

วารสารเชิงความรู้เพื่อพัฒนาอุตสาหกรรมการพิมพ์และบรรจุภัณฑ์

NEVIA NEWS

By Gold East Paper & CAS Paper

NEW NORMAL



NEW PRODUCTS



ISSUE
37

Issue. 37 May - June 2020
ฉบับที่ 37 พฤษภาคม - มิถุนายน 2563



CAS PAPER Newsletter
www.caspaper.com

EDITOR TALK

กระแสโลกยังคงวนเวียนอยู่กับวิกฤต COVID – 19 เรายังคงทำสงครามที่ยิ่งกว่าสงคราม ทุกประเทศต้องต่อสู้กับศัตรูตัวเดียวกัน ประเทศไทยเราสามารถควบคุมการแพร่กระจายของเชื้อได้ดีมากแล้ว รัฐบาลได้คลายล็อกมาตรการที่ก่อนหน้านี้ควบคุมอย่างเข้มงวด ทำให้ภาคธุรกิจกลับมาดำเนินการได้เกือบครบทุกธุรกิจ แต่เรายังอยู่กับเชื้อโรคนี้ไปอีกจนกว่าจะสามารถพัฒนาวัคซีนรักษาได้ NEVIA NEWS ฉบับนี้ จะนำเสนอผลกระทบต่างๆ ที่เกิดจากการระบาดนี้ ทั้ง New normal หลังวิกฤต ธุรกิจเด่นและสามารถรอดได้ในสถานการณ์นี้ หนุนยนต์ช่วยบุคลากรทางการแพทย์ อีกทั้งตัวอย่างสินค้าของ Xiaomi ที่มีเกือบทุกอย่างในราคาที่เอื้อมถึง

เราขอเป็นอีกหนึ่งกำลังใจให้ทุกท่าน เพราะทุกสิ่งทุกอย่างในโลกนี้ ไม่ว่าสุขหรือทุกข์ สุดท้ายก็จะผ่านไป ทุกข์ได้แต่ยาวนาน ท้อได้แต่ต้องลุก สู้สู้ นะคะ

The world is in war with COVID-19. Every country is fighting with the same enemy. Thailand can control the spread of the infection very well, the government has unlocked strict measures previously controlled, causing the business sector to resume almost every business. We are still living with this disease with hope that the vaccine will be succeeded soonest. In this issue, NEVIA News brought many articles such as, New normal of business world after COVID-19, which business will survive in 2020, the robots against COVID-19, and Xiaomi products anything with lower prices.

We will be another encouragement to everyone. Everything in this world happiness or suffering finally will pass. Fight together and take care.



NEVIA NEWS

By Gold East Paper & CAS Paper

“NEVIA NEWS” เป็นวารสารเพื่อการประชาสัมพันธ์ของบริษัท ซี.เอ.เอส. เปเปอร์ จำกัด ราย 2 เดือน แจกฟรีสำหรับลูกค้า

“NEVIA NEWS” is a newsletter of C.A.S. PAPER CO., LTD. Published once every two months 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

บรรณาธิการบริหาร: คุณสุรพล ดารารัตน์โรจน์
คุณโชนบงอร ดารารัตน์โรจน์

Consultant: Surapol Dararattanaroj
Chombungorn Dararattanaroj

กองบรรณาธิการ: คุณอารีรัตน์ สำราญสินธุ์
คุณสุอาภา ดารารัตน์โรจน์

Editorial Team: Collin Hao, Jay Lee, Forest Bai

บรรณาธิการพิเศษ: อาจารย์มยุรี ภาคลำเจียก
Mayuree Paklamjeak

ออกแบบ: อรณัญ สุขเกษม

Design: Oranun Sookkasem

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.caspaper.com

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 gms from GEP.



C.A.S. PAPER



GOLD EAST PAPER



FORECAST

04

บรรทัดฐานใหม่โลกธุรกิจหลังวิกฤติโควิด-19 ผ่านพ้น
New Normal of Business World after COVID-19

MARKETING UPDATE

06

ธุรกิจใดบ้างอยู่รอดในปี 2020
Which businesses will survive in 2020?

CAS @ACTIVITIES

08

กลุ่มบริษัท ซี.เอ.เอส. มอบเงินจำนวน 1.5 ล้านบาทเพื่อสมทบทุน
ซื้อเครื่องมือและอุปกรณ์ทางการแพทย์ในการช่วยเหลือผู้ป่วยโควิด-19
“C.A.S. Group” together with the management team,
donated Baht 1.5 million to contribute for purchasing medical
supplies and equipment for Covid-19 patients.

PAPER TECHNIQUE

10

การใช้ตัวอย่างของหน่วยที่ไม่ควรมองข้าม
Unit Abbreviation

GEP@ACTIVITIES

13

The Symposium on the large-scale cultural documentary
“The story of Chinese paper” hosted by China Paper Industry
Association, APP (China)

CAS @IMPRESSION

14

บทสัมภาษณ์ คุณนงนุช ดาห์ล ผู้จัดการฝ่ายขายบริษัท ซี.เอ.เอส.เปเปอร์
Interview with Khun Nongnuch Dahl Sales Department Manager,
C.A.S Paper Company Limited New Normal, New Products

PAPER EXHIBITION

16

นิทรรศการ 2563 พักเก็บ!! มาดูนิทรรศการต้นปี 2564 กันดีกว่า
Exhibitions for 2020 are postponed!!
Let's see the exhibitions organized at the beginning of 2021

CREATIVE IDEA

20

ไอเท็มไหนฮิต สินค้าแบรนด์ไหนดัง! Xiaomi มีให้หมดในราคาที่ถูกลง
Which items will be popular? Which brand will be famous?
Xiaomi can serve all demands with cheaper prices.

บรรทัดฐานใหม่โลกธุรกิจ หลังวิกฤติโควิด-19 ผ่านพ้น

การแพร่ระบาดของโควิด-19 มาถึงจุดที่หลายประเทศมี ผู้ติดเชื้อ-เสียชีวิตลดลง หลายประเทศเตรียมเลิกใช้มาตรการล็อกดาวน์ นับจากนี้ไป มุมมองคนทั่วโลกจะไม่เหมือนเดิม และมีผลต่อการกำหนด กลยุทธ์ธุรกิจของบริษัททั่วโลก มาดูกันว่า บรรทัดฐานใหม่หลังยุคโควิด มีอะไรบ้าง บทความของแมคเคนซี ซึ่งเป็นสถาบันวิจัยทางเศรษฐกิจ ของสหรัฐฯ ได้เผยแพร่รายงานวิจัยเขตเศรษฐกิจในประเทศกำลังพัฒนา ทั่วโลกแล้วพบว่า เมื่อการแพร่ระบาดของไวรัสโคโรนาสายพันธุ์ใหม่ ต้นตอโรคโควิด-19 ยุติลง โลกใบนี้จะเปลี่ยนไป เพราะถือเป็นครั้งแรก ที่โลกหยุดชะงักพร้อมๆ กัน ด้วยสาเหตุเดียวกัน แต่ภูมิภาคเอเชีย จะเป็นภูมิภาคที่ฟื้นตัวได้เร็วและสร้าง “บรรทัดฐานใหม่” เป็นที่แรก

บรรทัดฐานใหม่ที่กำลังเกิดขึ้นถูกกำหนดด้วย 4 ปัจจัย คือ 1.สัญญาทางสังคม 2.อนาคตของงานและการบริโภค 3.การขับเคลื่อน ทรัพยากรปริมาณมากได้อย่างรวดเร็วช่วยให้แก้ไขวิกฤติได้ทันที่ และ 4.จะเกิดการเปลี่ยนแปลงจากกระแสโลกาภิวัตน์เป็นภูมิภาค ภิวัตน์มากขึ้น เพราะวิกฤติที่กำลังเกิดขึ้น เผยให้เห็นว่าการพึ่งพา ห่วงโซ่อุปทานเป็นจุดอ่อน โดยเฉพาะสินค้าของใช้ ต่อไปนี้เราจะเห็น การปรับโครงสร้างห่วงโซ่อุปทานครั้งใหญ่ การผลิตและแหล่งวัตถุดิบ อาจถูกย้ายให้อยู่ใกล้ผู้บริโภคมากขึ้น และบริษัทจะพึ่งพาซัพพลายเออร์ ท้องถิ่นหรือในภูมิภาคเดียวกันมากขึ้น นักวิเคราะห์คาดการณ์ว่า จะเห็นการเติบโตที่แข็งแกร่งในระยะยาวในเอเชีย และภายในปี 2583 คืออีก 20 ปีข้างหน้า เอเชียจะมีสัดส่วนในการบริโภคทั่วโลกถึง 40% ขณะที่การรวบรวมข้อมูลจากสำนักข่าวทั่วโลก พบว่าเมื่อโลกกลับ เข้าสู่สภาวะปกติ การระบาดของโรคโควิด-19 หดไปอย่างถาวร พฤติกรรมของผู้บริโภคจะเปลี่ยนไปด้วยเช่นกัน

ขณะที่การรวบรวมข้อมูลจากสำนักข่าวทั่วโลก พบว่าเมื่อโลก กลับเข้าสู่สภาวะปกติ การระบาดของโรคโควิด-19 หดไปอย่างถาวร พฤติกรรมของผู้บริโภคจะเปลี่ยนไปด้วยเช่นกัน เริ่มจากการพึ่งพา เทคโนโลยี หรืออยู่ในโลกของดิจิทัลมากขึ้น โดยผู้บริโภคยุคหลัง โควิด-19 จะใช้โทรศัพท์มือถือ หรือโลกออนไลน์ เป็นเครื่องมืออำนวยความสะดวกในด้านต่างๆ มากขึ้น จนไม่มีกำแพงกันระหว่าง การซื้อสินค้าอุปโภคบริโภคจากร้านค้า กับการสั่งออนไลน์อีกต่อไป หลังยุค โควิด-19 คนทั่วโลกจะเห็นตัวอย่างการประยุกต์ใช้ดิจิทัลมากมาย โดยเฉพาะอย่างยิ่งในประเทศจีน ทั้งจาก อาลีบาบา ไปดู เทนเซ็นต์ หัวเว่ย และมิงอัน และจะได้เห็นบริษัทหลายแห่งหันมาทำอีคอมเมิร์ซ กันมากขึ้น ระบบนิเวศของอีคอมเมิร์ซจะเติบโตอย่างมาก ไม่ว่าจะเป็น ธุรกิจโลจิสติกส์ ธุรกิจส่งสินค้า ส่งอาหาร ส่งแบบไร้เงินสด และระบบการขายสินค้าแบบอัตโนมัติ ขณะเดียวกัน จะมีการ



นำหุ่นยนต์ ยานพาหนะไร้คนขับ หรือแม้แต่โดรนมาให้บริการ การบริการออนไลน์ใหม่ๆ ที่จากเดิมเป็นการทำออฟไลน์ เช่น การศึกษา สุขภาพ การแพทย์ การประยุกต์ใช้สมาร์ตทีวี อีเอนท์ต่างๆ จะผันตัว มาจัดบนโลกออนไลน์ ส่วน IoT การสร้างประสบการณ์เสมือนจริง ด้วย VR (Virtual Reality) และ AR (Augmented Reality) ไปจนถึง การลงทุนในดิจิทัลเทคโนโลยีใหม่ๆ อย่าง เอไอ บล็อกเชน เทคโนโลยี 3D ที่ใช้กับภาคธุรกิจจะมีแพร่หลายในทุกอุตสาหกรรม ต่อมาคือ พฤติกรรมอยู่บ้านให้มีความสุขและสนุกกับการรักษาระยะห่าง ซึ่งจะทำให้ชีวิตในโลกไซเบอร์เชื่อมกับโลกส่วนตัวเดินไปเป็นคู่ขนาน และ พฤติกรรมที่คำนึงถึงความสะดวกและสุขภาพเป็นหลัก เพราะฉะนั้น จึงพึ่งพาสินค้าและบริการต่างๆ ที่มีความสะดวกและสุขอนามัยมากพอ และพฤติกรรมนี้ ไม่ได้เป็นเฉพาะในบ้าน เมื่อออกไปนอกบ้านก็จะ ให้ความสำคัญกับการเว้นระยะห่างและช่องชำระสินค้าแบบไร้การ สัมผัสด้วย ในด้านเทคโนโลยี การสั่งงานด้วยเสียงจะกลายเป็น สิ่งจำเป็นในสถานที่ที่หรูหรา รวมถึงร้านค้าปลีก ผู้บริโภคยุคหลังโควิด-19 ต้องมีความเชี่ยวชาญด้านเทคโนโลยีการเงิน ส่งเสริมไร้เงินสดที่เกิดขึ้น มาระยะหนึ่งจะยังคงดำเนินต่อไป ขณะที่การทำธุรกรรมทางการเงิน ผ่านโลกดิจิทัล การใช้ดิจิทัลแบงก์กิ้ง และแอปพลิเคชัน e-Wallet จะได้รับความนิยมเพิ่มขึ้น

สุดท้ายคือ การสร้างสมดุลระหว่างชีวิตการทำงานและ ชีวิตส่วนตัวจะมีมากขึ้น การใช้ชีวิตกับครอบครัวในช่วงการเว้น ระยะทางทางสังคม ทำให้เกิดสัมพันธ์ใหม่ระหว่างบ้านและภาระหน้าที่ โดยเฉพาะในครอบครัวที่มีลูกเล็กๆ อาศัยอยู่ด้วยกันขณะที่ธุรกิจ อสังหาริมทรัพย์ก็ปรับตัวเช่นกัน โดยซีบีอาร์อี ที่ปรึกษาด้าน อสังหาริมทรัพย์ระดับโลก คาดการณ์ว่า พฤติกรรมลูกค้าในตลาด อาคารสำนักงานหลังการระบาดของเชื้อไวรัสโคโรนาสายพันธุ์ใหม่ จะเปลี่ยนไปอย่างมาก โดยลูกค้าจะมองหาสำนักงานย่อยและ แพลตฟอร์มบนคลาวด์ เพื่อเป็นแผนสำรอง

CR : <https://www.bangkokbiznews.com/news/detail/876259>

New Normal of Business World after COVID-19

The outbreak of COVID-19 has reached the phase where the number of confirmed cases – deaths have been decreased in many countries, therefore, many countries are preparing to terminate the lockdown measure. From now on, the perspective of people around the world will be not the same, influencing the decision on business strategies of companies around the world. Let's see what will be new normal after COVID-19. The article of Mackenzie, the US institute of economic research, has published a research report about the economic zones in developing countries around the world. It was found that after the termination of coronavirus (COVID-19) outbreak, this world will be changed because this crisis is considered as the first time that every people in the world are interrupted together at the same time due to similar reason. However, Asia will be the region that can be quickly recovered and be the first place to create a "New normal".

The emerging new normal is determined by 4 factors including: 1. Social Contract; 2. Future of Work and Consumption; 3. Rapid Mobilization of Large-scaled Resources for Timely Crisis Resolution; and 4. More Shift from Globalization to Regionalization, because the crisis has revealed the reliance on supply chains is a weakness, especially, consumer products. From now on, the world will see the major restructuring of supply chain, the production and raw material sources may be moved closer to consumers, and companies will more rely on local suppliers or suppliers in the same region. The analysts

have predicted that the rigid growth in long term will be seen in Asia, and by 2040 or next 20 years, Asia will account for 40% of global consumption, while the data gathered from news agencies around the world was found that when the world is restored, the outbreak of COVID-19 will be permanently gone and the consumer behavior will be changed as well.

While the data gathered from news agencies around the world was found that when the world is restored, the outbreak of COVID-19 will be permanently gone and the consumer behavior will be changed as well, starting from more dependence on technology or more being in the digital world. The consumers in the Era after COVID-19 will use more mobile phone or online world as a tool to facilitate many areas until no more barriers between the purchase of consumer goods from offline stores and online. After COVID-19, the world will see many examples of digital applications, especially in China, like Alibaba, Baidu, Tencent, Huawei, and Ping An, and will see that many companies will turn to do more e-commerce. The e-commerce ecosystem will tremendously grow, whether it be logistics business, delivery business, food delivery, cashless society and automated sales systems. At the same time, robots, unmanned vehicles or even drones, will be used to serve, new online services which originally are the offline service, such as education, health, medicine, the application of smart devices, physical events will be organized on online channel. In terms of IoT, the creation of VR (Virtual Reality) and AR (Augmented Reality), as well as the investment in new digital technologies such as AI, Blockchain, 3D technology applied to the business sector will become widespread in all industries. Next, the behavior of 'Stay at Home to Be Happy and Enjoy Social Distance' will make life in social world and personal world going in parallel, and people will mainly concern on the cleanliness and health, therefore, various products and services that are appropriately clean and sanitary will be relied. The said behavior will be not only done in the house, it will be also important when going out by focusing on social distance and contactless payment channels. In terms of technology, voice commands will become a necessity in luxurious places including retail stores. The consumers after COVID-19 must be skillful in financial technologies, the cashless society that is going on for a while will be continued while the financial transactions through the digital world, digital banking and e-Wallet applications will be increasingly popular.

Lastly, the work life and personal life will be more balanced, living with family during social distance results in the new relationship between home and duties, especially in the family with small kids, while the real estate business will also adjust itself. CBRE, the global real estate consultant, has predicted that the behaviors of customers in office building market after COVID-19 will be dramatically changed, they will look for small offices and cloud-based platforms as a backup plan. |





ธุรกิจใดบ้างอยู่รอดในปี 2020

Which businesses will survive in 2020?

ขณะที่ทั่วโลกกำลังเผชิญกับวิกฤตที่ชื่อว่า “โควิด-19” ซึ่งส่งผลให้เศรษฐกิจชะลอตัวลงอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ ตลาดหุ้นทั่วโลกปรับตัวลดลงต่อเนื่องในช่วงต้นปีที่ผ่านมา ธุรกิจส่วนมากถูกกระทบในวงกว้าง แต่ไม่ใช่ทั้ง 100 % ของธุรกิจที่จะได้รับผลในด้านลบ เพราะในทุกวิกฤตย่อมเป็นโอกาสสำหรับบางธุรกิจ ตัวอย่างของธุรกิจที่ดูเหมือนจะได้รับผลบวกจากการระบาดของไวรัสครั้งนี้

During the period when the whole world is facing a crisis “COVID-19”, the economy is inevitably slow down, the stock markets around the world have continued to decline at the beginning of this year. Most businesses are widely affected, but not all 100% of businesses will be adversely affected because in the midst of every crisis, lies an opportunity for some businesses, followings are examples of businesses to be positively impacted by this virus outbreak.

1 ธุรกิจ VDO Streaming

ชื่อที่น่าจะโผล่ขึ้นมาในหัวข้อหลายคน คงจะหนีไม่พ้น Netflix นับแต่ต้นปีที่ผ่านมา ราคาหุ้นของ Netflix ยังยืนอยู่ได้ในระดับใกล้เคียงกับก่อนหน้านี้ แม้ว่าค่าเฉลี่ยของดัชนี MSCI World Index จะร่วงลงมากกว่า 20 % ส่วนตลาด NASDAQ ที่ Netflix จัดทะเบียนอยู่ก็ร่วงลงมาถึง 24% ธรรมชาติธุรกิจของ Netflix คือการให้บริการรับชมภาพยนต์ สำหรับการรับชมภาพยนตร์ และรายการโทรทัศน์ ซึ่งในตอนนี้มีสมาชิกเพิ่มขึ้นอย่างมากขึ้น อย่างในกรณีที่คนส่วนมากเลือกที่จะใช้เวลาอยู่บ้านแทนที่จะออกไปยังที่ต่างๆ ซึ่งมีความเสี่ยงจาก “โควิด-19”

ปัจจุบัน Netflix มีจำนวนสมาชิกราว 167 ล้านคนทั่วโลก โดยแบ่งเป็นในสหรัฐฯ ประมาณ 61 ล้านคน แม้จะยังไม่มีเปิดเผยข้อมูลออกมาว่า “โควิด-19” ส่งผลให้จำนวนผู้ใช้บริการ Netflix เพิ่มขึ้นหรือไม่ แต่หากพิจารณาจากอดีตช่วงปี 2551-2553 ซึ่งเกิดวิกฤตเศรษฐกิจและใช้วันหยุดระบาดทั่วโลก การเติบโตของรายได้ในวันนั้นยังคงเติบโตได้เฉลี่ย 25% จาก 1,365 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ มาเป็น 2,163 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ ส่วนปี 2562 ที่ผ่านมารายได้ของ Netflix เพิ่มขึ้น 27% มาอยู่ที่ 20,156 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ ส่วนกำไรในปี 2551-2553 เพิ่มขึ้นจาก 83 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ มาเป็น 161 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ โตเฉลี่ย 39% และปี 2562 กำไรของ Netflix เติบโต 54% มาเป็น 1,867 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ

The name probably popped up in the mind of many people is Netflix. Netflix's stock price has remained at a similar level as earlier this year, although the average MSCI World Index has dropped more than 20% while the index of the NASDAQ dropped by 24%.



The nature of Netflix's business is the subscription service for watching movies and television programs. At present, more members have subscribed, because most people choose to stay home to avoid the risk of "COVID-19" infection.

Presently, Netflix has around 167 million subscribers worldwide, approximately 61 million subscribers are in the USA. Although no information confirmed whether "COVID-19" indirectly causes the increase of Netflix subscribers or not, considering from the economic crisis and swine flu spreading around the world during 2008-2010, the net revenue growth at that time had grown with an average of 25% from USD 1,365 million to be USD 2,163 million. In 2019, Netflix's revenue increased by 27% to be USD 20,156 million. Net profit from 2008 - 2010 increased from USD 83 million to be USD 161 million (average growth of 39%) and increased by 54% to be USD 1,867 million in 2019.

2 ธุรกิจ Healthcare

จากตัวอย่างของบริษัท Teladoc Health ซึ่งเป็นธุรกิจให้บริการทางการแพทย์ในสถานการณ์ "โควิด-19" แบบนี้หนึ่งในบริการที่ถูกพูดถึงกันมากขึ้นในขณะนี้คือ "Telehealth" ซึ่งเป็นการนำเทคโนโลยีที่ช่วยให้ผู้ป่วยและบุคลากรทางการแพทย์สามารถพูดคุยตอบโต้กันได้แบบ Real-time เช่นเดียวกับการสื่อสารผ่านระบบ video conference ที่คู่สนทนาสามารถมองเห็นหน้ากันได้ทั้ง 2 ฝ่าย โดยไร้ข้อจำกัดในเรื่องเวลาและสถานที่

โดย Teladoc ได้พัฒนาระบบในส่วนนี้จนสามารถให้คำปรึกษาทางการแพทย์ออนไลน์ทั่วโลก ปัจจุบันมีจำนวนลูกค้ามากกว่า 10,000 ราย โดยกว่า 40% ของบริษัทใน Fortune 500 ได้เข้ามาใช้บริการของ "Teladoc" เป็นที่เรียบร้อยแล้ว นั่นจึงนับเป็นกลุ่มลูกค้าที่เรียกได้ว่ามีศักยภาพที่น่าสนใจอย่างมาก จากการเป็นผู้นำของเทคโนโลยีบริการรูปแบบใหม่ทางการแพทย์ หุ้นของ Teladoc ในช่วงที่ไวรัสกำลังแพร่ระบาดอยู่นี้สามารถพุ่งขึ้นมาได้เกือบ 70%

For example, one of the medical service business "Telehealth" of Teladoc Health Company, it applies the technology to make the interactions between patients and medical personnel in real-time, similar to the video conference in which both parties can see each other without restrictions of times and places.

Teladoc has developed this part of the system until it can provide online medical consultations worldwide. At present, more than 10,000 customers are using this service, and more than 40% of companies ranked in Fortune 500 using "Teladoc" services, they are considered as a group of customers who have very interesting potential. As a leader in new medical service technologies during the COVID-19 outbreak, Teladoc's stock price increased by almost 70%.

3 ธุรกิจ Grocery Store

สำหรับในสหรัฐอเมริกา หนึ่งในเซกเตอร์ที่ใหญ่ที่สุดคือ Kroger ซึ่งราคาหุ้นนับตั้งแต่ต้นปีที่ผ่านมา ปรับเพิ่มขึ้นราว 20% ด้วยลักษณะธุรกิจที่เป็นปัจจัยพื้นฐานในการดำรงชีวิตของมนุษย์ และเมื่อคนส่วนใหญ่จำเป็นต้องใช้เวลาอยู่บ้านมากขึ้น ส่งผลให้ความต้องการในสินค้าอุปโภคบริโภคเหล่านี้เพิ่มสูงขึ้นไปด้วย

ถัดมาภาพกลับมาในประเทศไทย ภาพของความต้องการสินค้าจำเป็นเหล่านี้ก็มีให้เห็นอย่างต่อเนื่อง แม้หุ้นอย่าง CPALL จะร่วงลงมา 16-17% แต่โดยภาพรวมก็ยังแข็งแกร่งกว่า SET ที่ลดลงถึง 35% ส่วนหุ้นอย่าง MAKRO ลดลงประมาณ 10%

In USA, one of the largest retail chains, Kroger, in which its stock price has been increased by approximately 20% since the beginning of this year because of its nature of business as basic factors for living, most people need to stay home as the results in demands for these goods as well.

Regarding the Thailand situation, the demands for these essential products still in need, although the stock price as CPALL dropped by 16%-17%. The overall demand is still stronger than SET, which is decreased by 35% while stock price as MAKRO decreased by about 10%.

CR : <https://www.moneybuffalo.in.th/>





กลุ่มบริษัท ซี.เอ.เอส. มอบเงินจำนวน 1.5 ล้านบาทเพื่อสมทบทุน ซื้อเครื่องมือและอุปกรณ์ทางการแพทย์ ในการช่วยเหลือผู้ป่วยโควิด-19

คุณโกมล ดารารัตน์โรจน์กรรมการบริหาร “กลุ่มบริษัท ซี.เอ.เอส.” พร้อมคณะผู้บริหาร มอบเงินจำนวน 1.5 ล้านบาท ให้กับโรงพยาบาล 3 แห่ง ได้แก่ โรงพยาบาลศิริราช, โรงพยาบาลจุฬาลงกรณ์ สภากาชาดไทย และโรงพยาบาลธรรมศาสตร์เฉลิมพระเกียรติ เพื่อสมทบทุนซื้อเครื่องมือและอุปกรณ์ทางการแพทย์ในการช่วยเหลือผู้ป่วยโควิด-19 โดยเป็นความมุ่งมั่นของ “กลุ่มบริษัท ซี.เอ.เอส.” ที่ต้องการเป็นส่วนหนึ่งในการสนับสนุนและเป็นการกำลังใจในการปฏิบัติงานของบุคลากรทางการแพทย์ ซึ่งถือเป็นหน้าด่านสำคัญในการต่อสู้กับโรคโควิด-19 ให้สามารถปฏิบัติหน้าที่ได้อย่างราบรื่น อันจะเป็นส่วนสำคัญที่ช่วยลดผลกระทบต่อความสูญเสียโดยรวมของประเทศ

นอกจากนี้ บริษัทในเครือ “กลุ่มบริษัท ซี.เอ.เอส.” อย่าง “บริษัท เอเซีย แคมป์ จำกัด” ได้มอบบริการรถแท็กซี่ “เค็บบ์” รถแท็กซี่ที่มีต้นแบบมาจากลอนดอนแท็กซี่ พร้อมพนักงานขับรถ ให้กับโรงพยาบาล 3 แห่งข้างต้น เพื่อสนับสนุนการเดินทางของแพทย์ พยาบาล บุคลากรทางการแพทย์ รวมทั้งสนับสนุนการทำงานในด้านต่างๆ ของโรงพยาบาล ให้เป็นไปอย่างสะดวกสบาย ปลอดภัย ลดความเสี่ยงในการติดเชื้อ และลดการแพร่ระบาดของโรคโควิด-19

“กลุ่มบริษัท ซี.เอ.เอส.” ขอเป็นกำลังใจให้กับคนไทยทุกคน ... ในทุกวิกฤติเราจะเห็นถึงน้ำใจคนไทยที่ไม่เคยเลือนหาย ครั้งนี้ก็เช่นกัน ความร่วมมือร่วมใจของคนไทยทุกคน จะทำให้เราผ่านวิกฤตินี้ไปได้ด้วยกันอย่างปลอดภัย





“C.A.S. Group” together with the management team, donated Baht 1.5 million to contribute for purchasing medical supplies and equipment for Covid-19 patients.



Khun Komol Dararattanarojna, Executive Committee of “C.A.S. Group” together with the management team, donated Baht 1.5 million to 3 hospitals, namely Siriraj Hospital, King Chulalongkorn Memorial Hospital and Thammasat Chalermparakiet Hospital, to contribute for purchasing medical supplies and equipment for Covid-19 patients. This is the commitment of “C.A.S. Group” to take part in supporting and encouraging the works of medical personnel who are regarded as the important frontline in the battle against COVID-19 to allow them smoothly perform their duties, resulting in being the important part to reduce the impact on the country's total loss.

In addition, “Asia Cab Company Limited”, a subsidiary under “C.A.S. Group”, provided a taxi service named “CABB”, which is a taxi service originated from the taxi service model in London, that provides drivers to these 3 hospitals mentioned above to support the journey of doctors, nurses, medical personnel and the works in various areas of the hospitals to be comfortable, safe, reduce the risks of infection and the spread of COVID-19.

“C.A.S. Group” wishes to encourage all Thai people that... In every crisis, we will see the kindness of Thai people that never fade out, also this time, the cooperation of all Thai people will allow us to safely pass through this crisis together. **I**

การใช้ตัวย่อของหน่วย ที่ไม่ควรมองข้าม Unit Abbreviation



อาจารย์ มยุรี ภาคลำเจียก
(Mayuree Paklamjeak)

สวอนสิงห์ธำบพรราชบัณฑิตยสถาน

ในการผลิตสินค้าอุปโภคบริโภคเพื่อการจำหน่ายในประเทศหรือส่งออกก็ตาม กฎระเบียบข้อบังคับอย่างหนึ่งที่มีผลผลิตจะละเลยไม่ได้คือ กฎเรื่องฉลากในประเทศที่จำหน่ายสินค้า ซึ่งครอบคลุมถึง ชื่อผลิตภัณฑ์ ส่วนประกอบที่สำคัญ คุณค่าทางโภชนาการ (ถ้าเป็นอาหาร) วิธีการใช้ น้ำหนักหรือปริมาตรบรรจุภัณฑ์และประเทศที่ผลิต เป็นต้น หน่วยของน้ำหนักหรือปริมาตรบรรจุภัณฑ์ใช้ตัวย่อเพื่อให้สั้น สอดคล้องกับเนื้อที่ของฉลากซึ่งอาจมีจำกัด การใช้ตัวย่อของหน่วยเป็นสิ่งที่ดูเหมือนง่ายและไม่ยุ่งยาก เพราะผู้ประกอบการ ผู้ออกแบบฉลาก และผู้บริโภคส่วนใหญ่คุ้นเคยเข้ากันดีอยู่แล้ว แต่ก็มักพบว่าใช้ตัวย่อหน่วยที่พิมพ์ที่ฉลากสินค้าไม่ถูกต้องอยู่เสมอ

Label for any consumer products sold locally or exported shall be complied with label law of marketing countries such as nutrition fact (for food), use instruction, content in weight or volume, manufacturing company and country, etc. Weight and volume units are always used abbreviation due to limit space of label. It is found that labels of many products in the market have incorrect unit abbreviations

ระบบของหน่วยแบ่งได้เป็น 2 ระบบใหญ่ๆ คือ ระบบเมตริกและระบบอังกฤษ ในปัจจุบันระบบเมตริกได้รับความนิยมอย่างสูงแทบทุกประเทศ จนถึงได้ว่าเป็นหน่วยสากลระหว่างชาติ และได้รับการกำหนดไว้ใน System International d' Unites หรือรู้จักกันในชื่อสั้นๆ ว่าหน่วย SI ส่วนหน่วยระบบอังกฤษนั้น ในปัจจุบันยังคงนิยมใช้ในประเทศสหรัฐอเมริกาอยู่ แม้ว่าจะมีการแนะนำให้เปลี่ยนมาใช้ระบบเมตริกตั้งแต่ 1 ตุลาคม 2535 แต่ก็ไม่ประสบความสำเร็จเท่าใดนัก

Units are classified into 2 systems, British Unit System and Metric Unit System. Metric one is more popular worldwide and called "System International d' Unites or SI Unit" while British one is mainly used in USA even it has been advised to change to SI Unit since Oct 1st 1992.

ตัวอย่างการเปลี่ยนหน่วยระบบอังกฤษ

ไปเป็นระบบเมตริก

Examples of changing British units to Metric units

ความจุ เป็นออนซ์ เปลี่ยนเป็นมิลลิลิตร Volume in ounce to be milliliter

ความจุ เป็นควอท เปลี่ยนเป็นลิตร Volume in quart to be litre

น้ำหนัก เป็นปอนด์ เปลี่ยนเป็นกรัม หรือ กิโลกรัม

Weight in pound to be gram or kilogram

ความยาว เป็น นิ้ว หรือ หลา เปลี่ยนเป็นเซนติเมตร หรือ กิโลเมตร

Length in inch or yard to be centimeter or kilometer

หลักการใช้ตัวย่อของหน่วย ในภาษาอังกฤษ Basic Use of Unit Abbreviation in English

ปริมาณบรรจุที่นิยมใช้ คือ

1 litre ตัวย่อ L หรือ l
gram ใช้ตัวย่อ g



อักษรนำหน้าหน่วย บ่งบอกถึงจำนวนเท่า

2 เช่น
milli ใช้ตัวย่อว่า m = 1/1000 เท่า
kilo ใช้ตัวย่อว่า k = 1000 เท่า
mega ใช้ตัวย่อว่า M = 1,000,000 เท่า
milliliter ใช้ตัวย่อว่า ml หรือ mL

= 1/1000 ลิตร

kilogram ใช้ตัวย่อว่า kg = 1000 กรัม

megalitre ใช้ตัวย่อว่า Ml หรือ ML

= 1,000,000 ลิตร

3 ระหว่างตัวเลขและตัวย่อของหน่วยต้องมีช่องว่าง
(one space between figure and unit abbreviation)

ถูก (correct):

237 mL 237 ml 50 kg 300 g 3 L

ผิด (incorrect) :

237mL 237ml 50kg 300g 3L

4 ตัวย่อของหน่วยไม่มีรูปเป็นพหูพจน์ คือ ไม่มีการเติม s แม้ว่าปริมาณจะมากกว่า 1 ก็ตาม
(no s of unit abbreviation even more than 1)

ถูก (correct): 250 ml 20 kg 300 g

ผิด (incorrect): 250 mls 20 kgs 300 gs

5 ท้ายของตัวย่อไม่มีจุด

(no dot after unit abbreviation)

ถูก (correct): g l kg ml

ผิด (incorrect): g. l. kg. ml.

เป็นที่น่าสังเกตว่า นักออกแบบฉลากของบรรษัท
บางท่านยังใช้ตัวย่อที่ผิด ดังตัวอย่างต่อไปนี้

ML	ต้องการให้หมายถึง milliliter
ผิด	เพราะ ML หมายถึง megalitre ซึ่งมีค่า 1 ล้านลิตร
KG	ต้องการให้หมายถึง kilogram
ผิด	เพราะ KG หมายถึง Kelvin-giga
Kelvin	เป็นหน่วยของอุณหภูมิ ส่วน giga หมายถึง 1 พันล้าน
G	ต้องการให้หมายถึง gram
ผิด	เพราะ G หมายถึง giga ซึ่งเท่ากับ 1 พันล้าน

ตัวย่อของหน่วยที่เขียนผิด (Incorrect abbreviations)

gm	gms	grm	grms	GM	GM.
Kg	Kgs	KG	KGS	ML	MLS

ตัวอย่างรูปฉลากสินค้าอุปโภคบริโภค ที่ใช้ตัวย่อของหน่วยไม่ถูกต้อง Pictures showing incorrect unit abbreviations printed on labels



ตัวอย่างของฉลากสินค้าอุปโภคบริโภค ที่ใช้ตัวย่อของหน่วยถูกต้อง Pictures showing correct unit abbreviations printed on labels



หลักการใช้ตัวย่อของหน่วยในภาษาไทย Basic Use of Unit Abbreviation in Thai

ท้ายของตัวย่อของหน่วยต้องมีจุดเสมอ ถ้ามีพยัญชนะ 2 ตัว
จะไม่มีจุดระหว่างพยัญชนะ เช่น

มิลลิลิตร	ต้องใช้ตัวย่อว่า	มล.
ลิตร	ต้องใช้ตัวย่อว่า	ล.
กิโลกรัม	ต้องใช้ตัวย่อว่า	กก.
กรัม	ต้องใช้ตัวย่อว่า	ก.
ลูกบาศก์เซนติเมตร	ต้องใช้ตัวย่อว่า	ซม. ³
มิลลิเมตร	ต้องใช้ตัวย่อว่า	มม.
เซนติเมตร	ต้องใช้ตัวย่อว่า	ซม.

ในประเทศไทยได้มีกฎหมายเฉพาะที่ควบคุมความสูงของ
ตัวอักษรหรือตัวเลขของปริมาณบรรจุที่ต้องแสดงไว้ที่บรรทัด
ทุกหน่วย แม้ว่ากฎหมายนี้จะไม่ใช่เรื่องของหน่วยโดยตรง แต่ก็มี
การใช้กับหน่วยของปริมาณบรรจุ จึงขอสรุปมา ณ ที่นี้

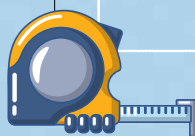
กระทรวงพาณิชย์ได้ประกาศเรื่อง “กำหนดชนิดของสินค้า
หีบห่อ หลักเกณฑ์ และวิธีการแสดงปริมาณของสินค้าและอัตรา
เพื่อเหลือเผื่อขาด” ในปี พ.ศ.2550 ดังสรุปในตารางข้างล่างนี้

การแสดงผลปริมาณของแต่ละหีบห่อ

ปริมาณที่แสดง (กรัม หรือมิลลิลิตร)	ความสูงของตัวอักษร และตัวเลข ต้องไม่น้อยกว่า (มิลลิเมตร)
ไม่เกิน 50	2
เกิน 50 แต่ไม่เกิน 200	3
เกิน 200 แต่ไม่เกิน 1,000	4
เกิน 1,000	6

การแสดงผลปริมาณของหีบห่อรวม

ปริมาณที่แสดง (กรัม หรือมิลลิลิตร)	ความสูงของตัวอักษร และตัวเลข ต้องไม่น้อยกว่า (มิลลิเมตร)
ไม่เกิน 50	3
เกิน 50	6



หลักเกณฑ์ของการใช้ตัวย่อของหน่วยที่กล่าวมานี้เป็นสิ่งไม่ยาก และน่าจะเป็น
ประโยชน์กับท่านผู้อ่านบ้าง โดยเฉพาะท่านผู้ประกอบการผลิตสินค้า และนักออกแบบฉลาก
ทั้งหลาย โปรดให้ความสนใจกับการใช้ตัวย่อของหน่วยบนฉลากซึ่งดูเหมือนเป็นสิ่งที่เล็กน้อย
แต่ถ้าผิดพลาดขึ้นมาก็คงจะน่าอายเหมือนกัน เพราะข้อความ Product of Thailand และ
ชื่อบริษัทของท่าน ซึ่งปรากฏบนสินค้านั้นจะฟ้องตัวเองอย่างชัดเจน

This article should be of use for the readers, consumer product manufacturers
and label designers. Paying high attention on this matter is recommended !

กระดาศฮาร์ท ที่ไ้รับความนิยมที่สดุ
พิมพ์สวย ตอบรับทุกงานพิมพ์

NEVIA Sparkling 

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





The Symposium on the large-scale cultural documentary “The story of Chinese paper”

hosted by China Paper Industry
Association, APP (China)

เมื่อวันที่ 10 มกราคม 2563 การประชุมสัมมนาเกี่ยวกับภาพยนตร์สารคดีเชิงวัฒนธรรมขนาดใหญ่ “เรื่องราวของกระดาษจีน” โดยสมาคมอุตสาหกรรมกระดาษจีน, APP (ประเทศจีน) และเครือข่ายกระดาษจีนเป็นเจ้าภาพในกรุงปักกิ่ง โดยมี Zhao Wei ประธานสมาคมอุตสาหกรรมกระดาษจีน, Qian Yi รองประธานและเลขาธิการสมาคมอุตสาหกรรมกระดาษจีน, Wang Juhua และ Li Yuhua ผู้เชี่ยวชาญประวัติศาสตร์กระดาษจีน, Niu Qingmin ประธานสมาคมอุตสาหกรรมกระดาษมณฑลเจียงซู, Lu Wenrong รองประธานบริหารและเลขาธิการสมาคมอุตสาหกรรมกระดาษมณฑลเจ้อเจียงและ Zhai Jingli รองประธาน APP (ประเทศจีน) เข้าร่วมในงานดังกล่าว

ในภาพยนตร์สารคดีเรื่องนี้บริษัทต่างๆ ในเครือ APP (ประเทศจีน) ได้แก่ Goldeast, Ningbo Yajiang, Gold Hongye, Hainan Jinhai และ Hainan Forest Service มีส่วนร่วมในการถ่ายทำอย่างต่อเนื่อง ผู้เข้าร่วมการประชุมต่างให้การประเมินในระดับสูงสำหรับบทบาทที่เป็นแบบอย่างของ APP ด้านเทคโนโลยีขั้นสูงและอุตสาหกรรมการคุ้มครองสิ่งแวดล้อม

“ข้าพเจ้าเคยไปเยือนโรงงานทุกแห่งในเครือ APP (ประเทศจีน) แล้ว ไม่เพียงแต่จะมีตัวบ่งชี้การปล่อยก๊าซที่ดีกว่ามาตรฐานแห่งชาติเท่านั้น แต่ยังรวมถึงการลงทุนและความสำเร็จต่างๆ ในการคุ้มครองสิ่งแวดล้อมที่ไปไกลเกินกว่าอุตสาหกรรมอีกด้วยเช่นกัน ถือเป็นบทบาทที่เป็นตัวอย่างที่ดี” ผู้เชี่ยวชาญด้านประวัติศาสตร์กระดาษ Li Yuhua กล่าว

Yu Zhibing ประธานบริษัทวอยท์ เปเปอร์ (เอเชีย) ยังได้ยกย่องวิสัยทัศน์และจุดแข็งของ APP (ประเทศจีน) ในการเป็นผู้นำการพัฒนาอุตสาหกรรมกระดาษสมัยใหม่ของประเทศจีนอีกด้วยเช่นกัน

Zhai Jingli กล่าวว่าภาพยนตร์สารคดีนี้ไม่เพียงแต่จะแสดงให้เห็นถึงความแข็งแกร่งของผู้ประกอบการผลิตกระดาษที่ทันสมัยเท่านั้น แต่ยังสื่อถึงจิตวิญญาณขององค์กรในทุกภาคส่วนของสังคมที่ผู้ผลิตกระดาษมีความมุ่งมั่นเพื่อชีวิตที่ดีขึ้นสำหรับทุกคน

ในอนาคต APP (ประเทศจีน) จะเป็นผู้นำอุตสาหกรรม ช่วยส่งเสริมการปฏิรูปและการยกระดับทางอุตสาหกรรม เพิ่ม R&D และการลงทุนในวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีอย่างต่อเนื่อง ปรับปรุงประสิทธิภาพการผลิต กำลังการผลิตและคุณภาพผลิตภัณฑ์ของกระบวนการผลิตกระดาษให้ดีขึ้น และทำให้กระบวนการผลิตกระดาษมีความเป็นอัจฉริยะ ประสิทธิภาพและความยั่งยืนมากยิ่งขึ้น APP (ประเทศจีน) จะช่วยผลักดันให้เกิดการพัฒนาแก่อุตสาหกรรมกระดาษจีนอย่างต่อเนื่อง

On January 10th, 2020, the Symposium on the large-scale cultural documentary “the story of Chinese paper” hosted by China Paper Industry Association, APP(China) and China paper network in Beijing. Zhao Wei, President of China Paper Industry Association, Qian Yi, vice president and Secretary General of China Paper Industry Association, Wang Juhua and Li Yuhua, China paper history experts, Niu Qingmin, President of Jiangsu paper industry association. Lu Wenrong, executive vice president and Secretary General of Zhejiang Paper Industry Association, and Zhai Jingli, vice president of APP(China) attended the symposium. In this documentary, APP(China)’s companies such as Goldeast, Ningbo Yajiang, Gold Hongye, Hainan Jinhai and Hainan Forest Service took part in the shooting successively. The participants gave a high appraisal of the exemplary role of APP in advanced technology and environmental protection industry.

“I have been to all the factories under APP(China) Group. Not only are the emission indicators better than the national standards, but also the investment and achievements in environmental protection are far ahead of the industry, playing a model role. “China paper history experts, Li Yuhua Said.

Yu Zhibing, President of Voith Paper (Asia), also praised APP(China)’s vision and strength to lead the development of China’s modern paper industry.

Zhai Jingli said that the documentary not only shows the strength of modern paper-making enterprises, but also conveys to all sectors of the society the enterprise spirit that paper makers are striving for a better life for everyone.

In the future, APP(China) will lead the industry, promote industrial transformation and upgrading, continuously increase R&D and investment in science and technology, improve the production efficiency, capacity and product quality of paper-making process, and make the paper-making process more intelligent, efficient and sustainable. APP(China) will continuously drive the development of Chinese paper industry. I

บทสัมภาษณ์ คุณนงนุช ดาห์ล ผู้จัดการฝ่ายขายบริษัท ซี.เอ.เอส.เปเปอร์

Interview with Khun Nongnuch Dahl Sales Department Manager, C.A.S. Paper Company Limited

NEW NORMAL, NEW PRODUCTS

จากสถานการณ์การแพร่ระบาดไวรัส COVID-19 ทางวารสาร NEVIA NEWS ได้รับข่าวลือมาแรงว่าทางบริษัท ซี.เอ.เอส. เปเปอร์ จำกัด กำลังจะมีสินค้าใหม่เพื่อรองรับตลาดบรรจุภัณฑ์อาหาร ฉบับนี้เราเลยมาสัมภาษณ์ ผู้จัดการฝ่ายขาย คุณนงนุช ดาห์ล ถึงกลยุทธ์ในการบุกตลาดหลังช่วง COVID-19 กัน

From the situation of COVID-19 pandemic, NEVIA NEWS Magazine received trendy hot news that the company C.A.S Paper Co., Ltd. is going to launch new products to support food packaging market. In this issue, we rushed to interview Khun Nongnuch Dahl, Sales Department Manager, about the Company's marketing strategies during post COVID-19.

สถานการณ์ครึ่งปีแรก เป็นอย่างไรบ้าง

หลักๆ กลุ่มลูกค้าโรงพิมพ์ที่รับงานพิมพ์เขียน ถือว่ากระทบอย่างหนัก เพราะบางกิจกรรมถูกยกเลิก ห้างสรรพสินค้าปิด บางธุรกิจปิด นั่นหมายถึงเครื่องพิมพ์หยุดไม่มีงาน แต่สำหรับกลุ่มที่ผลิตบรรจุภัณฑ์เพื่อสินค้าอุปโภค บริโภค ก็ยังสามารถผลิตได้ แต่ในจำนวนที่ลดลง เพราะแนวโน้มปริมาณการจับจ่ายของคนจะลดลงไปด้วย ในครึ่งปีแรกยังประเมินว่าสถานการณ์ยังดีอยู่ แต่ในครึ่งปีหลัง อาจจะต้องเพิ่มสินค้ากลุ่มใหม่ เพื่อรองรับการเปลี่ยนแปลงของตลาด

How was the situation in the first half of this year?

Printing houses that main business using printing and writing paper have been considered to be severely affected because some activities were canceled, all shopping malls have been closed, some businesses were closed, that means the printing machines have been stopped due to no job orders. However, packaging for consumer products is continuing to produce but in a decreasing volume due to the decreasing amount in spending. In the first half of the year, the situation was evaluated that it would be still good, but in the second half of the year, new products may be added to support the market changes.



กลุ่มสินค้าใหม่ที่น่าสนใจมาจับจอยอย่างไร

สำหรับสินค้ากลุ่มใหม่นี้ เราใช้ชื่อว่า “ Food Service Board” เป็นกระดาษสำหรับบรรจุภัณฑ์อาหาร ซึ่งสินค้าตัวนี้มาเพื่อรองรับตลาดบรรจุภัณฑ์อาหารที่กำลังมาแรงขณะนี้ ซึ่งตัวเลขการเติบโตของตลาดโตขึ้นสูงถึง 200- 300 เปอร์เซ็นต์ จากปี 2019 และแน่นอนว่าต่อจากนี้ พฤติกรรมของผู้บริโภคก็จะเปลี่ยนไปด้วย ดังนั้นการผลิตบรรจุภัณฑ์อาหารจึงเป็นถือเป็นทางออกสำคัญของอุตสาหกรรมพิมพ์ และเราดำเนินธุรกิจอยู่เคียงคู่โรงพิมพ์มาตลอด ถ้าลูกค้าเริ่มฟื้นฟู เริ่มปรับตัว เราในฐานะที่เป็นลูกค้าจึงต้องคัดเลือกสินค้าที่ลูกค้าต้องการมาคอยซัพพอร์ต สำหรับจุดขาย ของสินค้านี้ เราใส่ใจและตระหนักในเรื่องของความปลอดภัยของบรรจุภัณฑ์อาหาร ตั้งแต่กระบวนการคัดเลือกวัตถุดิบจากแหล่งที่มีมาตรฐานรับรอง และมีคุณภาพ โดยผ่านขั้นตอนการตรวจสอบอย่างเข้มงวดภายใต้มาตรฐานการผลิตอาหาร อีกทั้งกระบวนการตรวจรับและจัดเก็บที่ถูกต้องและเหมาะสม

What are the selling points of new imported products?

For this new product group, we named it as “Food Service Board”, it is the paper for food packaging, which will support the food packaging market which is currently popular, with the growth ratio of the market up to 200-300% when comparing to 2019. From now on, the consumer behaviors will be also changed, therefore, food packaging production is considered as the important solution for the printing industry. We always work along side with our customers, when the customers start to restore and adjust themselves, we, as their partner, must select the products required by customers to support them. The selling point of these products are the safety of food packaging, raw material selection from certified and quality sources through strict inspection procedures under food production standards, including the inspection, receiving and storage processes in the appropriate manner.

จากสถานการณ์โรคระบาดโควิด-19

ทาง ซี.เอ.เอส. เปเปอร์ มีมาตรการรับมืออย่างไรบ้าง

ซี.เอ.เอส. เปเปอร์ ตระหนักถึงความปลอดภัยและสุขภาพอนามัยของลูกค้าเป็นสำคัญ เรามีมาตรการป้องกันการติดต่ออย่างเข้มงวด เช่น ไม่อนุญาตให้พนักงานเดินทางไปยังประเทศกลุ่มเสี่ยงในทุกกรณี ตรวจวัดอุณหภูมิพนักงานก่อน – หลังเข้าพื้นที่ปฏิบัติงาน จัดเตรียมเจลล้างมือแอลกอฮอล์ 70% ไว้ตามจุดต่างๆ ของบริษัท จัดเตรียมหน้ากากอนามัยให้พนักงานทุกแผนกและรถขนส่งสินค้าทุกคัน รวมไปถึงทำความสะอาดเชื้อโรคพื้นที่ให้บริการภายในและภายนอก โดยเฉพาะจุดที่มีการสัมผัสบ่อยครั้ง

ทุกมาตรการที่เราจัดให้มีขึ้น เพื่อให้ลูกค้ามั่นใจว่า ซี.เอ.เอส.เปเปอร์ พร้อมที่จะเป็นเพื่อนคู่คิด มิตรคู่ค้า ดังคำขวัญขององค์กร “Grow Better Together – เติบโตไปด้วยกันอย่างยั่งยืน” ค่ะ

Based on the outbreak of Covid-19, what are the countermeasures of C.A.S. Paper?

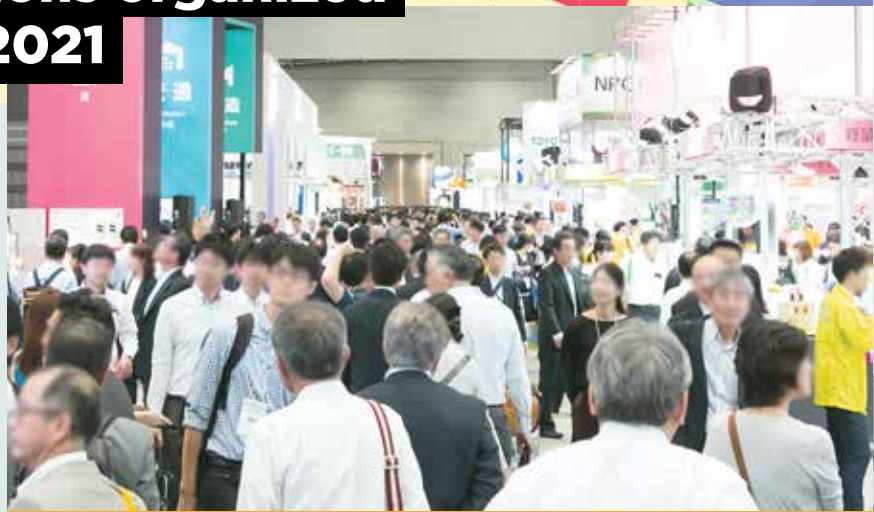
C.A.S. Paper has realized the safety and health of customers as priorities, we have strict measures to prevent the contacts, for example, employees are not allowed to travel to risky countries in all cases, they will be checked of temperature before - after entering the work area, 70% alcohol hand sanitizing gel are provided at various points in the company, staff in every department and every truck are provided of sanitary mask, and all internal and external service areas are cleaned and sanitized, especially the frequently exposed points/areas.

All measures set and provided by us are to ensure customers that C.A.S. Paper is ready to be their friend, partner, as the corporate slogan that “Grow Better Together - Sustainable Growth Together”

นิทรรศการ 2563 พับเก็บ!!
มาดูนิทรรศการต้นปี 2564
กันดีกว่า

Exhibitions for 2020 are postponed!!

**Let's see the exhibitions organized
at the beginning of 2021**



TOKYO PACK 2021 “Tokyo International Packaging Exhibition 2021”

TOKYO PACK 2021
FEB 24 ~ 26, 2021
TOKYO BIG SIGHT

งานแสดงสินค้า Tokyo International Packaging Exhibition 2021 นำเอานวัตกรรมและเทคโนโลยีใหม่ๆ ในอุตสาหกรรมบรรจุภัณฑ์มาจัดแสดง เพื่อแสดงถึงแนวโน้มบรรจุภัณฑ์ในตลาดของญี่ปุ่น กำหนดการเบื้องต้นจะจัดขึ้นระหว่างวันที่ 24-26 กุมภาพันธ์ 2564 ที่ Tokyo Big Sight งาน TOKYO PACK เป็นหนึ่งในงานแสดงสินค้าเทคโนโลยีบรรจุภัณฑ์ที่ใหญ่ที่สุดในเอเชีย จัดขึ้น 2 ปีครั้ง

Japan's Tokyo International Packaging Exhibition 2021 will exhibit innovations and new technologies in the packaging industry to illustrate the packaging trends in Japanese market, this exhibition is originally scheduled on 24 - 26 February 2021 at Tokyo Big Sight. TOKYO PACK is one of the largest trade shows on packaging technologies in Asia, which will be held every 2 years. |

Time: 10:00 - 17:00
(Registration starts: 9:30AM)

Feb. 24(Wed) ~ 26(Fri) , 2021 10:00~17:00
TOKYO BIG SIGHT East Hall 1-6

CR : <https://www.tokyo-pack.jp/en/>

กระดาษ

NEVIA®

Digital Coated Paper

กระดาษเพื่อยุคดิจิทัล

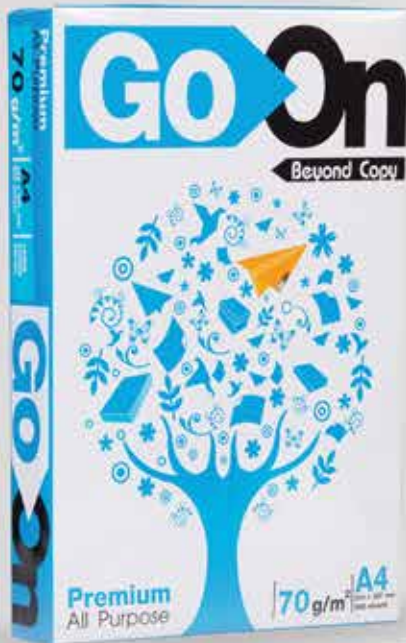
มั่นใจคุณภาพ

“Digital Paper สายพันธุ์แท้จาก NEVIA®”

กระดาษคุณภาพพิเศษ สามารถรองรับการยืดเกาะของหมึกพิมพ์ได้ดี
และยังมีความชื้นที่น้อยกว่ากระดาษทั่วไป ซึ่งเหมาะกับงานพิมพ์ด้วย
เครื่องพิมพ์ระบบ Digital Laser พร้อมทั้งขนาดกระดาษที่ได้มาตรฐาน
ได้รับการรับรองจากผู้ผลิตเครื่องพิมพ์ดิจิทัลชั้นนำทั่วไป



Go On
Beyond Copy



**LET'S MOVE ON
WITH GO ON**



Robots against COVID-19

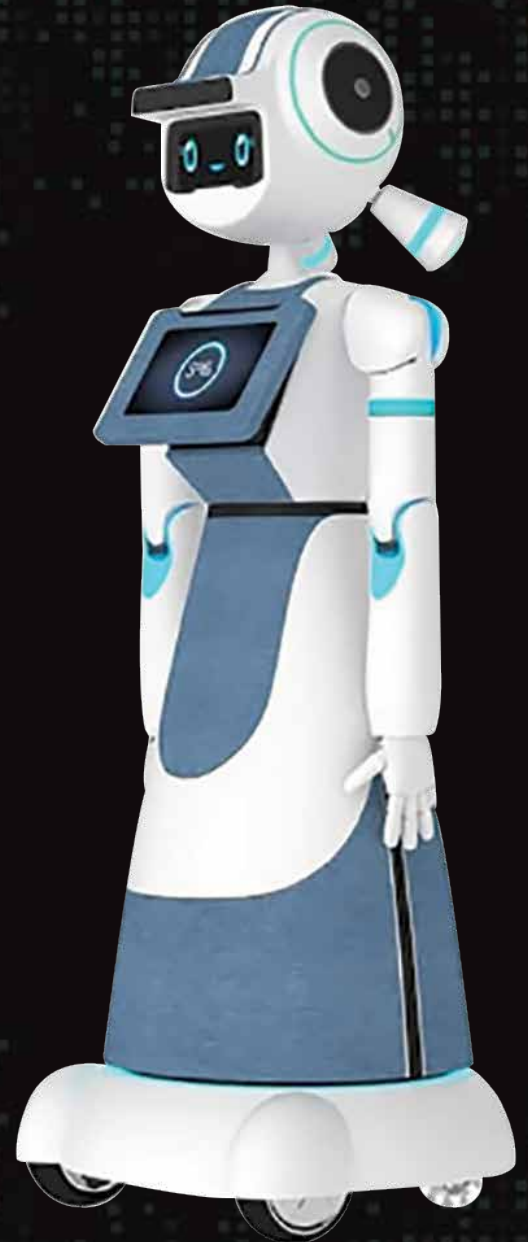
บริษัท ฟอรัมส์ ซินทรอน (ประเทศไทย) จำกัด บริษัท ชีสโก้ ซิสเต็มส์ (ประเทศไทย) จำกัด และบริษัท แอดวานซ์อินฟอร์เมชันเทคโนโลยี จำกัด (มหาชน) ร่วมกับสถาบันวิทยาการหุ่นยนต์ภาคสนาม (FIBO) มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี (มจธ.) พัฒนาระบบหุ่นยนต์ช่วยบุคลากรทางการแพทย์ปฏิบัติงานในโรงพยาบาลช่วงสถานการณ์แพร่ระบาดของไวรัสโคโรนา “FIBO AGAINST COVID-19: FACO” โดยร่วมกันพัฒนาชุดระบบหุ่นยนต์บนแพลตฟอร์มการควบคุมเพื่อช่วยแพทย์ดูแลผู้ป่วยติดเชื้อ COVID-19

ระบบหุ่นยนต์ FACO ชุดแรก มีแผนนำไปใช้ในโรงพยาบาลแห่งแรก เพื่อช่วยแพทย์ดูแลผู้ป่วยติดเชื้อ COVID-19 โดยเริ่มใช้งานตั้งแต่เดือนเมษายน 2563

Forms Syntron (Thailand) Co., Ltd., Cisco Systems (Thailand) Ltd., and Advanced Information Technology Public Company Limited in cooperation with the Institute of Field Robotics (FIBO), King Mongkut's University of Technology Thonburi (KMUTT), have developed the robotic system to assist medical personnel to perform their duties in a hospital during the coronavirus outbreak situation, this “FIBO AGAINST COVID-19: FACO” Project is the project that all partners jointly develop robotic systems on a control platform to support physicians in taking care COVID-19 confirmed cases.

The first FACO robot system has planned to be used in the first hospital to support physicians in taking care COVID-19 confirmed cases, Started in April 2020. |

CR : <https://techsauce.co/pr-news/fibo-against-covid-19-faco>



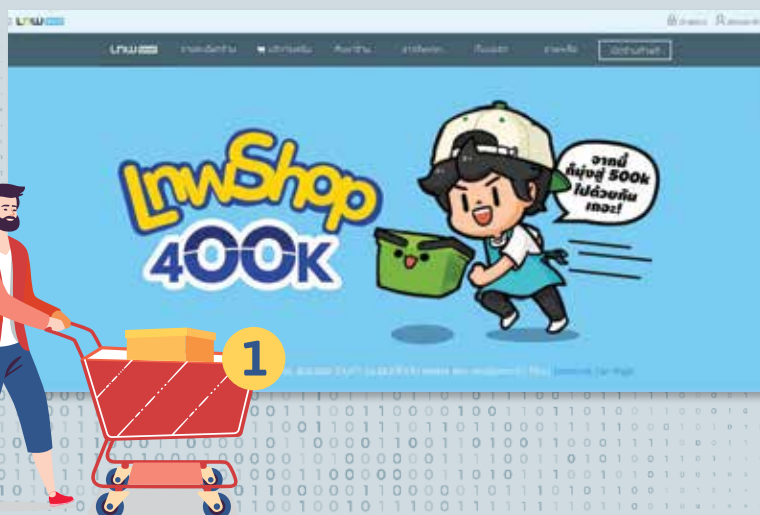


สุดยอด 5 เว็บไซต์ E-COMMERCE ขายสินค้า ร้านค้าออนไลน์ฟรี สำหรับคนไทย

Top 5 E-COMMERCE websites selling products on online stores, free of charge for Thai people.

หลายคนมีแนวคิดอยากจะหาอาชีพเสริมกับการขายสินค้าออนไลน์ หรือบางคนเริ่มต้นจากการเปิดขายบน Social Media เช่น Facebook, Twitter, Line และหลายคนอยากทำเว็บไซต์ขายของ มีตะกร้าสินค้า แต่ไม่มีทุนมากพอที่จะจ้างทำเว็บไซต์ วันนี้เรามีเว็บไซต์บริการ E-commerce ฟรี มาแนะนำกัน

Many people have ideas to do extra jobs by selling products online, or some people already started to sell on Social Media such as Facebook, Twitter, Line and many people wish to build a website to sell products, featured with shopping cart, however, some of them have insufficient funds to hire for website creation. Today, we have many free E-commerce service websites to recommend.



1 Inwshop.com

Inwshop บริการเปิดร้าน online ไม่มีค่าใช้จ่าย ฟรีตลอดชีพ ไม่จำกัดจำนวนสินค้า & พื้นที่ มีระบบการจัดการหลังร้านขั้นเทพ และยังออกแบบรองรับการแสดงผลบนจอมือถือ (Responsive Design)

Inwshop is the free of charge website with lifetime membership, unlimited number of products & areas, it has an excellent management system to support the online shops and is also designed to display on mobile phones (Responsive Design).



2 makewebeasy.com

makewebeasy บริการเปิดร้าน online ไม่มีค่าใช้จ่าย ไม่มีค่าบริการรายปี รองรับ Stock สินค้าพร้อมกับพื้นที่เว็บไซต์ 100 MB. และมีตะกร้าสินค้ารายการการสั่งซื้อสินค้า สะดวกด้วยการสมัครสมาชิกเว็บไซต์/Log in ผ่าน Facebook และเว็บไซต์เปิดใช้งานได้ทุกจอ รองรับมือถือ (Responsive Design)

makewebeasy is free of charge, no annual fee, supports stock with 100 MB of website space and has a menu of shopping cart to report the orders, it is convenient to use by subscribing the website/Log in via Facebook and the website is also enable on all screens with Responsive Design.



3 tarad.com

e-Market place Tarad เว็บไซต์ Tarad.com เปิดมายาวนานกว่า 17 ปี เปิดร้านค้าออนไลน์ฟรี และครอบคลุมการชำระเงินของลูกค้าแบบ 360 องศา เช่น บัตรเครดิต, บัตรเดบิต, ตู้ ATM, 7-11 ฯลฯ

free e-Market place Tarad.com is opened for more than 17 years, it is a free online store and covers all methods of payments such as Credit cards, Debit cards, ATMs, 7-11, etc.

4 weloveshopping.com

เปิดร้านค้าออนไลน์ฟรี ไม่มีค่าบริการรายเดือน ลงสินค้าได้ไม่ขึ้น และออกแบบระบบรองรับเรื่อง SEO พร้อมเรื่องการชำระเงินหลายช่องทาง อำนวยความสะดวกแก่ผู้ซื้อ

This website is free of charge and has no monthly fee, the subscribers can post unlimited number of products and designed to support SEO with multiple payment methods to facilitate buyers.

5 shopup.com

เว็บไซต์ร้านค้าออนไลน์ฟรี และสามารถปรับแต่งเองได้ หรือมีแพ็คเกจให้เลือก (เสียเงิน) สำหรับแพ็คเกจฟรีสามารถลงสินค้าได้ไม่จำกัด พื้นที่ไม่จำกัด และมีธีมรูปแบบเว็บไซต์ร้านค้าให้เลือกมากกว่า 300 แบบ กรณีที่ต้องการแบ่งหมวดหมู่สินค้าจะต้องสมัครแพ็คเกจ

This website is free of charge and the subscribers can customize as desired, it also provides the service packages as options (fee charged), however, the free package also allow the subscribers to post unlimited number of products with unlimited space and more than 300 themes of store website to select. For the option of product categorization, the charged package must be subscribed.



CR : <https://www.kysys.net/5-web-e-commerce-free/>

ไอเท็มไหนฮิต สินค้าแบรนด์ไหนดัง! Xiaomi มีให้หมด ในราคาที่ถูกลงกว่า

**Which items will be popular?
Which brand will be famous?
Xiaomi can serve all demands
with cheaper prices.**



สำหรับประเทศไทยแบรนด์ Xiaomi จะได้รับการขนานนามว่า “แบรนด์สาทุกกะเบือยันเรือรบ” เพราะขายทุกอย่างจริงๆ ไม่ได้เป็นแบรนด์ที่ขายแค่สมาร์ทโฟนเท่านั้น หลังจากเข้ามาตีตลาดในประเทศไทยได้ไม่นาน Xiaomi ก็เริ่มเป็นที่สนใจแก่กลุ่มลูกค้าเป็นอย่างมาก ด้วยราคาสินค้าที่ถูกลงกว่าสินค้าแบรนด์ดังหลายเท่าตัว แต่ที่เหนือไปกว่านั้นคือ เครื่องใช้ไฟฟ้าส่วนใหญ่ของเสียวมีรองรับ IoT สามารถสั่งการผ่านแอปฯ บนสมาร์ทโฟนได้ ทำให้ Xiaomi ได้รับการบอกต่อปากต่อปากบนโลกออนไลน์อย่างต่อเนื่องจนเป็นที่รู้จัก แม้บางคนที่ผ่านมาอาจไม่เคยพบเห็นแบรนด์ดังกล่าวบนโฆษณาเลยก็ตาม

In China, Xiaomi Brand is referred as “the Brand that can produce everything from soup to nuts” because it really sells everything, not only smart phones. Shortly after entering Thai market, Xiaomi became very popular among shoppers due to the cheaper prices than other brands for several times. However, beyond of that, most of Xiaomi’s appliances can support IoT by commanding via application on smart phone, the word-of-mouth online has continuously referred to Xiaomi until it is well-known, even some people who had never seen the brand on advertisement also knew it.

ไอเท็มไหนของ Xiaomi ฮิตในประเทศไทยบ้าง ไปดูกัน!! **Which items of Xiaomi are popular in Thailand? Let’s see!!**



หลายคนคงรู้จักแบรนด์ Xiaomi จากเจ้าเครื่องฟอกอากาศตัวนี้ เพราะช่วงต้นปีประเทศไทยประสบปัญหาฝุ่น PM 2.5 เจ้าเครื่อง Xiaomi Mi Air Purifier จึงฮิตเป็นพลุแตก ราคาตัวเครื่องถูก X2 X3 เหยียบหลักหมื่นแล้วแต่ร้าน ทั้งที่ความจริงมีเงิน 2-3 พันบาทก็ซื้อได้แล้ว

Many people have known Xiaomi from this Air Purifier because in the beginning of this year, Thailand encountered PM 2.5 problem, Xiaomi Mi Air Purifier was therefore in high demands, the prices of X2, X3 models were increased to almost 10,000 Baht, despite the fact that the actual price is just 2,000-3,000 Baht.





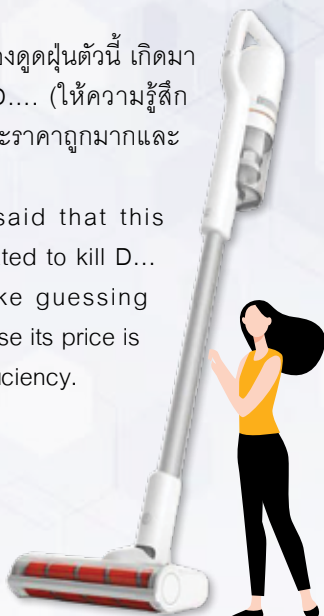
Mi Smart Band หรือ สมาร์ทวอตช์ราคาย่อมเยาวิ
แบรนด์อื่นๆ ก็ไปหลายหมื่นแล้ว xiaomi brand สามารถ
ซื้อได้ในราคาหลักร้อย

Mi Smart Band, Xiaomi smartwatch with
affordable price: the price of smartwatch of famous
brands is many ten thousands baht but Xiaomi
smartwatch can be purchased at lower price.



บางคนบอกว่าเครื่องดูดฝุ่นตัวนี้ เกิดมา
เพื่อฆ่าแบรนด์อักษะย่อ D.... (ให้ความรู้สึก
เหมือนทายชื่อดารานะ) เพราะราคาถูกมากและ
ประสิทธิภาพก็ดีเช่นกัน

Some people said that this
vacuum cleaner is created to kill D...
Brand (the feeling like guessing
a celebrity name) because its price is
very cheap with good efficiency.

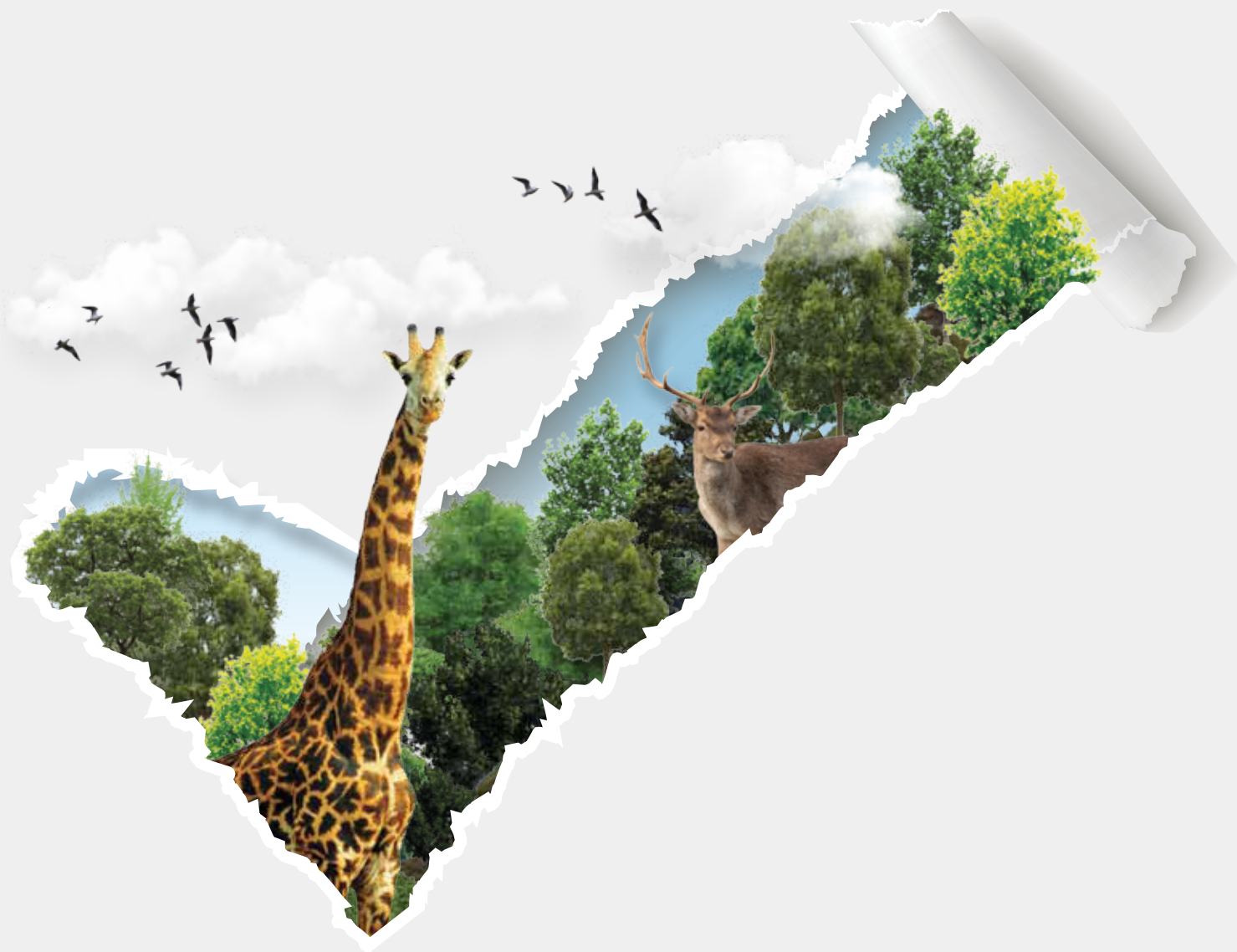


มีอยู่ช่วงหนึ่งเทรนด์สุขภาพมาแรงแบรนด์เจ้าตลาดอักษะย่อ
ตัว P.... ทำเครื่องทอดไร้น้ำมันออกมาขาย จนได้กำไรดี แต่ล่าสุด
กระทะทอดไร้น้ำมัน Xiaomi Mijia ก็ถือกำเนิดขึ้นตามมา ในราคาพันต้นๆ
ส่วนอีกเจ้าราคาครึ่งหมื่น ทำให้หลายคนให้ความสนใจเป็นอย่างมาก
จนเกิดกระแสบนโลกทวิตเตอร์

During some period in the past, the healthy concept
was trendy in the market, P....Brand can occupy major share
of market for air fryer and earn a lot of profits, but recently,
Xiaomi Mijia was launched and sold at a thousand Baht, while
the price of another brand was five thousand baht, this made
many people paying high attention until it is trendy on Twitter.

แต่อย่างไรก็ตาม Xiaomi ต้องเผชิญคำครหาเป็นแบรนด์ที่มีสินค้าที่รับอินสไปเรชันจากแบรนด์อื่นๆ หรือแบรนด์ข้างก๊อปปี
ไม่ว่าจะเป็นเครื่องสมาร์ทโฟน Xiaomi Mi 8 ที่ถูกตำหนิว่าเหมือน iPhone X มากๆ หรือสินค้าที่มีลักษณะใกล้เคียงกันสุดๆ แต่ดูเหมือน
หลายๆ ผู้ใช้จะไม่ได้แคร์กับเรื่องดังกล่าวเท่าไรนักหากประสิทธิภาพของสินค้านั้นดีจริง ในราคาที่ประหยัดกว่า

However, Xiaomi is gossiped as a brand inspired by other brands or as a copy-expert brand, such as Xiaomi Mi 8
smart phone is blamed as a twin of iPhone X or as a product with similar features, but recently, users are not attentive much
about the said matter if the product is really good in operations at a cheaper price. |



สิ่งแวดล้อมที่คุณเลือกได้

CAS PAPER เพื่อป่า เพื่อคุณ

บริษัท ซี.เอ.เอส.เปเปอร์ จำกัด

ได้รับการรับรองตามมาตรฐาน FSC™ (Forest Stewardship Council™) และ
PEFC™ (Program for the Endorsement of Forest Certification™)

