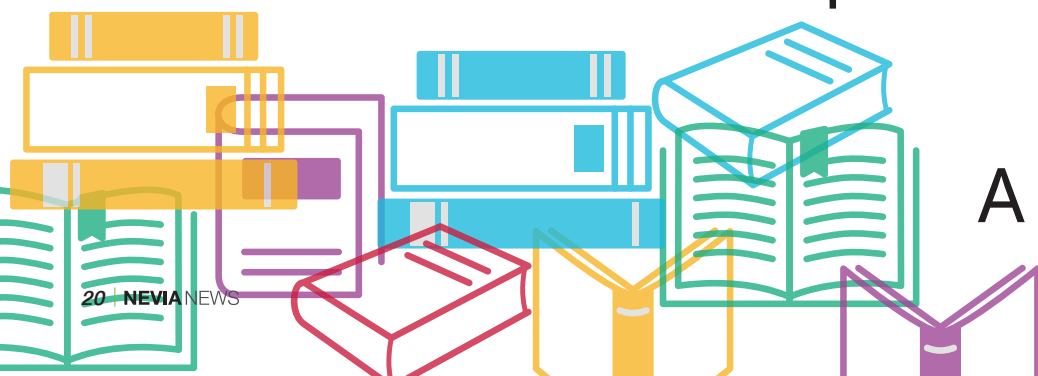
Tuesday - Saturday 08:00 a.m. - 09:00p.m.

Sunday: 09:00 a.m. - 08:00 p.m.

Closed on Monday.

หอสมุดเมืองกรุงเทพมหานคร
BANGKOK
A Revolutionary

แหล่งความรู้ใหม่ใจกลางเมือง
CITY LIBRARY
Knowledge Center



Joto

A Robotic Drawing Whiteboard

จอภาพวาดรูปอัตโนมัติ Joto คือจอภาพที่ถูกสร้างให้วาดรูปได้เองด้วยกลไกโรบอท ที่จะทำให้คุณสามารถสร้างผลงานได้บนทุกอุปกรณ์ที่ต้องการ

ครั้งแรกของจอแสดงผล (display) ที่มาพร้อมกับปากกา Joto ได้รับการออกแบบมาเพื่อเป็นจอแสดงภาพศิลปะที่สามารถวาดภาพได้เอง! คุณสามารถติดจอภาพ Joto ไว้ที่ผนังบ้านเหมือนกับกรอบรูปทั่วไป เพื่อแสดงผลงานศิลปะของตัวเอง หรือจะแสดงข้อความที่คุณเขียนบนหน้าส마트โฟน Joto ก็สามารได้ ไม่ว่าคุณ จะเขียนหรือวาดภาพ ทันทีที่คุณกดส่งผลงาน ปากกาของ Joto ก็จะเริ่มเคลื่อนที่เพื่อสร้างสรรค์ผลงานขึ้นบนจอภาพ Joto มาพร้อมกับยางลบและแท่นวางปากกา จึงทำให้หมดปัญหาปากกาแห้งและทำให้มันพร้อมใช้งานอยู่เสมอ ยางลบจะทำให้หน้าจอว่างเปล่าและพร้อมสร้างสรรค์ผลงานได้ทุกเมื่อ

คุณสามารถแขวนเจ้า Joto ไว้ที่กำแพงในห้องครัว เพื่อจดรายการที่ต้องทำ หรือวางมันไว้บนเคาท์เตอร์บาร์เพื่อเขียนบอกเมนูต่างๆประจำวัน หรือแม้กระทั่งใช้ Joto ในออฟฟิศเพื่อบอกกำหนดการต่างๆ ก็สามารถทำได้ Joto จึงเหมาะสำหรับการเป็นบอร์ดเพื่อจดข้อความต่างๆ ที่ไม่ต้องเอื้อมมือไปเขียนเองให้เมื่อย

และไม่ว่าคุณจะใช้งาน Joto ผ่านแอปฯ ใช้งานบนคอมพิวเตอร์หรือบนอุปกรณ์เคลื่อนที่อย่างส마트โฟน คุณก็สามารถสร้างและแชร์ผลงานของคุณผ่านไบนทุกอุปกรณ์ได้อย่างง่ายดาย Joto ถูกออกแบบมาเพื่อให้แน่ใจว่าสามารถรองรับการใช้งานผ่านโซเชียลได้อย่างหลากหลาย ไม่ว่าจะเป็น Twitter, Spotify หรือ Trello เป็นต้น

จอภาพสุดคูล ที่วาดรูปได้เอง แบบอัตโนมัติด้วย Robot จิว

Joto is a robotic drawing whiteboard developed for you to create various styles of pictures and words from whatever mobile equipment you prefer.

The first connected display that allows your pictures and words to be drawn with a Joto pen. Joto can be hung on your wall like an ordinary picture frame. This revolutionary robotic whiteboard also allows you to exhibit your drawing image or show your message you create on your computer or mobile device. As you click to send your creation, the Joto pen will start to portray that image or text on Joto's white screen equipped with an eraser and a dock as well. As there is no problem of ink flow guaranteed, the equipment will always be maintained in a ready-to-use condition. The Joto eraser will perform its function efficiently to tidy up the screen, making Joto ready for your image and text creation.



Joto can be installed anywhere in your kitchen to provide you with a reminder to facilitate your daily routines. It can also be placed on your pantry counter to display your daily menus. For business, Joto can be perfect when it is used for recording business appointments as well as arranging required working schedules.

Using the Joto app on your computer or mobile device like smart phone, you can discover, create, and share your Jots, turning your images and texts into excellent ink drawings. Additionally, Joto has been designed to support various forms of social networking services, for instance, Twitter, Spotify, and Trello.

ETHNICA

งานผ้าชนเผ่า สู่อินเตอร์

From Traditional Tribal Textile to Globally Renowned Brand

แบรนด์ ETHNICA ที่มี คุณเคมียา สิงห์ลอ เริ่มต้นจากความชื่นชอบในผ้าทอชนเผ่า นำมาสู่การผลิตสินค้าไลฟ์สไตล์ที่มีเอกลักษณ์เฉพาะตัว เป็นที่ถูกอกถูกใจของลูกค้าทั้งเพื่อนบ้านอาเซียน สหรัฐ และยุโรป แม้ว่าจะเริ่มก่อตั้งแบบจริงจังมาได้เพียงแค่ 6 เดือน แต่ได้กระแสตอบรับที่ดีมาก โดยความโดดเด่นที่สะดุดตาของ ETHNICA คือ เรื่องราวที่นำเสนอวิถีชีวิตของกลุ่มชาติพันธุ์ต่างๆ มาสร้างสรรค์ให้เป็นงานดีไซน์ที่ทั้งให้ความสวยงามอันเป็นอัตลักษณ์ ขณะเดียวกันยังช่วยส่งเสริมอาชีพและรายได้ให้กับกลุ่มชาติพันธุ์ในท้องถิ่น

ปัจจุบันมีการพูดคุยกับ สปป.ลาวและเมียนมา เพื่อออกแบบให้ตอบโจทย์ความต้องการของลูกค้าในภูมิภาคนี้ ซึ่งคุณเคมียา ตั้งเป้าให้ ETHNICA เป็นแบรนด์ไลฟ์สไตล์ระดับโลกภายใน 3 ปี สำหรับกลยุทธ์ที่จะใช้ทำการตลาดให้เป็นที่ยอมรับในระดับโลกได้จะใช้การทำการตลาดผ่านออนไลน์ โดยเฉพาะการทำให้เว็บไซต์ของแบรนด์ขึ้นไปยังอันดับแรกของการค้นหา (SEO) ทั้งในกูเกิล ยาฮูหรือ Bing รวมทั้งการทำตลาดประชาสัมพันธ์แบรนด์ผ่านสื่อโซเชียลทั้งพินเทอเรสต์ (Pinterest) และ อินสตาแกรม (IG) รวมทั้งบล็อกต่างๆ และขณะเดียวกันก็มองหาพันธมิตรที่มีแนวคิดเหมือนกันมาร่วมทำงาน เพื่อจะทำให้กระเป๋าแบรนด์ ETHNICA ขยายเข้าสู่ตลาดสหรัฐ

อย่างไรก็ดี เมื่อ ETHNICA เป็นแบรนด์สากลแล้ว คุณเคมียา ยังคงคงจุดขายของแบรนด์ที่ความเป็นสินค้าแฮนด์เมดที่ให้ชาวเขาเผ่ากะเหรี่ยงและอาข่าเป็นผู้ทอผ้าส่งให้เป็นวัตถุดิบหลักในการทำชิ้นงานต่อสำหรับกำลังการผลิตปัจจุบันอยู่ที่ประมาณ 1,000 ใบ/เดือน และจะขยายการผลิตไปยังชุมชนชาวเขาเผ่าอื่นๆ ต่อไป



Credit : <http://www.posttoday.com/biz/aec>

The ETHNICA brand, owned by Ms. Khemiya Singhlor, is initially inspired by a fondness of traditional tribal textiles handcrafted by ethnic minorities dwelling in the north of Thailand. With unique designs and exceptional quality, these locally made products have become popular among foreign shoppers from the US, Europe, and ASEAN countries. Despite being introduced to the market for six months tentatively, this Thailand-based brand gains huge praise from both domestic and international customers. All ETHNICA's textile products feature the charm of ethnic traditions and lifestyles reflected in their distinguished designs and decorations. Aside from being a newcomer of the industry, the manufacturing of the ethnic textile products can surprisingly boost lucrative incomes for tribal craftsmen.

Recently, there have been business talks with leading enterprises from Laos and Myanmar aiming to develop the most admired fabric products exclusively for consumers in the two countries. Ms. Singhlor aims to make ETHNICA a successful global brand within the next three years, where online marketing will be a key strategy developed to achieve all targeted goals. Developing a comprehensive website will help build a long-standing reputation of the brand, particularly since it will always be displayed on the first page of the Search Engine Optimization (SEO) such as Google, Yahoo, or Bing, including brand marketing on social media like Pinterest, Instagram, and other informative blogs. More importantly, it is beneficial to seek strategic partners with similar business concepts to generate greater achievement for the brand, getting ready to penetrate the US market with the debut of ETHNICA handbags.

As ETHNICA has become an internationally renowned brand, its selling point will still continue to be inspired by the handmade concept, thanks to traditional uniqueness and earnest craftsmanship of ethnic minorities of Karen and Akha tribes considered key weaving suppliers of ETHNICA's masterpieces of fabric handbags, with the approximate manufacturing capacity of 1,000 pieces per month. The production of excellent tribal textiles is expected to be promoted to members of other hill tribes in the country in the near future.

กระดาษ
NEVIA®
Digital Coated Paper
กระดาษเพื่อยุคดิจิทัล
มั่นใจคุณภาพ
“Digital Paper สายพันธุ์แท้จาก NEVIA®”

กระดาษคุณภาพพิเศษ สามารถรองรับการยืดเกาะของหมึกพิมพ์ได้ดี
และยังมีความชื้นที่น้อยกว่ากระดาษทั่วไป ซึ่งเหมาะกับงานพิมพ์ด้วย
เครื่องพิมพ์ระบบ Digital Laser พร้อมทั้งขนาดกระดาษที่ได้มาตรฐาน
ได้รับการรับรองจากผู้ผลิตเครื่องพิมพ์ดิจิทัลชั้นนำทั่วไป

**WHAT
COLOR
IS YOUR
WORLD?**