FREE

SME STARTUP

encourage you to start your own biz

ISSUE 26 | 5 MARCH 2016

CONTENTS

Photo : Otto

LEARNING BY DOING

เพราะคนเราใช่ว่าจะรู้ตื้นลึกหนาบางไปเสียทุกเรื่อง ดังนั้น จึงไม่มีเส้นทางใดที่จะโรยด้วยกลีบกุหลาบตลอดทั้งสาย หลายครั้งที่ต้องเจอปัญหาอุปสรรค ไม่เป็นไปตามความคาดหวัง แต่หากไม่ยอมแพ้ รู้จักที่จะเรียนรู้ ปรับเปลี่ยนแก้ไขระหว่างทาง แบบเรียนรู้ไปปฏิบัติไป ก็ย่อมจะมีโอกาสที่จะก้าวข้ามกำแพงอุปสรรคนั้น ดูอย่าง โทมัส อัลวา เอดิสัน ที่เพียรทดลองอยู่หลายครั้งกว่าจะประสบความสำเร็จในการประดิษฐ์หลอดไฟ ซึ่งเมื่อมีคนถามเขาว่า เขาไม่รู้สึกท้อแท้และล้มเหลวบ้างหรือ เมื่อต้องพยายามลองผิดลองถูกกว่า 700 ครั้ง เอดิสันกลับตอบว่า เขาไม่รู้สึกท้อแท้และล้มเหลว เพราะได้เรียนรู้แล้วว่า การทดลองกว่า 700 ครั้งนั้น ผิดพลาดเพราะอะไร ที่สำคัญทำให้ได้รู้ว่ามีกว่า 700 วิธีที่ไม่ใช่ ก็เพียงแค่หาวิธีที่ใช่ต่อไป

การพยายามเรียนรู้เป็นหัวใจของการทำธุรกิจ ซึ่งหลายคนใช้ความไม่รู้นี้เป็นข้ออ้างในการไม่ทำธุรกิจ แต่ไม่ใช่สำหรับ ชาช่า-ริต์ตา รามณรงค์ ด้วยเธอเริ่มต้นธุรกิจจากศูนย์เมื่ออายุแค่ 19 ปี กล่าวคือไม่รู้อะไรเลยเกี่ยวกับการทำธุรกิจ อาศัยเพียงมีความชอบและเห็นโอกาสที่จะลอง ดังนั้น ตลอดเส้นทางเธอจึงเจอปัญหาอุปสรรคมากมาย แต่ด้วยความที่เธอชอบการเรียนรู้ ลองผิดลองถูก จึงทำให้มีธุรกิจในวันนี้ ทุกอย่างเป็นการ Learning by doing เรียนรู้ ทดลอง ลงมือทำจริง และเมื่อผิดพลาดก็หาวิธีแก้ไข และทำต่อไปเท่านั้นเอง

รัชนี พันธ์รุ่งจิตติ
บรรณาธิการ
nee_pan@hotmail.com

STARTUP 8
เรื่องราวของ Korea Street Food ติ่งเกาหลี กับฝันที่เป็นจริง และ 4 วิธี ไม่ให้เสียเพื่อน เมื่อเพื่อนมาเป็นหุ้นส่วนทางธุรกิจ

INTERVIEW 10
เมื่อคิดว่าไม่มีความรู้ ไม่มีประสบการณ์การทำธุรกิจมาก่อน ทำให้หลายคนขยาดกลัวการทำธุรกิจ แต่จริงๆ แล้ว ไม่มีอะไรยากเกินไปหากมีความตั้งใจ ดังเช่น ชาช่า-ริต์ตา รามณรงค์ ที่เริ่มต้นธุรกิจของตัวเองเมื่ออายุเพียง 19 ปีเท่านั้น และได้พิสูจน์แล้วว่าการทำธุรกิจที่เริ่มต้นจากศูนย์ ศูนย์ในแง่ความรู้และประสบการณ์นั้นสามารถเกิดขึ้นได้จริง

MONEY 15
4 เคล็ดลับ จ่ายเงินให้คุ้มค่าและคุ้มทุน และรู้จักกับ MEEFUND อีกทางเลือกของการระดมทุน

SELF-EMPLOYED 16-17
พบกับ ภัคภัทร์ รักษาทรัพย์ ที่นำเสนอเรื่องราวลงบนปกสมุดสีน้ำตาล เพื่อสร้างสีสันให้สมุดได้มีชีวิตชีวาขึ้นมา ในนาม LUKE STORY และโอกาสของการเริ่มต้นธุรกิจที่มาจากความหลงใหลในการทำงานแฮนด์เมดของ ลภัส ศรันธ์ ฉันทจิตปรีชา ผู้นำดอกไม้แห้งและตุ๊กตามาจัดในขวดโหลเพื่อเป็นของขวัญให้กับคนรู้จัก ภายใต้แบรนด์ Holdmewithlove

TECH STARTUP 18
สุวิทย์ อารยะวิไลพงศ์ แห่งเอไอเอส กับการบ่มเพาะ Startup ไทย

INSPIRED ME 20
ความสำเร็จฉบับ Zaab Eli...วริษา ภาสกรนที

TRAVEL 24
พาไปเยือนเมืองปาน ชีวิตหลากหลายในซอกมุมหุบเขา

THE GUEST 30
ถึงเวลาของ Mobile Marketing กับสรรเสริญ สมัยสุต แห่งเอ็ก ดิจิทัล

ติดตามข่าวสารและข้อมูลที่น่าสนใจได้ใน
SME Startup

บรรณาธิการอำนวยการ	สุจิตรา บุญยงจร
บรรณาธิการ	รัชนี พันธ์รุ่งจิตติ
กองบรรณาธิการ	นิตยา สุเรียมมา กฤษณา สังข์วงศ์
	เจษฎา ปรินทวรกุล ขนิษฐา สุวรรณธรรมา
บรรณาธิการเว็บไซต์	แกล้วกล้า ธาดาบดินทร์
หัวหน้าฝ่ายประสานงานฝ่ายใน	สุชัญา แก้วโคตร
ประสานงานกองบรรณาธิการ	จุติพร โลจายะ
หัวหน้าฝ่ายภาพ	ชาคริต ยศสุวรรณ
ฝ่ายภาพ	กฤษฎา ศิลปไชย เจษฎา ยอดสุรางค์
บรรณาธิการฝ่ายศิลปกรรม	ศุภราดา นำอำนวย
หัวหน้าฝ่ายพิสูจน์อักษร	อุดม วรจารุวรรณ
พิสูจน์อักษร	วรนุช โต้ตอบ
ผู้จัดการฝ่ายโฆษณาและการตลาด	วิทยา ชื่นอุบล *โทร.08-1937-1903*
	สุนิสา บุญยงจร *โทร.08-5661-4782*
หัวหน้าฝ่ายโฆษณาและการตลาด	ศิริพรรณ บุญวันต์
ฝ่ายโฆษณาและการตลาด	ธัญวรรณ แก้วหนู ศรัณย์ นวลดี
	กัญชพร คูตระกูล
ผู้จัดการฝ่ายการตลาด	วีระชาติ ขวานเพชร
ฝ่ายการตลาด	สกล สุขโสภณ
ฝ่ายสมาชิก	อมรรัตน์ ยาไทย
หัวหน้าฝ่ายบัญชีและการเงิน	นิตยา สังทิพย์
ฝ่ายบัญชีและการเงิน	ศิรินาฎ ลินจงรัตน์
บรรณาธิการผู้พิมพ์ผู้โฆษณา	วินัย วิโรจน์จริยากร

สำนักงาน บริษัท เพนนินซูลาร์ แอสโซซิเอทส์ จำกัด
100/6 ซอยอารีย์สัมพันธ์ 3 ถนนพหลโยธิน
แขวงสามเสนใน เขตพญาไท กรุงเทพฯ 10400
โทร. : 0-2270-1123-4 โทรสาร 0-2270-1125
e-mail : smestartupfreecopy@gmail.com
Facebook : SME Startup

แยกสี กนกศิลป์ (ไทยแลนด์) จำกัด
โทร. 0-2215-1588
พิมพ์ที่ บริษัท ดับบลิว พีเอส (ประเทศไทย) จำกัด
โทร. 0-2313-4413-4

บทความ และรูปภาพใน SME STARTUP สงวนสิทธิ์ตามกฎหมาย การจะนำไปเผยแพร่ต่อต้องได้รับอนุญาตเป็นลายลักษณ์อักษรจากบริษัท เพนนินซูลาร์ แอสโซซิเอทส์ จำกัด เท่านั้น และข้อเขียน บทความ รวมทั้งข้อคิดเห็นใด ๆ ที่ตีพิมพ์ในนิตยสาร SME STARTUP เป็นความคิดเห็นส่วนบุคคล บริษัท เพนนินซูลาร์ แอสโซซิเอทส์ จำกัด ไม่จำเป็นต้องเห็นด้วย

Sharing Digital Experiences by CS LOXINFO

สุดยอดทอล์คโชว์โซลูชั่นไอซีทีเต็มรูปแบบครั้งแรกในประเทศไทยโดย ซีเอส ล็อกซอินโฟ

__ซีเอส ล็อกซอินโฟ__ สร้างปรากฏการณ์ใหม่แก่วงการไอซีทีไทย ด้วยการจัดงาน Sharing Digital Experiences by CS LOXINFO ครั้งแรกในประเทศไทยกับสุดยอดทอล์คโชว์โซลูชั่นด้านไอซีทีเต็มรูปแบบ ณ โรงละครอักษรา คิงพาวเวอร์ งานนี้อัดแน่นไปด้วยสาระ และความสนุก โชว์โซลูชั่นไอซีทีสุดล้ำเต็มรูปแบบ นำทีมโดย อนันต์ แก้วร่วมวงศ์ ประธานเจ้าหน้าที่บริหารและกรรมการผู้จัดการ บริษัท ซีเอส ล็อกซอินโฟ จำกัด (มหาชน) พร้อมทีมวิศวกรผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบไอซีทีครบวงจร ร่วมด้วย อ.ภควัต รักศรี ที่ปรึกษาทางธุรกิจ บริษัท ซีเอส ล็อกซอินโฟ จำกัด (มหาชน) และไอทีไอคอนอย่าง หนุ่ย พงศ์สุข หิรัญพฤกษ์ ที่ควงคู่มากับ อ.ศุภเดช สุทธิพงศ์คณาสัย

▶ นายอนันต์ แก้วร่วมวงศ์ ประธานเจ้าหน้าที่บริหารและกรรมการผู้จัดการ บริษัท ซีเอส ล็อกซอินโฟ จำกัด (มหาชน) กล่าวว่า งาน Sharing Digital Experiences by CS LOXINFO ถือเป็นครั้งแรกในประเทศไทยที่เป็นการแสดงเดี่ยวไมโครโฟนนำเสนอเรื่องราวเกี่ยวกับไอซีทีและหัวข้อที่เกี่ยวข้องที่น่าสนใจ ในรูปแบบที่สนุก เข้าใจง่าย และอัดแน่นด้วยสาระโดยวิทยากรผู้เชี่ยวชาญเฉพาะด้าน ภายใต้แนวคิดที่มุ่งเน้นการแบ่งปันในสังคม เพราะเรากำลังก้าวสู่สังคมไอซีที ซึ่งการแบ่งปันและแลกเปลี่ยนประสบการณ์ความเชี่ยวชาญที่เรามีอยู่จะเป็นส่วนหนึ่งที่ช่วยให้สังคมพัฒนาอย่างยั่งยืน สอดรับกับนโยบายของรัฐบาลที่ให้ความสำคัญในเรื่องดิจิทัล มีการขับเคลื่อนเศรษฐกิจดิจิทัล หรือ Digital Economy ซึ่งเป็นแผนระดับชาติในการพัฒนาดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม ด้วยจุดมุ่งหมายที่จะทำให้ คนไทยเก่งขึ้น ใช้ไอทีได้ดีขึ้น และทำงานได้เร็วขึ้นนั่นเอง

"หัวใจของการออกแบบทางด้านเทคโนโลยี หรือศิลปะของการออกแบบดิจิทัล (Art of Digital Design) เป็นประเด็นสำคัญที่ต้องสนใจอย่างจริงจัง ทุกวันนี้มักจะมีคนพูดว่า คนไอทีไม่มีหัวใจศิลปะ ดังนั้นเราจึงอยากเห็นคนไอทีผสมหัวใจศิลปะเข้าไปกับวิทยาศาสตร์เทคโนโลยี เขาเรียนรู้ที่จะรักและเข้าใจลูกค้า เข้าใจความต้องการของลูกค้ามากขึ้น ซึ่งจะทำให้งานออกแบบเทคโนโลยีสามารถตอบโจทย์ความต้องการของลูกค้าได้อย่างตรงใจผู้ใช้มากที่สุด"

ทั้งนี้ หัวใจหรือศิลปะของการออกแบบดิจิทัล ประกอบด้วย 4 เรื่องสำคัญ คือ

1. เข้าใจความต้องการ
2. เข้าใจว่าผู้ใช้มีความเข้าใจเทคโนโลยีมากหรือน้อยเพียงไร
3. เลือกใช้เทคโนโลยีให้เหมาะสมกับความเข้าใจของผู้ใช้
4. ออกแบบเทคโนโลยีตามงบประมาณที่เหมาะสม

นอกจากนี้ เทรนด์ที่กำลังมาแรงในตอนนี้คือ การใช้ซอฟท์แวร์แบบออนไลน์ หรือ Software-as-a-Service (SaaS) ที่กำลังมีบทบาทสำคัญในการพลิกโฉมหน้าการดำเนินธุรกิจในยุคดิจิทัล ซึ่ง ซีเอส ล็อกซอินโฟ ก็มีให้บริการโดยมีเป้าหมายเพื่อให้ผู้ประกอบการทั้งเล็ก กลาง ใหญ่ สามารถใช้งานซอฟต์แวร์ที่จำเป็นต่อธุรกิจได้อย่างสะดวกทุกที่ทุกเวลา (Anywhere Anytime) โดยเฉพาะผู้ประกอบการขนาดเล็กที่ไม่ต้องกังวลในเรื่องการติดตั้งโปรแกรม การวางระบบเครือข่ายและติดตั้งเซิร์ฟเวอร์

"SaaS ให้ความยืดหยุ่นในการใช้งาน โดยผู้ประกอบการสามารถเลือกคุณสมบัติหรือฟีเจอร์ของซอฟต์แวร์ที่เหมาะสมกับธุรกิจในขณะนั้นได้ เช่น SMEs ในเบื้องต้นอาจจะมีความจำเป็นในการใช้งานซอฟต์แวร์ในบางฟีเจอร์เท่านั้น เมื่อธุรกิจเติบโตจึงค่อยอัปเกรดเพิ่มฟีเจอร์ในภายหลังได้ นอกจากนี้ยังช่วยลดค่าใช้จ่ายด้านไอที เมื่อผู้ประกอบการสามารถใช้ซอฟต์แวร์ได้โดยไม่ต้องติดตั้งโปรแกรม ไม่ต้องวางระบบเครือข่ายและไม่ต้องติดตั้งเซิร์ฟเวอร์ทั้งยังสามารถใช้งานซอฟต์แวร์ได้ตามขอบเขตที่ต้องการจริงๆ ก็สามารถลดต้นทุนในเรื่องระบบได้อย่างแน่นอน ที่สำคัญเมื่อไม่ต้องดูแลระบบด้วยตัวเองก็จะสามารถลดต้นทุนในด้านบุคลากรไอทีได้อีกทางหนึ่ง ซึ่งการดูแลระบบตลอดการใช้งาน ซีเอส ล็อกซอินโฟ ในฐานะผู้ให้บริการซอฟต์แวร์จะเป็นผู้ดูแลระบบให้ทั้งหมด ผู้ประกอบการจะลดค่าใช้จ่ายด้านไอทีได้เป็นอย่างมากเลยทีเดียว"

ทั้งนี้ บริการ SaaS ของ CS LOXINFO ให้บริการในหลายรูปแบบ เช่น ซอฟต์แวร์ระบบค้าปลีก ซอฟต์แวร์ระบบบัญชี ซอฟต์แวร์ระบบบริหารโรงแรม ระบบบริหารจัดการทรัพยากรในองค์กร หรือ Matrix ERP

Sharing Digital Experiences by CS LOXINFO

ตอบทุกความต้องการด้านเทคโนโลยี สนใจบริการ CS LOXINFO โทร : 02-263-8185 อีเมล : presales@csloxinfo.net เว็บไซต์ : www.csloxinfo.com

What's up

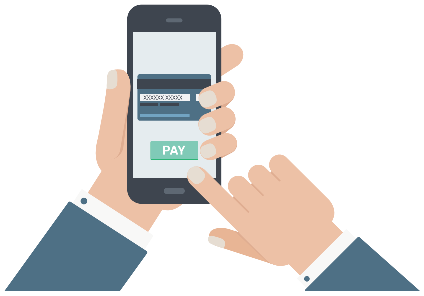
ทำไมเฟซบุ๊กทำให้เศร้า

ในทุก ๆ วันมีคนมากกว่า 1,000 ล้านคนเข้าสู่ระบบเฟซบุ๊ก ทั้งที่ตั้งใจเข้าไปโพสต์ภาพเซลฟี่สวย ๆ หรือบ้างก็เพียงอ่านข่าวรายวัน แต่ทราบหรือไม่ว่า ผู้ใช้งานเฟซบุ๊กมักมีความพึงพอใจในชีวิตต่ำ โดยผลการวิจัยเมื่อปี พ.ศ.2557 ซึ่งตีพิมพ์ใน Computers in Human Behavior ระบุมีเพียงผู้ใช้งานเฟซบุ๊ก 9 เปอร์เซ็นต์เท่านั้นที่ใช้เฟซบุ๊กเพื่อติดต่อสื่อสารกับผู้อื่น ขณะที่คนส่วนใหญ่ใช้เฟซบุ๊กเพื่อดูเรื่องราวต่าง ๆ ที่แสดงบน News Feed และเมื่อโพสต์อะไรไปแล้วไม่ได้รับการตอบสนอง พวกเขาจะรู้สึกเศร้าและมองว่าตนไม่สำคัญ และเมื่อออกจากระบบเฟซบุ๊ก ผู้คนเหล่านี้จะรู้สึกเสียดายเวลาที่สูญไปกับการนั่งรอคอมเมนต์และยอดไลก์

ทั้งนี้ ผลการศึกษาที่ตีพิมพ์ใน Current Opinion in Psychology เดือนมิถุนายน พ.ศ.2558 ระบุความอิจฉาที่เกิดบนเฟซบุ๊กมักมาจากการเห็นเพื่อนโพสต์ภาพวันหยุดแสนสนุก ภาพครอบครัวสุขสันต์ หรือการอัพเดตสถานะความสัมพันธ์ ซึ่งพวกเขาอาจเกิดภาวะซึมเศร้าได้ หากนำสิ่งที่เห็นไปเปรียบเทียบกับตนเองแล้วรู้สึกว่าตนด้อยกว่า

ว่าแล้วก็ปิดเฟซบุ๊กแล้วออกไปทำกิจกรรมอื่นบ้างดีกว่า!

เทรนด์ Mobile e-Commerce ปี 2559



ในปีที่ผ่านมา สหรัฐฯ มียอดขายโทรศัพท์มือถือทั้งสิ้น 104.05 พันล้านดอลลาร์สหรัฐฯ ซึ่งเพิ่มขึ้นร้อยละ 38.7 จาก 75.03 พันล้านดอลลาร์สหรัฐฯ ในปี พ.ศ.2557 ส่วน Michael Hewson จาก CMC Markets บริษัทผู้ให้บริการชั้นนำด้าน CFD Trading ในอังกฤษ เผยว่า แบรนด์ต่าง ๆ ในอังกฤษอย่าง Inditex และ Ted Baker ต่างเปิดร้านค้าออนไลน์เพราะสร้างยอดขายได้มากกว่าการขายผ่านหน้าร้านเพียงอย่างเดียว และในเอเชีย จากการจัดโครงการ The 2016 Mobile 500 พบว่ายอดขายโทรศัพท์มือถือจากร้านค้าปลีก 14 ร้านในเอเชียเพิ่มขึ้นจากปี พ.ศ.2558 ถึง 249.3 เปอร์เซ็นต์

จากการเพิ่มขึ้นของโทรศัพท์มือถือได้กลายเป็นเรื่องท้าทายใหม่สำหรับร้านค้าปลีกอี-คอมเมิร์ซ เพราะต้องเพิ่มประสิทธิภาพในการค้นหาร้านค้าด้วยเสียง รวมทั้งเนื้อหาที่โพสต์ต้องสามารถเข้าชมผ่านโทรศัพท์มือถือได้ นอกจากนี้ วิดีโอยังคงเป็นกุญแจสำคัญในการแชร์เรื่องราวของแบรนด์ไปยังกลุ่มลูกค้า อย่าง Hootsuite แอพพลิเคชันสำหรับจัดการสื่อโซเชียลมีเดีย ได้จัดทำวิดีโอ Game of Social Thrones ศึกชิงบัลลังก์โซเชียลมีเดีย ซึ่งเป็นวิดีโอโฆษณาแบรนด์ที่ล้อเลียนฉากเปิดซีรีส์ดัง Game of Thrones ซึ่งตามรายงานของ Practical eCommerce ระบุชาวอเมริกันโดยเฉลี่ยใช้เวลา 5.6 ชั่วโมงต่อวันไปกับการใช้งานสื่อดิจิตอล และใช้เวลา 3 ชั่วโมงต่อวันไปกับการใช้งานสื่อดิจิตอลบนโทรศัพท์มือถือ ดังนั้น นี่จึงเป็นแรงกดดันใหม่ของแบรนด์ว่าจะสร้างเนื้อหาอย่างไรให้น่าสนใจกว่าเนื้อหาบนสื่อดิจิตอล

ผู้ประกอบการจำเป็นต้องตามเทรนด์ให้ทัน เพื่อให้ตนได้เปรียบคู่แข่ง

นิสัยที่สร้างความสำเร็จให้ Gen Y ได้อย่างสูงสุด

ความสำเร็จบางครั้งอาจต้องรอนานเป็นปี สองปี หรือมากกว่านั้น แต่เชื่อเถอะว่า ความสุขอย่างมากจะเกิดขึ้นเมื่อได้ลิ้มรสความสำเร็จ ในส่วนของ Gen Y ความสำเร็จเริ่มต้นได้จากกิจวัตรประจำวันที่ทำบ่อยครั้งจนกลายเป็นนิสัยอย่างการพักผ่อนให้เพียงพอ โดย Gen Y อาจมองว่าการนอนหลับคือส่วนหนึ่งของงาน หากต้องการทำงานนี้ให้สำเร็จก็จงนอนหลับให้ได้อย่างน้อย 533 นาทีต่อคืน หรือประมาณ 9 ชั่วโมง สำหรับเรื่องเทคโนโลยี Gen Y 74 เปอร์เซ็นต์ บอกว่า เทคโนโลยีช่วยให้ชีวิตง่ายขึ้น ดังนั้น พวกเขาจึงใช้เทคโนโลยีอย่างเข้าใจ เพราะหวังจะเป็นผู้คิดค้นเทคโนโลยีด้วย และ 67 เปอร์เซ็นต์ของ Gen Y ต้องการเป็นผู้ประกอบการ เพราะมีนิสัยรักอิสระและมองว่าประสบการณ์มีค่ากว่าเงิน แม้จะมีความเสี่ยงมากก็ตาม

ไม่เพียงเท่านี้ Gen Y ควรรู้คุณค่าของความยืดหยุ่น โดย 77 เปอร์เซ็นต์ของ Gen Y บอกว่า ความยืดหยุ่นในการทำงานช่วยส่งเสริมความสามารถในการสร้างสรรค์ความคิดต่าง ๆ และ Gen Y ควรทำงานให้ได้หลากหลายและมีประสิทธิภาพ ซึ่งผลการวิจัยระบุ ในระยะเวลา 1 ชั่วโมงที่ไม่ได้ทำงาน Gen Y ใช้สื่อต่าง ๆ สลับไปมา 27 ครั้ง และวิวัฒนาการของเทคโนโลยีในช่วงวัยเด็กของพวกเขาช่วยให้พวกเขาสามารถประมวลผลข้อมูลได้อย่างรวดเร็ว

ถือว่ายังไม่สายที่วันนี้ Gen Y จะเริ่มสร้างนิสัยเหล่านี้

> I NEVER FALL DOWN.
> I ALWAYS FIGHT.
>
> -- Gianni Versace ผู้ก่อตั้ง Gianni Versace S.p.A. --
>
> ผมไม่เคยล้มเพราะผมสู้อยู่เสมอ

กลยุทธ์การใช้สื่อของ Donald Trump

assets.rollingstone.com

นาทีนี้ไม่มีใครไม่รู้จัก Donald Trump เศรษฐีอสังหาริมทรัพย์ ผู้ลงเลือกตั้งประธานาธิบดีของสหรัฐฯ โดยเพียงเวลาไม่นานเขาสามารถทำให้ทุกคนรู้จัก นั่นเพราะเขามีกลยุทธ์ในการใช้สื่อ ซึ่ง Michael Simmons ได้เขียนวิเคราะห์กลยุทธ์การใช้สื่อของ Donald Trump ไว้ว่า Donald Trump มักไม่อายที่จะพูดผ่านสื่อถึงสิ่งที่เขาคิด ถึงแม้ว่าสิ่งนั้นอาจก่อให้เกิดความขัดแย้งก็ตามที และหากสิ่งที่นำเสนอผ่านสื่อไปพาดพิงบุคคลอื่น เขาก็พร้อมรับผิดชอบ

นอกจากนี้ แม้ Donald Trump จะเป็นคนพูดจาโผงผาง แต่เมื่อพูดอะไรแล้วก็ลงมือทำจริง อีกทั้งเขายังแบ่งปันแนวคิดต่าง ๆ ผ่านสื่อด้วยความมั่นใจ เพราะความมั่นใจช่วยเสริมให้แนวคิดมีความน่าเชื่อถือและทำให้ผู้รับสื่อมองว่า เขาคือผู้รู้จริงในแนวคิดนั้น ๆ และเมื่อมีคนถามคำถามแต่ไม่สามารถตอบได้ Donald Trump จะพลิกสถานการณ์ให้ตนกลายเป็นผู้สัมภาษณ์ โดยเขาจะถามคำถามที่เป็นประโยชน์ต่อตนเอง

ขอเพียงใช้สื่อให้เป็นก็มีชัยไปกว่าครึ่ง

THE MILLIONAIRE SECRETS

▸ เรื่องลับๆ จับเงินล้าน ◂◂

สัมมนาที่จะพาคุณไปไขความสำเร็จธุรกิจเงินล้าน

28 เมษายน 2559

ห้อง ดร.ถาวร พรประภา ตึกสยามกลการ
กรุงเทพมหานคร

เรื่องลับๆ กับอี-คอมเมิร์ซไทย และพฤติกรรมผู้บริโภคออนไลน์

ดร.รัฐศาสตร์ กรสูต
ผู้อำนวยการอาวุโส สำนักส่งเสริมธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ ETDA

เคล็ด(ไม่)ลับกับกลยุทธ์ Marketing Online สไตล์ SME

คุณสุรศักดิ์ เหลืองอุษากุล
นักวางกลยุทธ์การตลาด การตลาดดิจิตอล บริษัท แบรนด์เบเกอร์ จำกัด

กลเม็ดเคล็ดลับปั้นธุรกิจพันล้าน

พงศ์วิวัฒน์ ทีฆศีรีกุล
เจ้าของแบรนด์ Karmart
ธุรกิจนำเข้า-ส่งออกเครื่องสำอาง

สูตรลับเงินล้านฉบับคลีนฟูด

ชนิสรา โททอง
เจ้าของแบรนด์ Diamond Grains

26 พฤษภาคม 2559 — โรงแรมดวงตะวัน เชียงใหม่
+
5 กรกฎาคม 2559 — โรงแรมประจักษ์ตรา อุดรธานี
+
28 กรกฎาคม 2559 — โรงแรมหรรษา เจบี หาดใหญ่

สัมมนาฟรี! (จำนวนจำกัด)

สอบถามรายละเอียดและสำรองที่นั่งได้ที่
0-2270-1123-4

sme startup
www.smethailandclub.com

SME KNOWLEDGE ETDA สพธอ www.etda.or.th MINISTRY OF ICT Smart Thailand SME STARTUP FREE

FACEBOOK

คนไทย **34** ล้านคน ใช้เฟซบุ๊ก

70% ใช้เฟซบุ๊ก ทุกวัน

คนไทยใช้เวลาบนเฟซบุ๊ก **2.35** ชั่วโมง/วัน

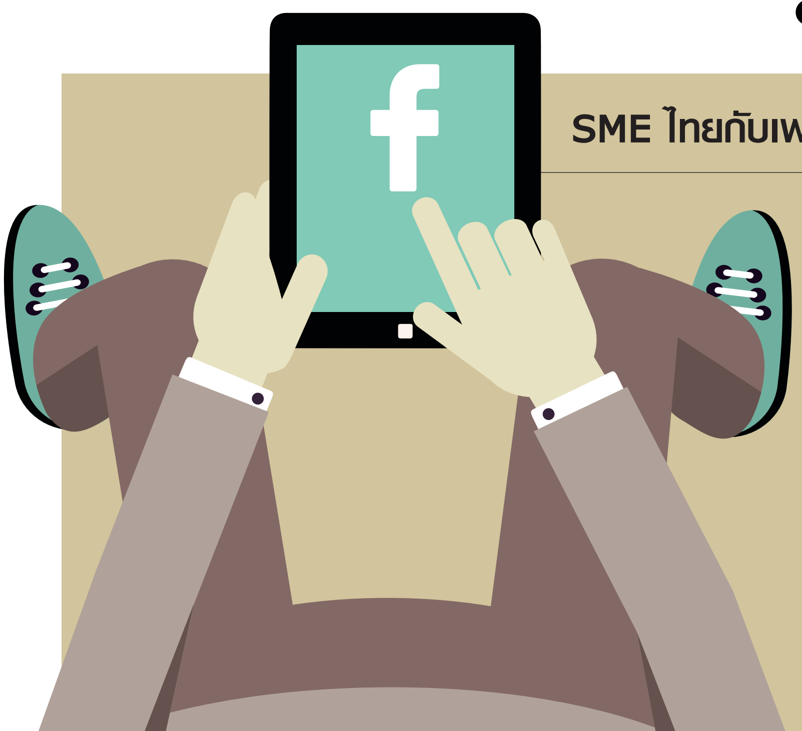
ผู้ใช้งานเฟซบุ๊กไทย

- **94%** ใช้ผ่านมือถือ
- **85%** ติดตามเพจอย่างน้อยหนึ่งเพจ
- **70%** จะมีการติดต่อเชื่อมโยงกับธุรกิจ SME อย่างน้อยหนึ่งราย

คนไทยใช้เฟซบุ๊กเพื่อ

- **78%** เพื่อติดต่อสื่อสารกับคนรู้จักและเพื่อนร่วมงาน
- **74%** เพื่อติดต่อญาติและเพื่อนสนิท
- **69%** เพื่อแบ่งปันความคิดเห็นของตนเอง
- **65%** เพื่อค้นหาข้อมูลเกี่ยวกับแบรนด์สินค้าต่างๆ

SME ไทยกับเฟซบุ๊ก



คนไทย**ส่งข้อความ**ทางเฟซบุ๊กถึงแบรนด์ต่างๆ ในแต่ละเดือน มากกว่าค่าเฉลี่ยทั่วโลก **เกือบเท่าตัว**

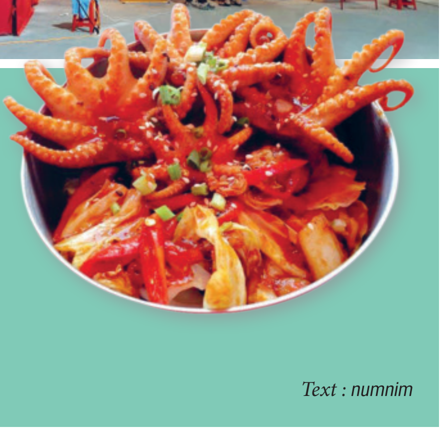
SME ไทย 1.16 ล้านราย

มีแฟนเพจเพื่อขายสินค้าและใช้สร้างแบรนด์ในเฟซบุ๊ก

ที่มา : Facebook

ibis
HOTELS
DISCOVER THAILAND'S
FAVOURITE FAMILY
BEACH TOWN
IBIS HUA HIN FROM
THB 1,080++
PER ROOM
PER NIGHT
Book at least 15 days in advance and get 20% discount!
3 minutes walk from the beach
Only 300m to Cicada Market and 1.6 km to Vana Nava Hua Hin Water Jungle
Free shuttle service from the hotel to the centre of Hua Hin, night market and railway station
IBIS PATTAYA FROM
THB 1,200++
PER ROOM
PER NIGHT
Book at least 15 days in advance and get 20% discount!
Just 1.5 hrs drive from Bangkok
Convenient location and just a short walk to Pattaya Beach
Close to fascinating attractions, shopping and dining
BANGKOK | PATTAYA | HUA HIN | SAMUI | PHUKET | KRABI
BOOK NOW AT IBIS.COM/THAILAND
+66 (0) 2659 2888
ibis.Erawan@accor.com
THE ERAWAN GROUP

TURNING POINT



ติ่งเกาหลี

KOREA STREET FOOD ฝันที่เป็นจริงคอเกาหลีเมืองไทย

Text : numnim

จากภาพๆ หนึ่งในซีรีส์เกาหลีเรื่องหนึ่ง ฉากพระเอกนางเอกกำลังนั่งกินข้าวที่ร้านอาหารริมทาง ที่ตกแต่งด้วยเต็นท์ผ้าใบสีแดง มีโต๊ะนั่งอยู่เพียงไม่กี่โต๊ะ ใครเลยจะคิดว่านี่คือจุดเริ่มต้นของธุรกิจสุดฮอตที่กำลังได้รับความนิยมอยู่ในขณะนี้

กับร้านอาหารเกาหลีริมทางที่จำลองภาพเสมือนหลุดออกมาจากซีรีส์เรื่องดังในชื่อว่า **"ติ่งเกาหลี"** โดนใจคอเกาหลีทั้งหลาย ไม่ต้องบินไกลถึงกรุงโซลหรือเกาะนามิ ก็สามารถสัมผัสกลิ่นอายความเป็นเกาหลีได้เหมือนกัน

ในมุมหนึ่งของตลาดหัวมุม Market & More ฝั่งตรงข้าม The Walk คอมมูนิตี้มอลล์ย่านเกษตรนวมินทร์ คือ จุดกำเนิดแรกของ Korea Street Food ในเมืองไทย **เฟรม-ณัฐพล เครือกนก** ฟรีแลนซ์หนุ่มด้านโปรดักชั่นภาพยนตร์โฆษณา วัย 26 ปี เล่าที่มาของไอเดีย Korea Street Food ให้ฟังว่าเริ่มต้นมาจากที่เขาและแฟนสาว **จูเนียร์-สวลี จิรพันธ์พิพัฒน์** ชอบดูซีรีส์เกาหลีมาก จนกระทั่งวันหนึ่งไปเห็นฉากๆ หนึ่งที่พระเอกนางเอกกำลังนั่งกินข้าวอยู่ในร้านอาหารริมทางแห่งหนึ่ง จึงคิดกันว่าวันหนึ่งถ้ามีโอกาสอยากไปนั่งกินแบบนั้นสักครั้ง และจู่ๆ ความคิดก็แวบเข้ามาในหัว แล้วทำไมจะต้องบินไปกินไกลถึงเกาหลีด้วยล่ะ ถ้าเราลองเอามาทำเองจะได้ไหม จากแค่ภาพฝันจึงกลับกลายเป็นจุดเริ่มต้นไอเดียธุรกิจที่เขาเชื่อลึกๆ ในใจว่าวันหนึ่งจะต้องประสบความสำเร็จ

"พอคิดขึ้นได้ตอนนั้น มันอยากลองทำเลย ผมเชื่อแน่ว่ามันต้องบูม คนต้องให้ความสนใจ เพราะยังไม่เคยมีใครทำมาก่อน ทั้งที่จริงๆ มีคนต้องการอยู่มาก ขอเพียงแค่มีคนเห็นเราเท่านั้น พอคิดได้ก็ลองทำเลย จริงๆ ตอนนั้นเป็นฟรีแลนซ์ทำโปรดักชั่นพวกภาพยนตร์โฆษณาก็ได้เงินดีอยู่ แม่ก็ไม่อยากให้ทำ ส่งเรียนมาสูงๆ จะไปค้าขายทำไม แต่ผมก็แอบทำ เพราะความอยากลองและเราเชื่อว่ามันจะต้องไปได้ ตอนนั้นไม่มีเงินทุนเลย ต้องเอาคอมพิวเตอร์ที่แม่ซื้อมาให้ใช้ไปจำนำหาทุนมาเปิดร้าน ตอนแรกผมกับแฟนก็ไม่มีใครทำอะไรเป็นเลย เราใช้วิธีหาข้อมูลและตระเวนชิมไปเรื่อยๆ แกะรสชาติไปด้วย หัดทำไปด้วย จนเริ่มโอเคก็ลองหาที่เปิดร้าน ซึ่งก็ไม่ได้ง่ายเลย แต่สุดท้ายโชคดีก็มาได้ที่นี่"

"เราทำรูปแบบแบบเดียวกับที่เห็นในซีรีส์เลย แฟนเป็นคนดูแลเรื่องสูตร ผมรับหน้าที่เป็นพ่อครัว และก็มาได้ที่นี่ ช่วงแรกตลาดเพิ่งเปิดคนยังไม่เยอะ ขายได้ไม่กี่ร้อยบาท จนมีคนเริ่มบอกกันปากต่อปาก บวกกับผมเอาไปลงแนะนำในทวิตเตอร์ด้วยและก็เริ่มติดป้ายร้าน คนก็รู้จักมากขึ้นขายดีขึ้นเรื่อยๆ จากหลักร้อยมาเป็นหลักพัน บางคนบินมาไกลจากภูเก็ต จนกระทั่งมีคนเอาไปลงแนะนำในพันทิปอีกรอบหนึ่งทุกอย่างเปลี่ยนไปหมด ไม่มีแล้วคืนละพันสองพัน มันเพิ่มขึ้นมาหลายสิบเท่าตัว ทำให้เราต้องปรับแผนใหม่ จากทำยังไงให้ขายได้ดี กลายเป็นทำยังไงให้สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้เพียงพอ"

ในระยะเวลาเพียงไม่กี่เดือน จากร้านเล็กๆ ที่อยากแค่ให้เป็นที่รู้จัก เฟรมตัดสินใจเปิดแฟรนไชส์ขึ้นมา เพื่อรองรับความต้องการของผู้บริโภคที่มีมาอย่างล้นหลาม ไม่น่าเชื่อเวลาเพียงแค่ธันวาคมเพียงเดือนเดียว เขาสามารถเปิดแฟรนไชส์ได้ถึง 7 สาขา สร้างชื่อให้ติ่งเกาหลีเป็นที่รู้จักไปทั่วไทย

"ถึงจะเป็นร้านอาหารริมทาง แต่เราก็เน้นเรื่องคุณภาพ เราไม่ได้ทำแค่ตัวร้านให้เหมือน อาหารแต่ละเมนูเราก็ให้ความสำคัญด้วย วัตถุดิบทุกอย่างเรานำเข้ามาจากเกาหลีไม่ต่างจากร้านใหญ่ๆ แต่เราขายได้ในราคานี้ เพราะต้นทุนเรื่องสถานที่เราถูกกว่า ไหนๆ ทำแล้วก็ต้องทำให้ดี เขาอุตส่าห์ตั้งใจมาหาเรา"

กับความสำเร็จที่เกิดขึ้นอย่างรวดเร็ว จนบางครั้งไม่ทันตั้งตัว เฟรมมองว่าที่เขามาถึงจุดนี้ได้ เป็นเพราะการมองเห็นความแตกต่าง และเลือกทำในสิ่งที่ชอบ

"ผมคิดว่าความแตกต่างทำให้เรามีจุดยืน ขอเพียงแตกต่างคนก็จะมองเห็นเราได้ง่ายขึ้น ที่สำคัญหากได้ทำในสิ่งที่รักและชอบด้วยแล้วยิ่งทำให้เรามีความสุข การได้ใช้ชีวิตทำในสิ่งที่ชอบ และมีรายได้เลี้ยงดูตัวเองได้ด้วย ผมว่าเป็นชีวิตที่น่าอิจฉานะ" S

☎ 06-1995-2123
f ติ่งเกาหลี

HOW TO GUIDES

4 วิธี ไม่ให้เสียเพื่อน

เมื่อเพื่อนมาเป็นหุ้นส่วนธุรกิจ

เราอาจเคยได้ยินหลายๆ คำกล่าวที่ว่า "อย่าเอาเพื่อนมาทำธุรกิจ" แต่จุดเริ่มต้นของการทำธุรกิจของหลายคน โดยเฉพาะผู้ประกอบการรายย่อย หรือ SME ที่มักไม่เคยทำธุรกิจมาก่อน สิ่งหนึ่งที่เรามักต้องการก็คือ "เพื่อน" ดังนั้น หลายธุรกิจจึงเสี่ยงที่จะชวนเพื่อนมาเป็นหุ้นส่วนเริ่มต้นทำธุรกิจไปด้วยกัน แต่จะมีวิธีใดบ้างที่สามารถนำเพื่อนมาเป็นหุ้นส่วนธุรกิจได้ ขณะเดียวกันก็ไม่เสียเพื่อน SME Startup มีคำตอบดังนี้

1 ถามหาจุดมุ่งหมายการเป็นหุ้นส่วนธุรกิจร่วมกัน

แต่ละคนถึงแม้อยากทำธุรกิจ แต่ก็ไม่ได้มีจุดมุ่งหมายที่เท่ากันเสมอไป บางคนอาจอยากทำเพราะรายได้ บางคนอาจแค่อยากมีธุรกิจของตัวเองเฉยๆ ไม่สามารถลงแรงได้ แต่มีความพร้อมที่จะช่วยเหลือด้านเงินทุน สิ่งเหล่านี้ต้องถามกันให้ชัดเจน แน่ชัด เพื่อจะได้ไม่มาขัดแย้งกันในภายหลัง

2 แจกแจงหน้าที่ สิ่งที่ต้องทำทุกอย่าง

หลังตัดสินใจทำธุรกิจร่วมกัน และรู้ถึงเป้าหมายและข้อจำกัดของหุ้นส่วนแต่ละคนแล้ว ควรแจกแจงรายละเอียดของสิ่งที่จะต้องทำทั้งหมด เพื่อให้มองเห็นภาพรวมของธุรกิจ และรู้ว่าจะต้องทำอะไรบ้าง ใครรับผิดชอบอะไร หรือหากไม่สามารถหาคนรับผิดชอบได้จะแก้ปัญหาด้วยวิธีใดได้บ้าง เพื่อให้ธุรกิจดำเนินไปได้ด้วยดี

3 ลงลายลักษณ์อักษร

หลายคนที่ทำธุรกิจร่วมกันกับเพื่อน แต่ไม่อยากทำสัญญา หรือลงลายลักษณ์อักษร เพราะเชื่อในความเป็นเพื่อน เกรงใจ แต่ความจริงแล้วการลงลายลักษณ์อักษรเพื่อบอกถึงหน้าที่ที่ต้องทำของแต่ละคน หรือผลประโยชน์ที่จะได้รับอย่างชัดเจน กลับทำให้เกิดความสบายใจ มั่นใจ เพราะเป็นกฎเกณฑ์ข้อตกลงที่แต่ละคนได้ยอมรับแล้ว ดีกว่าตกลงกันด้วยปากเปล่า เมื่อเกิดปัญหาขึ้นมาอาจทำให้ยากที่จะบอกหรือพูดคุย

4 ชัดเจนในหน้าที่ทางธุรกิจและมั่นคงในความเป็นเพื่อน

ขอเพียงตั้งใจไว้ว่า ไม่ว่าจะเกิดปัญหาความขัดแย้งอะไรขึ้นมาก็จะมั่นคงในความเป็นเพื่อน หน้าที่ทางธุรกิจก็ว่ากันไปตามถูกผิด มิตรภาพก็ยังคงอยู่ตลอดไป

ความเสี่ยง 5 ประการ
ที่ผู้ประกอบการทุกคนต้องแบกรับ

กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม
DEPARTMENT OF INDUSTRIAL PROMOTION

ความเสี่ยงกับการทำธุรกิจนั้นเป็นของคู่กัน และถือเป็นภัยคุกคามด้านความมั่นคงในการประกอบธุรกิจ แม้ในแต่ละธุรกิจจะมีรูปแบบธุรกิจ เป้าหมาย รวมถึงวัตถุประสงค์ที่แตกต่างกันออกไป ความเสี่ยงในแต่ละธุรกิจจึงไม่เหมือนกัน แต่จุดร่วมที่เหมือนกันก็ยังมีอยู่ ผู้ประกอบการจึงต้องพร้อมที่จะรับมือความเสี่ยงเหล่านั้น

1 สูญเสียงานประจำที่มั่นคง

แม้ว่าการมีชีวิตเป็นมนุษย์เงินเดือนจะเหนื่อย แต่ก็มีรายได้ที่ค่อนข้างแน่นอนในแต่ละเดือน แถมสิ้นปียังมีโบนัสอีกต่างหาก แต่เมื่อคุณเลือกเสียสละงานประจำมาทำธุรกิจของตัวเอง วันนั้นคือความเสี่ยงที่คุณต้องแบกรับด้วยตัวเองทั้งหมด เงินทุกบาทคือสิ่งสำคัญมากๆ ในชีวิตคุณ และหลังจากหักค่าใช้จ่ายทั้งหมด หากไม่ขาดทุน เงินที่เหลือจะกลายเป็นกำไร ซึ่งไม่มีใครรู้ล่วงหน้าว่ารายได้ตลอดปีของคุณนั้นจะมากกว่าเงินเดือน และโบนัสที่จะได้รับหรือเปล่า

2 เสี่ยงกับเงินที่ใช้ลงทุน

ในบางธุรกิจจำเป็นต้องมีเงินลงทุนจำนวนที่ค่อนข้างสูง เราอาจไปขอหยิบยืมเพื่อนมา ครอบครัวช่วยเหลือมาให้อีกส่วน ที่เหลือกู้ธนาคารมาสานฝัน แต่ที่หลีกเลี่ยงไม่ได้ก็คือเงินลงทุนจากตัวเอง เงินส่วนนั้นอาจเป็นเงินเก็บทั้งชีวิต ที่สำคัญอย่าลืมว่าการจะไปขอยืมเงินจากใครก็ไม่ใช่เรื่องง่าย อาจมีเรื่องของสัญญา การค้ำประกันหนี้สิน ดอกเบี้ย ที่เราต้องแบกรับ ซึ่งเราต้องคำนวณให้ดีว่ารายได้จากธุรกิจเพียงพอกับการชำระเงินยืมคืนหรือไม่ และความสำเร็จจากธุรกิจนั้น คุ้มค่าที่จะเสี่ยงหรือไม่

3 วางแผนผิดกับความเป็นจริง

ก่อนที่คุณจะเริ่มทำธุรกิจ คุณอาจวางแผนเอาไว้จนทุกอย่างดูดีมากๆ อะไรๆ ก็สมบูรณ์ ปัญหามีทางแก้ แต่ในความเป็นจริง ไม่ว่าความคิดจะดูดีแค่ไหน มันก็อาจจะไม่ได้เป็นอย่างที่เราคิดเสมอไป ดังนั้นต้องพยายามอย่าฝันไปไกลเกินความเป็นจริงมากนัก คำนึงจากทรัพยากรที่เรามี และความเป็นไปได้ว่าธุรกิจจะไปถึงขั้นนั้นได้หรือเปล่า ไม่ผิดที่คุณจะฝัน แต่ในช่วงแรกสิ่งที่คุณต้องคิดวางแผนและโฟกัสควรเป็นเรื่องอะไร ดูยังไงก็ไม่น่าใช่เรื่องซื้อรถกับจ้างพนักงานหรอก ถูกไหม หลังจากแบรนด์คุณดัง มีคุณภาพแล้วจะพัฒนาไปให้ถึงระดับประเทศก็ยังไม่สาย

4 คาดถึงพฤติกรรมและผลลัพธ์

พนักงาน ลูกจ้าง ลูกน้อง ไม่ว่าคุณจะเรียกเขาว่าอะไร แต่คนที่คุณจ้างเขามาทำงานด้วยจะอยู่หรือไป ทุกอย่างอยู่ในกำมือของนายจ้างอย่างเราแล้ว ดังนั้น การคำนวณเงินหมุนเวียนทางธุรกิจ เป็นสิ่งที่พลาดไม่ได้เลย ส่วนนักการตลาดต้องวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภคและปัจจัยที่จะส่งผลรวมถึงกระตุ้นให้เกิดการซื้อให้ได้ ฝ่ายผลิตหรือโรงงานที่ผลิตก็ต้องผลิตสินค้าที่มีคุณภาพ หากคุณเป็นธุรกิจขนาดเล็ก ทั้งหมดนี้คุณต้องทำเอง คิดเอง วางแผนเอง คำนวณและวิเคราะห์เอง และอาจต้องผลิตเองด้วย (อย่างดีก็มีลูกจ้างช่วยคิด) นั่นหมายความว่า ถ้าพลาดขึ้นมาก็เจ็บและได้รับผลกระทบไปตามๆ กัน

5 ต้องไว้วางใจหุ้นส่วนและเพื่อนร่วมงาน

ไม่มีใครสร้างธุรกิจได้จากอากาศธาตุ เราจำเป็นต้องพึ่งพาคนอื่นๆ เช่น การขอคำแนะนำจากที่ปรึกษาทางธุรกิจ พึ่งพาหุ้นส่วนหรือคนรู้จักที่สามารถแนะนำบริษัทโลจิสติกส์ดีๆ ให้กับเราได้ ต้องพึ่งพาพนักงานให้ดำเนินงานตามวิสัยทัศน์ของเราได้ และอีกหลายๆ เรื่อง ความล้มเหลวในความสัมพันธ์กับคนกลุ่มนี้ อาจเป็นสาเหตุให้ธุรกิจของเราต้องได้รับผลกระทบในทางลบได้ง่ายๆ วิธีลดความเสี่ยงคือ พยายามรักษาความสัมพันธ์ที่ดีและสร้างความน่าเชื่อถือกับพวกเขา แม้ว่าจะมีโอกาสที่พวกเขาจะจากเราไปหรือมีเหตุให้ต้องจบความสัมพันธ์ในการทำธุรกิจร่วมกัน ก็ดีกว่าที่เราจะไม่ทำอะไรเลย

ติดตามข้อมูลข่าวสารได้ที่
www.smeknowledge.com

ชาช่า-ริต์ตา รามณรงค์

My SUGAR MOUSTACHE WAY

ก้าวแรกของการเป็น
ผู้ประกอบการมักจะยากเสมอ
ยิ่งไม่มีความรู้ ไม่มีประสบการณ์การทำธุรกิจมาก่อน
ทำให้หลายคนหวั่นๆ ไม่กล้ากระโดดเข้ามาเต็มร้อย
หรือบางคนก็แค่คิด แต่ไม่กล้าที่จะลงมือทำ จริงๆ แล้ว
ไม่มีอะไรยากเกินไปหากมีความตั้งใจเป็นทุนตั้งต้น
ดังเช่น ชาช่า-ริต์ตา รามณรงค์
ที่เริ่มต้นธุรกิจของตัวเองเมื่ออายุเพียง 19 ปีเท่านั้น
และ 5 ปีที่ผ่านมานี้ก็ได้พิสูจน์แล้วว่า
การทำธุรกิจที่เริ่มต้นจากศูนย์ ศูนย์ทั้งในแง่ความรู้
ความคุ้นเคย ความชำนาญ และประสบการณ์
แต่ก็สามารถที่จะผลักดันให้ธุรกิจ
เติบโตได้อย่างที่ต้องการ

Interview

Text : รัชนี พันธ์รุ่งจิตติ / Photo : Otto, กฤษฎา ศิลปไชย

ทั้งนี้คัมภีร์ที่ชาช่ายึดถือในการทำธุรกิจ ก็คือ ทุกอย่างสามารถเรียนรู้ได้ เป็นการเรียนรู้จากการลงมือปฏิบัติจริง หรือ Learning by Doing เมื่อเจอปัญหาอุปสรรค ก็หาทางแก้ไข ลองผิดลองถูก จำเป็นบทเรียน แล้วนำมาใช้ในการทำธุรกิจ วนเวียนเช่นนี้เรื่อยไปตลอด 5 ปีของการทำธุรกิจ และด้วยเหตุนี้ Sugar Moustache หรือเจ้าหนวดหวานที่หมายถึงการผสมผสานของผู้หญิง และผู้ชายอย่างลงตัว จึงไม่ใช่เป็นแค่ปฐมบทของการทำธุรกิจของชาช่าเท่านั้น แต่ยังเป็นแหล่งเรียนรู้การทำธุรกิจที่หาไม่ได้ในตำราเล่มใดๆ อีกด้วย

ชาช่า และแนวทางการทำธุรกิจของเธอจึงเป็นอีกตัวอย่างของผู้ประกอบการที่จะช่วยให้คุณเกิดความกล้าที่จะเริ่มต้นเป็นผู้ประกอบการมือใหม่บ้าง

ตอนนี้คุณทำธุรกิจอะไรบ้าง

ตอนนี้ที่ช่าทำอยู่มีร้าน Sugar Moustache ซึ่งมีสินค้าที่ผลิตและจำหน่ายภายใต้แบรนด์ Sugar Moustache หลายชนิดทั้งเสื้อผ้า เคสมือถือ แอกเซสซอรี นาฬิกา กระเป๋า เป็นต้น Sugar Moustache นี่เริ่มมาเมื่อ 5 ปีที่แล้ว จากออนไลน์ก็มาสู่ออนกราวนด์ มี 3 สาขาคือที่ สยามสแควร์วัน เอเชียทีค และเทอร์มินอล 21 แล้วเร็วๆ นี้จะเปิดที่โคราชเพิ่มอีกหนึ่งสาขาด้วย นอกจากนี้ ก็ยังมีร้านหน้ายิ้มที่เพิ่งเปิดเมื่อปลายปีที่ผ่านมา เป็นร้านที่ขายขนมปังเย็นและเครื่องดื่ม อยู่ที่ซอยจุฬา 48 แล้วก็มีทำเสื้อผ้าตุ๊กตาขายผ่านออนไลน์ชื่อ Pixiedust เริ่มมาเมื่อกลางปีที่แล้ว แต่อันนี้ถือว่าเป็นกึ่งงานอดิเรกมากกว่า

Sugar Moustache เป็นธุรกิจแรกที่คุณเริ่มใช่มั้ย

Sugar Moustache ถือเป็นธุรกิจแรกที่ช่าเริ่มทำ เมื่อตอนอายุ 19 ปี จริงๆ เลยเริ่มแรกไม่ได้ตั้งใจว่าจะทำเป็นธุรกิจเป็นเรื่องเป็นราว แต่เกิดจากความชอบส่วนตัวคือช่าชอบหนวดก็เลยลองวาดเล่นๆ จากนั้นก็ลองเอาหนวดมาทำเป็นเสื้อ และแหวนโพสต์รูปลงในอินสตาแกรมปรากฏว่ามีคนชอบและเริ่มถามว่ามีสินค้าอย่างอื่นอีกหรือเปล่า ก็เลยพัฒนาไปทำเป็นเคสมือถือ และอื่นๆ หลายอย่าง พอดีว่าในตอนนั้นเราได้ไปออกงานทีเชิ้ต เฟสติวัลที่เมืองทองธานี ก็เอาเสื้อที่ทำไปทดลองขายด้วย ซึ่งขายหมดในเวลาอันรวดเร็ว ตอนนั้นก็คิดว่าถ้าทำเป็นธุรกิจน่าจะไปได้ดี

ย้อนไปตอนนั้นเมื่อ 5 ปีที่แล้วอินสตาแกรมเพิ่งมา เราก็ไม่รู้หรอกว่ามันสามารถทำการตลาดได้ แต่ด้วยความที่ออนไลน์เป็นช่องทางที่มีความเสี่ยงน้อย ไม่มีปัญหาต้นทุนเรื่องหน้าร้าน และไม่ต้องเก็บสต็อกสินค้า เลยช่วยให้การเริ่มต้นธุรกิจได้ง่าย โพสต์อะไรขึ้นปุ๊บเห็นกันไปทั่วโลก สามารถแชร์ ไลก์ กันได้กระจายเป็นลูกโซ่ พอช่าเห็นว่ามันมีเอฟเฟ็กต์แบบนี้ก็เลยลอง แต่ก็กลัวเขาด่าเหมือนกันเพราะมันยังไม่มีใครทำการตลาดในนั้นเลย พอเริ่มจากตรงนั้นมันก็เติบโตได้ดี จากนั้นเราก็ทำเว็บไซต์เป็นเรื่องเป็นราว และเริ่มขยับขยายธุรกิจ เปิดเป็นหน้าร้านของตัวเอง เพราะด้วยธรรมชาติการซื้อเสื้อผ้า ลูกค้าย่อมมีความอยากเห็นและทดลองใส่จริง

นั่นทำให้คุณติดใจการทำธุรกิจ

ใช่มันสนุก ทุกอย่างมันเริ่มมาจากความชอบ เป็นคนชอบออกแบบ ชอบหนวด ชอบใส่ทีเชิ้ต ชอบเปลี่ยนเคสโทรศัพท์บ่อย ด้วยความชอบก็ทำให้เราลุยแล้วก็สนุก ช่าจะไปเดินซื้อผ้าเองแถววัดสน ไปจับไปเลือกผ้าด้วยตัวเอง อันไหนไม่รู้ก็ถามคนขาย หาช่างตัดเสื้อเอง วางแพตเทิร์นเอง โดยเอาเสื้อตัวหนึ่งมาวางแล้วก็ตัดตามนั้น แต่จริงๆ ด้วยความที่ไม่มีความรู้ธุรกิจเลย เริ่มต้นจากศูนย์ แรกๆ ก็มีปัญหาเยอะมาก เชื่อมั้ย เริ่มต้นเลยก็แพ็กของส่งกันไม่ทัน ส่งผิดส่งถูก บางคนได้กล่องเปล่าไปก็มี ฉะนั้นถามว่าทำธุรกิจสนุกมั้ย ก็สนุกนะ แต่ก็ยากสำหรับคนที่ไม่เคยทำมาก่อนแล้วไม่มีความรู้อะไรเลย ฉะนั้นอาจจะบอกได้ธุรกิจของช่ามันโตมาได้ด้วยการลองผิดลองถูกจนทุกอย่างลงตัว คือตอนหลังเริ่มเซ็ตทุกอย่างเป็นระบบมากขึ้น มีซัพพลายเออร์มาช่วยวิ่งงานให้ ก็ทำให้เราเบาลงแล้วเอาเวลาไปโฟกัสเรื่องอื่นแทน

คุณคิดว่าเพราะอะไร Sugar Moustache ถึงเติบโตเร็ว

จุดเด่นของ Sugar Moustache ที่เราตั้งใจตั้งแต่แรกคือ ตั้งราคาไม่สูงมาก แต่เน้นวัตถุดิบที่มีคุณภาพดี เพื่อให้คนตัดสินใจซื้อได้ง่าย การเอาหนวดมาเล่นก็เป็นสิ่งใหม่ ยังไม่มีใครทำ ด้วยมันเป็นสิ่งที่ใหม่อยู่ คนก็เลยชอบในตอนแรกๆ แต่ตอนนี้ต้องยอมรับว่าพอมันรู้สึกว่ามันไม่ใหม่แล้ว ช่าก็ต้องหาทางปรับเปลี่ยน คอนเซ็ปต์ร้านก็เปลี่ยน มีโลโก้เป็นผู้ชายมีหนวด จะไม่มีอะไรที่ขายหนวดเดี่ยวๆ แล้ว แต่ถ้าคนนึกถึงหนวดก็จะนึกถึงร้านเราอยู่

จริงๆ มีอยู่ช่วงหนึ่งที่ช่าเห็นว่าคนขายครีมกันเยอะแล้วก็ไปได้ดี ก็เลยลองทำดู ทำเป็นแบรนด์ของเราเองเลย ขายได้อยู่ประมาณปีหนึ่ง ก็ขายดีมาก แต่มันทำให้ไม่มีเวลาให้กับ Sugar Moustache เลยเลิกทำ เหมือนสุดท้ายมันจะต้องเลือกว่าจะเอาอันไหนระหว่างครีมกับ Sugar Moustache ซึ่งตอนนั้น Sugar Moustache เติบโตมาแล้วระยะหนึ่ง เห็นพัฒนาการของธุรกิจแล้ว แต่ครีมมีคู่แข่งขันเยอะมาก คนขายเยอะมาก คนเราก็มีแค่หน้าเดียวเวลาใช้ก็ใช้ครีมแบรนด์เดียว ถ้าเขาไปเจอแบรนด์ไหนที่ถูกใจมากกว่าเขาก็พร้อมจะเปลี่ยนใจไปใช้แบรนด์ใหม่ ฉะนั้นมันยากกว่าการทำ Sugar Moustache ที่สำคัญมันเล่นกับหน้าคน ถ้าเกิดปัญหาอะไรกับหน้าเขาขึ้นมาก็ลำบาก ช่าเลยตัดสินใจเลือกกลับมาดูแล Sugar Moustache แบบเต็มที่ดีกว่า

ร้านหน้ายิ้มมีที่มาอย่างไร

ร้านหน้ายิ้มจะช่วยกันกับคุณแม่และพี่เลโอโซสเซย์ เริ่มจากคุณแม่อยากทำขนม อยากเปิด

> “
> มันสนุกมากกว่า
> มีอะไรให้ทำ เวลาว่างแทนที่จะไปดูหนัง ช้อปปิ้ง
> ก็ไปดูร้าน ไปเดินหาผ้า ออกแบบเสื้อ
> **มันมี Activity ให้ทำ**
> ที่มีประโยชน์ต่อชีวิตและอนาคต
> ”

คอฟฟี่ช็อป ตอนนั้นข่าเรียนปริญญาโท คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาฯ ก็จะเดินผ่านร้านนี้ ซอยจุฬา 48 เห็นว่าห้องนี้ว่างตลอด ทำเลก็ดี มีนักเรียนสาธิต นักศึกษา และก็ผู้ปกครอง ก็เลยติดต่อขอเช่า ได้ร้านก่อนจากนั้นก็คิดว่าจะทำอะไร คือคุณแม่อยากขายขนมอยู่แล้ว แต่ไม่รู้จะขนมอะไร ก็เลยพยายามหาว่าขนมอะไรจะเหมาะกับคนแถวนี้ สรุปก็มาเปิดเป็นร้านเครื่องดื่มแล้วก็ขนมปังเย็น ซึ่งย่านนั้นยังไม่มีร้านแบบนี้ แต่ทั้งตัวคุณแม่ พี่เลโอ และข่า ไม่มีใครทำขนมเป็นเลย เราก็ไปเรียนด้วยกัน

ช่วงแรกที่เปิดร้านใหม่ๆ มีคนเข้าร้านน้อยมาก ก็กังวลเหมือนกัน คิดกับตัวเองว่าวันหนึ่งได้แค่นี้เองเหรอ ช่วง 2-3 เดือนแรกขาดทุนเยอะมากเป็นแสน ตกใจว่าจะอยู่ไหวเหรอ นี่เราทำเหนื่อยมากเลยนะกว่าจะเปิดร้านได้ ยอมรับว่าถึงขั้นคิดจะเปลี่ยนไปขายอย่างอื่น แต่อีกใจก็ว่าลองดูต่อไปก่อนแล้วกัน แล้วเราก็พยายามคิดแก้ปัญหา คือตอนแรกที่ร้านไม่มีเมนูกาแฟเลย ก็มาคิดว่าคนแถวนี้กินกาแฟ แล้วถ้าเขากินแล้วจะกลับมาอีกเพื่อจะมากินกาแฟทุกเช้าๆ ก็เลยเพิ่มเมนูกาแฟที่หลากหลายขึ้น ปรากฏว่ามันก็ช่วยได้ มีคนเข้าร้านมากขึ้น คือเราต้องหาด้วยว่าร้านเราขาดอะไร แล้วคนแถวนี้เขาน่าจะกินอะไร เอาเข้ามาเสริม ตอนนี้ก็เริ่มดีขึ้นเรื่อยๆ แต่มันก็อาจจะช้าหน่อยเท่านั้นเอง

คุณวางแผนอย่างไรกับการโตของร้านหน้ายิ้มบ้าง

ถ้าร้านนี้ไปได้ดี ก็ตั้งใจจะเปิดอีกสาขาหนึ่ง แต่จริงๆ ร้านนี้เพิ่งเปิดเมื่อปลายปีที่แล้ว ข่ายังไม่ได้ประชาสัมพันธ์อะไรมาก คิดว่าต่อจากนี้จะเริ่มลุยเรื่องการประชาสัมพันธ์เพิ่มมากขึ้น อาจจะมีให้รายการมาถ่าย มารีวิว แล้วก็เริ่มทำโซเชียลมีเดียอย่างจริงจัง ซึ่งโดยภาพของปังเย็นช็อกโกแลตเป็นอะไรที่คนชอบไลก์ชอบแชร์กันอยู่แล้ว อันนี้เลยคิดว่าไม่น่ายาก คือเคยลองซื้อเฟซบุ๊กแอดคนแชร์ คนไลก์เป็นพันเยอะมาก เพราะภาพปังเย็นมันน่ากิน ยุคนี้ทุกคนไปกินอะไรสักอย่างก็ต้องถ่ายรูปแชร์กัน ซึ่งการใช้โซเชียลมีเดียกับอาหารจะง่ายกว่าสินค้าประเภทเสื้อผ้าซึ่งมัน Unique แล้วแต่คนว่าจะชอบหรือไม่ชอบ

นอกจากนี้ ถ้าเป็นอะไรเกี่ยวกับอาหาร คุณภาพและการควบคุมคุณภาพจะสำคัญมาก วัตถุดิบเราเลือกคือใช้ของที่ดีหมดเลย ซึ่งขนมปังแผ่นละ 6-7 บาท ท็อปปิ้ง ช็อกโกแลตเฮอร์ชีส์คือของนำเข้า เวลากินก็จะรู้ว่ามันอร่อย ไม่ใช่เอาช็อกโกแลตที่เขาผสมเองมาทาบางๆ ทุกอย่างเน้นคุณภาพ ข่าคิดว่าเราต้องทำให้ดี เพราะวันหนึ่งเขาเข้ามาแล้วชอบ เขาจะกลับมาอีก แล้วถ้าเขากลับมากินอีกก็ต้องรักษาความอร่อยให้เหมือนเดิมด้วย เพราะถ้ามันไม่เหมือนเดิม เขาก็จะไม่กลับมาอีกเลย สมมุติข่ากินอาหารร้านหนึ่งแล้วมันไม่อร่อย ข่าก็จะไม่เข้าไปอีกเลย ไม่กลับไปลองใหม่ด้วย ฉะนั้น คุณภาพสำคัญมากแล้วต้องรักษาคุณภาพให้ได้ตลอดด้วย นอกจากนี้ ก็จะต้องพยายามคิดหาเมนูใหม่ๆ ตลอดเวลา เมนูที่เป็น Unique ของเรา คนต้องมาที่นี่เพื่อกินอันนี้ซึ่งที่อื่นไม่มี ตอนนี้ข่ากับคุณแม่แล้วพี่เลโอกำลังทำอยู่หลายเมนูมากลองผิดลองถูกกันอยู่ เพราะเราอยากให้คนมาที่นี่แล้วหาที่ไหนไม่ได้ ซึ่งก็เป็นเรื่องที่ยากอยู่เหมือนกัน

แล้ว Pixiedust ล่ะ

ข่าเป็นคนชอบเล่นของเล่น โมเดลต่างๆ แล้วก็ชอบสะสมตุ๊กตามากๆ เวลาที่ซื้อตุ๊กตาใช้เงินเยอะมาก ก็หาวิธีแบ่งเบาเงินที่หมดไปกับตรงนี้ เลยทำชุดเสื้อผ้าตุ๊กตาขาย ออกแบบเอง หาช่างหาผ้าเอง สไตล์ก็จะเป็นตัวของเราเอง เน้นเป็นกางเกงขาสั้น ขายาว เสื้อยืด ใส่แล้วเท่ๆ มากกว่าแบบกระโปรงฟูฟ่องเหมือนแบรนด์อื่น ใช้ชื่อแบรนด์ Pixiedust เริ่มทำเมื่อกลางปีที่แล้ว ขายบนเฟซบุ๊กอย่างเดียว คือข่ามองว่าในโลกเฟซบุ๊กยังมีกลุ่มคนที่เล่นตุ๊กตา เขาก็จะเข้ามาซื้อตลอด ถามว่าเป็นธุรกิจเลยมั้ยก็ไม่ใช่ซะทีเดียว เป็นการตอบสนองความชอบส่วนตัวมากๆ เหมือนงานอดิเรกมากกว่า แต่เป็นงานอดิเรกที่ทำแล้วได้เงิน แล้วที่สำคัญคือมันเวิร์กอย่างน่าตกใจ เพราะคนที่ซื้อตุ๊กตาได้นี่ต้องมีกำลังซื้อระดับหนึ่งเพราะราคามันแพง ดังนั้น การที่เขาจะตัดสินใจยอมควักกระเป๋าซื้อชุดตุ๊กตาที่ราคาก็ไม่ได้ถูกมากก็ไม่ใช่เรื่องยาก เวลาที่เขาซื้อก็จะซื้อๆ ๆ เลย

งานในวงการก็ยังมีตลอด ทำไมต้องทำอะไรเยอะแยะขนาดนี้

มันสนุกมากกว่า มีอะไรให้ทำ เวลาว่างแทนที่จะไปดูหนัง ช้อปปิ้งก็ไปดูร้าน ไปเดินหาผ้า ออกแบบเสื้อ มันมี Activity ให้ทำที่มีประโยชน์ต่อชีวิตและอนาคต วันหนึ่งถ้างานแสดงในวงการน้อยลง เราก็ยังมีธุรกิจของเราซึ่งมันอยู่ได้ แล้วข่าคิดว่าอายุไม่ได้เป็นข้อจำกัดการทำธุรกิจ ยิ่งทำเร็วยิ่งดี เพราะยิ่งมีเวลาเรียนรู้เยอะ สมมุติรอจนโตแล้วค่อยมาเริ่มต้น เวลาก็น้อยลง โอกาสก็น้อยลง

อีกอย่างข่าทำงานในวงการมาตั้งแต่เด็กมากๆ ก็เลยไม่คิดว่าการทำงานต้องรออายุเยอะๆ แล้วค่อยทำ พอมาทำธุรกิจมันสนุกเพราะไม่มีใครในครอบครัวมีแบ็กกราวนด์ด้านนี้เลย ลุยเองเรียนรู้เองหมดเลย ปีที่แล้วเริ่มทำดีเจด้วย จัดรายการตั้งแต่ตีห้าถึงแปดโมงเช้า ต้องตื่นนอนตอนตีสี่ทุกวัน แต่ทุกวันนี้คนเราอยู่กับมือถือตลอด ก็ใช้มือถือนี่แหละทำงานติดต่อ เช็กโน่นนี่ แต่ในแง่การออกแบบจะทำได้จริงๆ จังๆ กับหน้าคอมพิวเตอร์ก็อาศัยว่าเป็นคนนอนดึก กลางคืนก็จะนั่งออกแบบไปเรื่อยๆ กลางวันวันไหนมีเวลาก็จะเข้าไปที่ช็อปบ้าง

อย่างไรก็ตาม ถึงจะทำงานมาตั้งแต่เด็กแต่ในแง่ธุรกิจที่บ้านไม่มีใครทำมาก่อนนะ คุณพ่อเป็นนักบิน

คุณแม่เป็นแม่บ้านคอยดูแลทุกคนในครอบครัว แต่สิ่งนี้อาจอยู่ใน DNA หรือเปล่าก็ไม่รู้ เพราะตอนนี้คุณแม่ก็มาทำด้วยกัน ที่บ้านไม่มีใครทำอาหารเก่ง แต่ชอบ ก็ไปเรียน ทำไปเรียนรู้กันไป แต่ด้วยที่บ้านเลี้ยงซ่ามาแบบให้อิสระเยอะ อยากทำอะไรก็ทำไปเถอะถ้าทำแล้วไม่เดือดร้อนคนอื่น ก็เลยทำให้กล้าที่จะลองทำโน่นนี่

อะไรเป็นจุดแข็งของคุณในการทำธุรกิจ

เราอยู่ในเทรนด์ตลอดเวลา เราไม่ล้าหลัง อะไรที่มาใหม่เราตามตลอด สินค้าใหม่ๆ ที่เมืองไทยยังไม่มี เราก็จะมาผลิตเป็นแบรนด์เราแล้วขายในไทย อะไรที่เอาต์เทรนด์ไปแล้ว คนก็จะไม่สนใจ หรือล้ำเทรนด์เกินไปคนก็รับไม่ไหวเช่นกัน แต่เราอยู่ในเทรนด์อันนี้ทำให้เราสามารถตอบโจทย์ความต้องการของตลาด แต่การอยู่ในเทรนด์ก็เสี่ยงกับการโดนก็อบปี้ อย่าง Sugar Moustache โดนก็อบปี้เยอะมาก เชื่อมั้ยบางครั้งเพิ่งวาดแบบใหม่เสร็จ มีคนเอาไปทำเสื้อก่อนเราอีก ลายนี้เรายังไม่ได้เอาไปทำเสื้อเลย ก็รู้สึกตกใจ แต่ก็คิดบวกไปว่าแบรนด์เราคงดังเขาเลยทำตาม มีลายหนึ่งซ่าวาดเองกับมือ แล้วไปเดินที่สยามสแควร์ เข้าไปมีร้านหนึ่งมีลายเหมือนที่เราออกแบบเลย เปลี่ยนแค่นิดเดียวแต่เรารู้ ก็ทำเลยถ่ายรูปเอามาดูเล่นๆ

เป็นนักแสดงมาทำธุรกิจ แถมคุณยังเด็กอีก คุณจริงจังแค่ไหน

อันที่จริงทั้ง Sugar Moustache และร้านหน้ายิ้ม ซ่าพยายามที่จะไม่ออกตัวว่าเป็นของซ่าร้อยเปอร์เซ็นต์ คือมีช่วยโปรโมตได้ แต่พยายามไม่ออกตัวจริงจัง อย่างร้านนี้เพิ่งเปิดก็มีคนเข้ามาถามก็บอกแต่ไม่ออกตัวจริงจัง เพราะไม่อยากให้มันยึดติดกับตัวซ่า แต่อยากให้อยู่ด้วยตัวของมันเองมากกว่า ซึ่งการที่ธุรกิจจะอยู่ได้ด้วยตัวของมันเองก็ต้องเริ่มต้นที่คุณภาพ อย่างเสื้อ Sugar Moustache ซ่าก็ไปเดินเลือกผ้าเองที่แหล่งขายผ้า สกรีนเองทุกอย่าง เลือกสิ่งที่ดี คือพยายามทำทุกอย่างให้มันดีด้วยตัวของมันเอง เพราะสิ่งนี้จะแสดงให้เห็นว่าซ่าจริงจังแค่ไหน

ตอนนี้ลูกค้า Sugar Moustache เป็นคนจีน 80 เปอร์เซ็นต์ เขาเข้าร้านมาทีจะซื้อเยอะมาก แต่ก็ไม่ใช่ว่าจะซื้อง่ายนะ มีการพลิกเสื้อดูตะเข็บกันจริงจังเลย คือตรวจความเรียบร้อย คุณภาพ และเขาจะถามเลยว่าแบรนด์ไทยหรือเปล่า ถ้าของไทยเขาจะซื้อเลย เขาชอบแบรนด์ไทย แล้วก็ที่เซ็ตมันขายง่ายด้วย คือลูกค้าชาวจีนจะรู้จักเราผ่านอินสตาแกรมในตอนแรกๆ เวลามาเมืองไทยก็อยากจะมาร้านนี้ แต่ว่าในระยะหลังๆ จะได้ลูกค้าจีนจากที่เขาเดิน เพราะทั้งเทอร์มินอลและเอเชียทีค จะเป็นแหล่งทัวร์ลง ส่วนคนไทยกลุ่มที่ชอบเป็นลูกค้าประจำ ลูกค้าใหม่ก็มีบ้าง ตอนนี้ซ่าขยายตลาดไปกลุ่มเด็ก มีไซส์เด็กด้วย

> “
>
> **เราทำแบบ**
> Learning by Doing มากกว่า
> ผิดก็แก้ ลองผิดลองถูกไปเรื่อยๆ
> ซึ่งคิดว่าการลองผิดลองถูกนี่ดีที่สุด
> **เพราะเราได้เรียนรู้เอง**
> ได้แก้ไขเองว่ามันผิดจากตรงไหน
>
> ”

การทำธุรกิจให้ประสบการณ์อะไรกับคุณบ้าง

ทำให้ได้เรียนรู้เยอะมากเพราะเราเริ่มต้นจากศูนย์จริงๆ Sugar Moustache ทำเองทุกอย่าง มันยังเล็กมากๆ เป็นเหมือนธุรกิจครอบครัวมากกว่า มีแค่ช่า แม่ พี่เลโอ พี่ขวัญ (ผู้จัดการส่วนตัว) แค่นี้ นอกนั้นก็เป็นน้องในร้าน ไม่มีออฟฟิศ แล้วเราก็เริ่มจากออนไลน์ซึ่งต้นทุนต่ำก่อนที่จะมาโตบนออนกราวนด์ ที่ผ่านมาเรียกได้ว่าเราทำแบบ Learning by Doing มากกว่า ผิดก็แก้ ลองผิดลองถูกไปเรื่อยๆ ซึ่งคิดว่าการลองผิดลองถูกนี่ดีที่สุดเพราะเราได้เรียนรู้เองได้แก้ไขเองว่ามันผิดจากตรงไหน ปัญหาที่เจออาจจะยังไม่ใหญ่มาก ส่วนใหญ่เป็นเรื่องการทำงานที่อาจจะไม่เป็นระบบ ไม่ใช่ปัญหาใหญ่โต แต่พอเจอปัญหาเราก็เรียนรู้แล้วก็สร้างระบบเพื่อแก้ปัญหาขึ้นมา ซึ่งอันนี้เป็นเรื่องดี สิ่งที่ได้คือประสบการณ์ได้รู้อะไรเยอะแยะ บางทีเจอลูกค้าต่อว่าเด็กที่ร้านว่าไม่น่ารักพูดจาไม่ดี เราก็ได้เรียนรู้เรื่องการจัดการคน สอนน้องที่ร้านเรื่องการบริการวิธีการพูด

คุณมีแรงบันดาลใจมาจากไหนในการออกแบบ

มีหลายครั้งที่คิดไม่ออก คิดลายที่จะออกแบบไปไม่ออก คิดแบบเสื้อไม่ออก จะเอาแบบไหนดีมาถึงทางตันก็มี ซึ่งเรื่องนี้จะสำคัญมากสำหรับช่า ช่าก็จะหาแรงบันดาลใจ บางครั้งก็ไปเดินดูผ้าเผื่อจะได้ไอเดียใหม่ๆ บางครั้งก็ไปต่างประเทศเห็นโน่นเห็นนี่เผื่อลองเอามาแมตช์กัน เป็นไอเดียว่าถ้าเป็นแบรนด์เราจะออกมาเป็นแนวไหน

คุณมี Role Model ในทางธุรกิจมั้ย

ไม่มี แต่ช่าชอบดูรายการ Shark Tank ของต่างประเทศ เป็นรายการที่มีนักลงทุน 5 คนมานั่งในรายการ เพื่อฟังผู้ประกอบการ SME ที่ต้องการเงินไปลงทุนต่อยอดธุรกิจของเขา ซึ่ง SME ก็จะต้องพรีเซ้นต์ธุรกิจของตัวเอง มียอดขายเท่าไหร่ ถ้านักลงทุนสนใจเห็นด้วยกับแนวคิด SME ก็จะได้เงินลงทุนไป แต่ถ้าแนวคิดไม่ดีก็จะโดนด่าเลย แต่เขาก็จะชี้ให้เห็นช่องโหว่ทางธุรกิจต่างๆ เขาสอนมาร์เก็ตติ้งด้วย ทำไมขายได้น้อยมาก สินค้าแบบนี้ต้องขายแบบนี้ เขาก็มีแนะนำ ซึ่งมันไม่ได้เป็นรายการที่เป็นธุรกิจอย่างเดียว มันมีความตลกสนุก ที่สำคัญคือได้ความรู้ด้วย

คุณวางเป้าหมายทางธุรกิจไว้อย่างไรบ้าง

ช่าอยากขยายสาขาทั้ง Sugar Moustache และร้านหน้ายิ้ม สำหรับร้านหน้ายิ้มถ้าที่แรกลงตัวก็จะลองหาทำเลอีกที่หนึ่งเร็วๆ นี้ แต่คงไม่เปิดเป็นแฟรนไชส์ เพราะเรายังเป็นระบบครอบครัว ระบบไว้ใจกัน คิดว่าจะเปิดเองไปก่อน ส่วนแบรนด์ใหม่อยากให้แบรนด์ที่มีอยู่แข็งแรงกว่านี้ ก็น่าจะมีอะไรใหม่ๆ ออกมาอีก แต่เอาจริงๆ ช่ามีความฝันอยากเปิดร้านขายของเล่น เพราะเป็นคนชอบของเล่นมาก แต่คิดแล้วว่าน่าจะยุ่งยาก เพราะสเกลใหญ่กว่าที่ทำอยู่แล้วมีเรื่องการอิมพอร์ตเข้ามาเกี่ยวข้องด้วยเลยเพียงแค่คิด

คุณจะแนะนำคนรุ่นใหม่ที่ทำธุรกิจอย่างไรบ้าง

ต้องทำในสิ่งที่ชอบ เพราะจะทำให้ไม่เบื่อง่าย เชื่อว่าหลายคนที่ทำธุรกิจแล้วไม่รอดนี่เป็นเพราะเขาเบื่อ อย่างตัวช่าเป็นคนเบื่อทุกอย่างง่ายมาก แต่ถ้าเราทำสิ่งที่รักตั้งแต่แรก ทำมันมากับมือเราจะไม่อยากให้มันพังทลายลงไป เหมือนชอบรักตั้งแต่ต้น ขณะเดียวกันถ้ามัวแต่คิดแล้วไม่ทำซะทีก็จะไม่ได้ทำเลย ยิ่งเวลาผ่านไปสักวันอาจจะมีคนอื่นที่คิดเหมือนเราแต่เขาลงมือทำไปแล้ว ไอเดียที่เราคิดเอาไว้ก็จะเป็นไอเดียเก่า ไม่น่าเอามาทำอีก ถามว่าเสี่ยงมั้ย ก็เสี่ยงนะ แต่ว่ามันคือการเรียนรู้อย่างช่าก็ถือว่าโตทีละสเตป ระวังตัวพอสมควรก็ทำให้ลดความเสี่ยงได้ แต่ที่แน่ๆ ไม่มีใครทำอะไรแล้วสมบูรณ์สวยงามตลอดทางหรอก

คนรุ่นใหม่เดี๋ยวนี้เก่ง ช่าก็อยากเห็นเมืองไทยมีผู้ประกอบการรุ่นใหม่ๆ เยอะๆ เพราะเดี๋ยวนี้มันต่างจากเมื่อก่อน โอกาสโตง่ายกว่า แถมไม่ยุ่งยาก แต่ก่อนคิดว่าคนไม่ค่อยทำธุรกิจกันเพราะการจะทำธุรกิจสักอย่างหรือเป็นเจ้าของร้านสักร้านมันดูยุ่งยากมาก แต่เดี๋ยวนี้ใครจะเปิดร้านอะไรก็ได้แค่มีไอเดียเจ๋งจริงๆ เริ่มจากออนไลน์ซึ่งใช้ทุนน้อยก่อนแล้วพอมีทุนมากพอเห็นแววการเติบโตก็ค่อยขยับมาเป็นออนกราวนด์อย่าง Sugar Moustache

4 เคล็ดลับ จ่ายเงินให้คุ้มค่าและคุ้มทุน

Text : เจษฎา ปุรินทวรกุล

เป็นเรื่องที่ปฏิเสธไม่ได้เลยว่า สิ่งที่สำคัญที่สุดของผู้ประกอบการในขั้น Startup นั้น คงหนีไม่พ้นเรื่องการบริหารจัดการด้านการเงิน เพราะนอกจากจะเป็นความท้าทาย ในการตัดสินใจว่าจะซื้อหรือลงทุนไปกับอะไร ภายใต้งบประมาณหรือเงินทุนที่จำกัดแล้ว ยังต้องคิดถึงเรื่องผลตอบแทนของการลงทุน ความคุ้มค่าและคุ้มทุนอีกด้วย โดยเคล็ดลับด้านการลงทุนที่มีประสิทธิภาพ และให้ผลตอบแทนกลับมาได้เป็นอย่างดี มีดังนี้

1 ยอมจ่ายแพงกว่า เพื่อให้ได้จำนวนกลุ่มเป้าหมายมากขึ้น

วิธีนี้เป็นการลงทุนเพื่อให้ลูกค้ามีโอกาสเห็นเรามากขึ้น พบเราบ่อยขึ้น เช่น ยอมจ่ายเงินแพงขึ้นเพื่อให้ได้ทำเลที่ดีกว่าเดิม อาจเป็นหัวมุมถนน ใกล้รถไฟฟ้า หรือหากเป็นการออกบู๊ธตามงานก็เล็งทำเลหัวมุมในจุดที่คนมีโอกาสผ่านบ่อยๆ เพราะถ้าเราจัดแต่งร้านดีๆ มีผลิตภัณฑ์ที่ใช่ บริการที่โดน โอกาสในการขายย่อมมากกว่าการไปอยู่ในจุดที่ลูกค้าเข้าถึงได้ยาก ทั้งนี้ต้องอย่าลืมคำนวณราคาด้วยว่า ทำเลหัวมุมที่เราต้องการนั้น คุ้มค่าหรือแพงเกินกว่ารายรับที่เรามีแนวโน้มว่าจะทำได้ในแต่ละเดือน ทั้งนี้การจ่ายแพงกว่านั้นรวมถึงเรื่องโซเชียลมีเดีย มาร์เก็ตติ้งด้วย

2 จ้างบริษัท PR

ในกรณีที่องค์กรของคุณมีเงินลงทุนสูง และสามารถกันงบประมาณไว้ลงทุนกับบริษัทประชาสัมพันธ์ได้ ลองคิดถึงบริษัทประชาสัมพันธ์ดูสักนิด เพราะนอกจากจะช่วยสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้กับแบรนด์ของเรา สร้างความน่าเชื่อถือและช่องทางในการเข้าถึงลูกค้ากลุ่มใหม่ๆ แล้ว บริษัทประชาสัมพันธ์ส่วนใหญ่ก็มักมีสายสัมพันธ์ที่ดีกับวงการสื่อ ซึ่งอาจเป็นช่องทางให้ผลิตภัณฑ์หรือบริการของเราเดินทางไปสู่กลุ่มเป้าหมายได้ง่ายยิ่งขึ้น

3 สร้าง Mobile Site ให้ใช้งานได้อย่างราบรื่น

Mobile Site คือ เว็บไซต์ที่สร้างขึ้นมาเพื่อรองรับหน้าจอโทรศัพท์มือถือ ซึ่งในปัจจุบันนี้มีผู้ท่องโลกอินเทอร์เน็ตผ่านโทรศัพท์มือถือมากกว่า 60 เปอร์เซ็นต์เลยทีเดียว ด้วยตัวเลขที่สูงขนาดนี้ การลงทุนสร้างเว็บไซต์ของแบรนด์ให้สามารถตอบสนองกลุ่มลูกค้าออนไลน์จึงเป็นเรื่องที่มีความจำเป็น และคุ้มค่าเป็นอย่างมาก

4 พัฒนาแพ็กเกจจิ้ง

ไก่งามเพราะขน คนงามเพราะแต่ง สุภาษิตไทยนี้ยังคงฮอตฮิตและใช้ได้เหมาะกับทุกยุคทุกสมัย เพราะสินค้าต่อให้มีคุณภาพดี หรือมีรสชาติอร่อย แต่ถ้าบรรจุภัณฑ์หรือแพ็กเกจจิ้งไม่น่าหยิบ สีสันไม่สวยไม่น่าซื้อ โอกาสที่ลูกค้าจะตัดสินใจซื้อไปทดลองใช้ย่อมต่ำตามลงไปด้วย เทียบกับผลิตภัณฑ์ที่ธรรมดา รสชาติปกติ แต่แพ็กเกจจิ้งสวยงาม หรือใส่ไอเดียลงไปเพื่อให้แพ็กเกจจิ้งเป็นได้มากกว่ากล่องใส่ของซึ่งสามารถเก็บไว้ใช้งานต่อได้

อย่าลืมคำนึงถึงผลตอบแทนจากการลงทุน (Return on Investment-ROI)

ต้องบอกก่อนว่าในการทำธุรกิจ เรามีรายจ่าย 2 แบบด้วยกัน รายจ่ายแบบแรกคือ การใช้เงินจ่ายไปแล้ว ไม่ได้อะไรกลับมา หรือจ่ายแล้วจ่ายเลย สิ่งนี้เรียกว่า "ค่าใช้จ่าย (Expense)" รายจ่ายอีกแบบหนึ่งคือการจ่ายเงินเพื่อ "ลงทุน (Investment)" ซึ่งในแง่ของการทำธุรกิจก็คือ การซื้อเครื่องจักรเพื่อเพิ่มกำลังการผลิต ลงทุนพัฒนาโรงงานเพื่อขอมาตรฐาน อย. ลงทุนพัฒนาแพ็กเกจจิ้ง เป็นต้น

ในฐานะที่เป็นผู้ประกอบการมือใหม่ ย่อมต้องมีทั้งรายจ่ายและการลงทุน แต่ก็ต้องไม่ลืมที่จะนึกถึงผลตอบแทนจากการลงทุน (Return on Investment) ยกตัวอย่างเช่น ต้องการซื้อเครื่องจักรในการผลิตขึ้นมาใหม่ ผู้ประกอบการต้องคิดแล้วว่า จำเป็นหรือไม่ จำเป็นมากแค่ไหน สามารถเพิ่มกำลังการผลิตได้วันละเท่าไร และหลังจากซื้อมาแล้วกี่วันจึงจะคืนทุน เป็นต้น การคำนึงถึงผลตอบแทนจากการลงทุนจะช่วยให้เราควบคุมการใช้เงินที่สะเปะสะปะได้ เพราะบางคนซื้อของตามใจตัวเอง เช่น อยากได้ iPhone 6s โดยอ้างว่านำมาใช้ดำเนินธุรกิจเพื่อความรวดเร็วในการสื่อสารและเพิ่มความสะดวกสบายในด้านอื่นๆ หรือต้องการซื้อเครื่องจักรที่อาจไม่เกี่ยวข้องกับการทำธุรกิจโดยตรง แต่ไม่เคยคำนึงถึงความคุ้มค่า และ ROI เมื่อทำบ่อยๆ จนติดเป็นนิสัยก็จะทำให้ธุรกิจต้องสิ้นเปลืองเงินไปโดยเปล่าประโยชน์ หรือเกิดประโยชน์ไม่เต็มที่และไม่ตรงจุด

MEEFUND อีกทางเลือกของการระดมทุน

MEEFUND เป็นคลาวด์ฟันดิงของไทยในรูปแบบของ Reward-Base หรือการระดมทุนโดยมีของรางวัลแลกเปลี่ยน ภายใต้เว็บไซต์ชื่อ www.MEEFUND.com เพื่อทำหน้าที่เป็นตัวกลางในการระดมทุน จากผู้ที่ต้องการสนับสนุนผลงานของนักสร้างสรรค์ให้สามารถผลิตผลงานเกิดขึ้นได้จริง

โดยกระบวนการระดมทุนของ MEEFUND นั้น เริ่มจากการที่ผู้สร้างผลงานหรือเจ้าของโครงการโชว์ผลงานเป็นคลิปวิดีโอ และรายละเอียดบนเว็บไซต์ MEEFUND พร้อมระบุอย่างชัดเจนว่า ต้องการเงินทุนเท่าไร ภายในระยะเวลาเท่าไร รวมไปถึงรายการรางวัลตอบแทน (Reward) ที่ผู้สนับสนุนจะได้รับตามระดับขั้นหากเข้าไปลงทุน ซึ่งหากครบระยะเวลาที่กำหนดแล้วโครงการนั้นยังไม่ได้รับเงินสนับสนุนครบตามจำนวนที่ต้องการก็จะต้องยกเลิกโครงการ และคืนเงินให้แก่ผู้สนับสนุน แต่หากได้เงินทุนครบก็จะทำให้ผู้สร้างสรรค์ผลงานมีเงินทุนไปดำเนินการต่อ ในขณะที่ผู้สนับสนุนก็จะได้รับรางวัลตอบแทนตามที่ได้ระบุไว้ โดย MEEFUND ในฐานะตัวกลางจะคิดค่าธรรมเนียมในการดำเนินการอยู่ที่ 6 เปอร์เซ็นต์ของวงเงินระดมทุนที่ได้ นอกจากนี้ ผู้ระดมทุนยังมีค่าใช้จ่ายเกี่ยวกับค่าธรรมเนียมการชำระเงินผ่านช่องทางบัตรเครดิตอีก 4 เปอร์เซ็นต์

ทั้งนี้ MEEFUND เปิดกว้างสำหรับโครงการที่เกิดจากการสร้างสรรค์ในหลายประเภท เช่น งานศิลปะ แฟชั่น อาหาร เกม สื่อสิ่งพิมพ์ เทคโนโลยี สุขภาพ ภาพยนตร์ เพลง เป็นต้น

นอกจากนี้ MEEFUND ยังมีจุดเด่นตรงที่มีบริการให้ปรึกษาผู้ที่ต้องการจะระดมทุน ทั้งในแง่ความเป็นไปได้ของโครงการ การวางแผนการระดมทุน รวมถึงการวางแผนทางธุรกิจ ผลิตสื่อประชาสัมพันธ์ เพื่อให้ผลงานได้รับการยอมรับด้วย

LUKE STORY
สมุดมีเรื่องเล่า

Text : nittaya / Photo : กฤษฎา ศิลปไชย

การสร้างสินค้าดีๆ ขึ้นมาสักชิ้นหนึ่ง
เพื่อดึงดูดใจลูกค้า อาจไม่ได้หมายความว่า
ต้องทำขึ้นมาเองหมดทุกอย่างตั้งแต่ขั้นตอนแรก
หากแต่สามารถสร้างเรื่องราว ดัดแปลง ปรับแต่ง
ให้มีความน่าสนใจ ก็เป็นสินค้าที่น่าสนใจ
ดึงดูดความต้องการของลูกค้าได้เช่นกัน

เหมือนกับที่ **มิว-ภัคปภัทร์ รักษาทรัพย์** อดีตนักศึกษาจบใหม่มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี เทคโนโลยีสถาปัตยกรรม ได้นำเสนอเรื่องราวต่าง ๆ ลงบนปกสมุดสีน้ำตาล ไม่ว่าจะเป็นตัวอักษร กลีบใบไม้ประดิษฐ์ และอื่น ๆ อีกมากมาย เพื่อเติมแต่งเรื่องราว สร้างสีสันให้สมุดได้มีชีวิตชีวาขึ้นมา ภายใต้ชื่อแบรนด์ LUKE STORY

"เริ่มจากเราเป็นคนชอบทำสมุดมาก่อน ตั้งแต่ตอนเรียนก็ลองทำไปวางขายที่ตลาดนัดหน้าห้างฯ ฟิวเจอร์ปาร์ค รังสิต ตอนนั้นทำเป็นปกผ้า ซื้อผ้าลายต่าง ๆ และมาห่อทำปก ใช้ชื่อแบรนด์ว่า LUKE BOOK แปลว่า สว่าง สดใส แต่ตอนนั้นยังไม่ได้คิดทำแบรนด์จริงจัง จนกระทั่งเริ่มทำงานได้ไปเจอรุ่นพี่คนหนึ่งเปิดโรงพิมพ์อยู่ เขาแนะนำว่าเขามีสมุดสำเร็จรูปขายจะลองเอามาทำอะไรไหม เราเลยเริ่มปรับใหม่หมดทุกอย่าง สร้างคาแร็กเตอร์ใหม่ให้แบรนด์ ใช้เป็นสมุดปกสีน้ำตาลอย่างเดียวให้เป็นเอกลักษณ์ และเติมเรื่องราวต่าง ๆ ลงไปด้วยการตกแต่งเป็นธีมต่าง ๆ และเปลี่ยนชื่อใหม่เป็น LUKE STORY คือ การสร้างเรื่องราวให้สมุดไปเรื่อย ๆ" มิวเล่าถึงที่มาของสมุดงานประดิษฐ์ที่เธอชอบให้ฟัง

หลังจากปรับลุกส์ใหม่ให้สมุด เธอเริ่มหันมาให้ความสำคัญกับการสร้างแบรนด์ และขายผ่านช่องทางออนไลน์มากขึ้น แต่เนื่องจากเป็นมือใหม่ ช่วงแรกจึงยังไม่ค่อยเป็นที่รู้จักเท่าที่ควร มิวพยายามสร้างเรื่องราวให้กับสมุดขึ้นมาเรื่อย ๆ จนกระทั่งได้ทำธีมเกี่ยวกับใบไม้ขึ้นมา ชื่อเสียงของ LUKE STORY ก็เริ่มเป็นที่รู้จักมากขึ้น

"เราก็พยายามทำเป็นธีมต่าง ๆ โพสต์และแชร์ออกมาเรื่อย ๆ วาดเป็นรูปภาพบ้าง วาดลายเส้นบ้าง ออกแบบสติกเกอร์มาแปะบ้าง ก็ยังไม่ค่อยได้รับความสนใจเท่าที่ควร จนกระทั่งเอาใบไม้ประดิษฐ์มาลองปักลงบนสมุด ทำเป็นธีมเกี่ยวกับใบไม้ ปรากฏว่ามีคนให้ความสนใจมากขึ้น เริ่มสั่งซื้อเข้ามาหลายคน พอเห็นว่าเริ่มไปได้ ก็ลงทุนซื้อโปรโมตในอินสตาแกรมเลย มีคนเข้ามากดไลก์เพิ่มขึ้นเป็นร้อย คนเห็นเรามากขึ้น จนเริ่มดีขึ้นเรื่อย ๆ จากรายย่อย ก็เริ่มมีออร์เดอร์ใหญ่เข้ามา สั่งทีหลาย ๆ เล่ม เอาไปใช้เป็นของชำร่วยในงานต่าง ๆ บ้าง บริษัทซื้อไปแจกลูกค้าบ้าง เช่น Watson, Unilever Thailand"

นอกจากการสร้างเรื่องราวต่าง ๆ ให้กับสินค้า มิวกล่าวว่า รูปถ่ายก็เป็นอีกส่วนประกอบสำคัญที่ช่วยบอกเล่าเรื่องราวความน่าสนใจของสินค้าให้ลูกค้าได้รับรู้ โดยเฉพาะสินค้าออนไลน์ ที่ลูกค้าไม่ได้มาเห็นสินค้าจริงด้วยตัวเอง

"ลูกค้าส่วนใหญ่ที่เข้ามา ส่วนหนึ่งเพราะเขาสะดุดกับรูปถ่ายของเราที่พยายามนำเสนอออกไป เราไม่ได้มีแค่รูปสินค้าสำเร็จเพียงอย่างเดียว เรามีการเล่าเรื่อง มีการจัดวางองค์ประกอบต่าง ๆ เข้ามาด้วย มีการคุมโทนของภาพ คุมคอนเซ็ปต์ สิ่งต่าง ๆ เหล่านี้จะช่วยส่งเสริมให้คาแร็กเตอร์ของแบรนด์ของเราให้ชัดเจนขึ้น"

มิวเล่าว่า สมุดของ LUKE STORY ที่ได้รับความนิยมในปัจจุบันมีหลัก ๆ ด้วยกัน 3 ธีม คือ แบบเบสิก-สมุดเปล่า แบบปั๊มตัวอักษร และแบบปักใบไม้ มีให้เลือกตั้งแต่ไซส์ A6 จนถึง A4 ราคาเริ่มต้นตั้งแต่ 45-115 บาท ขึ้นอยู่กับรายละเอียดของงานที่สั่ง โดยสามารถสั่งเป็นสมุดเปล่าไปใช้หรือให้ผูกโบจัดส่งเป็นของขวัญก็ได้ นอกจากสมุดมิวยังพยายามหาสินค้าอย่างอื่นเพิ่มเติมเข้ามาด้วย เพื่อเพิ่มทางเลือกให้กับลูกค้า รวมถึงรายได้ที่เพิ่มขึ้นตามไปด้วย ได้แก่ ดินสอไม้ ไม้บรรทัดไม้ กระเป๋าใส่เครื่องเขียน โดยอนาคตใฝ่ฝันไว้ว่าถ้าเป็นไปได้วันหนึ่งเธออยากทำเวิร์กช็อปสอนแต่งหน้าสมุดเล็ก ๆ ขึ้นมา เพื่อให้ทุกคนได้ลองสนุกกับการออกไอเดียตกแต่งสมุดด้วยตัวเอง และทำให้แบรนด์เป็นที่รู้จักมากขึ้น

"คิดไว้เหมือนกันนะ หลายคนอาจจะมองว่างานที่เราทำนั้นง่าย สั่งสมุดมาและก็ปั๊ม ๆ วันหนึ่งอาจจะมีคนทำเหมือนกัน แต่จริง ๆ มันไม่ได้ง่ายขนาดนั้น ถึงจะสำเร็จรูปมาแล้วขั้นหนึ่ง แต่ก็เป็นงานที่ต้องใช้เวลา ใช้ความประณีต ที่สำคัญต้องมีไอเดีย ซึ่งไอเดียนี่แหละที่จะทำให้แบรนด์เราเข้มแข็ง จะพยายามพัฒนาปรับปรุงไปเรื่อย ๆ เพิ่มลูกเล่นรูปแบบให้มากขึ้น ซึ่งเรายังมีไอเดียดี ๆ อีกเยอะที่คิดจะทำ เชื่อว่าสิ่งนี้จะทำให้ลูกค้าเข้าใจ และรู้ว่า LUKE STORY คืออะไร"

LUKESTORY
lukestory.s
09-0880-3838

HOLDMEWITHLOVE
ใส่ความหมายให้ของขวัญ

Text : ขนิษฐา สุวรรณธรรมา / Photo : Otto

โอกาสของการเริ่มต้นธุรกิจ
บางครั้งก็มาจากจุดเล็กๆ
อย่างความหลงใหลในการทำงานแฮนด์เมด
ของ **วาวา-ลภัสศรันธ์ ฉันทจิตปรีชา**
ซึ่งนิสัยส่วนตัวของเธอไม่ใช่คนชอบซื้อของขวัญให้กับใคร
แต่กลับชอบทำของขวัญแฮนด์เมดให้
ด้วยเห็นว่ามีความพิเศษมากกว่า
ของที่หาซื้อได้ทั่วไปตามท้องตลาด

ของขวัญที่เธอทำไม่เพียงมีเสน่ห์ที่เป็นงานแฮนด์เมดเท่านั้น หากยังแฝงด้วยความหมายดี ๆ อย่างสวนในขวดโหลที่เธอตั้งใจนำดอกไม้แห้งและตุ๊กตามาจัดในขวดโหล เพื่อเป็นของขวัญให้กับคนรู้จัก เมื่อหลายคนได้เห็นและเกิดการถามถึง เธอจึงถือโอกาสนี้สร้างแบรนด์ Holdmewithlove ขึ้น

"ก่อนหน้านี้วาซื้อตุ๊กตาเซรามิกมาแต่งห้องอยู่แล้ว วันหนึ่งจึงเกิดความคิดอยากนำตุ๊กตาเหล่านี้ไปจัดในขวดโหลบ้าง คงน่ารักดี วาเลยลองจัดตุ๊กตาเซรามิกรูปสัตว์ หญ้า และดอกไม้แห้งลงในขวดโหลเพื่อทำเป็นของขวัญมอบให้เพื่อนในวันรับปริญญา เมื่อเพื่อนได้รับของขวัญชิ้นนี้เพื่อนก็ชอบ คนที่ได้เห็นก็ชอบและเกิดการถามถึง วาจึงตัดสินใจลองทำขายในอินสตาแกรมโดยใช้ชื่อแบรนด์ Holdmewithlove ซึ่งผลตอบรับที่ได้ถือว่าดีทีเดียว"

ในช่วงเริ่มต้น เธอยอมรับว่ายังไม่มีคู่แข่งมากนัก แต่เมื่อการจัดสวนในขวดแก้วกลายเป็นเทรนด์ หลาย ๆ แบรนด์จึงเริ่มหาเอกลักษณ์ให้กับสินค้าเพื่อให้ขายได้ อย่าง Holdmewithlove เองก็เลือกดึงความงามตามธรรมชาติของดอกไม้แห้งและหญ้ามาใช้ในการจัด โดยดอกไม้แห้งที่ใช้ต่างมีความหมายทั้งสิ้น อย่างดอกสแตติส มีความหมายว่า ความทรงจำที่ดี ส่วนหญ้าที่ใช้ก็เป็นหญ้าจริงที่ถูกนำมาดูดความชื้นก่อนย้อมสีให้สด ไม่เพียงเท่านี้ ตุ๊กตาที่ใช้ตกแต่งนอกจากจะน่ารักแล้วยังสื่อความหมายดี ๆ ด้วย เช่น ตุ๊กตานกฮูกสื่อถึงความเฉลียวฉลาด และตุ๊กตาแมวสื่อถึงความขี้อ้อน

"สวนในขวดโหลของ Holdmewithlove เป็นของขวัญที่เหมาะจะมอบให้คนพิเศษได้ทุกช่วงเทศกาล อีกทั้งยังมั่นใจได้ว่าเป็นของขวัญที่ไม่ซ้ำใครแน่นอน เพราะรับทำแบบ Made to Order โดยลูกค้าเลือกดอกไม้แห้ง ข้อความ และตุ๊กตารูปสัตว์กว่า 20 แบบได้ตามชอบ หรือหากต้องการเปลี่ยนแบบตุ๊กตา เช่น ต้องการตุ๊กตารูปชายหญิงก็สามารถสั่งได้ ทั้งนี้ถ้าลูกค้ามีตุ๊กตามาเอง ราคาที่ต้องจ่ายจะถูกกว่าราคาปกติมากทีเดียว"

Holdmewithlove ไม่เพียงมีหน้าร้านบนอินสตาแกรมเท่านั้น หากแต่มีหน้าร้านบนเฟซบุ๊ก เว็บไซต์ตลาดออนไลน์งานแฮนด์เมดอย่าง Blisby และแอพฯ ช้อปปิ้ง Shopee ซึ่งช่องทางเหล่านี้ทำให้แบรนด์เป็นที่รู้จัก

นอกจากการมีหน้าร้านออนไลน์ที่หลากหลายทำให้จำนวนลูกค้าในประเทศเพิ่มมากขึ้นแล้ว Holdmewithlove ยังกลายเป็นที่รู้จักของชาวสิงคโปร์ที่ชื่นชอบงานแฮนด์เมด โดยมีการติดต่อนำสินค้าไปวางขายที่สิงคโปร์ แต่ด้วยความที่เป็นสินค้าแฮนด์เมดจึงไม่มีสต็อกเพียงพอ เธอจึงปฏิเสธโอกาสครั้งนี้ไป แต่ถึงกระนั้นเธอยังโชคดีที่มีลูกค้าชาวมาเลเซียและเกาหลีสนใจนำสินค้าไปวางขายในประเทศของพวกเขา ซึ่งจำนวนสินค้าที่ต้องการไม่มากเกินกำลังการผลิตของเธอ เธอจึงตอบตกลง และนี่จึงกลายเป็นจุดเริ่มในการขยายตลาดไปยังต่างประเทศ ส่วนในอนาคตเธอตั้งใจขยายตลาดไปยังประเทศญี่ปุ่น เพราะเป็นประเทศที่ชื่นชอบงานไอเดีย จึงคิดว่าไม่ใช่เรื่องยากที่จะบุกตลาดนี้

"วามองว่า การโปรโมตเป็นสิ่งสำคัญที่ทำให้ลูกค้าเข้าถึงแบรนด์ สังเกตจากช่วงแรกที่ไม่โปรโมตสินค้าจะขายยากมากเพราะคนไม่รู้จัก แต่เมื่อลองโปรโมตทั้งการใช้แฮชแท็กที่เกี่ยวข้องกับสินค้าและการติดแท็กร้านที่รับโปรโมตฟรี จำนวนผู้ติดตามแบรนด์และยอดขายก็เพิ่มขึ้น นอกจากนี้อินสตาแกรมเป็นโซเชียลมีเดียที่เน้นรูปภาพเป็นหลัก ดังนั้น จำเป็นอย่างยิ่งที่ภาพต้องสวยเพื่อดึงดูดความสนใจของลูกค้า"

ในช่วงที่กระแสสินค้าแฮนด์เมดกำลังเป็นที่นิยมเช่นนี้ ไม่แปลกที่สินค้าแฮนด์เมดจะกลายเป็นที่ต้องการทั้งตลาดภายในประเทศและต่างประเทศ ฉะนั้นในฐานะของผู้ประกอบการรุ่นใหม่จึงควรแสวงหาเอกลักษณ์เฉพาะให้กับแบรนด์ มิใช่วิ่งตามกระแสจนลืมตัวตนของแบรนด์ ต้องมองหาแหล่งวัตถุดิบที่มีคุณภาพสำหรับใช้ในการสร้างงาน เพราะแม้สินค้าแฮนด์เมดจะมีราคาสูง แต่หากคุณภาพสินค้าดี ผู้ซื้อก็ยินดีที่จะจ่าย และท้ายสุดต้องไม่เกียจคร้านที่จะพัฒนาฝีมือตนเองอยู่ตลอด เพื่อให้สินค้าออกมาดีที่สุด

holdmewithlove
holdmewithlove
08-7100-0272
wangwawa.c

AIS STARTUP
ที่นี่บ่มเพาะ Startup

Text : กองบรรณาธิการ / Photo : Otto

ถ้าวัดชีพจรของ Startup ไทย จากจำนวน Startup ก็อาจจะบอกได้ว่า ณ ชั่วโมงนี้ชีพจรของ Startup ไทย กำลังขยับอย่างตื่นเต้น โดยจากดัชนีตัวเลขของ Startup ที่สมัครเข้าร่วมโครงการ AIS Startup ที่มีเพียงกว่า 10 ทีม ในปี 2554 เพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็ว ถึงกว่า 300 ทีมในปีที่ผ่านมา

"วันนี้รูปแบบการลงทุนได้เปลี่ยนแปลงไป ถ้ามีความรู้ความสามารถระดับหนึ่ง นำเสนอผลงานแล้วมีนักลงทุนสนใจ เชื่อว่าสิ่งนี้น่าจะเป็นสิ่งที่แปลกแล้วจะประสบความสำเร็จในอนาคต ก็จะมีเงินมาลงทุนให้ นี่คือวิวัฒนาการการทำธุรกิจที่เปลี่ยนไปจากสมัยก่อนต้องลงทุน ต้องกู้แบงก์ รับความเสี่ยงเองทั้งหมด แต่เดี๋ยวนี้ไม่ใช่แล้ว และนี่คือเหตุผลที่คิดว่าทำให้ Startup ไทยเติบโตขึ้นอย่างมาก นักลงทุนที่หวังผลระยะยาวเริ่มมอง Startup เพราะว่า Startup ที่ดีที่สำเร็จจะได้ผลตอบแทนจากการลงทุนมหาศาล" **สุวิทย์ อารยะวิไลพงศ์** ผู้ช่วยกรรมการผู้อำนวยการอาวุโส ส่วนงานบริหารผลิตภัณฑ์ เอไอเอส กล่าวถึงสถานการณ์ของ Startup ไทย

เอไอเอสคือหนึ่งในผู้บ่มเพาะสนับสนุน Startup ไทยผ่านโครงการ AIS Startup ซึ่งเริ่มมาตั้งแต่ปี พ.ศ.2554 โดย สุวิทย์ กล่าวว่า เอไอเอสไม่ได้ทำธุรกิจเป็นแค่ผู้ให้บริการทางด้านสื่อสารอย่างเดียว แต่ยังต้องมีแอพพลิเคชันต่าง ๆ เข้ามาร่วมด้วย ซึ่งการให้บริการเดต้านี้จำเป็นที่จะต้องมีพาร์ตเนอร์หรือผู้ร่วมให้บริการ ด้วยเหตุนี้ Startup จึงเป็นพาร์ตเนอร์ที่สำคัญของเอไอเอสในอนาคต

"รูปแบบการสนับสนุนในโครงการ AIS Startup คือให้ความรู้ในเรื่องของวิธีการต่าง ๆ ที่จะทำให้ Startup ประสบความสำเร็จ และถ้าเป็นไปได้คือการร่วมให้บริการ หมายความว่า Startup เขาให้บริการตามวิถีทางที่เขามีอยู่แล้ว ถ้าเขาสามารถเอามาเชื่อมโยงกับโอเปอร์เตอร์อย่างเรา ก็จะนำไปสู่การทำตลาดร่วมกัน เรามีตัวช่วยทำธุรกิจหลายอย่าง เช่น ถ้าต้องเก็บเงินเอง วางอินวอยซ์เองก็ลำบาก แต่ตรงนี้เป็นธุรกิจปกติของเอไอเอสที่ทำอยู่แล้ว ถ้าเขาเชื่อมต่อกับเราก็ไม่จำเป็นต้องไปเชื่อมต่อกับแบงก์ต่าง ๆ ในขณะเดียวกัน ถ้าเป็นไปได้เราจะช่วยยกระดับเขาให้ได้ไปทำตลาดต่างประเทศด้วย เช่น ล่าสุดพาทีมจาก AIS Startup ไปจาการ์ตาเพื่อไปพรีเซ้นต์งานให้กับกลุ่ม SingTel Inno 8 ฟัง ฉะนั้นเรามีสเตปในประเทศและต่อยอดออกไปโกอินเตอร์ด้วย"

ทั้งนี้ ที่ผ่านมามีหลายโปรเจ็กต์จากโครงการ AIS Startup ทีเดียวที่ได้รับความสนใจนักลงทุน ซึ่งสุวิทย์ให้ความเห็นว่า ขณะที่ Startup ต้องการเงินลงทุน ในส่วนของนักลงทุนก็จะดูที่โอกาสความสำเร็จ ดังนั้น โปรเจ็กต์ที่ Startup สร้างสรรค์ขึ้นจึงต้องตอบโจทย์ความต้องการของผู้บริโภค ณ ปัจจุบันว่า ผู้บริโภคมีความต้องการอะไร ผู้บริโภคได้ประโยชน์อะไรเมื่อนำไปใช้ ที่สำคัญหากสามารถนำไปใช้ประโยชน์ในประเทศอื่นได้ โอกาสในการสร้างความสำเร็จในต่างประเทศก็จะตามมาอีกมาก

"โปรเจ็กต์แบบไหนที่จะมีโอกาสประสบความสำเร็จ ก็คือ Jobs-to-be-done คือมีงานที่อยากให้มีคนทำให้ แต่ยังไม่มีใครทำให้สักที แล้ว Innovation พยายามจะคิดว่าสิ่งนี้มันอยู่ตรงไหน จะไปทำตรงนี้มาได้ยังไง เพื่อนำมาเสนอเป็นผลงานโซลูชั่น ตรงนี้นักลงทุนก็ต้องดูด้วยว่ามันตอบโจทย์หรือเปล่า บางคนทำไปอาจจะเป็นประเภท Me Too เห็นเขาทำก็ทำตาม ซึ่งโอกาสที่จะประสบความสำเร็จทางธุรกิจอาจจะไม่มีเท่าไหร่ บางคนทำเพราะเทคนิคมันดูว้าว ดูหรือหวา ดูเทคนิคดี แต่ไม่ตอบโจทย์สังคม ไม่ได้มีคนอยากใช้ ก็ยากที่จะประสบความสำเร็จ ฉะนั้นอย่าให้น้ำหนักกับความว้าว แต่ถ้าทำอะไรที่ตอบ Jobs-to-be-done อะไรที่ไม่มีใครทำมาก่อนแล้วคุณทำแล้วมันใช่ อันนี้คือมีโอกาสที่จะประสบความสำเร็จ นักลงทุนเองก็คงมองตรงนี้ด้วยเหมือนกันว่า โปรเจ็กต์นั้นมีโอกาสตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค มีโอกาสประสบความสำเร็จหรือเปล่า ต้องยอมรับอย่างหนึ่งว่า เวลาที่ทำ Innovation Service เราทำภายใต้สมมุติฐานบางอย่าง คงต้องเป็นอย่างนั้น คงต้องคิดอย่างนี้ เพราะถ้ารู้เรื่องดีก็ไม่มี Innovation ฉะนั้นสิ่งที่เราคิดขึ้นมาแล้วเราคิดว่าตอบโจทย์อาจจะตอบโจทย์หรือไม่ก็ได้ ทุกอย่างจึงมีความเสี่ยงทั้งสิ้น"

สุวิทย์ย้ำว่า Startup ที่เพิ่งเริ่มต้นมักจะมีความเสี่ยง เพราะยังไม่รู้ว่าโปรเจ็กต์ที่ทำนั้นจะตอบโจทย์ Jobs-to-be-done หรือไม่ ซึ่งการเข้ามาในจังหวะนี้ของนักลงทุน ก็จะเป็นในลักษณะขอลองขอมีส่วนร่วมเพื่อตามไปดูว่าเป็นอย่างไร ฉะนั้น Startup ที่ดีจึงต้องมีการปรับโปรเจ็กต์ของตัวเองอยู่ตลอดเวลา แต่ในบางสเตปที่ Startup ติดตลาดมาแล้วระดับหนึ่ง นักลงทุนอาจจะดูผลตอบแทนเป็นหลัก เพราะเริ่มเห็นแล้วว่าโปรเจ็กต์นั้นตอบโจทย์มีประโยชน์ต่อผู้บริโภคจริง ฉะนั้น นักลงทุนก็จะต้องดูจังหวะของ Startup ด้วยเช่นเดียวกัน อย่างไรก็ตาม Startup หลายคนที่เก่งเทคนิคแต่กลับขายงานหรือพรีเซ้นต์งานไม่เป็นก็มีปัญหาเหมือนกัน

"Startup ไทยเก่งมีความรู้ความสามารถไอเดียดีไม่ด้อยกว่าใคร เพียงแต่ที่ผ่านมาอาจจะพลาดเรื่องของการพรีเซ้นต์ ศาสตร์การนำเสนอจึงเป็นอีกหนึ่งเรื่องที่ Startup ไทยควรศึกษา พรีเซ้นต์อย่างไรให้โดนใจนักลงทุนในเวลาที่จำกัด จุดไหนที่นักลงทุนสนใจให้ความสำคัญ ฉะนั้นในส่วนนี้ Startup ก็ต้องทำการบ้านอย่างหนักด้วยเช่นเดียวกัน"

โฆษณาบนโซเชียลมีเดียอย่างไรให้ได้ผล

Text : Kritsana S.

การจะทำธุรกิจให้เป็นที่รู้จักจำเป็นต้องโฆษณา ซึ่งหลายธุรกิจเลือกโฆษณาผ่านโซเชียลมีเดีย ด้วยค่าใช้จ่ายในการโฆษณาไม่มากและเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้แม่นยำกว่า โดยที่ผ่านมามีหลายเว็บไซต์ที่โฆษณาผ่านเฟซบุ๊กแล้วประสบความสำเร็จ สามารถสร้างยอดไลก์ แชร์ คอมเมนต์ได้สูงทีเดียว มาดูกันว่าเว็บไซต์เหล่านั้นมีเทคนิคอย่างไรบ้าง

1

ตัดสินใจเลือกกลุ่มเป้าหมายให้ชัดเจน

อย่างที่รู้ว่าเฟซบุ๊กสามารถกำหนดได้ว่า ต้องการให้ใครเห็นโฆษณา ดังนั้น ก่อนทำการโฆษณาผ่านเฟซบุ๊ก จึงควรทำวิจัยเกี่ยวกับกลุ่มเป้าหมาย เพื่อให้ทราบว่าใครคือกลุ่มเป้าหมายที่แท้จริง ทั้งนี้ ตัวอย่างเว็บไซต์ที่โฆษณาผ่านเฟซบุ๊กแล้วประสบความสำเร็จคือ Reader's Legacy เว็บไซต์ที่สามารถสร้างรายได้จากทุกกิจกรรมที่เกี่ยวกับหนังสือ เช่น การอ่าน การกดติดตามนักเขียน และการแชร์ลิงก์ไปยังโซเชียลมีเดียต่าง ๆ ซึ่ง Reader's Legacy ได้สำรวจชายและหญิงในอเมริกาและแคนาดาวัย 35-60 ปี พบว่า 75 เปอร์เซ็นต์ของนักอ่านเป็นผู้หญิง ดังนั้น Reader's Legacy จึงตัดสินใจกำหนดผู้เห็นโฆษณาบนเฟซบุ๊กเป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย และนี่จึงทำให้การโฆษณาเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้ตรงตามความต้องการ

2

นำเสนอคุณค่าที่แท้จริงของเว็บไซต์

ควรเลือกดึงดูดความสนใจของกลุ่มเป้าหมายที่กดติดตามเฟซบุ๊กด้วยการนำเสนอคุณค่าที่แท้จริงของเว็บไซต์ ด้วยการจัดโปรโมชั่น ยกตัวอย่าง Reader's Legacy จัดโปรโมชั่นสำหรับผู้ใช้งานใหม่ทุกคนจะได้รับ Litcoins ในจำนวนที่สามารถนำไปซื้อหนังสือบนเว็บไซต์ได้ และหากเชิญผู้อื่นมาใช้งานเว็บไซต์ได้สำเร็จจะได้รับ Litcoins เพิ่มเพื่อซื้อหนังสือเล่มที่สอง สำหรับกลยุทธ์นี้คล้ายกับกลยุทธ์ของ PayPal นั่นเอง กล่าวคือ ผู้ใช้งานใหม่ทุกคนจะได้รับ 10 ดอลลาร์สหรัฐฯ สำหรับสร้างบัญชี ซึ่ง PayPal จ่ายมากกว่า 1 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ ในการทำกลยุทธ์นี้ แต่ผลที่ได้รับกลับมาถือว่าคุ้มค่าทีเดียว

3

มีส่วนร่วมกับผู้ที่แสดงความคิดเห็นและแชร์โพสต์

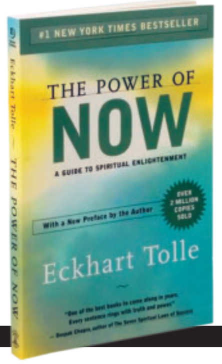
การเชิญคนมาติดตามเฟซบุ๊กทำได้ไม่ยาก เพียงคลิกที่จำนวนไลก์ รายชื่อผู้ไลก์โพสต์ก็จะแสดงขึ้นมา หากผู้ใดยังไม่กดติดตามจะมีปุ่ม Invite แสดง เพียงกดปุ่มนี้ เฟซบุ๊กจะส่งข้อความเชิญบุคคลนั้นให้มากดติดตามเฟซบุ๊ก ในส่วนของการแสดงความคิดเห็น โพสต์ที่ประสบความสำเร็จสังเกตง่าย ๆ คือมีคนเข้ามาแสดงความคิดเห็นเป็นจำนวนมาก ซึ่งหากเจอความคิดเห็นที่เป็นลบ เช่น เว็บไซต์นี้หลอกลวง ควรเลือกที่จะชี้แจงถึงสิ่งที่พวกเขาเข้าใจผิดแทนการลบความคิดเห็นนั้น ส่วนความคิดเห็นอื่น ๆ ก็ควรจะเข้าไปแสดงการขอบคุณ เช่น ขอบคุณสำหรับการแชร์ เราหวังว่าคุณจะชอบ เป็นต้น

1

น้องชาย-น้องสาว

"ทุกวันนี้กิ๊ฟใช้เวลาส่วนหนึ่งไปกับงานและเวลาอีกส่วนหนึ่งไปกับการดูแลน้องชายและน้องสาว ซึ่งการใช้เวลาร่วมกันทำให้กิ๊ฟได้รู้ถึงความชอบและความรู้เยอะของพวกเขา อย่างน้องชายชอบอ่านหนังสือและบริโภคสื่อเยอะจึงรู้เรื่องการเมืองและสถานการณ์ต่างๆ รอบตัวมากกว่า ส่วนน้องสาวชอบทำเบเกอรี่ก็จะแนะนำว่า ยูทูบช่องไหนสอนทำเบเกอรี่ หรือสีผสมอาหารแบบใดดี แบบใดไม่ดี และด้วยความที่กิ๊ฟและน้องสนิทกัน เวลาพวกเขามีปัญหาก็จะคุยกับกิ๊ฟ เพราะกิ๊ฟจะไม่ทำตัวเป็นผู้ใหญ่ แต่จะเป็นเพื่อนที่คอยรับฟังว่า พวกเขาแก้ไขปัญหาอย่างไร ทำไมถึงทำแบบนี้ และหากมีโอกาสจะค่อยๆ สอนวิธีการแก้ปัญหาว่า ถ้าเป็นพี่กิ๊ฟจะทำแบบนี้นะ"

2



หนังสือ The Power of Now

"กิ๊ฟเป็นคนที่อ่านหนังสือเยอะมาก แต่มีหนังสือไม่กี่เล่มที่รู้สึกว่าทำให้ชีวิตเปลี่ยนอย่าง The Power of Now หนังสือที่ให้มุมมองในการทำงานและการใช้ชีวิตได้เป็นอย่างดี ผู้เขียนเขียนในลักษณะของจิตวิทยาและเขียนถึงการมีสติ ซึ่งเมื่อก่อนกิ๊ฟเป็นคนคิดเยอะและวิเคราะห์ตัวเองอยู่ตลอดเวลา พยายามทำให้ตัวเองดีที่สุดจนในที่สุดรู้สึกเหนื่อย แต่เมื่อได้อ่านหนังสือเล่มนี้ก็รู้ว่า เราสร้างเอกลักษณ์ได้จากสิ่งที่เราเป็นและไม่จำเป็นต้องเหมือนคนอื่นเพราะทุกคนไม่เหมือนกัน อย่างการออกแบบร้าน Zaab Eli คาแร็กเตอร์ของร้านจะไม่มีทางซ้ำเจนอย่างทุกวันนี้ หากเลือกออกแบบตามร้านอื่น"

3

งานศิลปะ

"แม้จะเลือกทำธุรกิจทั้งที่เรียนจบด้านศิลปะ แต่อย่างไรกิ๊ฟยังสนใจงานศิลปะเหมือนเดิม เพราะการได้เสพงานศิลป์ก็เหมือนได้เติมแรงบันดาลใจในการทำงาน โดยทุกๆ ปีกิ๊ฟจะไปดูงานแสดงผลงานศิลปะของศิลปินที่ชื่นชอบ อย่างปีนี้รอไปดูงานแสดงผลงานศิลปะของ Takashi Murakami ที่ Mori Art Museum ประเทศญี่ปุ่น และศิลปินอีกคนที่กิ๊ฟติดตามคือ Yayoi Kusama ศิลปินหญิงที่ยังมีชีวิตและผลงานมีราคาแพงที่สุดในโลก โดยผลงานต่างๆ ของเธอมีสีสันที่แปลกตา แหวกแนว และเป็นลายจุด ซึ่งการออกแบบร้าน Zaab Eli ก็ได้แรงบันดาลใจจากงานศิลป์ที่กิ๊ฟชอบ โดยกิ๊ฟตั้งใจให้เป็นร้านอาหารอีสานที่ไม่เคยมีมาก่อน อย่างสาขาแรกจะเน้นสีสันสดใสและเป็นสีที่ตัดกัน ส่วนของตกแต่งอย่างโคมไฟจะเป็นงานแฮนด์เมดที่ทำกันเองกับทีม แต่เมื่อกิ๊ฟโตขึ้น สาขาต่อมาก็มีความเป็นผู้ใหญ่ตามเราด้วย โดยเลือกใช้สีที่นิ่มขึ้นและตกแต่งร้านด้วยครกไม้สาก และกระเบื้องสังกะสี"

4

ภาพยนตร์เรื่อง Life is Beautiful

"กิ๊ฟประทับใจภาพยนตร์เรื่องนี้มาก เนื้อเรื่องพูดถึงชายชาวยิวที่ทำทุกอย่างเพื่อให้ได้รักกับผู้หญิงคนหนึ่ง ต่อมาทั้งคู่แต่งงานกันและมีลูกชาย และเมื่อเกิดเหตุการณ์กวาดล้างเผ่าพันธุ์ยิวในสงครามโลกครั้งที่ 2 พวกเขาจำต้องไปอยู่ในค่ายกักกัน ซึ่งผู้เป็นพ่อได้พยายามสร้างทัศนคติที่ดีให้กับลูกชาย เพื่อให้ลูกมองเหตุการณ์ร้ายๆ ครั้งนี้เป็นภาพความทรงจำที่สวยงาม โดยสิ่งที่กิ๊ฟได้จากภาพยนตร์เรื่องนี้คือหากมีทัศนคติที่ดี มองโลกในแง่ดี เราก็สามารถทำให้ชีวิตสวยงามได้แม้จะอยู่ในสถานการณ์ที่เลวร้าย และการทำงานก็เหมือนกัน หากรู้สึกเหนื่อยหรือท้อ ขอแค่เปลี่ยนมุมมองในการทำงานก็ทำให้เรามีความสุขกับงานต่อไปได้"

ความสำเร็จฉบับ Zaab Eli
วริษา ภาสกรนที

Text : Kritsana S.

กิ๊ฟ-วริษา ภาสกรนที สาวสวยคนเก่ง
ที่นอกจากสวมหมวกเจ้าของร้านอาหารอีสานฟิวชั่น
สุดแซบอย่าง Zaab Eli แล้ว เธอยังรับช่วงต่อจาก
คุณพ่อ ตัน ภาสกรนที ในการเข้ามาดูแล Villa Maroc
รีสอร์ตหรูสไตล์โมร็อกโกริมหาดปราณบุรี
ซึ่งสิ่งที่คอยกระตุ้นให้เธอลงมือทำงานอย่างตั้งใจ
ในทุกๆ วันมาจากแรงบันดาลใจเหล่านี้

5

กีฬา

"ทุกคนมีวิธีเจริญสติที่ต่างกัน บางคนอาจนั่งสมาธิ หรือเข้าวัด ไหว้พระ แต่กิ๊ฟเลือกที่จะเล่นกีฬาที่อยู่กับตัวเอง อย่างการสกีและสเกตน้ำแข็ง ซึ่งการเล่นสกีและสเกตน้ำแข็งไม่เพียงให้ความรู้สึกว่าเรากำลังอยู่ในโลกที่มีแค่เรา แต่ยังช่วยเรื่อง Body and Mind ทำให้มีสมาธิ ความคิดปลอดโปร่ง และรู้สึกเหมือนได้ซ่อมแซมตัวเอง ได้ชาร์จพลังให้ชีวิต ส่วนการเล่นโยคะก็ช่วยให้คิดอะไรดีๆ ได้ อย่างการคิดหาวิธีแก้ไขปัญหาที่เกิดขณะทำงาน บางครั้งนั่งคิดนานมากก็คิดไม่ออก แต่เมื่อไปเล่นโยคะ แม้จะเล่นแค่ 1 ชั่วโมง แต่ก็ช่วยให้คิดวิธีการแก้ปัญหานั้นออก"

HEALTHY BODY

สุขภาพเท้าก็สำคัญ

Text : น้ำค้าง

เท้าเป็นอวัยวะที่เรียกได้ว่าได้รับการใส่ใจน้อยที่สุด เมื่อเทียบกับอวัยวะอื่นๆ ในร่างกาย ทั้งที่ความจริงแล้ว ความสำคัญของมันก็ไม่ได้ยิ่งหย่อนไปกว่าส่วนอื่นๆ

เท้าประกอบด้วยกระดูก 26 ชิ้น เป็นที่รวมของปลายประสาท กล้ามเนื้อ เอ็น ข้อต่อ มันไม่ได้เป็นแค่อวัยวะที่พาเราเคลื่อนไหวจากจุดหนึ่งไปยังอีกจุดหนึ่ง แต่ยังเป็นอวัยวะที่แบกรับน้ำหนักร่างกายทั้งหมด และรักษาสมดุลการทรงตัว เราไม่ค่อยดูแลมัน จนกระทั่งวันไหนที่เท้าได้รับบาดเจ็บจนส่งผลต่อการใช้ชีวิตประจำวันนั่นแหละ เมื่อนั้นเราจึงตระหนักถึงความสำคัญของมัน

อย่าปล่อยให้ปัญหาเกิดขึ้น มาเริ่มดูแลสุขภาพเท้ากันเถอะ โดยเริ่มจาก

ล้างเท้าให้สะอาดทุกวัน ถ้าอยู่นอกบ้านทั้งวัน เท้าอุดอู้อยู่ในรองเท้า ลองคิดดูเถอะว่าจะหมักหมมแค่ไหน ฉะนั้น ทำความสะอาดเท้าสักนิดคงไม่ทำให้เสียเวลาเพิ่มขึ้นสักเท่าไร หลังอาบน้ำก็ควรเช็ดเท้าให้แห้ง พยายามอย่าปล่อยให้เท้าเปียก ชื้น แฉะเพราะอาจทำให้เชื้อรามาเยือน

เท้าก็ต้องการการบำรุง ทาครีมถนอมผิว ทากันแดดเมื่อต้องเปลือยเท้ากลางแดด อย่าปล่อยให้ผิวเท้าแห้งเหี่ยวไม่น่ามอง วันหยุดหากมีเวลาลองทำสปาเท้าแบบง่าย ๆ เองที่บ้าน โดยการแช่เท้าในน้ำอุ่น ขัดถูขี้ไคลและเซลล์ผิวหนังที่ตายแล้วออก ทาโลชั่นบำรุง หรือไม่ก็ซื้อแผ่นมาสก์เท้ามาใช้ พอกทิ้งไว้แค่ชั่วโมงเดียวเท้านุ่มเนียนทันตาเห็น

เวลาตัดเล็บเท้าต้องระมัดระวัง หากไม่มั่นใจเข้าร้านเสริมสวยให้มืออาชีพตัดแต่งเล็บจะดีกว่า เพราะการตัดเล็บเท้าเองแบบไม่ระวัง บ่อยครั้งทำให้เกิดเล็บขบ หรือถ้าตัดเข้าเนื้อ นอกจากสร้างความเจ็บปวดยังอาจทำให้อักเสบลุกลามถึงขั้นต้องถอดเล็บได้

ลงทุนซื้อรองเท้าคุณภาพดี อาจจะราคาแพงหน่อยแต่ก็ดีต่อสุขภาพเท้า และควรซื้อรองเท้าช่วงบ่ายเพราะเป็นช่วงที่เท้าขยายตัวมากสุด หากรองเท้าคู่ไหนที่ซื้อมาแล้วใส่ไม่สบาย ตัดใจเสียเถอะ อย่าฝืนใส่เพราะความเสียดายเพราะหากเท้าพังขึ้นมา ไม่คุ้มกับการรักษาหรอก

สำหรับสาว ๆ ที่ชอบใส่รองเท้าส้นสูง หากใส่ออกงานเป็นครั้งเป็นคราวก็พอไหวอยู่ แต่อย่าใส่เป็นประจำทุกวัน ตั้งแต่เช้ายันเย็นหรือวันละหลาย ๆ ชั่วโมง เพราะความสูงของรองเท้ามีผลต่อการโค้งงอของกระดูกสันหลัง เมื่อนานไป กระดูกสันหลังอาจผิดรูปได้

สำหรับคนทำงานที่ต้องยืนตลอดเวลาหรือยืนนาน ๆ นอกจากรองเท้าที่ใส่สบายแล้ว ควรหาซื้อแผ่นรองในรองเท้ามาเสริมเพื่อช่วยซัพพอร์ตเท้า

กล้ามเนื้อที่เท้าก็เหมือนกล้ามเนื้ออื่น ๆ คือต้องการการออกกำลังกายเพื่อสร้างความแข็งแรง หาเวลาเดินเท้าเปล่าบนสนามหญ้า พื้นดิน พื้นทรายบ้าง หรือหากไม่มีเวลาจริง ๆ บริหารเอ็นร้อยหวายและข้อเท้าด้วยการยืน เขย่งเท้าจนสุด ค้างไว้ 10 วินาที ลดเท้าลง อาจจะทำทีละ 2 ข้าง หรือทำทีละข้างสลับกันทำอย่างนี้ติดต่อกันหลาย ๆ ครั้งจะทำให้การทรงตัวดีขึ้น และไม่ล้มง่าย

เป็นการดูแลเท้าแบบง่าย ๆ ใคร ๆ ก็ทำได้ อาจจะเป็นอวัยวะเบื้องล่าง แต่การใส่ใจสุขภาพเท้าก็ส่งผลต่อสุขภาพกายอื่น ๆ ด้วยเช่นกัน

HAPPY MIND

10 อย่า เวลาโกรธ

Text : Morning Dew

เป็นเรื่องปกติของปุถุชนที่จะมีอารมณ์รัก โลภ โกรธ หลง สารพัดอารมณ์ที่ประดังเข้ามาในแต่ละวัน อารมณ์ที่หลายคนรับมือยากที่สุดคือความโกรธ หรือความโมโห เพราะมักทำให้คนนั้น ๆ ขาดสติ จึงมีคำพูดที่ว่า "โกรธคือโง่ โมโหคือบ้า" มีข้อแนะนำว่า 10 พฤติกรรมต่อไปนี้ไม่ควรทำเวลาโมโหโทโส

- **อย่าโพสต์อะไรใดๆ ในเฟซบุ๊กหรือโซเชียลมีเดีย**

เพราะเวลาที่โมโหมาก ๆ เรามักขาดการไตร่ตรอง เช่น กรณีนักร้องคนหนึ่งที่ใช้ถ้อยคำหยาบคายโต้ตอบคนที่เข้ามาแสดงความเห็นกรณีที่เขาไปขีดเขียนบนหลักกิโลเมตรที่ภูชี้ดาว จนโดนกระแสต่อต้านจากสังคม

- **อย่าตอบอีเมล**

เพราะความโกรธนั้นสามารถสะท้อนผ่านตัวอักษร ผ่านสำนวนการเขียน คนรับสารปลายทางสามารถรับรู้ได้ หากรู้สึกอึดอัดมาก ๆ ให้เขียนระบายลงบนเศษกระดาษแล้วฉีกทิ้งไป วิธีนี้จะปลอดภัยกว่า

- **อย่าดื่มแอลกอฮอล์**

หากหวังจะใช้ดับความขุ่นมัว มันไม่ได้ผล มีแต่จะทำให้ยิ่งปะทุ แอลกอฮอล์ส่งผลต่อการทำงานของสมองส่วนหน้าซึ่งควบคุมอารมณ์เวลาถูกกระตุ้น การดื่มแอลกอฮอล์จะทำให้สมองควบคุมอารมณ์ได้น้อยลง

- **อย่าขับรถ**

เป็นอะไรที่อันตรายและเสี่ยงต่อการเกิดอุบัติเหตุได้มากขึ้น เพราะเวลาโกรธ เราจะถูกครอบคลุมด้วยรังสีทำลายล้าง การกระโดดขึ้นประจำหลังพวงมาลัย แล้วกระทืบคันเร่งออกไป อาจทำให้ไม่ได้กลับมาอีก นอกจากนั้น ความสามารถในการมองเห็นขณะโกรธยังเปลี่ยนไป คือมักจะมองตรงไปข้างหน้าและไม่สนใจรอบข้าง

- **อย่าพร่ำบ่นหรือก่นด่า**

การระบายความรู้สึกออกมาดูจะเป็นเรื่องดี ทำให้หายคับอกคับใจ แต่ควรสังเกตคนรอบข้างด้วยว่าเขาเต็มใจรับฟังคำบ่นของเราหรือไม่ การบ่นไปเรื่อย อาจสร้างความรำคาญยิ่งยวดให้เพื่อนร่วมงานหรือคนใกล้ตัว

- **อย่าประชดด้วยการกิน**

คนที่อยู่ในอารมณ์โมโหมีแนวโน้มจะกินไม่เลือก นอกจากนั้น ยามที่เกิดอารมณ์โกรธ สมองจะตีความว่าร่างกายกำลังตกอยู่ในอันตราย จึงตอบสนองด้วยปฏิกิริยา "สู้หรือหนี" (Fight or Flight) อันเป็นการเตรียมพร้อมรับมือสถานการณ์ฉุกเฉิน ช่วงนี้จึงเป็นช่วงที่ระบบย่อยอาหารทำงานไม่เต็มประสิทธิภาพ หากกินเยอะ ๆ อาจทำให้ท้องไส้ปั่นป่วนได้

- **อย่าต่อล้อต่อเถียง**

คำพูดที่พร่างพรูออกมาขณะโมโหมักไม่ผ่านการคัดกรอง บางคำพูดอาจทำร้ายจิตใจคนฟัง เดินออกไปจากตรงนั้น สงบสติอารมณ์ แล้วกลับมาพูดคุยกันใหม่ด้วยเหตุผล

- **อย่าผูกใจเจ็บ**

และคิดวนเวียนแต่เรื่องที่ไม่สบายใจ การคิดแต่เรื่องเดิม ๆ ซ้ำไปซ้ำมาเป็นการสะสมความเครียดโดยไม่รู้ตัว

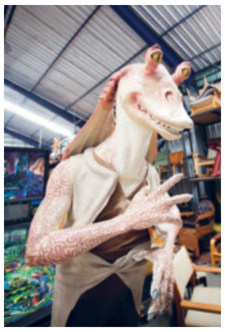
- **อย่าละเลยความดันโลหิต**

ทุกครั้งที่โมโห สังเกตดูสิว่าใจจะเต้นแรง ความดันโลหิตพุ่ง สองชั่วโมงผ่านไป บางทีความดันก็ยังไม่ลดลง การปล่อยให้ความดันโลหิตพุ่งขึ้น-ลงไม่ดีต่อสุขภาพ และเป็นการเพิ่มความเสี่ยงต่อโรคหัวใจ และโรคหลอดเลือดแดง (Stroke)

- **อย่าเข้านอนพร้อมความโกรธ**

เพราะนั่นเป็นการสะสมอารมณ์ขุ่นมัว ส่งผลต่อคุณภาพการนอน คือนอนหลับไม่สนิท หรือนอนน้อย สิ่งที่ตามมาคือร่างกายพักผ่อนไม่เพียงพอ เมื่อตื่นนอนจึงไม่รู้สึกสดชื่นกระปรี้กระเปร่า

DECORATION Taxt : nimchri /Photo : Otto, เจษฎา ยอดสุรางค์



1 OF A KIND

ร้านอาหารเล็ก ในร้านเฟอร์นิเจอร์ใหญ่

เพราะความหลงใหลในเฟอร์นิเจอร์ และข้าวของเครื่องใช้สไตล์สแกนดิเนเวีย ที่ได้พบเห็นและเก็บสะสมไว้ระหว่างเดินทางไปศึกษาต่อต่างประเทศและท่องเที่ยวไปยังที่ต่าง ๆ กอปรกับเป็นคนชอบทำอาหารและเคยได้ทดลองเรียนมา ทำให้วันหนึ่งเมื่อถึงเวลาต้องกลับมาอยู่เมืองไทย **แอม-รวินท์ วจะโนภาส** จึงคิดนำทั้งสองสิ่งที่ชอบมารวมกัน ด้วยการเปิดเป็นร้านขายเฟอร์นิเจอร์สไตล์วินเทจที่มีร้านอาหารเล็ก ๆ รวมอยู่ด้วย ในซอยพระรามเก้า 46 ร่วมกับหุ้นส่วนอีกหนึ่งคน **กร-พรรณสวลี พิมพ์สมฤดี** ภายใต้ชื่อ "1 Of A KIND" (Vintage Nordic Furniture)

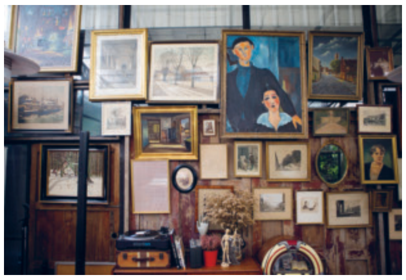
ที่มาของชื่อ 1 OF A KIND มาจากจุดเด่นของเฟอร์นิเจอร์แต่ละตัวที่มีเพียงชิ้นเดียว เพราะในการเดินทางแต่ละครั้ง ไม่สามารถคาดเดาได้เลยว่าจะไปพบกับอะไรบ้าง และจะได้อะไรกลับมา ของทุกชิ้นจึงมีเรื่องราวของตัวเอง โดยตัวร้านแบ่งออกเป็น 2 ส่วน คือ ร้านอาหารและโกดังเก็บเฟอร์นิเจอร์ ร้านอาหารตั้งอยู่บนเนินสนามหญ้าเล็ก ๆ ด้านหน้า สร้างด้วยไม้และโครงเหล็ก เพราะตั้งใจอยากให้เป็นบ้านหลังเล็ก ๆ บรรยากาศอบอุ่นเหมือนมากินข้าวบ้าน อาหารที่ทำเป็นอาหารสไตล์อิตาเลียน บางเมนูปรับให้ถูกปากคนไทย อย่างมักกะโรนีต้มยำ มี 2 ส่วนให้เลือกนั่ง จะนั่งในร้านหรือชมวิวที่โต๊ะบาร์ด้านนอกก็ได้

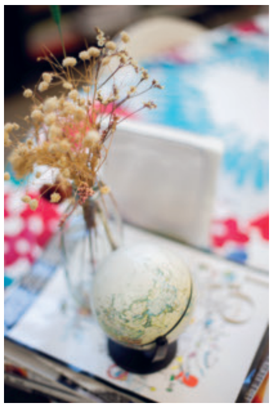
ถัดจากร้านอาหาร คือ พื้นที่ของโกดังเก็บเฟอร์นิเจอร์ที่เก็บรวบรวมเฟอร์นิเจอร์จากพื้นที่ต่าง ๆ ในกลุ่มประเทศสแกนดิเนเวีย ได้แก่ สวีเดน นอร์เวย์ เดนมาร์ก รวมไปถึงไอซ์แลนด์ ฟินแลนด์ ซึ่งเป็นประเทศในกลุ่มนอร์ดิก (Nordic) หรือยุโรปเหนือด้วย โดยลักษณะเด่นของเฟอร์นิเจอร์สแกนดิเนเวีย คือ มีความเรียบ เก๋ ไม่เยอะฟู่ฟ่าเหมือนสไตล์หลุยส์ โดยทุกชิ้นล้วนมีที่มาแตกต่างกัน บางชิ้นเป็นผลงานของศิลปินชื่อดังที่เคยลงในนิตยสาร

โครงสร้างของโกดังทั้งหมดถูกสร้างมาจากโครงเหล็ก สังกะสี กระจก และไม้ แบ่งพื้นที่ออกเป็น 2 ส่วน คือ ห้องโถงกระจก ผนังเกือบทุกด้านสร้างจากบานหน้าต่างกระจกสามารถมองทะลุไปถึงสวนสีเขียวด้านหลังและเปิดรับลมเย็นจากภายนอกได้ มีการจัดวางโต๊ะเก้าอี้ที่เป็นของสะสมให้เลือกนั่งรับประทานอาหารได้ในอีกบรรยากาศหนึ่ง ภาพวาดสีน้ำมันบนผนังไม้ด้านหนึ่งช่วยทำให้ห้องดูอบอุ่นและมีชีวิตชีวามากยิ่งขึ้น อีกส่วน คือ พื้นที่ของโกดังเก็บเฟอร์นิเจอร์และบรรดาข้าวของเครื่องใช้มากมายที่เก็บสะสมมาระหว่างอาศัยอยู่ต่างประเทศ ไม่ว่าจะเป็นโต๊ะ ตู้ โคมไฟ หีบใส่ของ โมเดลหุ่นจำลองจากภาพยนตร์ชื่อดัง เช่น Star Wars ผนังด้านหนึ่งทำเป็นชั้นวางโชว์เก้าอี้ในรูปแบบต่าง ๆ สนใจสามารถสอบถามราคาได้ แต่เนื่องจากเป็นของสะสมบางชิ้นที่รักมากจึงอาจไม่ได้ขาย โดยสไตล์การตกแต่งทั้งหมดมาจากความชอบที่ผสมรวมกันจึงไม่มีนิยามตายตัว ทุกอย่างคิดออกแบบกันเอง ตั้งแต่การวางเลย์เอาต์ ไปจนถึงการเลือกใช้วัสดุที่หลากหลาย ทั้งเหล็ก ไม้ สังกะสี แต่ก็สามารถผสมกลมกลืนกันได้อย่างลงตัว

จากที่ได้สัมผัสรวม ๆ แล้ว ไม่ว่าสไตล์การตกแต่ง ที่คิดออกแบบกันเองตามความชอบ รูปแบบร้านที่เลือกทำเป็นร้านเฟอร์นิเจอร์ที่มีร้านอาหารเล็ก ๆ รวมอยู่ด้วย ความพิเศษของเฟอร์นิเจอร์และอาหารทุกอย่างเหมาะกับการเป็น 1 Of A KIND คือ มีเพียงหนึ่งเดียวจริง ๆ

เปิด 11.00-21.30 น. (หยุดวันพุธ)
☎ 08-1255-0033, 0-2718-3260
1ofakindstyle
1ofakindstyle
1ofakindstyle





SHOPPING@ONLINE Text : มุ้มมิ๊ม

FOOD FOR **SUMMER**

ในขณะที่หน้าหนาวกำลังจะผ่านพ้น หน้าร้อนกำลังจะมาเยือน นอกจากแสงแดด สายลม อีกสีสันที่ทำให้เรานึกถึงบรรยากาศความเป็นฤดูร้อน ก็คือ อาหารการกินที่หลากหลาย ทั้งผักผลไม้ อาหารทะเลสดๆ รสแซบๆ เผ็ดๆ ร้อนๆ Shopping Online ฉบับนี้ จึงขอนำเสนอสินค้าที่นำอาหารมาเป็นไอเดียสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ขึ้นมา

DID YOU SEE ANY PATTERN

กระเป๋าผ้าแคนวาสแบบสะพายข้างและกระเป๋าซิปไว้ใส่ของจุกจิก ในรูปภาพของต้มข่าไก่ ข้าวเม่าปูผัดผงกะหรี่นี้เป็นผลงานของแบรนด์ Did you see any pattern ที่ได้แรงบันดาลใจจากนำความจำเจหรือสิ่งที่เราเห็นกันอยู่บ่อยๆ ซ้ำๆ มาสร้างให้เกิดงานศิลปะที่สนุกที่เรียกว่า "Pattern" ผ่านภาพวาดสีน้ำและภาพถ่าย

Facebook: Did you see any pattern ?
Instagram: Did you see any pattern

GOKUDERA

เครื่องประดับจากของจิ๋ว ที่สร้างความสนุกจากการปั้นเป็นอาหารชนิดต่างๆ ก๋วยเตี๋ยวเย็นตาโฟ ผัดไทย ส้มตำ ข้าวเหนียวมะม่วง เบอร์เกอร์ เบเกอรี ฯลฯ งานนี้เรียกว่าทั้งน่ากิน น่าใส่กันเลยทีเดียว

Facebook: Gokudera
Instagram: gokudera.jw

EAT / DRINK / TRAVEL Text : Duckkiez

LADY BRETT TAVERN

Christian Hogue

ร้านอาหารสุดฮิตในย่านสาทรที่เน้นใช้ไม้สีเข้ม เก้าอี้หนัง และกระเบื้องสีขาวขุ่นในการตกแต่ง ส่วนอาหารของทางร้านเน้นอาหารทำง่าย แต่อิ่มเอมใจเมื่อได้ลิ้มรส โดยเฉพาะเมนู BBQ'ed และ Tomahawk Steak สเต๊กเนื้อติดกระดูกที่ใครมาเป็นต้องสั่ง รวมทั้งมันบดและปลาหมึกย่างก็พลาดไม่ได้เช่นกัน

ซ.สาทร 12
☎ 0-2635-0405 www.ladybrett.com Facebook: LadyBrettTavern

TEDDY'S BIGGER BURGERS

ร้านเบอร์เกอร์ชิ้นใหญ่จากเกาะฮาวายที่ปรุงสดใหม่ทุกออร์เดอร์ เนื้อที่ทางร้านเลือกใช้เป็นเนื้อส่วน Ground Chuck 100 เปอร์เซ็นต์ ปลอดสารสังเคราะห์และฟิลเลอร์ ขนมปังใช้ Potato Bread ให้สัมผัสนุ่มหนึบ รสชาติหวานมัน และซอสมีให้เลือก 6 ชนิด สำหรับเมนูเบอร์เกอร์มีให้เลือกทั้งเนื้อ หมู ไก่ ปลา และเบคอน โดยลูกค้า Mix & Match ได้เองตั้งแต่เนื้อสัตว์ ซอส และท็อปปิ้ง

ชั้น G ศูนย์การค้าเกตเวย์ เอกมัย เปิดบริการทุกวัน 10.00-22.00 น.
Facebook: teddysburgersth

MOUNTAIN FLOAT

เรือนแพภูเขาลอยน้ำที่ให้บรรยากาศเงียบสงบ บ้านแต่ละหลังเป็นบ้านไม้ ก่อสร้างอย่างประณีต แข็งแรง และมีสิ่งอำนวยความสะดวกครบครัน โดยมีบ้านทั้งหมด 4 หลังให้เลือกพัก ไม่ว่าจะเป็นแพพนา 4 ห้องนอน สำหรับ 12 ท่าน แพโคคูน 3 ห้องนอน สำหรับ 6 ท่าน แพซันชายน์ 3 ห้องนอน สำหรับ 6 ท่าน และแพซันเดย์ 2 ห้องนอน สำหรับ 4 ท่าน

อ.แม่แตง จ.เชียงใหม่
☎ 08-7070-5050 www.mountainfloat.net

RELAX Text : Duckkiez

DUSADEE + DUSIT + LOVERS + DEAD ONES

นิทรรศการศิลปะร่วมสมัยที่เป็นทั้งบันทึกความทรงจำและภาพสะท้อนความสัมพันธ์ที่ศิลปิน ดุษฎี ฮันตระกูล มีต่อเพื่อนศิลปินและบุคคลอันเป็นที่รักทั้งที่ยังมีชีวิตอยู่และที่อำลาจากโลกนี้ไป ผลงานขนาดย่อมทำด้วยสื่อที่หลากหลาย เช่น เซรามิก ภาพวาดด้วยดินสอ หินบะซอลต์ เงินธนบัตร แหวนทอง และพลอยทั้งของศิลปินเองและที่ขอแลกเปลี่ยนมา

หอศิลปวิทยนิทรรศน์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
ระยะเวลาจัดแสดงงาน วันนี้-9 เม.ย.2559
Facebook: The Art Center - Chula

ธารธาราสปา

เดย์สปาแห่งแรกในจังหวัดภูเก็ตที่โดดเด่นด้วยมนต์เสน่ห์แห่งสปาอย่างแท้จริง โดยซิกเนเจอร์ ทรีตเมนต์ที่อยากแนะนำคือ การนวดท่าไทยโนรา ศาสตร์แห่งการบำบัดด้วยท่วงท่าที่บ่งบอกถึงความเป็นเอกลักษณ์วัฒนธรรมไทยทักษิณ ช่วยบรรเทาอาการ Office Syndrome และลดอาการเมื่อยล้าได้มากกว่าการนวดทั่วไป และหลังสิ้นสุดการทำทรีตเมนต์ท่านจะได้ลิ้มรสอาหารว่างเพื่อสุขภาพแนวสปาอย่างยำใบบัวบกแบบไทยทักษิณ

อ.เมืองภูเก็ต จ.ภูเก็ต
www.tarntaraspa.com

เมืองปาน

ชีวิตหลากหลายในซอกมุมหุบเขา

Text : ฐากูร โกมารกุล ณ นคร / Photo : สาธิต บัวเทศ

หนทางสายเล็กหายลับขึ้นไปในขุนเขา
รอยต่อของลำปาง-เชียงใหม่
กลางฝนปลายฤดูที่ห่มให้ผืนป่า พืชพรรณ
รวมไปถึงผู้คนแห่งภูเขาเต็มไปด้วยความชุ่มเย็น
เราค่อยๆ นึกถึงใครหลายคน
ที่เคยพานพบในซอกมุมแห่งป่าดอยข้างบนนั้น

รอยยิ้มและคำห่วงใยของบางคนยังอบอุ่นเหมือนที่เคยสัมผัส หยาดเหงื่อในสวนกลางหุบเขาแตกดอกออกมาเป็นพืชผลอันแสนสมบูรณ์

ภาพเช่นนั้นเรียงรายซุกซ่อนตัวตนอยู่บนทางหลวงหมายเลข 1252 เส้นทางสายสั้นทว่าเต็มไปด้วยคดโค้งชันดิ่งของขุนเขา

ยามเช้าเย็นตาด้วยไอหมอกขาวตามแอ่งที่ราบกลางขุนเขาที่บรรจุเต็มด้วยนาข้าวราวพรมผืนสีเขียวแผ่ไพศาล พื้นที่เล็ก ๆ แห่งอำเภอเมืองปานของลำปาง อย่างตำบลแจ้ซ้อนเคลื่อนขยับตัวเองไปอย่างที่มันเคยเป็นมา

ราวกับกาลเวลาหยุดนิ่ง ที่ตลาดสดประจำตำบล ผู้คนแห่งเมืองเก่ากลางขุนเขายังคงฉายภาพสุขสงบเหมือนทุกครั้งที่ผ่านมาเยือน

สำเนียงภาษาเมืองล่องลอยอยู่เงียบ ๆ สื่อความหมายออกมาได้ถึงการไถ่ถามทุกข์สุข กลมกลืนไปอย่างไร้ความจอแจประเภทนักท่องเที่ยวแบกกล้องดิจิตอลจมจ่อมตื่นเต้นกับบ้านไม้เก่า หรือผู้เฒ่าในชีวิตสตาฟฟ์

ผักพืชผลไม้และแมลงตามฤดูกาลแทรกตัวอยู่ท้ายตลาด ดอกฮังลาวกำลังบาน แม่ค้าเด็ดมันมาวางขายทั้งดอกและหน่อ เธอว่าลวกกินกับน้ำพริกอร่อยนัก มันสดใหม่เช่นเดียวกับปลาในห้วยแม่มอญที่ไหลรินเคียงข้างพื้นที่เกษตรกรรมและชุมชนที่นี่มาอย่างยาวนาน

ตลาดแจ้ซ้อนติดตัวเองไปในเช้าหนาวเย็นและความเป็นไปประจำวันของคนที่นี่ เมื่อพระสงฆ์รูปท้าย ๆ เดินกลับจากบิณฑบาตรอบหมู่บ้าน แม่อุ๊ยหลายคนละจากแผงชั่วคราว บรรจงใส่บาตรอาหารประดามีและรับพรจากตุ๊เจ้า หนึ่งในสิ่งที่เคียงคู่ชุมชนโบราณกลางหุบเขาแห่งนี้มาเนิ่นนานคือศรัทธาอันเหนียวแน่นในพระพุทธศาสนา

ก่อนตลาดจะวายพร้อมแดดสายฉายอาบ ภาพเบื้องหน้าชัดเจนความเรียบง่าย ยืนยันถึงโลกที่สงบเย็น อบอุ่น และแสนงดงาม

กล่าวถึงพระพุทธศาสนา ใครบางคนชักพาเราข้ามไปสู่ความเก่าแก่ของวัดศรีหลวงแจ้ซ้อน ทันทีที่พ้นแนวเขตกำแพงวัด โลกอีกใบของคนที่นี่ก็ปรากฏ

มันเริ่มจากพ่ออุ๊ยแม่อุ๊ยที่กำลังง่วนอยู่กับงานกฐินที่ใกล้เข้ามาถึงในไม่กี่วันข้างหน้า เสื่อสาดและเครื่องสังฆภัณฑ์ถูกปัดกวาดเช็ดฝุ่น ขันเงินขันทองเงาวับวาวอยู่ในมือของแม่เฒ่า เธอปักปิ่นและเสียบดอกไม้หลายชนิดไว้ด้วยกัน มันไม่ใช่แค่ความงาม หากแต่เชื่อมโยงด้วยความเชื่ออันเหนียวแน่นเกี่ยวกับเรื่องขวัญ "บนหัวเรามีขวัญหลวง ต้องบูชาด้วยดอกไม้เพื่อเป็นมงคล" แม่ว่าถึงความเชื่อของคนล้านนา

แดดสายระบายจับโบสถ์เก่าคร่ำ มันชัดเจนทุกความงามอย่างอ่อนช้อย แม้จะผ่านเลยนับพันปีจากปีก่อสร้างเมื่อ พ.ศ.1215 แต่คล้ายทุกอย่างยังคงหยุดนิ่ง ตรึงตรา หลังคาไม้ซ้อนกันถึง 4 ชั้น ประดับประดาด้วยเครื่องไม้แกะสลัก งานปูนปั้นรูปสัตว์หิมพานต์ รวมถึงทวยเทพยาดานั้นเรียบง่ายตามศิลปะท้องถิ่น "บ้านเรามีสล่าดั้งเดิมเยอะ สั่งสอนสืบทอดกันมา ตรงไหนพัง ตรงไหนทรุด ก็ทำตามอย่างเดิม ไม่เปลี่ยน" เฒ่าชราว่าถึงโบสถ์ของวัดศรีหลวงแจ้ซ้อนที่เขาคุ้นเคยมาตั้งแต่ละอ่อน มันคือความเก่าแก่กว่า 1,342 ปีที่ฉายชัดอยู่ตรงหน้า

ภาพที่วัดโบราณยังคงเต็มไปด้วยผู้คนที่พร้อมจะหันหน้าเข้าทะนุบำรุง ตราบเท่าที่ลมหายใจยังถ่ายเทให้ชีวิตวิ่งเต้น

ภาพที่นำคำว่าศรัทธาของมวลมนุษย์มาบอกเล่าอย่างละมุนละไมในเช้าอบอุ่นของเมืองเล็ก ๆ ในหุบเขาแห่งหนึ่ง

แอ่งที่ราบกลางหุบเขาของตำบลแจ้ซ้อน รวมไปถึงพื้นที่รายรอบล้วนมีตัวตนอยู่ในบทบันทึกทางประวัติศาสตร์

พื้นที่ภายในเขตของอำเภอเมืองปานอันแสนสุขสงบแห่งนี้คือชุมชนทางทิศเหนือของเขลางค์นคร ที่เดิมชาวบ้านเรียกกันว่า "ทุ่งสามหมวก" หรือ "ทุ่งสามโค้ง" อุดมไปด้วยป่าไม้ สายน้ำ และความสมบูรณ์ยิ่งแห่งทรัพยากร มันกลายเป็นเป้าหมายของเมืองใหญ่อื่น ๆ อย่างพม่าและเงี้ยว ที่หวังเข้ามายึดที่นี่ให้เป็นแหล่งบ่มเพาะเสบียงอาหาร

หลับตานึกถึงเมืองเล็กแห่งนี้ กลางสายลมหนาวแรก ๆ ที่ผ่านมาเยือนต้นฤดู ภาพขุนเขาอันห้อมล้อมก็ปรากฏ บ้านแจ้ซ้อนขับเคลื่อนคืนวันอยู่ด้วยโลกแห่งเกษตรกรรมอันแสนเก่าแก่ ที่ราบตามหุบเขาคือผืนนาที่เปลี่ยนสีสันไปตามฤดูกาล ทั้งเขียวชอุ่มและอร่ามเหลือง

ข้าวผูกพันกับคนที่นี่มาอย่างแยกกันไม่ออก ไม่ต่างนักกับเมืองเกษตรกรรมในท้องถิ่นอื่น ทว่าในแอ่งที่ราบแห่งนี้ไม่ได้มีแต่นาข้าวแผ่ผืนอาบคลุมหมอกขาว หากแต่เต็มไปด้วยชีวิต ความคิดความเชื่อและการสืบทอดส่งต่อของผู้คนที่หายใจอยู่เคียงข้างมัน ซึ่งพร้อมจะขับเคลื่อนโลกใบเก่าไปเคียงข้างเข็มนาฬิกาของวันพรุ่ง

ถนนเล็กพาใครสักคนผ่านพ้นเขตอุทยานแห่งชาติแจ้ซ้อน ทางชันเรียงรายด้วยขี้เหล็กเทศสีเหลืองสดใส ต้นเสี้ยวป่าผละใบรอวันแตกดอกขาวบริสุทธิ์ประดับวันหนาว

16 กิโลเมตรจากที่ราบกลางทุ่ง บ้านป่าเหมี้ยงวางตัวอยู่อย่างสมถะเหนือความสูงกว่า 1,000 กิโลเมตรจากระดับน้ำทะเลปานกลาง หมู่บ้านเงียบเชียบสมถะ ไล่ระดับไปในเนินเขาและป่าฉ่ำชื้น ธารน้ำสายหลักไหลรินอยู่เบื้องล่าง มันส่งเสียงพึมพำไปเคียงคู่ผู้คนบนดอยสูง

ในหมู่บ้านเหลือเพียงคนเฒ่าคนแก่ สวนเมี่ยงที่กระจายกันตามป่าเขาดึงดูดให้ผู้คนที่เป็นเรี่ยวแรงหลักของแต่ละครอบครัวจมหายอยู่กับมันได้ทั้งวัน

"คนที่นี่เติบโตมาด้วยเมี่ยง ว่าอย่างนั้นเลยก็ได้" ชาวบ้านที่นี่ยังคงยืนยันเช่นเดิม เราเคยพบกันที่โรงเมี่ยงกลางหุบเขาแห่งนี้ ใบเมี่ยงปั้นเป็นก้อนกลม รัดตอกไผ่ มันเรียงรายทั้งแบบนึ่งสด หรือแบบดองนุ่มแฉะและหอมหวนเป็นเอกลักษณ์ ส่วนเรื่องรสชาติ ใครสักคนว่ามันแตกต่างกันในแต่ละถิ่นปลูก ด้วยเรื่องของความชื้นและความสมบูรณ์ของพื้นที่

หมู่บ้านเก่าแก่เช่นนี้ดำรงตนมาคล้ายคืนวันการก่อตั้งอย่างไม่แตกต่าง ที่ชาวบ้านมักปล่อยให้บ้านเรือนไม้แสนสวยเหลือเพียงเด็กและคนแก่ และการปลูก เก็บ ตลอดจนเรื่องราวการนำพามันลงไปสู่เบื้องล่างนั้นชัดเจนอยู่ในชีวิตและทุกอณูแห่งป่าเขาเช่นในอดีต

กลางขุนเขาอันยิ่งใหญ่โอบล้อม ผู้คนและหมู่บ้านเล็ก ๆ อยู่ร่วมกันอย่างกลมกลืน สิ่งใดจะเปี่ยมค่าไปกว่าการได้เห็นชีวิตอีกหลายรุ่นแตกยอด เติบโต

เติบโตและหล่อหลอมอยู่ด้วยใบไม้ใบเล็ก ๆ ที่แผ่กระจายขึ้นห่มคลุมผืนภูเขา

ทางหลวงแผ่นดินหมายเลข 1252 ยกตัวจากที่ราบในตำบลแจ้ซ้อน มันพารถคันเล็กหายลับไปในคดโค้งของขุนเขาหนาวเย็น

ผืนนากลายเป็นจุดเล็ก ๆ และลับตาไปตามความสูงที่เพิ่มระดับคืนวันคล้ายทวนย้อนเมื่อเราขึ้นไปถึงบ้านแม่แจ๋ม อากาศสดสะอาดอย่างที่มันเคยเป็น สองมือของผู้คนบนนั้นยังเต็มไปด้วยร่องรอยของการงานเพาะปลูกพืชเมืองหนาว รอยยิ้มของพวกเขาเปี่ยมชีวิตชีวา

ในความฉ่ำชื่นรื่นเย็น ที่นั่นราวอาณาจักรของพืชเมืองหนาว แมคาเดเมีย กาแฟ และผลไม้นานากระจายลัดหลั่นกันไปในสวนที่แทรกอยู่ในภูเขา จากบ้านเรือนแดนดอยที่แต่เดิมฝากความหวังไว้กับยามหมดฝน เพื่อเดินเท้าบรรทุกเมี่ยงลงไปทั้งฝั่งลำปางและเชียงใหม่ ในยามนี้เต็มไปด้วยสวนกาแฟอาราบิก้าแผ่ขยายคลุมภูเขาเป็นสีเขียวเข้ม มันถูกคลุมอีกชั้นด้วยไม้บังร่มอย่างแมคาเดเมีย เสาวรส

ว่ากันถึงพืชราคาลิบลิ่วอย่างแมคาเดเมีย ราคาขายข้างบนดอยนี้สูงถึงกิโลกรัมละ 1,200 บาทนั้น มันเต็มไปด้วยเรี่ยวแรงและการดูแลประคบประหงม ตั้งแต่ปลูก ดูแล ขนแบกออกจากป่ามาแปรรูป เช่นนั้นเอง ผลิตผลแห่งขุนเขาชนิดนี้จึงเต็มไปด้วยชาวบ้านที่เฝ้ารอฤดูเก็บเกี่ยวและส่งขายของกันอย่างเต็มความมุ่งหวัง

จากเมืองแห่งที่ราบสู่บ้านแม่แจ๋มที่เป็นจุดหมายยามขึ้นสู่ภูเขา ที่โลกแห่งการเพาะปลูก รวมไปถึงรอยยิ้มในท่ามกลางผลิตผลนานาจะเติมเต็มทั้งกลิ่นและรสชาติอันแสนรื่นรมย์

อาจเป็นกาแฟร้อนกรุ่นหอม เป็นความสดชื่นในน้ำเสาวรสอมเปรี้ยวอมหวาน หรือกรอบมันด้วยคำเคี้ยวในแมคาเดเมียสักเม็ด

และโดยแท้ ในทุกพื้นที่ระหว่างทาง มันล้วนหลอมรวมอยู่ด้วยกลิ่นและรสของขุนเขา ผู้คน ซึ่งต่างก็หล่อหลอมพืชพันธุ์สองสามชนิดนี้ขึ้นมาบนทางเดินชีวิต Ⓢ

HOW TO GET THERE

ขับรถท่องเที่ยวบนทางหลวงหมายเลข 1252 ถือเป็นเส้นทางสั้นๆ ที่เต็มไปด้วยความงดงาม เริ่มจากอำเภอเมืองปาน ตำบลแจ้ซ้อน เที่ยววัดศรีหลวงแจ้ซ้อนอันเก่าแก่ ต่อออกไปเที่ยวอุทยานแห่งชาติแจ้ซ้อน ขึ้นดอยไปเที่ยวบ้านป่าเหมี้ยง ชมการปลูก เก็บ และแปรรูปใบเมี่ยงอันหลากหลาย จากนั้นย้อนกลับมาตั้งต้นใหม่ที่อุทยานฯ แจ้ซ้อน ขึ้นไปเที่ยวบ้านแม่แจ๋ม ตามทางหลวงหมายเลข 1252 ชิมกาแฟ แมคาเดเมีย เสาวรส รวมไปถึงพักค้างโฮมสเตย์บรรยากาศดี

WHERE TO STAY

ไร่หญ้าแจ้ซ้อนรีสอร์ท รีสอร์ตสวย บรรยากาศดี ติดลำน้ำแม่มอญ
☎ 0-5426-3048
www.raiyachaesonresort.com

โฮมสเตย์บ้านป่าเหมี้ยง
☎ 08-9852-7092

สุวรรณาการ์เด้น & โฮมสเตย์
พักค้างคืนที่บ้านแม่แจ๋ม
☎ 08-5867-5118

Where to Find

พบกันทุกวันที่ 5 และ 20 ของเดือน

กรุงเทพฯ/ปริมณฑล

24Owls by Sometime's -*ซ.เอกมัย 12*
Airport Rail Link - *พญาไท/มักกะสัน/หัวหมาก/รามคำแหง*
A Cup A Cake - *ลาดพร้าว 71*
Amatissimo caffe - *ศรีนครินทร์ (ใกล้ Paradise Park)*
appresso coffee house - *ถ.ราชบูรณะ 34*
BANN KAFAÉ – *ซ.ท่าข้าม 24*
BICO - *ซ.ลาดพร้าว 94*
B Story Café - *COCO Walk*
Bunka Fashion Academy - *สีลม*
Café Amazon
CafeLittleSpoon - *สุขุมวิท 21*
Café de Blythe - *ลาดพร้าว 71*
Cafe To All - *เสนานิคม 1*
Cataholic Cafe - *อาคาร Ozono*
Coffee Cakes - *อาคาร 6 ชั้น 1 ทีโอที แจ้งวัฒนะ*
Coffee Model – *ระหว่าง ซ.ประดิพัทธ์ 12-14*
Daddy Dough
Dialogue Coffee and Gallery - *แยกผ่านฟ้า*
EL Mello (เอลเมลโล่) - *อาคาร Thai Summit Tower*
ES/PE/RO - *สาทร ซอย 1*
Gallerria Café - *ถ.กาญจนาภิเษก บางแค*
Gallery กาแฟดริป - *หอศิลป์ฯ กรุงเทพมหานคร*
Gloria Jean's Coffee
Happy Espresso - *ซ.วงเวียน 22*
Hidden Backyard - *ซ.แจ้งวัฒนะ 45*
Hor Hidden Cafe - *ซ. อารีย์ 1*
I-hin Cafe – *ซ. ลาดกระบัง 46/3*
Jil Coffee - *อาคาร 5 ชั้นใต้ดิน ทีโอที แจ้งวัฒนะ*
Lighting Café – *ลาดปลาเค้า*
Lord of Coffee – *อาคารพักพิงเพลส ซ.รามคำแหง 164*
Mezzo
MhakBuri Station – *ถ.กัลปพฤกษ์ จอมทอง*
Mitte Coffee (มิตเต้) - *ซ.แจ้งวัฒนะ-ปากเกร็ด 33*
My Café the Library - *Nawamin City Avenue*
Never Say Cutz
Oldman Café – *ซ.บางขุนนนท์ 27*
One Ounce for Onion – *ซ.เอกมัย 12*
One to Three afternoon Café - *(วิภาวดี 16/27)*
Ristretto Coffee - *ลาดพร้าว 71*
Panary Café - *ซ.อารีย์*
PH1b Coffee Bar - *ซ.พหลโยธิน 11*
Puritan - *ซ.อารีย์ 5*
Set Café - *ลาดพร้าว*
Simple Coffee Simple Life - *อาคารเรสซิเด้นท์ 49*
Size S Coffee & Bakery - *พระราม 4*
Snooze Café - *U Center*
Sweet At Home - *ซ.เพชรเกษม 48*
Sweets Cafe - *ซ.อารีย์ 1*
Sweet Pista Bangkok - *สุขุมวิท 31*
Ta Chance Coffee – *เยื้อง ซ.เจริญกรุง 109*
Take a Shot Coffee Bar - *ในปั๊ม Shell ซ.เจริญนคร 40*
The CAPFEE - *ซ. ละลายทรัพย์*
Think TANK (Third Place) - *ถ. นางลิ้นจี่*
Timely Coffee – *ซ.เลียบวารี 15 หนองจอก*
TINPRESSO - *ซ.สุขุมวิท 101/1*
Tom n Tom Coffee – *ซ. เพชรเกษม 69 victory garden*
Treat Cafe & Hang Out - *ระหว่าง ซ.เสนานิคม 17-19*
Three Mangoes - *ประชาชื่น*
Tokyobike - *ซ.อารีย์ 2*
Veganerie – *ชั้น 4 ตึก Mercury Ville*
White Rabbit - *อารีย์สัมพันธ์ 5*
Yesterday 's Tea Room - *ปากซอยสะพานยาว ทรงวาด*
กาแฟนรสิงห์ - *พระราชวังพญาไท ร.พ.พระมงกุฎฯ*
พอใจ โฮม คาเฟ่ - *ซ.โชคชัยร่วมมิตร*
โครงการ P9 ซอยพหลโยธิน 9
โคโค่ กาแฟสด – *สายไหม 84*
ผู้ชายขายน้ำ - *พาราไดซ์ พาร์ค*
วอเตอร์ไซด์ รีสอร์ท เรสเตอรองท์
โอชา กาแฟ – *ซ.นาวงพัฒนา 8 ดอนเมือง*
ศูนย์การประชุมแห่งชาติสิริกิติ์
ห้องสมุด

- ห้องสมุดมารวย อาคารตลาดหลักทรัพย์, เอสพลานาด

สถานศึกษา

- มหาวิทยาลัยศรีปทุม วิทยาคารพญาไท
- ศูนย์บ่มเพาะวิสาหกิจ มหาวิทยาลัยศรีปทุม (NEC)
- บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
- สถาบันเทคโนโลยีไทย-ญี่ปุ่น (พัฒนาการ)
- มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ท่าพระจันทร์ คณะบริหารธุรกิจ
- ปริญญาโท + ภาคพิเศษ มหาวิทยาลัยรามคำแหง
- มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล วิทยาเขตโชติเวช
- สถาบันสอนภาษา เดอะไพร์มอิงลิช สาขารามอินทรา

ภาคเหนือ

เชียงราย
Chivit Thamma Da Coffee House
เรียวกังคาเฟ่
สวัสดีเชียงราย

เชียงใหม่
Gloria Jean's Coffee
Into the woods
Neo Café
โรงแรม Yesterday - *ถ.นิมมานเหมินทร์*
อาข่า อ่ามา
กราฟ คาเฟ่
ปองกาเนส
อิมเพรสโซ่
กาแฟ(โ)สด (Sode Coffee)
ร้านหนังสือเชียงดาว

แม่ฮ่องสอน
Cofee In Love
Coffee Morning
กาแฟเข้าท่า ปาย
สรวลกาแฟ

น่าน
Coffee Sound

แพร่
Bake Love Homemade Bakery
Buya Coffee
CK Coffee
บ้านฮังเล คอฟฟี่

พะเยา
@home (แอทโฮม)
Butlercup
Nutsz Coffee
See U Again

ลำปาง
The COCO Lampang
โก๋ กาแฟ
ฮอมสุข

ลำพูน
Blacksmith
Hhom Café
โรงชา

อุตรดิตถ์
Amezon งิ้วงาม

ภาคกลาง

ชัยนาท
Me Ice cream

นครปฐม
Café De Beau
Riva Floating Café
Café de Ariya
Pak Pink Bistro

นครสวรรค์
รามเกียรติ์ คอฟฟี่
กาแฟแกะดำ Coffee

พิษณุโลก
Caffe'ine
Maioak (ไม้โอ๊ค)
Sabaii by sopaphan
กาแฟต้นก้ามปู
พิสต้า คาเฟ่

พิจิตร
โรสกาแฟสด

เพชรบูรณ์
กาแฟ Route 12

ลพบุรี
ต.กาแฟ ซดสด

สมุทรสงคราม
Amphawa bike café & Crafts

สระบุรี
Daddy Dough - *สาขา ปตท.แก่งคอย*
The Barista Café

สุพรรณบุรี
Daddy Dough - *สาขา โรบินสัน สุพรรณบุรี*
KC Coffee

สุโขทัย
379 Drip

พระนครศรีอยุธยา
Iudia On The River
Mezzo - *สาขาโรงพยาบาลราชธานี*

อุทัยธานี
I AM Coffee

ภาคอีสาน

กาฬสินธุ์
Café 2 gether

ขอนแก่น
Café dé forest
Daddy Dough - *สาขา เซ็นทรัล ขอนแก่น*
BANMORE BAKERY AND COFFEE - *ม.ขอนแก่น*
คอฟฟี่ เด้อ หล่า - *ม.ขอนแก่น*

ชัยภูมิ
Eat Play Love Café

นครพนม
จันทรากาแฟ

นครราชสีมา
Coffee Bar Korat
Little Spoonz
Sweet Café
โอเชี่ยน คอฟฟี่
เท็ดดี้ คาเฟ่

บุรีรัมย์
Brom Café

มุกดาหาร
Bearista Coffee & Bakery

มหาสารคาม
Bike inn Café
กาแฟรื่นรมย์

เลย
กาแฟสด ฮักเลย
ปล่อยแสง เชียงคาน - *ถ.ชายโขง ซอย 10*
แม่น้ำมีแก่ง เกสท์เฮ้าส์ - *ถ.ชายโขง ซอย 19*

ยโสธร
Rider One Motorcycle Cafe shop

สุรินทร์
Sit in

หนองคาย
Loft Café NK
บ้านกาแฟริมโขง

อุดรธานี
Daddy Dough - *สาขา เซ็นทรัล อุดรธานี*
Under The Tree
วินัย สตูดิโอ
คัพออฟโจ

อุบลราชธานี
ซีนวาน

ภาคตะวันออก

จันทบุรี
กาแฟร้อยตะวัน

ชลบุรี
Betta Café by Desserthakorn
Coffee Brown Sugar
Daddy Dough - *สาขา บายพาสชลบุรี*
Gloria Jean's Coffee
Madam Coffee
Mezzo - *โรงพยาบาลเอกชล*
Mezzo - *สาขา Japanese Town Sriracha*

ปราจีนบุรี
Coffee Please

ตราด
Gold Coffee by Joy
Kaotaa Coffee (เข้าท่ากาแฟสด)
ร้าน Hotel ฮิ

ระยอง
Dollars House
ราย็อง
ร้านกาแฟหอมปากหอมคอ
สุนทรภู่

ภาคตะวันตก

กาญจนบุรี
The Rabbit Bakery

ตาก
Sweet Harmony

ประจวบคีรีขันธ์
Gallery กาแฟดริป หัวหิน - *ซอยหัวหิน 51*
inu cafe
Daddy Dough สาขาหัวหิน
โชว์รูม Ford หัวหิน
โมลีแคร์ หัวหิน

เพชรบุรี
ชาปู่ชาย่า - *ถ.ดำรงรักษ์*
Daddy Dough - *สาขา ปตท.เพชรบุรีล้ำยุค*
I.L. CAFÉ - *ถ.บันไดอิฐ*

ราชบุรี
ศูนย์ประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว *(ชมรมธุรกิจท่องเที่ยวอำเภอสวนผึ้ง)*
Morning Glory Resort & Bakery
IDYLL@DAMNOENSADUAK

ภาคใต้

กระบี่
I Coffee
เค้ก ณ นภา

ตรัง
กาแฟทับเที่ยง
The Wish Coffee
Deeva Cup

นครศรีธรรมราช
A&A Restaurant

ภูเก็ต
กล้วยน้ำว้า - *ถ.เยาวราช, ถ.เจ้าฟ้า*
คาเฟ่ เดอ หลาด
Love 2 Eat
มณฑลกาแฟ
Phuket Boat Lagoon

ระนอง
Jajaa Coffee

สงขลา
Cot
Ma Maison - *(หาดใหญ่)*
Tempo Café
TUBER
กาแฟ & สเต๊ก บ้านจิตเลขา

สุราษฎร์ธานี
My Cup
กาแฟบ้านปู่
บางใบไม้ คาเฟ่

สตูล
Keith Homemade Bakery since 2008

สมัครสมาชิกนิตยสาร SME STARTUP

ส่งตรงถึงบ้านแบบรายปี 24 ฉบับ ราคา 350 บาท

ข้อมูลสมาชิก ชื่อ-นามสกุล..

ที่อยู่จัดส่งเอกสาร..

....

วัน/เดือน/ปีเกิด.......................................โทรศัพท์...

อีเมล..

การศึกษา ( ) ต่ำกว่าปริญญาตรี ( ) ปริญญาตรีหรือเทียบเท่า ( ) ปริญญาโท ( ) สูงกว่าปริญญาโท

อาชีพ ( ) รับราชการ ( ) นักเรียน/นักศึกษา ( ) พนักงานบริษัท ( ) เจ้าของธุรกิจ ( ) อาชีพอิสระ ( ) อื่นๆ โปรดระบุ ....

วิธีการชำระเงิน

โอนเข้าบัญชี บริษัท เพนนินซูลาร์ แอสโซซิเอทส์ จำกัด

- ธนาคารไทยพาณิชย์ สาขาพหลโยธิน เลขที่บัญชี 014-2-57097-9
- ธนาคารกสิกรไทย สาขาสำนักพหลโยธิน เลขที่บัญชี 799-2-07811-8

วิธีการสมัคร

กรอกข้อมูลให้ครบถ้วนแล้วส่งใบสมัครพร้อมหลักฐานการโอนเงินมาที่
บริษัท เพนนินซูลาร์ แอสโซซิเอทส์ จำกัด เลขที่ 100/6 ซอยอารีย์สัมพันธ์ 3
ถนนพหลโยธิน แขวงสามเสนใน เขตพญาไท กรุงเทพฯ 10400
โทรศัพท์ 0-2270-1123-4 โทรสาร 0-2270-1125
หรือทาง helloannie_@hotmail.com

สินเชื่อ KK SME รถคูณสาม

ธนาคารเกียรตินาคิน จำกัด (มหาชน) บริษัทในกลุ่มธุรกิจเกียรตินาคินภัทร รุกหนัก ขยายฐานลูกค้า SME รายเล็ก เปิดตัวผลิตภัณฑ์สินเชื่อ KK SME รถคูณสาม เป็นธนาคารแรกที่ใช้รถยนต์เป็นหลักทรัพย์ค้ำประกันสินเชื่อ SME ให้วงเงินสูงสุด 3 เท่าของมูลค่ารถ และสามารถยื่นขอสินเชื่อได้สูงสุด 3 คันต่อลูกค้าหนึ่งราย วงเงินสูงสุด 5 ล้านบาทต่อราย ตอบโจทย์ SME ส่วนใหญ่ที่มีรถไว้ใช้ในกิจการ พร้อมตั้งเป้าปล่อยสินเชื่อปี 2559 ประมาณ 4,000 ล้านบาท

LeaderChief on Stage

เนื่องในโอกาสครบรอบ 10 ปี สลิงชอท กรุ๊ป ขอเสนอ "LeaderChief on Stage ตอนผู้นำต้มยำน้ำข้น" ซึ่งเป็นการพัฒนาภาวะผู้นำในรูปแบบใหม่ผ่านการเล่าเรื่อง (Storytelling) โดย อภิวุฒิ พิมลแสงสุริยา โค้ชผู้บริหารระดับสูงและวิทยากรด้านภาวะความเป็นผู้นำ อันดับต้นๆ ของประเทศไทย ที่มีประสบการณ์ในแวดวงที่ปรึกษาทางธุรกิจมากว่า 20 ปี พร้อมเปิดจำหน่ายบัตรแล้ววันนี้ทาง ThaiTicketMajor

นิปปอนแพ็ค คว้าสิทธิ์แฟรนไชส์ A&W

บริษัท นิปปอนแพ็ค (ประเทศไทย) จำกัด (มหาชน) คว้าสิทธิ์แฟรนไชส์ A&W แบบเอ็กซ์คลูซีฟในประเทศไทย ทุ่มวางแผนชูแบรนด์ดังให้กลับมายิ่งใหญ่อีกครั้ง โดยตั้งเป้าหมายภายใน 5 ปี ขยาย 100 สาขา ทั้งในห้างสรรพสินค้า ชุมชน เขตธุรกิจ ปั๊มน้ำมัน พร้อมเสนอเมนูไก่ทอด Golden Aroma หนังกรอบ สีทองและหอมเครื่องเทศ เพื่อให้เข้ากับคนไทยด้วย

เคทีซีจัดประกวดโรงแรมบูติก ครั้งที่ 4

เคทีซีผนึกสายการบินบางกอก แอร์เวย์ส และมาสเตอร์การ์ด จัดโครงการประกวดสุดยอดโรงแรมบูติกไทย "Thailand Boutique Awards Season 4 (2016-2017)" ครั้งที่ 4 โดยได้ปรับมาตรฐานการประกวดให้ทัดเทียมระดับสากล ภายใต้คอนเซ็ปต์ "Colours of Thai" เน้นสีสันที่หลากหลายของความเป็นไทย ทั้งในด้านการบริการ การนำวัตถุดิบไทยๆ มาประยุกต์ และการเชื่อมโยงถึงวัฒนธรรมท้องถิ่น สำหรับโรงแรมบูติกที่สนใจสามารถสมัครเข้าร่วมประกวดได้ทาง www.thailandboutiqueawards.com

เทศกาลสุกี้เต้าหู้ยี้ไหหลำ

นีโอสุกี้ เอาใจคนชอบสุกี้สไตล์เต้าหู้ยี้ ด้วยเทศกาลสุกี้เต้าหู้ยี้ไหหลำ โดยจะได้พบกับเมนูใหม่ๆ ไม่ว่าจะเป็นเบคอนสด (ติดมัน) หมักซอสไหหลำ เนื้อหมูดำพันเห็ดเข็มทอง หมักซอสไหหลำ เนื้อวัวหมักซอสไหหลำ ฯลฯ ที่นีโอสุกี้ ทุกสาขา วันนี้- 31 พ.ค.นี้

3 องค์กรร่วมพัฒนาเครือข่ายทรัพยากรบุคคล

เครือเจริญโภคภัณฑ์ อิโตชู คอร์ปอเรชั่น (ITOCHU Corporation) และ ซิติก ลิมิเต็ด (CITIC Limited) ได้ลงนามบันทึกความเข้าใจพัฒนาบุคลากรร่วมกัน เพื่อเสริมสร้างความแข็งแกร่งด้านเครือข่ายทรัพยากรบุคคล อันจะนำไปสู่การผนึกกำลังสร้างความแข็งแกร่งให้เศรษฐกิจในภูมิภาคเอเชีย ภายหลังจากที่เครือเจริญโภคภัณฑ์ได้ประกาศจับมือกับอิโตชู คอร์ปอเรชั่น (ITOCHU Corporation) บริษัทการค้าชั้นนำระดับโลกจากญี่ปุ่น ร่วมลงทุนใน ซิติก ลิมิเต็ด (CITIC Limited) กลุ่มธุรกิจที่ใหญ่ที่สุดในจีน

SME Business Matching Day

พัชร สมะลาภา (กลาง) รองกรรมการผู้จัดการ ธนาคารกสิกรไทย พร้อมด้วยพันธมิตรและช่องทางการจัดจำหน่ายชั้นนำระดับประเทศ ร่วมงานแถลงข่าวการจัดงาน SME Business Matching Day มหกรรมจับคู่ดี SME แห่งชาติ ที่จะจัดขึ้นในวันอังคารที่ 26 เมษายน 2559 ณ ห้องบางกอก คอนเวนชัน เซ็นเตอร์ ศูนย์การค้าเซ็นทรัล พลาซา ลาดพร้าว ภายในงานพบกิจกรรมจับคู่ธุรกิจกับพันธมิตรชั้นนำ หวังเพิ่มโอกาสสร้างยอดขาย ตลาดใหม่ ตั้งเป้ามีผู้เข้าร่วมจับคู่ธุรกิจ 500 ราย

WICE มั่นใจธุรกิจโลจิสติกส์คึกคัก

อารยา คงสุนทร ประธานเจ้าหน้าที่บริหาร บริษัท ไวส์ โลจิสติกส์ จำกัด (มหาชน) หรือ WICE ผู้ให้บริการโลจิสติกส์ระหว่างประเทศแบบครบวงจร มั่นใจการเติบโตของธุรกิจโลจิสติกส์ วางแผนขยายงานบริหารคลังสินค้า ขนส่งสินค้าในและต่างประเทศ พร้อมเพิ่มพันธมิตรใหม่บุกตลาดจีน ขณะที่รายได้รวมปีนี้ 900 ล้านบาท เติบโตไม่ต่ำกว่า 20 เปอร์เซ็นต์

ประกวดเพาะกาย

วิไลพร วรรณ ประธานสมาพันธ์กีฬาเพาะกายแห่งประเทศไทย (NABBA/WFF Thailand) พร้อม มร.พอล โรแชล ผู้จัดการทั่วไป ศูนย์การค้าจังซีลอน และ อัจฉรา รัตนวิโรจน์ ประธานเจ้าหน้าที่บริหาร บริษัท เมทเทิด รีฟอร์ม มร.เจอร์เก้น แวนเดอลอย กรรมการผู้จัดการ บริษัท แน็กซอน นูทราซูติคอล ร่วมแถลงข่าวการจัดการแข่งขัน ประกวดเพาะกาย แมตช์แรกแห่งปี ภายใต้ชื่อ "International Muscle & Physique Warriors 2016" ที่จะจัดขึ้นในวันที่ 5 มีนาคมนี้ ณ โซนเดอะพอร์ท ศูนย์การค้าจังซีลอน ป่าตอง ภูเก็ต

TMB Economic Forum 2016

ทีเอ็มบี มุ่งสู่การเป็นธนาคารหลักของ SME ในการดำเนินธุรกิจ เดินหน้าเสริมแกร่งผู้ประกอบการ SME จัดงานสัมมนาแห่งปี "TMB Economic Forum ส่องเศรษฐกิจโลก เจาะธุรกิจไทย 2016" ช่วยเปิดมุมมองด้านธุรกิจให้กับ SME ด้วยข้อมูลที่ครอบคลุมทั้งเศรษฐกิจระดับโลก ที่จะส่งผลต่อเศรษฐกิจไทย และวิเคราะห์ธุรกิจดาวรุ่งและธุรกิจเฝ้าระวังของไทย เพื่อให้ SME สามารถมองเห็นโอกาส ลู่ทาง และมีความมั่นใจในการดำเนินธุรกิจ พร้อมเติบโตได้อย่างเต็มศักยภาพในปีนี้

ถึงเวลาของ MOBILE MARKETING

สรรเสริญ สมัยสุต
หัวหน้าคณะผู้บริหารด้านการพาณิชย์ บริษัท แอสเซนด์ กรุ๊ป จำกัด
ผู้จัดการทั่วไป บริษัท เอ้ก ดิจิทัล จำกัด

ยากที่จะปฏิเสธถึงอิทธิพลของ Mobile ที่มีต่อการใช้ชีวิตของผู้คนยุคสมัยนี้ โดยอิทธิพลของ Mobile นั้นเริ่มมาจากโครงสร้างพื้นฐานของประเทศที่เปลี่ยนไป ซึ่งในที่นี้หมายถึงการมาของ 3G และ 4G ที่ทำให้อินเทอร์เน็ตความเร็วสูงสามารถเข้าถึงได้ทุกพื้นที่โดยที่ไม่ต้องใช้สาย ทำให้อัตราการเติบโตของ Mobile เพิ่มสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง จากแต่ก่อนที่คนเข้าอินเทอร์เน็ตครั้งแรกในชีวิตผ่านคอมพิวเตอร์ แต่ปัจจุบันมาเข้าผ่าน Mobile เป็นหลัก ประกอบกับด้วยความที่ Mobile เป็นของใกล้ตัว ใช้งานสะดวก และมีศักยภาพมากขึ้น ส่งผลให้บริการต่าง ๆ เริ่มเบนเข็มเข้าหา Mobile มากขึ้น จึงทำให้ Mobile กลายเป็น First Screen ในชีวิตประจำวันของเรา เป็นหน้าจอหลักที่คนใช้เฉลี่ยต่อวันมากที่สุด ทำให้เทรนด์ Small Screen เข้ามาทดแทน Big Screen ไปโดยปริยาย

สิ่งหนึ่งที่เห็นได้ชัดเจนคือ การเปลี่ยนแปลงจากการใช้ PC หรือคอมพิวเตอร์ตั้งโต๊ะมาเป็น Mobile ซึ่งเป็นเทรนด์ที่เกิดขึ้นทั่วโลก ด้วยความที่ PC มีขนาดที่ใหญ่และพกพาไม่ได้ ในขณะที่ Mobile มีหน้าจอเล็กกว่าบวกกับศักยภาพที่มากขึ้นเรื่อย ๆ ทำให้ Mobile ทำหน้าที่แทน PC ได้มากขึ้น ไม่ว่าจะเป็นการติดต่อสื่อสาร การทำงาน ฟังก์ชันพื้นฐาน เช่น การเปิดไฟล์เอกสารต่าง ๆ ก็ทำใน Mobile ได้ดีขึ้น และไม่เพียงแต่ PC เท่านั้น ปัจจุบัน Mobile ยังเข้าไปกินตลาดแท็บเล็ต บางส่วนอีกด้วย เพราะด้วยความที่ขนาดหน้าจอใหญ่ขึ้น เดี๋ยวนี้อยู่ที่ประมาณ 5 นิ้ว ซึ่งบางคนถือว่าเพียงพอต่อความต้องการการใช้งานแล้ว ทั้งยังพกพาสะดวกกว่า จึงไม่แปลกที่ Mobile จะเข้ามาทดแทนการใช้งานของ PC และแท็บเล็ต ในส่วนของการใช้งานพื้นฐาน อย่างไรก็ตาม เรายังคงต้องใช้ PC ในส่วนของงานที่ Advance กว่า งานที่ต้องใช้ความละเอียด หรือต้องใช้สเปกเครื่องสูง ๆ เช่น งานกราฟิก หรืองานอื่น ๆ ที่ไม่สามารถทำบน Mobile ได้

ด้วยอิทธิพลของ Mobile ดังกล่าวข้างต้น ทำให้ผู้คนหันมาเซิร์ชหาข้อมูลผ่าน Mobile เป็นหลัก ผู้ประกอบการที่แต่เดิมเน้นทำเว็บไซต์ให้เข้ากับหน้าจอคอมพิวเตอร์ ก็จำเป็นที่จะต้องเปลี่ยนมาให้ความสำคัญกับการทำเว็บไซต์ให้เข้ากับหน้าจอโทรศัพท์ด้วย ทั้งนี้เพื่อให้ผู้บริโภคเซิร์ชหาและสามารถอ่านผ่านมือถือได้ง่ายสุด นอกจากนี้ หลาย ๆ บริษัทก็เริ่มเปลี่ยนมาทำแอพพลิเคชัน ไม่ว่าจะเป็นแอพพลิเคชันเพื่อการให้ข้อมูล การทำแคมเปญ หรือการขายของก็ตาม ดังนั้น การตลาดยุคใหม่จึงต้องมีการเปลี่ยนแปลงเพื่อให้สอดคล้องไปกับพฤติกรรมของผู้บริโภคมากขึ้น จากแต่ก่อนที่ทุ่มงบลงโฆษณาแบบ Offline เป็นหลัก ไม่ว่าจะเป็นสื่อสิ่งพิมพ์ ป้ายโฆษณา หรือโฆษณาโทรทัศน์ ปัจจุบันจะเห็นได้ว่ามีการโยกงบประมาณการลงโฆษณามายังดิจิตอลเพิ่มมากขึ้นทุกปี ไม่ว่าจะเป็นการโฆษณาผ่านกูเกิล เฟซบุ๊ก หรืออินสตาแกรมก็ตาม นั่นก็เป็นเพราะมือถือถือเป็นอุปกรณ์ที่ใกล้ตัวคนมากที่สุด เป็นช่องทางที่เข้าถึงผู้บริโภคได้ง่ายและรวดเร็วที่สุด

สำหรับเทคนิคการใช้ Mobile เพื่อการส่งเสริมสนับสนุนการทำการตลาดนั้น ถ้าพูดถึงเรื่องการส่งเสริมธุรกิจในยุคนี้ ก็จะมองถึงการทำ Mobile Marketing พยายามทำการตลาดที่เข้าถึงผู้บริโภคผ่าน Mobile จากบริการต่าง ๆ ที่ลูกค้าใช้อยู่ในปัจจุบัน ไม่ว่าจะเป็นการเซิร์ชผ่านกูเกิล การลงโฆษณาผ่านเฟซบุ๊ก อินสตาแกรม ซึ่งข้อดีของการลงโฆษณาออนไลน์ก็คือ เราสามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้ง่ายและแม่นยำกว่าสื่ออื่น ๆ เพราะเราสามารถระบุ Target ได้ว่า จะให้เป็นเพศชายหรือเพศหญิง อายุเท่าไหร่ถึงเท่าไหร่ ไลฟ์สไตล์ ความชอบของลูกค้าอย่างไร รวมถึงมีการวัดผลที่ชัดเจน ที่สำคัญยังสามารถควบคุมงบประมาณได้ ซึ่งปัจจัยเหล่านี้ล้วนส่งผลดีต่อธุรกิจ เพราะทำให้เราสามารถเข้าใจลูกค้าได้ดีมากขึ้น รวมถึงยังสามารถบริหารจัดการค่าใช้จ่ายได้อีกด้วย

App Store
GET IT ON Google play
SRTET
S.R.T. Electrified Train Company Limited
ARL
ฉลอง 5 ปี
รถไฟฟ้าแอร์พอร์ต เรล ลิงก์
เดินทาง ฟรี สูงสุด
(1 มี.ค. – 31 พ.ค. 59)
45฿
(เมื่อเติมเงิน 300฿)
30฿
(เมื่อเปิดบัตรใหม่)
5th Years Anniversary AIRPORT RAIL LINK
รัชพล พลายด้วง พนักงานต้อนรับ บริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน)
นักแสดงนำ ภาพยนตร์ พันท้ายนรสิงห์
จักรพงษ์ เสมอวงษ์ พิธีกร รายการ O Shopping TV GMM Grammy
Call Center : 1690 www.srtet.co.th

เพราะความสำเร็จของธุรกิจคือการเรียนรู้
และสร้างสรรค์สิ่งใหม่ๆ
ร่วมหาคำตอบที่จะนำพาธุรกิจของคุณก้าวสู่ความสำเร็จ
แหล่งความรู้ คลังปัญญา
พัฒนาเอสเอ็มอี
www.smeknowledge.com
SME
KNOWLEDGE
ติดตามข่าวสารเพิ่มเติมที่
smeknowledge
กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม
DEPARTMENT OF INDUSTRIAL PROMOTION