

บรรณานุกรม

## บรรณานุกรม

### ภาษาไทย

#### หนังสือ

- ธีรยุทธ วัฒนาสุภ โขภ. (2549). 108 แบรินด์แห่งองค์กรณวัตกรรม. กรุงเทพมหานคร: บริษัท เนชั่น มัลติมีเดีย กรุ๊ป จำกัด (มหาชน).
- บริษัท เครื่องซีเมนต์ไทย จำกัด (มหาชน). (2551). เอสซีจี รายงานการพัฒนาอย่างยั่งยืน. กรุงเทพมหานคร: บริษัท โรงพิมพ์ไทยวัฒนาพานิช จำกัด.
- บริษัท เอสซีจี เปเปอร์ จำกัด (มหาชน). (2551). เอสซีจี เปเปอร์ รายงานการพัฒนาอย่างยั่งยืน. กรุงเทพมหานคร: บริษัท โรงพิมพ์ไทยวัฒนาพานิช จำกัด.
- บุญอยู่ ขอพรประเสริฐ และคณะ. (2548). รู้เท่าทันแบรนต์. กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์มติชน.
- สุรางคณา ณ นคร. (2546). การสื่อสารตราสินค้าในแนวทางสมัยใหม่. กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์ มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์.
- เสรี วงษ์มณฑา. (2542). การวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค. กรุงเทพมหานคร: บริษัท ดวงกลมสมัย จำกัด.
- เสรี วงษ์มณฑา. (2547). ครบเครื่องเรื่องการค้าการตลาด. กรุงเทพฯ: บริษัท ชรรรมสาร จำกัด.
- วิทวัส ชัยปาณี. (2548). สร้างแบรนต์อย่างสร้างสรรค์. กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์มติชน.
- เอกสารวิชาการ โครงการตลาดวิชา มหาวิทยาลัยชาวบ้าน. (2551). โลกร้อน ความจริงที่ไม่มีใครอยากฟัง. กรุงเทพมหานคร: มูลนิธิโครงการตำราสังคมศาสตร์และมนุษยศาสตร์.

### บทความ

จรรยา อิทธีเสริมกุล. (2552, กรกฎาคม). “SCG Paper ผู้ศึกษธุรกิจกระดวยแบบ B to C”.

**Strategy+Marketing, ปีที่ 8, ฉบับที่ 89.** หน้า 52-55

ปฏิคม พลัปลลิ่ง. (2552, กันยายน). “SCG ในยุค Creative Economy”. **Thaicoon The Company,**

**ปีที่ 12, ฉบับที่ 142.** หน้า 76-88

สฤณี อาชวานันท์กุล. (2551, 27 มีนาคม). “การพัฒนาอย่างยั่งยืน”. **ประชาชาติธุรกิจ, ปีที่ 31,**

**ฉบับที่ 3987.** หน้า 45.

สันทนา อมรไชย. (2552, มกราคม). “ผลิตภัณฑ์สีเขียวเพื่อสิ่งแวดล้อมที่ยั่งยืน”.

**วารสารกรมวิทยาศาสตร์บริการ, ปีที่ 57, ฉบับที่ 179.** หน้า 29-36.

Marketeer. (2551, กรกฎาคม). “GREEN REVOLUTION Putting concepts into practice”.

**Marketeer, ปีที่ 9, ฉบับที่ 101.** ไม่มีเลขหน้า

### ข้อมูลจากการสัมภาษณ์

เกรียงไกร ชัยสกุลสุรินทร์. Assistant Marketing Manager บริษัท เอสซีจี เปเปอร์ จำกัด (มหาชน).

สัมภาษณ์, 10 ธันวาคม 2552.

อาทิทยา จำปา. Marketing manager บริษัท เอสซีจี เปเปอร์ จำกัด (มหาชน).

สัมภาษณ์, 10 ธันวาคม 2552.

### วิทยานิพนธ์และงานวิจัย

- จณิน เอี่ยมสะอาด. (2550). **รูปแบบการสื่อสารและการดำเนินธุรกิจอย่างรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจไทย**. วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน. กรุงเทพมหานคร: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- นภาพร เจตะวัฒนะ. (2547). **รูปแบบแรงจูงใจในการโฆษณากับการรับรู้คุณค่าตราสินค้า (Brand Equity) ในกลุ่มสาวโสด**. วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน. กรุงเทพมหานคร: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ปนัดดา แก้วตรีวงษ์. (2549). **ความสัมพันธ์ระหว่างศักยภาพทางนวัตกรรมกับผลประกอบการของธุรกิจส่งออกอิเล็กทรอนิกส์ เครื่องใช้ไฟฟ้าและอุปกรณ์**. วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิตคณะบริหารธุรกิจ. มหาสารคาม: มหาวิทยาลัยมหาสารคาม.
- วรินทร์ ตั้งสาธิตกุล. (2549). **การสร้างตราสินค้าของอินเด็กซ์ ลิฟวิ้ง มอลล์**. รายงานโครงการเฉพาะบุคคลมหาบัณฑิต คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน. กรุงเทพมหานคร: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- สิรินธิ์ วิริยศิริ. (2545). **กลยุทธ์การบริหารการสื่อสารทางการตลาดเพื่อรักษาความเป็นผู้นำในตลาดกรณีศึกษา ผลิตภัณฑ์ไวตามินล์แบบยูเอชที**. รายงาน โครงการเฉพาะบุคคลมหาบัณฑิต คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน. กรุงเทพมหานคร: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- สุระพันธ์ สวัสดิ์พรรค. (2546). **ทัศนคติของผู้บริโภคที่มีต่อองค์กรธุรกิจที่ใช้นโยบายการตลาดเพื่อสังคม**. การศึกษาปัญหาพิเศษมหาบัณฑิต คณะรัฐประศาสนศาสตร์. ชลบุรี: มหาวิทยาลัยบูรพา.
- ศุภย์วิจัย มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต. (2548). **การสำรวจพฤติกรรม ทัศนคติของผู้บริโภค เกี่ยวกับความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจในประเทศไทย**. รายงานผลการวิจัย. กรุงเทพมหานคร: มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต.

## สารสนเทศจากสื่ออิเล็กทรอนิกส์

เกรียงศักดิ์ เจริญวงศ์ศักดิ์. CSR กับการสร้างความยั่งยืนให้กับธุรกิจ. สืบค้นเมื่อ (2 กรกฎาคม 2552), จาก <<http://www.kriengsak.com/issues/csr-0>>

งานเปิดตัว SCG Idea Green Paper. สืบค้นเมื่อ (25 กรกฎาคม 2552), จาก <<http://www.อีเวนท์.com/งานเปิดตัว-SCG-Idea-Green-Paper-803.html>>

ฐานข้อมูลการเมืองการปกครองแห่งสถาบันพระปกเกล้า. ประวัติและความเป็นมาของ กรุงเทพมหานคร. สืบค้นเมื่อ (29 สิงหาคม 2552), จาก <<http://thaipoliticsgovernment.org/wiki/ประวัติและความเป็นมาของกรุงเทพมหานคร>>

ผู้จัดการรายสัปดาห์. (2552, 12 มกราคม). แบนด์คิงส์ไต์ SCG Paper แรงแบบคาลิใจสร้างได้บนกระดาษ. สืบค้นเมื่อ (25 กรกฎาคม 2552), จาก <<http://www.gotomanager.com/news/details.aspx?id=76476>>

รัชยา ทรงศิริ. (2009, มกราคม). ความคืบหน้าของ WBCSD เดือนมกราคม 2009. สืบค้นเมื่อ (12 สิงหาคม 2552), จาก <<http://www.tei.or.th/tbcds/wbcds/2009-01-Executive%20Member%20Update.pdf>>

สำนักงานนวัตกรรมแห่งชาติ. นิยามนวัตกรรม. สืบค้นเมื่อ (29 สิงหาคม 2552), จาก <[http://www.nia.or.th/2009/main/index.php?section=strategy&page=strategy\\_definition](http://www.nia.or.th/2009/main/index.php?section=strategy&page=strategy_definition)>

สำนักงานสถิติแห่งชาติ. สำมะโนประชากรและเคหะ ปี 2543. สืบค้นเมื่อ (29 สิงหาคม 2552), จาก <[http://service.nso.go.th/nso/nsopublish/census/cen\\_poph43-map.html](http://service.nso.go.th/nso/nsopublish/census/cen_poph43-map.html)>

BrandAge. (2551, กันยายน). เซาว์ติด เอกบุตร Green Innovation. สืบค้นเมื่อ (25 กรกฎาคม 2552), จาก

**<<http://www.brandage.com/Modules/DesktopModules/Article/ArticleDetail.aspx?tabID=2&ArticleID=810&ModuleID=21&GroupID=435>>**

Marketeer. (2551, เมษายน). Book: The Green Marketing Manifesto ชนະด้ว้การตลาดที่เป็้นมิตร กับสิ่งแวดล้อม. สืบค้นเมื่อ (13 สิงหาคม 2552),

จาก **<[http://www.marketeer.co.th/inside\\_detail.php?inside\\_id=6198](http://www.marketeer.co.th/inside_detail.php?inside_id=6198)>**

Marketeer. (2552, กุมภาพันธ์). Marketeer Club : เอสซีจี เปเปอร์ คิว Gold ใน MAT AWARD 2008. สืบค้นเมื่อ (13 สิงหาคม 2552), จาก <

World of green. เสียงเตือนจาก อัล กอร์ หยุค โลกร้อน คุณทำได้. สืบค้นเมื่อ (12 สิงหาคม 2552), จาก **<<http://worldgreen.igetweb.com/?mo=3&art=332914>>**

**ภาษาต่างประเทศ****BOOK**

John Grant. (2007). **The Green Marketing Manifesto**. West Sussex, England: John Wiley & Sons Ltd.

**ELECTRONIC SOURCES**

Matt Heinz. (2008, 3 January). 10 ways to 'green' your brand. Retrieved September 21 2010,  
From <<http://www.heinzmarketing.com/matt-on-marketing/blog/2008/1?pg=3>>

Patrick Dominguez. (2008, 7 June). 6 Green Marketing Strategies for Successful Sustainable Brands. Retrieved September 21 2010,  
From <<http://www.greenbusinessinnovators.com/6-green-marketing-strategies-for-successful-sustainable-brands>>

ภาคผนวก

## แนวคำถามที่ใช้ในการสัมภาษณ์บุคลากรของเอสซีจี เปเปอร์

1. กระดาษ Idea Green มีที่มาอย่างไร
2. กระดาษ Idea Green ต่างจากกระดาษ Recycle อย่างไร
3. Eco-Fiber คืออะไร
4. นโยบายธุรกิจขององค์กร SCG เป็นอย่างไร ส่งต่อมาสู่ธุรกิจกระดาษอย่างไรบ้าง
5. ทำไมต้องสร้างแบรนด์ให้กับกระดาษ Idea Green
6. SCG ในฐานะแบรนด์องค์กรมีส่วนเกี่ยวข้องกับการสร้างแบรนด์ Idea Green อย่างไร
7. จุดเริ่มต้นของการสร้างแบรนด์ Idea Green ได้มีการวิเคราะห์ข้อมูลด้านใดบ้าง
  - สภาพตลาดกระดาษถ่ายเอกสารในขณะนั้นเป็นอย่างไร
  - พฤติกรรมของผู้บริโภคเป็นอย่างไร
  - ใครคือคู่แข่งคนสำคัญในขณะนั้น ทำไม
  - เอสซีจีวิเคราะห์ศักยภาพขององค์กรตนเองว่าเป็นอย่างไร
8. แก่นหรือดีเอ็นเอของแบรนด์นี้คืออะไร
9. บุคลิก (Identity) ของ Idea Green เป็นอย่างไร สอดคล้องกับบุคลิกของ SCG หรือไม่อย่างไร
10. ทำไมโลโก้ (Logo) ถึงมีหน้าตาแบบนี้
11. ทำไมถึงเลือกใช้สี (Color) แบบนี้
12. บรรจุภัณฑ์ (Packaging) เป็นอย่างไร
13. ชื่อแบรนด์ (Brand Name) ว่า Idea Green มีที่มาจากอะไร
14. สโลแกน (Slogan) มีความหมายว่าอย่างไร
15. แบรนด์นี้มีวิสัยทัศน์ (Brand Vision) ว่าอย่างไร
16. สิ่งที่ผู้บริโภคจะสัมผัสได้จากคนของ SCG Paper คืออะไร
17. จุดยืน (Positioning) ของแบรนด์อยู่ตรงไหนของตลาด
18. Idea Green มีอะไรพิเศษที่แตกต่างจากกระดาษแบรนด์อื่นๆ ในตลาด
19. Idea Green ทำอะไรเพื่อสิ่งแวดล้อมบ้าง
20. กลุ่มเป้าหมายของ Idea Green คือกลุ่มใด
21. Idea Green ทำการสื่อสารกับผู้บริโภคในลักษณะใด ผ่านสื่ออะไรบ้าง
22. มีการจัดแคมเปญหรือกิจกรรมเสริมอย่างไรบ้าง
23. หลังจากทำการสื่อสารแบรนด์ออกไปแล้ว มีการประเมินผลจากผู้บริโภคอย่างไรบ้าง





4. กระดาษถ่ายเอกสารมีส่วนในการทำลายสิ่งแวดล้อมอย่างไร (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)
- 1 ( ) สูญเสียทรัพยากรป่าไม้เพื่อใช้ในการผลิต
  - 2 ( ) กระบวนการผลิตปล่อยของเสียสู่ธรรมชาติ เช่น น้ำเสีย, ก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์ ฯลฯ
  - 3 ( ) กระดาษที่ใช้งานแล้วกลายเป็นขยะให้กับโลกเพิ่มขึ้น
  - 4 ( ) อื่นๆ \_\_\_\_\_
5. คุณมีวิธีรักษาสิ่งแวดล้อมด้วยการใช้กระดาษถ่ายเอกสารอย่างไร (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)
- 1 ( ) ใช้อย่างประหยัด พยายามใช้ให้น้อยที่สุด
  - 2 ( ) ใช้ซ้ำ / ใช้ทั้งสองหน้า (Reuse)
  - 3 ( ) คัดแยกขยะที่เป็นกระดาษใช้งานแล้ว เพื่อให้สามารถนำไปผลิตใหม่ได้ (Recycle)
  - 4 ( ) เปลี่ยนมาใช้กระดาษที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม
  - 5 ( ) นำกระดาษใช้งานแล้วไปใช้งานประเภทอื่น เช่น ใช้ห่อสิ่งของ ฯลฯ
  - 6 ( ) อื่นๆ \_\_\_\_\_

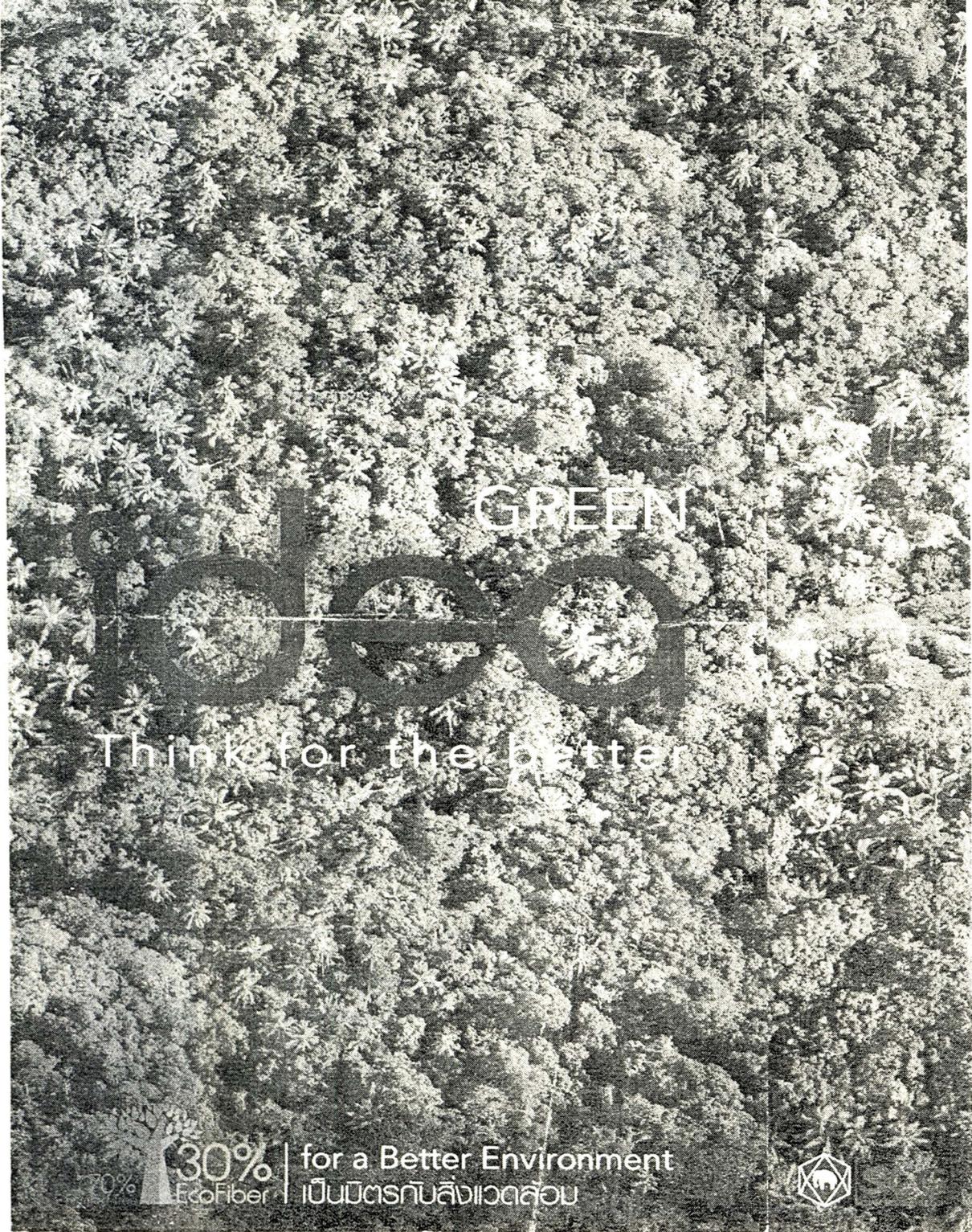
### ตอนที่ 3: การรับรู้เกี่ยวกับแบรนด์ “ไอเดีย กรีน” Idea Green

ข้อที่	คำถาม	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
1.	บริษัท ปูนซีเมนต์ไทย จำกัด (มหาชน) หรือ “เอสซีจี” SCG ดำเนินธุรกิจด้วยการพัฒนาอย่างยั่งยืน					
2.	SCG มุ่งมั่นที่จะเป็นองค์กรแห่งนวัตกรรม					
3.	SCG ประกอบธุรกิจหลากหลาย หนึ่งในนั้นคือ ธุรกิจกระดาษ หรือเอสซีจี เปเปอร์ (SCG paper)					
4.	SCG paper ให้ความสำคัญกับนโยบายด้านสิ่งแวดล้อม					
5.	“ไอเดีย กรีน” Idea Green เป็นกระดาษถ่ายเอกสารจาก SCG					
6.	โลโก้ของ Idea Green สื่อถึงความคิดที่ไม่หยุดนิ่งในการรักษาสิ่งแวดล้อม					
7.	สีแดงของ Idea Green มาจากสีของ SCG ใช้เพื่อสื่อถึงความน่าเชื่อถือขององค์กร ส่วนสีเขียวใช้เพื่อสื่อถึงเรื่องสิ่งแวดล้อม					
8.	รูปต้นไม้และข้อมูลต่างๆ ที่ระบุบนบรรจุภัณฑ์ (Package) สื่อถึงความเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม					
9.	ชื่อแบรนด์ Idea Green สื่อถึงการคิดเพื่อสิ่งแวดล้อมที่ดีขึ้น					
10.	สโลแกน Think for a Better Environment สื่อถึงการคิดเพื่อสิ่งแวดล้อมที่ดีขึ้น					
11.	Idea Green มีวิสัยทัศน์ที่จะเป็นผู้นำในเรื่องของกระดาษถ่ายเอกสารที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม					
12.	กระดาษ Idea Green ผลิตจากเยื่อ EcoFiber ที่สามารถช่วยลดการใช้ต้นไม้ในการผลิตกระดาษลงได้ถึง 30%					
13.	กระดาษ Idea Green เป็นกระดาษคุณภาพพรีเมียมที่มีความขาวเนียน เรียบ และไม่ติดเครื่องพิมพ์					

ข้อที่	คำถาม	มาก ที่สุด	มาก	ปาน กลาง	น้อย	น้อย ที่สุด
14.	แบรนด์ Idea Green ให้คุณภาพในการใช้งาน					
15.	แบรนด์ Idea Green ให้ความน่าเชื่อถือ					
16.	แบรนด์ Idea Green ให้ความหวังโยต่อสิ่งแวดล้อม					
17.	แบรนด์ Idea Green ให้ความเป็นนวัตกรรม					
18.	เปรียบเทียบกับคน Idea Green เปรียบเหมือนคนที่รัก สิ่งแวดล้อม					
19.	เปรียบเทียบกับคน Idea Green เปรียบเหมือนคนที่เชื่อถือได้					
20.	เปรียบเทียบกับคน Idea Green เปรียบเหมือนคนที่มีความคิดริเริ่ม					
21.	แบรนด์ Idea Green ให้คุณภาพในการใช้งาน พร้อมกับได้ช่วย ดูแลสิ่งแวดล้อมไปด้วยในเวลาเดียวกัน					
22.	Idea Green คือ การคิดเพื่อสิ่งแวดล้อมที่ดีขึ้น					

ข้อเสนอแนะ .....

แผ่นพับของ “ไอเดีย กรีน”



# About GREEN idea

แนวคิดของกระดาษ Idea Green  
กระดาษที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม

Idea Green นวัตกรรมกระดาษที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ด้วยการใช้อยู่อจากป่าปลูก และ EcoFiber ผนวกมาตรฐานการผลิต "SCG Paper Green Process" ที่คำนึงถึงสิ่งแวดล้อม ซึ่งช่วยลดการใช้ต้นไม้ลงกว่า 30% และยังได้กระดาษที่ขาว คุณภาพพรีเมียม กระดาษ Idea Green จึงเป็นกระดาษที่ช่วยให้คุณได้งานที่มีคุณภาพ รวมทั้งมีส่วนร่วมในการสร้างอนาคตและสิ่งแวดล้อมของเราให้ดีขึ้น

Idea Green defines a new concept of office paper. It combines ultimate performance properties with ecological values. Made from EcoFiber and farmed-tree pulp through "SCG Paper Green Process", it uses 30% less farmed trees than normal paper while offering high whiteness and premium quality.

Think before you choose, Think for a better environment

โดย : บริษัท  
โชนา - เพรส

By Thai Paper Co  
Factory : 19 Sak

by SCG Paper

# Think for a Better Environment

**Idea Green** คิดเพื่ออนาคต และสิ่งแวดล้อมที่ดีขึ้นของเรา นวัตกรรมกระดาษจากเครื่องซีเมนต์ไทยหรือ SCG

**Idea Green** Think for a better environment. An innovative product by SCG.

## Specifications คุณสมบัติของกระดาษ

Quality :	★★★★★★
Whiteness :	★★★★★★
Environmental Friendliness :	★★★★★★
Substance Range :	80 g/m <sup>2</sup>
Sizes :	A4, A3, F14

## Application การใช้งาน

 Laser	 Copier	 2 Side Copying
 Inkjet	 Fax	 Writing

## ผลิตภายใต้มาตรฐาน

SCG Paper Green Process, มอก., ISO 9001, ISO 14001, และ TIS 18001

Manufactured under standard of

SCG Paper Green Process, TIS, ISO 9001, ISO 14001, and TIS 18001



# You Can Help Save The Earth

○ หนึ่งปีปล่อยก๊าซเรือนกระจก

○ ๑๑คนเดินไปให้รถพาไป๗๖๑๑คนขับ

○ หนึ่งบรรทัดที่พิมพ์

○ โลกที่ไม่ร้อน

○ ฤดูกาลปกติที่เปลี่ยน

○ พืชและสัตว์ที่หายากต่างชนิดที่สูญพันธุ์

○ เกิดมีระบบนิเวศที่สมดุลเหมาะสม

○ เกิดการพึ่งพาอาศัย เป็นวัฏจักรของธรรมชาติ

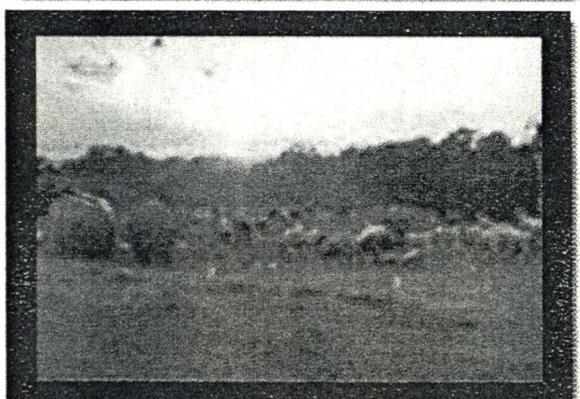
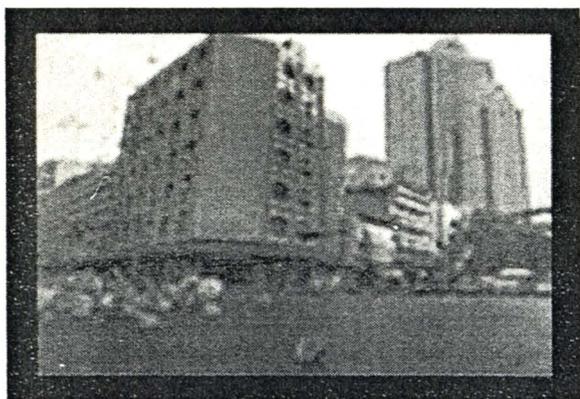
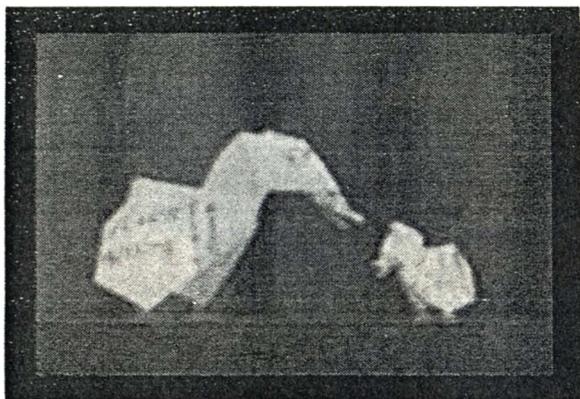
○ เป็นโลกกลมๆ ที่อุดมสมบูรณ์

= 30%

ของต้นไม้ที่ปลูกจะช่วยรักษาไว้



ตัวอย่างภาพยนตร์โฆษณาเปิดตัวชุด “กินชีวิตสู่ธรรมชาติ”





โปสเตอร์ของแคมเปญ “ไอเดีย กรีน ชวนน้อง รักษ์ธรรมชาติ”



# ไอเดีย กรีน

ชวนน้อง "รักษ์ธรรมชาติ"

ลงทุนการศึกษา พร้อมโล่ประกาศเกียรติคุณ

กระดาษไอเดีย กรีน ชวนน้องๆ ระดับประถม - มัธยม ประกวดวาดภาพระบายสีลงบนกระดาษวาดเขียนขนาด A4 ภายใต้แนวคิด "รักษ์ธรรมชาติ" พร้อมเขียนแนวคิดสั้นๆไม่เกินครึ่งหน้ากระดาษขนาด A4 แนบมาพร้อมผลงาน

ปิดรับผลงาน: 30 กรกฎาคม 2552  
ตัดสินและประกาศผล: 15 สิงหาคม 2552

ส่งผลงานพร้อมระบุชื่อ-นามสกุล, เบอร์ติดต่อ, โรงเรียนที่สังกัดและอาจารย์ที่ปรึกษา มาที่: โครงการ "ไอเดีย กรีน ชวนน้องรักษ์ธรรมชาติ" ตู้ปณ. 70 ปณศ. บางซื่อ กทม. 10800

รางวัลแบ่งเป็น 3 ระดับสำหรับแต่ละระดับ ได้แก่

ระดับประถมศึกษา, มัธยมศึกษาตอนต้น และมัธยมศึกษาตอนปลาย

รางวัลชนะเลิศ 1 รางวัล

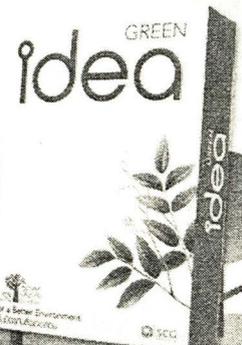
- ผู้ชนะเลิศจะได้รับประกาศเกียรติคุณและทุนการศึกษามูลค่า 5,000 บาท
- สำหรับโรงเรียนจะได้รับอุปกรณ์เพื่อการศึกษา มูลค่า 5,000 บาท

รางวัลรองชนะเลิศอันดับหนึ่ง 1 รางวัล

- รองชนะเลิศอันดับหนึ่งจะได้รับประกาศเกียรติคุณและทุนการศึกษา มูลค่า 3,000 บาท
- สำหรับโรงเรียนจะได้รับอุปกรณ์เพื่อการศึกษา มูลค่า 3,000 บาท

รางวัลรองชนะเลิศอันดับสอง 1 รางวัล

- รองชนะเลิศอันดับสองจะได้รับโล่ประกาศเกียรติคุณและทุนการศึกษา มูลค่า 2,000 บาท
- สำหรับโรงเรียนจะได้รับอุปกรณ์เพื่อการศึกษา มูลค่า 2,000 บาท



ข้อมูลเพิ่มเติม: [www.idesonpaper.com](http://www.idesonpaper.com) หรือ Call Center 02-586-1000

© 2011 SCG PAPER. All rights reserved. SCG PAPER is a registered trademark of SCG PAPER. SCG PAPER is a registered trademark of SCG PAPER. SCG PAPER is a registered trademark of SCG PAPER.

## ประวัติผู้เขียน



ชื่อ-นามสกุล      ณีจัฐฉิ สว่างาม

สถานที่เกิด      เขตธนบุรี กรุงเทพมหานคร

การศึกษา      มัธยมศึกษา      โรงเรียนมัธยมสาธิต มจร. สวนสุนันทา (พ.ศ. 2542)  
ปริญญาตรี      บริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาบริหารธุรกิจระหว่างประเทศ  
มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย (พ.ศ. 2546)

สถานที่ทำงาน      โครงการเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ศึกษา มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์  
(พ.ศ. 2548 จนถึงปัจจุบัน)

