FREE

SME encourage you to start your own biz

STARTUP

ISSUE 29 | 20 APRIL 2016

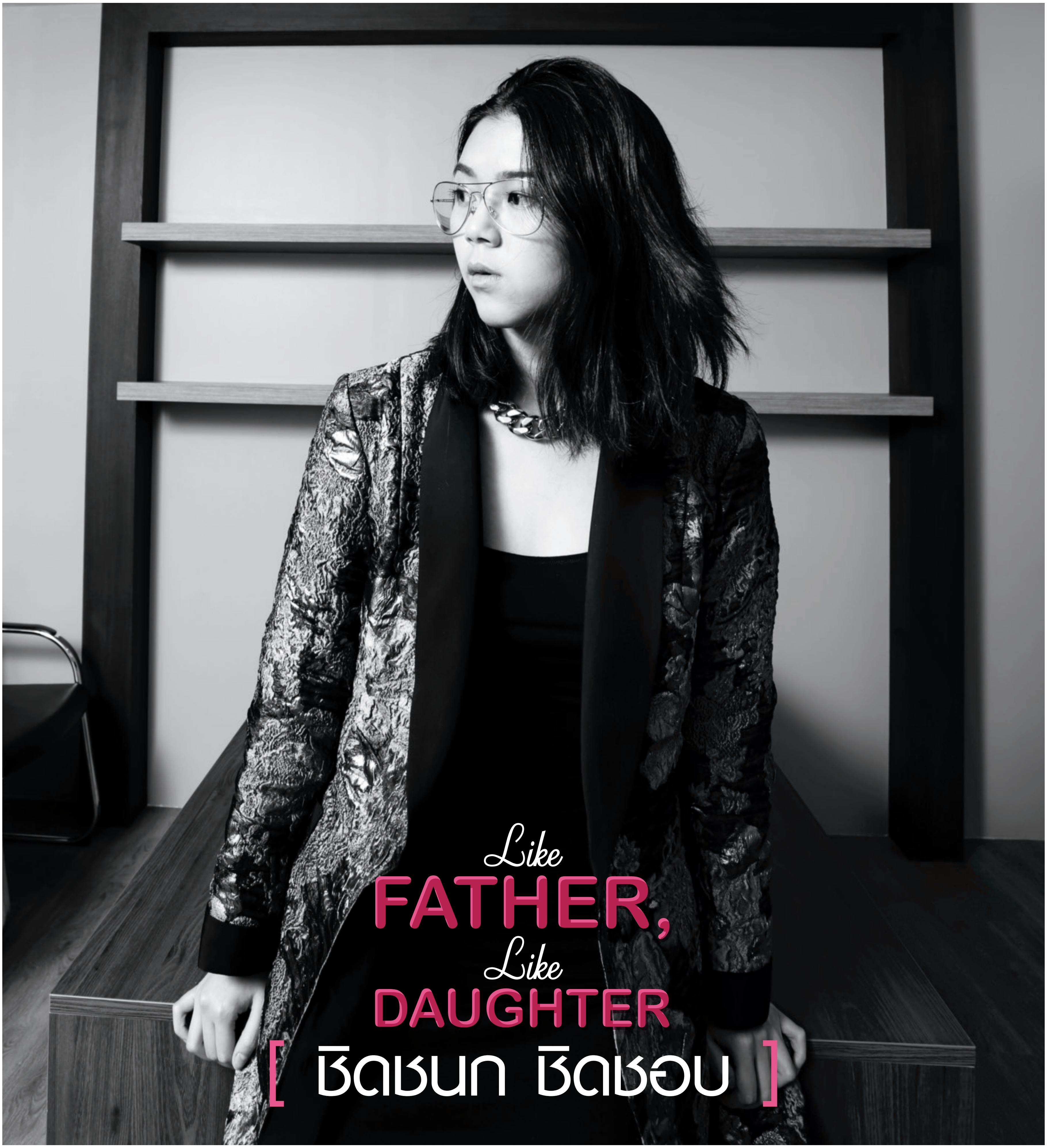


***Photo :** Otto*

ลูกไม้ใต้ต้น

ลูกไม้ใต้ต้น เรามักจะได้ยินคำนี้อยู่บ่อยครั้ง จากการเจริญรอยตามความสำเร็จของผู้เป็นพ่อและแม่ ซึ่งด้วยการปลูกฝังและซึมซับจากการเลี้ยงดูมาตั้งแต่เด็ก ได้ทำให้ลูกไม้ใต้ต้นที่เริ่มผลิดอกออกผล สามารถเติบโตเป็นไม้ใหญ่ที่มั่นคงแข็งแรงได้ในอนาคต

ด้วยเติบโตมาในครอบครัวที่เป็นทั้งนักการเมืองและนักธุรกิจที่ประสบความสำเร็จ จึงไม่แปลกใจที่ แนน-ชิดชนก ชิดชอบ ลูกสาวคนเดียวของเนวิน และกรุณา ชิดชอบ จะหนีไม่พ้นความตั้งใจที่จะก้าวตามรอยเท้าของผู้เป็นพ่อและแม่ ในฐานะทายาท ซึ่งด้วยวิธีการปลูกฝังให้คลุกคลีกับการทำงานของพ่อที่เริ่มหล่อหลอมมาตั้งแต่เด็ก ไม่ว่าจะเป็นการพาไปเยี่ยมชาวบ้านในช่วงหาเสียงเลือกตั้ง การได้มีส่วนร่วมในการแสดงความคิดเห็นในการทำธุรกิจ การได้เห็นทั้งวิธีการทำงานของผู้เป็นพ่อและแม่ที่มีความแตกต่างกันอย่างสุดขั้ว รวมถึงการได้ลงมือทำงานอย่างจริงจัง ล้วนเป็นวิธีการสอนการที่ให้เธอได้เรียนรู้ ซึมซับ และกลายเป็นประสบการณ์ที่มีค่าที่เมื่อถึงวันที่จะต้องเข้ามาช่วยดูแลสานต่อธุรกิจ ก็สามารถเข้ามาจัดการต่อได้อย่างไม่มีปัญหา

อย่างไรก็ตาม นอกจากการปลูกฝังจากผู้เป็นพ่อและแม่แล้ว ก็ยังต้องอาศัยความรู้ความสามารถของตัวเอง อีกทั้งยังต้องเตรียมรับมือกับความกดดันและความคาดหวังจากคนรอบข้างอีกด้วย ดังนั้น แม้จะไม่ได้เริ่มต้นทำธุรกิจจากศูนย์ แต่การที่จะทำธุรกิจที่มีอยู่แล้วให้เติบโตต่อเนื่องไปอีกก็ไม่ใช่เรื่องง่าย ซึ่งจะต้องมีการพิสูจน์ฝีมือต่อไปว่าเป็นลูกไม้ใต้ต้นจริงหรือไม่

รัชนี พันธ์รุ่งจิตติ
บรรณาธิการ
nee_pan@hotmail.com
Facebook : SME Startup

บรรณาธิการอำนวยการ สุจิตรา บุณยขจร **บรรณาธิการ** รัชนี พันธ์รุ่งจิตติ **กองบรรณาธิการ** นิตยา สุเรียมมา กฤษณา สังข์วงค์ เจษฎา ปุรินทวรกุล ขนิษฐา สุวรรณธรรมา **บรรณาธิการเว็บไซต์** แกล้วกล้า ธาดาบดินทร์ **หัวหน้าฝ่ายประสานงานภายใน** สุชันษา แก้วโคตร **ฝ่ายประสานงานกองบรรณาธิการ** จุติพร โลจายะ **หัวหน้าฝ่ายภาพ** ชาคริต ยศสุวรรณ์ **ฝ่ายภาพ** กฤษฎา ศิลปไชย เจษฎา ยอดสุรางค์ **บรรณาธิการฝ่ายศิลปกรรม** กมลศักดิ์ เสียงสนั่น **หัวหน้าฝ่ายพิสูจน์อักษร** อุดม วรจารุวรรณ **พิสูจน์อักษร** วรนุช โต้ตอบ **ผู้จัดการฝ่ายโฆษณา** สุนิสา บุณยขจร *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 จำกัดเท่านั้น และข้อเขียน บทความ รวมทั้งข้อคิดเห็นใดๆ ที่ตีพิมพ์ในนิตยสาร SME STARTUP เป็นความคิดเห็นส่วนบุคคล บริษัท เพนนินซูลาร์ แอสโซซิเอทส์ จำกัดไม่จำเป็นต้องเห็นด้วย

CONTENTS

8
YOUNG MONEY MAKER
บทเรียนจาก CRUMBS Bake Shop อาณาจักรคัพเค้กพันล้าน

10
INTERVIEW
คุยกับชิดชนก ชิดชอบ
ลูกไม้ใต้ต้นที่เข้ามานั่งเก้าอี้บริหารสินค้าที่ระลึกของ
บุรีรัมย์ ยูไนเต็ด ความท้าทายของสาวทีสต์
ที่ต้องมาดูธุรกิจที่กำลังได้รับความนิยมสูง

15
MONEY
วิธีเริ่มต้นธุรกิจ (แทบจะ) ไม่ต้องใช้เงินลงทุน

16-17
SELFEMPLOYED
พบกับ จณัญญา ทองเสริม กับการทำน้ำมะปี๊ดใส่ขวด
ขายผ่านออนไลน์ ภายใต้แบรนด์ Mapeed Chamchan
และ NYMPHEART เครื่องประดับไม้ผสมพลาสติกชิ้นเดียวของ
ธีรพล ธนมณฑล และ เปลี่ยนกาล ไตรคุ้มพันธุ์

20
INSPIRED ME
เพราะคนไทยต้องคู่ขนมไทย...ครีม-เปรมสินี รัตนโสภา

21
HEALTH
เสนอความเชื่อและความจริงเกี่ยวกับ
การออกกำลังกาย และแนะนำเครื่องดื่มหน้าร้อน

24
TRAVEL
สัตหีบ...เดินผ่านบ้านริมฝั่งทะเล
ในย่านเก่าริมทะเลตะวันออก

30
BREAKTHROUGH THOUGHT
ความพอ จากโตมร ศุขปรีชา

NEXT STEP
NEC

NEC
New Entrepreneurs Creation

กลยุทธ์ทางการตลาดสำหรับผู้ประกอบการใหม่

ที่จะช่วยให้คุณพบกับการตลาดรูปแบบใหม่ ที่สามารถเข้าถึงลูกค้าได้อย่างเข้าใจ
พบกับผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จระดับประเทศ
และกูรูผู้เชี่ยวชาญด้านการสร้างแบรนด์, Digital Marketing
Workshop และ Coaching แผนการตลาดรูปแบบใหม่

ธันยวัชร์ ไชยตระกูลชัย
นักการตลาดชื่อดัง

ธีรศานต์ สหัสสพาศน์
กรรมการผู้จัดการ
J.M.Cuisine ร้านอาหารชื่อดัง
แห่ง จ.เพชรบุรี

ชนิสรา โททอง
กรรมการผู้จัดการ
Brunchtime Co.Ltd เจ้าของธัญพืช
เพื่อสุขภาพกรุบกรอบในแบรนด์
Diamond Grains

สุรีรัตน์ ศรีพรหมคำ
กรรมการผู้จัดการ
บริษัท เจคิว ฟู้ดส์ จำกัด เจ้าของกิจการ
เจคิวปูม้านึ่ง

ศิรุวัฒน์ ชัชวาลย์
กรรมการผู้จัดการ
เครซี่ สไปร์ซี่ หรือที่รู้จักในชื่อร้านตำมั่ว

ดร.สรณ์ จงศรีจันทร์
ผู้เชี่ยวชาญด้านกลยุทธ์
การสร้างแบรนด์

ดร.เกียรติอนันต์ ล้วนแก้ว
คณบดีคณะเศรษฐศาสตร์
มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์

สุรชัย ชาญอนุเดช
ประธานเจ้าหน้าที่บริหาร
เคทีเรสทัวรองท์ หรือในชื่อร้าน
ชานตาเฟ่ สเต๊ก

สมัครออนไลน์ได้ที่

www.smethailandclub.com/nextstepnec

อบรมวันที่ 14-15, 21-22, 27-29 พฤษภาคม 2559
ณ โรงแรมเชียงใหม่แกรนด์วิว เชียงใหม่

สอบถามรายละเอียดที่ 0-2270-1123-4 #205, 08-1614-2611
ผู้ที่ผ่านการอบรมโครงการ NEC จะได้รับการพิจารณาเป็นพิเศษ

กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม
DEPARTMENT OF INDUSTRIAL PROMOTION

New Entrepreneurs Creation
NEC
โครงการเสริมสร้างผู้ประกอบการใหม่

Peninsular Associates Co.,Ltd

ความเปลี่ยนแปลงของธุรกิจขนาดเล็กในอเมริกา

จากการสำรวจระหว่างปี พ.ศ. 2545-2555 พบว่า ธุรกิจขนาดเล็กในอเมริกามี GDP ลดลงจากร้อยละ 48.3 เหลือร้อยละ 44.6 ขณะที่จำนวนการทำงานด้วยตนเอง เพิ่มขึ้นมากกว่าร้อยละ 14 ของการจ้างงานผู้อื่น ส่วนการจ้างงานฟรีแลนซ์ก็เพิ่มขึ้นเช่นกัน โดยข้อมูลจาก Upwork.com เว็บไซต์ที่รวบรวมฟรีแลนซ์ไว้หลากหลายอาชีพ ระบุ ในช่วง 3 ปีที่ผ่านมา ฟรีแลนซ์สมัครเข้าใช้งานเว็บไซต์เพื่อประกาศหางานกว่า 1.5 ล้านราย และตอนนี้เพิ่มเป็น 10 ล้านราย โดยการเพิ่มจำนวนฟรีแลนซ์ชี้ให้เห็นว่า ผู้ประกอบการหันมาจ้างงานฟรีแลนซ์มากขึ้นเพราะต้องการลดรายจ่ายในการจ้างพนักงานประจำ ขณะเดียวกันค่าใช้จ่ายด้านเทคโนโลยีจะลดลงและธุรกิจขนาดเล็กจะย้ายข้อมูลขึ้นไปอยู่บนคลาวด์กันมากขึ้น เพราะมีระบบรักษาความปลอดภัยของข้อมูล อีกทั้งช่วยลดต้นทุน ลดเวลา และลดความยุ่งยากในการบริหารจัดการด้านไอทีอีกด้วย

แน่นอนว่าแนวโน้มเช่นนี้เกิดขึ้นไม่เฉพาะในอเมริกา แต่เกิดขึ้นทั่วโลก

5 นิสัยที่มีผลต่อการสร้างเนื้อสร้างตัว

นอกจากต้องอดออมแล้ว ผู้ที่หวังจะสร้างเนื้อสร้างตัว ขอแนะนำนิสัยที่ควรมี 5 ประการ เพื่อเป็นเครื่องมือสนับสนุนให้บรรลุถึงเป้าหมาย ดังนี้ 1.ไม่พูดจาซับซ้อน เลือกใช้ถ้อยคำง่ายๆ แต่มีความหมายลึกซึ้งในการส่งต่อข้อความไปยังผู้อื่นและไม่ใช้คำฟุ่มเฟือย 2.นิสัยทิ้งของเก่า เช่น ถ้าต้องการมีความคิดเชิงบวกก็ต้องกำจัดความคิดเชิงลบที่เคยมี โดยหมายรวมถึงนิสัยเชิงลบด้วย 3.มีความสุขกับสิ่งที่ทำ แม้หลายคนจะบอกว่าไม่สามารถมีความสุขไปพร้อมกับการทำธุรกิจได้ แต่หากธุรกิจคือสิ่งที่รัก แน่นอนว่าย่อมมีความสุขเกิดขึ้นเมื่อได้ทำในสิ่งที่รัก 4.ต้องกล้าตัดสินใจ โดยคนที่ตัดสินใจได้มากครั้งที่สุด (นับรวมทั้งการตัดสินใจน้อยใหญ่และการตัดสินใจที่ล้มเหลว) จะเป็นผู้ชนะ เพราะได้เรียนรู้เรื่องต่างๆ เร็วกว่าคนอื่น 5.ต้องเป็นคนช่างถาม ถามเพื่อให้รู้ข้อเท็จจริงของสิ่งที่สงสัย แต่คนส่วนใหญ่ไม่กล้าถามเพราะกลัวคำตอบที่อาจทำให้เกิดความยากลำบากตามมา

จริงๆ แล้ว นิสัยเหล่านี้ล้วนมีผลดีกับตัวเอง สามารถสร้างความสำเร็จได้ในการทำงาน แม้จะไม่ได้ต้องการเป็นเศรษฐีก็ตาม

FORGIVE YOUR ENEMIES, BUT NEVER FORGET THEIR NAMES.

จงให้อภัยศัตรู แต่อย่าลืมชื่อพวกเขาเด็ดขาด

- John F. Kennedy ประธานาธิบดีคนที่ 35 ของสหรัฐฯ

พฤติกรรมการเซ็ตเป้าหมายของมหาเศรษฐี

มหาเศรษฐีที่กำลังจะพูดถึงต่อไปนี้คือ ผู้ที่มีรายได้มากกว่า 160,000 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ ต่อปี และมีสินทรัพย์ 3.2 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ ซึ่ง NowSourcing บริษัทการตลาดในสหรัฐฯ เผยข้อมูลที่น่าสนใจว่า ในปี พ.ศ. 2556 สหรัฐฯ มีเศรษฐี จำนวน 31,680,000 คน และมหาเศรษฐีจำนวน 1,426 คน โดยในจำนวนมหาเศรษฐีทั้งหมดนี้จะมีพฤติกรรมในการเซ็ตเป้าหมายของตนเองที่น่าสนใจคือ 67 เปอร์เซ็นต์จะเขียนเป้าหมายของตนเองอย่างชัดเจน ขณะที่ 80 เปอร์เซ็นต์จะโฟกัสเป้าหมายพิเศษที่ประสบความสำเร็จ และ 86 เปอร์เซ็นต์เชื่อในการเรียนรู้ทั้งชีวิตเพื่อที่จะได้พัฒนาตนเองอยู่ตลอดเวลา ส่วน 84 เปอร์เซ็นต์เชื่อว่า นิสัยที่ดีจะช่วยสร้างโอกาสทางธุรกิจใหม่ๆ และ 76 เปอร์เซ็นต์ เชื่อว่า นิสัยที่ไม่ดีจะทำให้เกิดผลกระทบด้านลบได้ นอกจากนี้ 81 เปอร์เซ็นต์ยังเขียน To-do list ทุกวัน

สำหรับเคล็ดลับการสอนลูกที่เหล่ามหาเศรษฐีทำนั้น 74 เปอร์เซ็นต์สอนนิสัยดีๆ ให้กับลูกทุกวัน 70 เปอร์เซ็นต์ให้ลูกๆ เข้าร่วมกิจกรรมอาสา 10 ชั่วโมงต่อเดือน และ 63 เปอร์เซ็นต์ให้ลูกอ่านหนังสือสารคดี 2 เล่มต่อเดือน

ฝึกก่อน เป็นมหาเศรษฐีก่อน

มาทำความรู้จักกับ Gen Z กันเถอะ

เพราะตอนนี้ Gen Z (กลุ่มคนที่เกิดหลังปี พ.ศ.2538) มีจำนวนมากขึ้น อีกทั้งยังมีความหลากหลายทางเชื้อชาติ ซึ่งทำให้มีทัศนคติที่ต่างกัน พวกเขาชื่นชอบเทคโนโลยีและมีแนวโน้มตัดสินใจซื้อสินค้าจากประสบการณ์จริงของลูกค้าที่โพสต์ผ่านโซเชียลมีเดีย มากกว่าชื่อแบรนด์ ฉะนั้นทุกธุรกิจจึงควรเตรียมพร้อมรับมือการมาถึงของยุค Gen Z ผ่านการศึกษาพฤติกรรมที่ใช้มือถือมากกว่า Gen Y ถึง 2 เท่า ซึ่งจากการวิจัยพบว่า 79 เปอร์เซ็นต์ของ Gen Z รู้สึกหดหู่เมื่อต้องอยู่ห่างอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ และ Gen Z ยังมีแนวโน้มซื้อสินค้าผ่านมือถือมากกว่า Gen Y ดังนั้น ทุกธุรกิจจึงควรมีเว็บไซต์ที่แสดงผลได้ดีบนมือถือ นอกจากนี้ ในหนึ่งวัน Gen Z ใช้เวลาบนยูทูบประมาณ 2-4 ชั่วโมง ขณะที่ดูโทรทัศน์น้อยกว่า 1 ชั่วโมง และจากการศึกษาของ Defy Magazine ในปี พ.ศ.2558 พบว่า 63 เปอร์เซ็นต์ของหลายธุรกิจเลือกโฆษณาสินค้าและบริการบนยูทูบ เพราะเข้าถึง Gen Z ได้ดีกว่าโฆษณาผ่านโทรทัศน์

ไม่เพียงเท่านี้ สำหรับ Gen Z แล้ว พวกเขามองว่าการส่งอีเมลเป็นการสื่อสารที่ล้าสมัย โดย Jaclyn Ling กรรมการผู้จัดการฝ่ายแฟชั่นและบริการค้าปลีกของแอพฯ แช็ตยอดนิยมอย่าง Kik เผยว่า Gen Z ชอบสื่อสารผ่านแอพฯ แช็ตเพราะมีการแจ้งเตือนทันทีที่มีข้อความตอบกลับ โดยแอพฯ แช็ตที่นิยม ได้แก่ Messenger ของเฟซบุ๊ก Hangouts ของกูเกิล iMessage ของแอปเปิ้ล WhatsApp Instagram Direct และ WeChat เช่นนั้นเพื่อให้สินค้าและบริการเข้าถึงลูกค้ากลุ่มนี้ ทุกธุรกิจจำเป็นต้องโฆษณาสินค้าและบริการผ่านแอพฯ แช็ตเหล่านี้ด้วย

รู้จัก Gen Z ไว้จะได้รับมือได้อย่างมีประสิทธิภาพ

SME Thailand magazine | ธนาคารกสิกรไทย 开泰银行 KASIKORNBANK

SME THAILAND INNO AWARDS 2016

สุดยอด! เอสเอ็มอีไทย

นิตยสาร SME Thailand ร่วมกับธนาคารกสิกรไทย ขอเชิญผู้ประกอบการ SME ที่มั่นใจว่าสินค้า หรือบริการของคุณเป็นผลงานนวัตกรรมไม่ซ้ำแบบใคร ส่งผลงานเข้าร่วมประกวดในโครงการ SME Thailand Inno Awards 2016 ชิงโล่รางวัลและของรางวัลต่างๆ มากมาย

การจัดประกวดแบ่งออกเป็น 10 สาขา

1. รางวัลโดดเด่นด้านความคิดสร้างสรรค์ธุรกิจบริการ
2. รางวัลโดดเด่นด้านการบริหารจัดการองค์กรและธุรกิจ
3. รางวัลโดดเด่นด้านดีไซน์ผลิตภัณฑ์
4. รางวัลโดดเด่นด้านการสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ Reuse/Recycle
5. รางวัลโดดเด่นด้านพัฒนาผลิตภัณฑ์ซอฟต์แวร์
6. รางวัลโดดเด่นด้านการสร้างแบรนด์
7. รางวัลโดดเด่นด้านผลิตภัณฑ์เพื่อสิ่งแวดล้อม
8. รางวัลโดดเด่นด้านการตลาดออนไลน์
9. รางวัลโดดเด่นด้านผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพ
10. รางวัลโดดเด่นด้านการออกแบบบรรจุภัณฑ์

คณะกรรมการตัดสินรางวัล

นายวินัย วิโรจน์จริยากร
กรรมการผู้จัดการ
บริษัท เพนนินซูลาร์ แอ๊สโซซิเอทส์ จำกัด

นายพิกวัตว์ ภัทรนาวิก
ผู้ช่วยกรรมการผู้จัดการ
ธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน)

นายสุวรรณชัย โลหะวัฒนกุล
ผู้อำนวยการ
สถาบันพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

นายอนุชิต ปัญญาวัชระ
ผู้บริหาร
บริษัท ยินดีออกแบบ จำกัด

คุณสมบัติของผู้เข้าประกวด

1. ผู้ประกอบการไทยทั้งในภาคผลิต ภาคการค้า และภาคบริการ
2. ดำเนินกิจการมาไม่น้อยกว่า 3 ปี (ยกเว้นรางวัลโดดเด่นด้านพัฒนาผลิตภัณฑ์ซอฟต์แวร์ ดำเนินกิจการมาไม่น้อยกว่า 1 ปี)
3. สินค้า/บริการต้องมีความแตกต่างและความโดดเด่นน่าสนใจ
4. เจ้าของกิจการเป็นบุคคลสัญชาติไทย
5. เจ้าของกิจการไม่ตกเป็นข่าวในทางเสื่อมเสียในช่วง 1-3 ปีที่ผ่านมา

เปิดรับสมัครตั้งแต่วันนี้-30 มิถุนายน 2559

รายละเอียดเพิ่มเติมได้ที่
www.smethailandclub.com
โทร. 0-2270-1123-4

สินค้ามือ 2 ที่สร้างรายได้

ของเหลือใช้สภาพดีแต่ถูกทิ้ง
ไม่ได้ใช้ให้เกิดประโยชน์ มูลค่ากว่า

12,000 ล้านบาท

มูลค่าสิ่งของ**ไม่ได้ใช้แล้ว**แต่ยังอยู่ในสภาพดี

สินค้า	มูลค่า
โทรศัพท์มือถือ	1.2 พันล้านบาท
เครื่องเสียงและเครื่องเล่นวีดิทัศน์	263.2 ล้านบาท
เครื่องครัว	202.6 ล้านบาท
เครื่องใช้ในบ้าน	268.5 ล้านบาท
เฟอร์นิเจอร์	127.2 ล้านบาท
กระเป๋า	114.8 ล้านบาท
รองเท้า	205.6 ล้านบาท
เสื้อผ้า	285.9 ล้านบาท
ซีดี/วีซีดี/ดีวีดี	26.6 ล้านบาท
หนังสือและนิตยสาร	58.5 ล้านบาท

ส่วนใหญ่เลือกจะนำ
ของที่ไม่ใช้แล้วไปบริจาค
หรือทิ้งมากกว่าจะนำ
ไปขาย มีความตั้งใจที่จะขาย

40%

สินค้าที่รู้สึกสะดวกในการขาย**ออนไลน์**

กลุ่มสินค้า	สัดส่วน
กลุ่มอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์	66%
กลุ่มสินค้าแฟชั่น	53%
ยานพาหนะและของตกแต่ง	29%

สินค้าที่ต้องการ **ขายออนไลน์** มากที่สุด

สินค้า	สัดส่วน
โทรศัพท์มือถือ	53%
เสื้อผ้า	47%
คอมพิวเตอร์/แล็บท็อป/แท็บเล็ต	39%
รองเท้า	32%

ที่มา : Kaidee

THE MILLIONAIRE SECRETS

▸ เรื่องลับๆ จับเงินล้าน ◂◂

สัมมนาที่จะพาคุณไปไขความสำเร็จธุรกิจเงินล้าน

28 เมษายน 2559

เวลา 13.00 น. - 16.00 น.

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

เปิดสูตรลับการตลาดธุรกิจร้อยล้าน

ชนิสรา โททอง
เจ้าของแบรนด์ Diamond Grains

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

สอบถามรายละเอียดและสำรองที่นั่งได้ที่ **0-2270-1123-4 ต่อ 304**

www.smethailandclub.com

สัมมนาฟรี! ไม่มีค่าใช้จ่าย (รับจำนวนจำกัด)

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

บทเรียนจาก CRUMBS BAKE SHOP
อาณาจักรคัพเค้กพันล้าน

Text : วิมาลี วิวัฒนกุลพาณิชย์

เมื่อปี พ.ศ.2546 หรือ 13 ปีก่อนที่ **มีอา** และ **เจสัน โบเออร์**
แฟนหนุ่มตัดสินใจเปิดร้านเบเกอรีในย่านอัพเปอร์เวสต์ไซด์ ชุมชนชาวยิวในนิวยอร์ก
พวกเขาไม่ได้คาดหวังอะไรมากไปกว่าการมีธุรกิจเล็กๆ เป็นของตัวเอง
แต่ CRUMBS Bake Shop กลับเติบโตเกินจากที่คิดไว้มากมายนัก ยอดขายเพิ่มขึ้นเรื่อยทุกปี ปี 2553
ทะยานพุ่งไปอยู่ที่ 31 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ โดยเกือบ 80 เปอร์เซ็นต์มาจากคัพเค้ก ที่เหลือเป็นรายได้จากเครื่องดื่มและสินค้าอื่น

การเปิดสาขาแรก ธุรกิจร้านคัพเค้กของมีอาขยายไป 17 สาขาทั่วนิวยอร์ก และกว่า 30 สาขาในรัฐใหญ่ทั่วประเทศ ติดอันดับ 500 บริษัทในอเมริกาที่โตเร็วสุด และท้ายที่สุดก็เข้าจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์นิวยอร์ก ยังผลให้บริษัทมีมูลค่า 66 ล้านดอลลาร์ฯ หรือกว่า 2,000 ล้านบาท มาดูที่มาที่ไปของ CRUMBS กันว่ามีจุดเริ่มต้นอย่างไร

เริ่มมาจาก มีอา ทนายความสาว ลูกจ้างประจำเทศบาลนครนิวยอร์กคิดอยากเปลี่ยนเส้นทางอาชีพ แม้จะรักในการเป็นทนายแต่ก็อยากลองทำอะไรที่ท้าทาย เธอฝันจะมีธุรกิจเป็นของตัวเองและสิ่งที่เล็งไว้คือการเปิดร้านเบเกอรีเนื่องจากเธอหลงใหลการทำขนมอบมาแต่เด็ก และสั่งสมความชำนาญเรื่อยมาโดยไม่เคยเข้าคอร์สเรียนที่ไหนเลย เมื่อได้คำปรึกษาจากเจสัน แฟนหนุ่มที่ต่อมากลายเป็นสามี ทั้งคู่จึงลงขันกันเปิดร้าน CRUMBS จำหน่ายขนมอบจำพวกเค้ก โดยมีอาลงมือทำเอง

ช่วงแรกเป็นสินค้าเบเกอรีทั่วไป รวมถึงคัพเค้กที่มี 2-3 รส ปรากฏว่าคัพเค้กขายหมดเร็วมากและขายดีทุกวัน โดยเฉพาะรสวานิลลามะพร้าวที่กลายมาเป็นสินค้าเด่นของร้าน มีอาจึงลองทำคัพเค้กรสอื่นๆ ออกมาเพิ่มเป็น 12 รส ไม่กี่เดือนหลังเปิดร้านก็รู้รสนิยมของลูกค้า จึงเบนเข็มมาที่ธุรกิจคัพเค้กอย่างจริงจัง จังหวะดีเนื่องจากช่วงนั้นวัฒนธรรมการกินคัพเค้กเป็นขนมหวานกำลังเริ่มบูมอันเป็นอิทธิพลจากซีรีส์เรื่อง Sex and the City ไม่ใช่แค่แม่บ้านที่ออกมาซื้อหาคัพเค้กกลับไปรับประทาน เหล่าคนทำงานออฟฟิศก็เป็นลูกค้ากลุ่มใหญ่เช่นกัน

CRUMBS ไม่ใช่เจ้าแรกที่ขายคัพเค้ก เพื่อสร้างความแตกต่างจากคู่แข่งที่มีไม่กี่แบรนด์ มีอาและเจสันจึงวางกลยุทธ์ เช่น เลือกเปิดร้านในย่านคนมีสตางค์ แหล่งที่มีคนอาศัยหนาแน่น มีอาคารสำนักงานเยอะ เมื่อมีการขยายสาขาใหม่ในรัฐอื่น จะใช้วิธีจ้างผู้ผลิตในพื้นที่นั้นผลิตขนมให้ วิธีนี้จะช่วยลดค่าใช้จ่ายในการซื้ออุปกรณ์เบเกอรีที่มีราคาแพง ทำให้ต้นทุนการขยายร้านไม่สูงมาก อยู่ที่ประมาณ 300,000 ดอลลาร์ฯ ต่อร้าน นอกจากนั้น ทุกครั้งที่มีการเปิดสาขาใหม่ ลูกค้า 100 คนแรกจะได้รับแจกขนมไปชิมฟรีคนละกล่อง หรือไม่ก็จะมีการฝากขนมให้เพื่อนหรือคนรู้จักนำไปแจกจ่ายกันชิมในสำนักงานเพื่อเป็นการโปรโมตร้าน

สำหรับกลยุทธ์สร้างความแตกต่างในตัวผลิตภัณฑ์ มีอาสร้างจุดขายด้วยการผลิตคัพเค้กให้ลูกค้าเลือก 3 ขนาด ได้แก่ ขนาดเล็ก (สำหรับชิม) ขนาดกลางซึ่งเป็นขนาดทั่วไป และขนาดใหญ่ 4.5 นิ้ว ซึ่งขายดีที่สุดและเป็นสัญลักษณ์ของ CRUMBS ไปแล้ว เนื่องจากร้านอื่นไม่ได้ทำ นอกจากนั้น สินค้าของที่ร้านยังได้รับ "โคเชอร์" ตรารับรองมาตรฐานอาหารยิว เฉกเช่นอาหารที่จำหน่ายให้ชาวมุสลิมที่ควรต้องมีตรา "ฮาลาล" จึงทำให้ฐานลูกค้าของร้านกว้างขวางขึ้น

จุดเด่นอีกประการของคัพเค้กร้าน CRUMBS คือรสชาติและท็อปปิ้งแต่งหน้าเค้กที่มีหลากหลายในเลือกอย่างจุใจมากกว่า 50 รส โดยมีอาจะเป็นคนควบคุมและดูแลสูตรขนมเองทั้งหมด 75 เปอร์เซ็นต์เป็นสูตรที่เธอคิดค้นเอง ที่เหลือเป็นข้อเสนอของพนักงานและลูกค้า มีการจัดประกวดรสชาติคัพเค้กให้ลูกค้าส่งไอเดียเข้ามาด้วย จุดแข็งที่นำมาซึ่งความสำเร็จของ CRUMBS คือการบริการ มีอาเน้นตรงจุดนี้มาก ขนมอร่อยอย่างเดียวไม่พอ พนักงานจะต้องบริการลูกค้าอย่างอบอุ่นและเป็นมิตร

ดูเหมือนว่าทุกอย่างจะไปได้ดี หลังจากที่เข้าตลาดหลักทรัพย์ไปเมื่อปี พ.ศ.2554 CRUMBS ก็ขึ้นแท่นเป็นเชนร้านคัพเค้กที่ใหญ่ที่สุดในอเมริกาด้วยจำนวนร้าน 79 สาขาใน 10 รัฐ แต่สิ่งที่แน่นอนคือความไม่แน่นอน ความฝันของพวกเขาดับวูบเมื่อสถานการณ์พลิกผัน ตลาดคัพเค้กอิ่มตัวเนื่องจากมีคู่แข่งเกิดขึ้นมากมาย ลูกค้ามีทางเลือกมากขึ้น

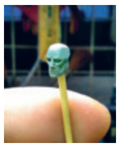
ยอดขายหด บริษัทขาดทุนและขาดสภาพคล่อง ทำให้ต้องทยอยปิดร้านในบางพื้นที่หลังจากที่ผลประกอบการขาดทุนเกือบ 20 ล้านดอลลาร์ฯ ราคาหุ้น CRUMBS ที่เคยซื้อ-ขายกันที่ 13 ดอลลาร์ฯ ร่วงมาอยู่ที่ 1 ดอลลาร์ฯ กว่าๆ บริษัทพยายามเพิ่มทุนแต่ไม่เป็นผล สุดท้ายตลาดหุ้นแนสแด็กก็หยุดการซื้อ-ขายหุ้น CRUMBS ในเดือนกรกฎาคม 2557 ขณะที่บริษัทก็ยื่นคำร้องต่อศาลขอเป็นบริษัทล้มละลายและประกาศปิดกิจการทั้งหมดเป็นการชั่วคราวเพื่อให้มีการตรวจสอบภายใน

บทเรียนที่บรรดาผู้ประกอบการได้เรียนรู้จากกรณีของ CRUMBS คืออย่ายึดติดกับ Passion หรือความปรารถนาในสิ่งใดสิ่งหนึ่งอย่างแรงกล้ามากเกินไป ไม่ใช่ตั้งหน้าตั้งตาขยายร้านไปเรื่อยๆ โดยไม่สนใจสิ่งรอบข้าง สิ่งที่ CRUMBS เผชิญคือการผุดขึ้นจำนวนมากของคู่แข่งทางธุรกิจ เมื่อใดที่คู่แข่งสามารถผลิตสินค้าได้ทัดเทียมหรือดีกว่าส่วนแบ่งการตลาดย่อมหดหายไป จุดอ่อนของ CRUMBS คือไม่สามารถกำจัดคู่แข่งขันได้

อีกบทเรียนหนึ่งคือ การให้ความสำคัญกับเรื่องเทรนด์หรือกระแส สินค้าอาหารก็มีเทรนด์ไม่ต่างจากสินค้าอื่นๆ มันจะมาเป็นพักๆ ดังจะเห็นได้จากบางตัวอย่าง เช่น คุกกี้ Mrs.Fields หรือโดนัท Krispy Kreme ที่กระแสซาลงอย่างรวดเร็ว ธุรกิจคัพเค้กเองก็เช่นกัน เมื่อมี "โต" สักวันก็ "แตก" ได้เหมือนฟองสบู่ สิ่งที่ควรทำคือ การเตรียมแผนสำรองและมีสินค้าทางเลือกอื่นไว้รองรับกรณีที่ธุรกิจส่อแววไปไม่รอด

อย่างไรก็ตาม การล้มของ CRUMBS ครั้งนี้อาจไม่ใช่ถาวร หลบเลียแผลใจได้ไม่กี่เดือน ผู้บริหารของ CRUMBS ก็มีมติให้เปิดร้านใหม่อีกครั้ง โดยเริ่มที่สาขาบรอดเวย์ นิวยอร์กเป็นแห่งแรก และมีแผนทยอยเปิดเพิ่มมากขึ้นในอนาคต คงต้องจับตาดูกันต่อไปว่าการกลับมาอีกครั้งจะมั่นคงและยั่งยืนแค่ไหนหลังจากที่ผ่านประสบการณ์สูงสุดกลับสู่สามัญมาแล้ว

FIRST STEP



SIAM CRAFT MINIATURES

กับก้าวแรกในไทย

Text : กองบรรณาธิการ

แม้งานฝีมือทหารจิ๋วเหมือนจริงย่อส่วน อาจเป็นตลาดที่จำกัดเฉพาะกลุ่มคนที่รักงานอดิเรกเล่น Figure Model แต่ก็ใช่ว่าจะไม่สามารถปั้นเป็นธุรกิจขึ้นมาได้ ยิ่งเมื่อเป็นแบรนด์ไทยที่มีผลงานการันตีจากการได้ทำต้นแบบ Figure Model ส่งบริษัทชั้นนำในต่างประเทศมานาน การลุกขึ้นมาสร้างแบรนด์เองในชื่อ SIAM CRAFT MINIATURES ก็ไม่ใช่เรื่องยาก

"ปั้นตัวต้นแบบงาน Figure Model หรือบุคคลจำลอง จาก Epoxy แล้วก็ส่งให้บริษัทต่างประเทศเพื่อเอาไปหล่ออีกทีหนึ่ง โดยบริษัทที่ส่งให้ก็อย่างเช่น Alpine Miniatures ซึ่งจะมีทั้งปั้นจากแบบที่บริษัทส่งมาให้และบางแบบเราก็คิดขึ้นมาเองแล้วก็เสนอไป ด้วยความที่เราทำงานละเอียด เรียบร้อย และส่งตรงเวลา คือรอยต่อที่จะต้องนำมาประกอบกันจะสนิทลงตัวเป๊ะกระดาษแทรกไม่ได้ ซึ่งบริษัทต่างประเทศนี้มีข้อดีคือเขาจะให้เครดิตศิลปินที่ปั้นงาน เขียนชื่อเอาไว้หน้ากล่องเลยว่าแบบนี้ปั้นโดยใคร แล้วก็มีส่งงานที่เราปั้นเข้าประกวดงานระดับโลกในชื่อเราด้วย ทำให้เราเป็นที่รู้จักในกลุ่มคนเล่น Figure Model" **พงศธร กันทาบุญ** ศิลปินและเจ้าของแบรนด์ SIAM CRAFT MINIATURES เล่าถึงงานก่อนหน้าที่จะสร้างแบรนด์ SIAM CRAFT MINIATURES

ทั้งนี้ การที่มีชื่อเสียงได้รับการยอมรับในกลุ่มคนเล่น Figure Model ทำให้พงศธรได้รับเชิญไปร่วมงาน Malaysia Scale Hobby Show 2016 ที่ปีนัง และทำให้เขาคิดว่าถึงเวลาที่จะทำงาน Figure Model ในแบรนด์ของตัวเองขึ้นมาอย่างจริงจัง โดยเขาจะปั้นและหล่องานจากเรซิ่นใน 2 ลักษณะ คือ 1. Military งานปั้นทหารสมจริงในหลายมาตราส่วน และ 2. Historical Figure งานปั้นบุคคลในประวัติศาสตร์ เช่น ทหารโรมัน เป็นต้น โดยจะปั้นใน 3 ขนาดคือ 1 : 32 (54 มิลลิเมตร) 1 : 35 (5 เซนติเมตร) และ 1 : 16 (11 เซนติเมตร) ซึ่งตลาดนี้ พงศธรยอมรับว่าเป็นกลุ่มเล็กๆ แต่ผู้ผลิตแบรนด์ไทยก็แทบจะไม่มี โดยอาจกล่าวได้ว่าเขาเป็นแบรนด์แรกในไทย

"บางคนอาจจะทำพวกซูเปอร์ ฮีโร่ แต่นั่นจะติดปัญหาลิขสิทธิ์ แต่งานของเราจะออกแบบขึ้นมาเองเลย ซึ่งผู้ซื้องานประเภทนี้จะมีงานอดิเรกเล่นของพวกนี้ ซึ่งที่เราทำจะทำแค่เป็นตัวโมเดลเท่านั้น แล้วให้ลูกค้าเพ้นต์สีแบบเอง เพื่อให้เขารู้สึกว่ามีส่วนร่วมและมีความภูมิใจในผลงาน โดยที่แต่ละคนจะเพ้นต์สีลายที่แตกต่างกัน ก็จะนำไปสู่การอวดกันแข่งกัน และสุดท้ายจะเกิดเป็นสังคมเล็กๆ ของกลุ่มคนที่ชอบงาน Figure Model ขึ้นมา สำหรับราคาที่ตั้งไว้จะอิงกับสากล ไม่ต่างกันมากนัก เพราะของเราก็เป็นชิ้นงานที่มีคุณภาพมีความประณีตละเอียดไม่แพ้ของต่างประเทศ โดยบางชิ้นอาจจะมีราคาสูงกว่าด้วยซ้ำ เช่น งานลิมิเต็ด 100 กล่องที่มีใบรับรอง ลายเซ็น และในอนาคตจะทำคอลเลกชั่นเพื่อนักสะสมเป็นชิ้นงานที่เพ้นต์ให้เรียบร้อย รวมถึงขยายสู่งานปั้นครึ่งตัว Bust ที่มีแค่หัวและไหล่ ขนาดเล็กที่เน้นแสดงอารมณ์ความรู้สึกที่ใบหน้า ซึ่งในต่างประเทศกำลังได้รับความนิยมอย่างมาก"

สำหรับช่องทางการจำหน่าย พงศธรใช้ช่องทางจำหน่ายผ่านเฟซบุ๊ก และเชื่อว่าเมื่อได้ร่วมงาน Malaysia Scale Hobby Show ที่เชิญเขาไปสาธิต ก็จะมีโอกาสพบปะผู้ประกอบการร้านต่างๆ ที่มาในงาน ซึ่งจะเป็นช่องทางในการเปิดตลาดต่างประเทศได้อีกทางหนึ่ง

ตลาดแม้จะเล็ก แต่ก็มีโอกาสเสมอหากสินค้าตอบโจทย์ความต้องการได้ และกล้าที่ก้าวเข้าไปลอง S

f SIAM CRAFT MINIATURES

HOW TO GUIDES

[3] ความผิดพลาด การทำตลาด

อันที่จริงความผิดพลาดของผู้ประกอบการมือใหม่ในช่วงเริ่มต้นธุรกิจมีไม่ใช่น้อย ซึ่งบางครั้งความผิดพลาดดังกล่าวได้สร้างความเสียหายทางธุรกิจ โดยเฉพาะอย่างยิ่งความผิดพลาดทางการตลาดที่ส่งผลต่อการขายสินค้าและบริการ มาดูกันว่าอะไรคือความผิดพลาดทางการตลาดที่ทำให้ธุรกิจเจอปัญหาตั้งแต่เริ่มต้น

1 ไม่รู้กลุ่มเป้าหมาย

หลายคนมักเริ่มต้นการทำธุรกิจจากความชอบของตัวเอง ทำให้ผลิตสินค้าหรือบริการขึ้นมาโดยคิดเอาเองว่าผู้บริโภคต้องการ หรือฟังคนเพียงไม่กี่คนที่บอกว่าน่าจะทำสิ่งนั้นสิ่งนี้ โดยที่ไม่รู้ว่าคนส่วนใหญ่ต้องการอะไร สุดท้ายสิ่งที่ทำมาก็ไม่ตอบโจทย์ความต้องการที่แท้จริงของผู้บริโภค ทำให้ขายสินค้าไม่ได้ เพราะฉะนั้นก่อนเริ่มต้นธุรกิจใดๆ ก็ตาม ให้ลองสำรวจความคิดเห็นจากคนหลายๆ คนเสียก่อน เพื่อให้ได้ข้อมูลที่ชัดเจน เช่น หาคำตอบว่ากลุ่มเป้าหมายคือใคร ต้องการอะไรจากผลิตภัณฑ์ ทำความเข้าใจตลาด เพื่อให้แน่ใจว่าสินค้าหรือบริการตอบโจทย์จริงๆ

2 ไม่ทดสอบสินค้า

นอกจากผลิตสินค้าออกมาขายโดยที่ยังไม่ทราบกลุ่มเป้าหมายที่ชัดเจน และความต้องการของลูกค้าอย่างแท้จริงแล้ว หลายคนยังไม่มีการทดสอบสินค้าก่อนปล่อยออกสู่ตลาด จึงไม่รู้ว่าสินค้านั้นมีข้อบกพร่องหรือไม่ ดังนั้น จึงควรเปิดให้ลูกค้าได้ทดลองใช้ เพื่อรับฟังความคิดเห็นหรือคำแนะนำจากกลุ่มเป้าหมายแล้วนำไปปรับปรุง ก่อนที่จะผลิตสินค้าออกสู่ตลาด

3 ไม่ดูผลตอบรับด้านการตลาด

บางคนทำวิจัยมาแล้ว และได้ทดสอบผลิตภัณฑ์จากกลุ่มผู้ใช้แล้ว เมื่อเปิดตัวสินค้าก็ได้รับการตอบรับที่ดี จึงคิดว่ามาถูกทางแล้วสามารถตอบโจทย์ความต้องการของลูกค้าได้ ละเลยที่จะติดตามผลตอบรับในระยะยาว และไม่ติดตามสถานการณ์ตลาดว่ามีการเปลี่ยนแปลงหรือไม่ ซึ่งผู้ประกอบการที่ดีต้องติดตามผลตอบรับของตลาด และปรับตัวตามตลาดที่เปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา S

BURIRAM
BURIRAM UNITED
STYLE # THIRD/TPL/JUNIOR
SIZE : JM/L
QUANTITY : 70 PCS.
C/NO : 57 of 103
BURIRAM UNITED
STYLE # AWAY/TPL/MEN
SIZE : M
QUANTITY : 60 PCS.
C/NO : 90 of 269
BURIRAM UNITED
STYLE # AWAY/AFC/JUNIOR
SIZE : JXL
QUANTITY : 60 PCS.
C/NO : 62 OF 80

Text : รัชนี พันธ์รุ่งจิตติ / Photo : Otto, เจษฎา ยอดสุรางค์

[ชิดชนก ชิดชอบ]

LIKE FATHER, LIKE DAUGHTER

"เธอจะหลอกใครได้ว่าเธอเป็นลูกใคร"

คำพูดที่พ่อ เนวิน ชิดชอบ มักจะล้อลูกสาวอยู่เสมอๆ ซึ่งประโยคนี้ก็อาจบอกได้เป็นนัยว่า แนน-ชิดชนก ชิดชอบ เหมือนผู้เป็นพ่อเพียงใด นอกจากรูปร่างหน้าตาจะละม้ายคล้ายกันแล้ว เธอยังเป็นคนที่มีความมุ่งมั่น ตั้งใจจริง ติดดิน คิดเป็นทำเป็นและพร้อมที่จะลุยงาน อันเป็นผลมาจากการซึมซับที่ได้ติดสอยห้อยตามทำงานร่วมกัน รวมถึงการปลูกฝังการเลี้ยงดูแบบบุฟเฟต์ที่จะต้องร่วมด้วยช่วยกันทำตั้งแต่เด็ก

ใครเลยจะคิดว่าบุรีรัมย์ คาสเซิลที่แสนใหญ่โต คอมมูนิตี้มอลล์ที่มีการจำลองปราสาทหินพนมรุ้งมาไว้ภายในนั้น หรือการริเริ่มทำ Sport Casual ภายใต้บุรีรัมย์ ยูไนเต็ด จะมีจุดเริ่มต้นมาจากความคิดของเธอ ในขณะที่กำลังเรียนมหาวิทยาลัย

อย่างไรก็ตาม ภายหลังจากเรียนจบด้าน Interior Design จากประเทศอังกฤษ เธอได้รับมอบหมายให้เข้ามารับผิดชอบดูแลธุรกิจสินค้าที่ระลึกของบุรีรัมย์ ยูไนเต็ด ที่กำลังได้รับความนิยมอย่างมาก ซึ่งไม่เพียงแต่จะเป็นความท้าทายที่จะต้องทำให้สำเร็จมากยิ่งขึ้นกว่าเดิมเท่านั้น หากการร่ำเรียนมาทางสายศิลปะ แถมยังมีความทิสต์อยู่ในตัวเองอีก เมื่อต้องมานั่งเก้าอี้บริหารงานด้านธุรกิจ ก็นับเป็นความท้าทายสำหรับตัวเองอีกขั้นที่จะต้องทำให้บรรลุเป้าหมายที่วางไว้

ลูกไม้ที่หล่นใต้ต้นนี้จะมีวิธีการทำงานอย่างไร...ติดตามมุมมองความคิดที่สะท้อนตัวตนของเธอได้จากบทสัมภาษณ์นี้

คุณพ่อคุณแม่เลี้ยงดูและปลูกฝังอะไรคุณบ้าง

พ่อแม่ชอบใช้คำว่าเลี้ยงลูกแบบบุฟเฟต์ คือมีอะไรก็ต้องหาทานเอาเอง ไม่ได้เลี้ยงแบบให้เป็นคุณหนู แต่แนนจะพิเศษกว่าลูกคนอื่นนิดหนึ่งเพราะเป็นผู้หญิงเป็นลูกสาวคนเดียว โตมากับพี่น้องญาติที่ส่วนใหญ่เป็นผู้ชาย ก็เลยออกห้าวๆ ลุยๆ ง่ายๆ สมัยเด็กๆ ที่พ่อเล่นการเมือง เวลาออกไปหาเสียงแนนก็จะนั่งติดรถไปด้วย คือไม่ใช่นั่งสวยๆ อยู่ในบ้าน ไม่ได้โดนสปอยล์ ซึ่งพอมาคิดดูก็เป็นมุมที่เขาได้เปิดโลกให้เราด้วย ได้เห็นได้เข้าใจคนที่พื้นฐานไม่เหมือนเรา เพราะแนนเรียนโรงเรียนนานาชาติมาตั้งแต่เด็ก ก็เห็นสังคมไทยที่อยู่ในนั้น หรือสังคมฝรั่งที่มาอยู่ไทย ซึ่งจะแตกต่างจากที่ไปเห็น มันคงเป็นแบบนี้การเลี้ยงแบบบุฟเฟต์ ถ้าเลี้ยงแบบ A La Carte ก็คงสั่งอะไรมา นั่งอยู่หน้าจานแล้วก็กินได้เลย แต่นี่เราได้ไปเดินได้ไปเห็นทั้งบุฟเฟต์ขนมปัง ข้าวเหนียวก็มีด้วย

แต่ในด้านการเรียนโดยส่วนตัวแนนชอบศิลปะ อยากเรียนศิลปะมาก แต่ตอนนั้นพ่อว่าเรียนทำไมศิลปะ เขาอยากให้เรียนเศรษฐศาสตร์หรือที่เกี่ยวกับธุรกิจมากกว่า จำได้มีทะเลาะกันด้วยแนนร้องไห้ พ่อถามว่าเธอเรียนศิลปะจบแล้วจะไปทำอะไร ซึ่งเป็นธรรมดาที่พ่อแม่ส่วนใหญ่ก็ฝันอยากให้ลูกทำธุรกิจ เป็นหมอ เป็นวิศวกรซึ่งดูมั่นคง แต่พอดีที่บ้านที่เชียงใหม่ทำธุรกิจก่อสร้างแล้วมีโรงแรมด้วย แนนก็เลยบอกพ่อว่าจะเรียนไปทาง Interior Design เพื่อที่จะได้กลับไปช่วยงานด้านโรงแรมได้ ซึ่งใจจริงแนนไม่ได้ชอบ Interior Design เท่าไหร่ อยากเรียน Fine Art มากกว่า เขาก็ยอมให้ไปเรียน เพราะเราทำให้เขาเห็นว่ามันเอาไปใช้ประโยชน์ได้

การเลี้ยงแบบบุฟเฟต์หรือเปล่าที่ทำให้คุณเริ่มทำงานตั้งแต่เด็ก

ประมาณนั้น โดยส่วนตัวแนนไม่เคยเห็นว่ามันเป็นการทำงาน คือพ่อส่งไปเรียนโรงเรียนประจำที่อังกฤษตั้งแต่อายุ 13 ปี ก็ไม่ค่อยมีเพื่อนคนไทย ตอนกลับมาช่วงปิดเทอม จึงใช้เวลาอยู่กับครอบครัวเป็นส่วนใหญ่ พ่อแม่ไปทำงาน ก็เลยลงเอยด้วยการไปช่วยพ่อแม่ทำงาน ด้วยความที่เขาเลี้ยงเรามาแบบบุฟเฟต์ ก็ต้องร่วมด้วยช่วยกันทำ ทีนี้ในช่วงปิดเทอมตอนที่อยู่ประมาณปี 2 มหาวิทยาลัย ช่วงนั้นมีกระแสว่าแฟนบอลเราเป็นทีมบ้านนอก เซาะกราว ก็เลยมีไอเดียว่าจะทำแฟชั่นแบรนด์ แล้วเรามีฐานแฟนบอลอยู่แล้ว จะได้โชว์ให้ทั้งประเทศเห็นว่าบุรีรัมย์ ยูไนเต็ด ไม่ได้บ้านนอก แต่มี Sport Casual ที่ทันสมัย แนนเลยออกแบบเอง แต่จริงๆ แล้วตอนนั้นแนนไม่ได้คิดถึงเรื่องธุรกิจ คือตัวแนนเองไม่ได้มีหัวธุรกิจเลย แต่แนนมองในเรื่องของ Opportunity กับ Creativity มากกว่า ไม่ได้เริ่มต้นจากการคิดว่าจะหาเงินเพิ่มยังไง แต่คิดเรื่องภาพลักษณ์ เหมือนกับว่าอย่ามาดูถูกเรานะ ก็เลยเริ่มทำ แล้วไม่ได้ทำเล่นๆ มีความตั้งใจที่จะทำออกมาให้ดี ทำให้แฟนบอลจับต้องได้ ไม่ได้คิดอยากเป็นดีไซเนอร์เท่ๆ แล้วเอาไปขายราคาแพง ซึ่งพอทำออกมาแล้วก็ตกใจ ไม่คิดว่าแฟนบอลบุรีรัมย์จะให้การตอบรับดีขนาดนี้ เพียงแต่ตอนนั้นไม่ได้ทำเต็มตัวคือ พอเปิดเทอมก็จบแบบเสื้อก็เลยมีแค่นั้น

แล้วบุรีรัมย์ คาสเซิล ล่ะ ทราบมาว่าเป็นไอเดียของคุณ

ด้วยความเป็นลูกสาวคนเดียวของครอบครัว ความสัมพันธ์กับพ่อจะดีกว่า คือจะสนิทแล้วก็จะคุยจิ๊จ๊ะกันมากกว่า แล้วแนนเป็นคนชอบหาประสบการณ์ อยากเรียนรู้โลกด้วย มีอะไรก็จะคุยกับพ่อ ตอนนั้นพ่อกำลังมีโปรเจ็กต์จะทำสนามแข่งรถ (ช้าง อินเตอร์เนชั่นแนล เซอร์กิต) และสวนน้ำ เขามีความคิดอยากทำสวนน้ำเพื่อให้เป็นแลนด์มาร์กของจังหวัดบุรีรัมย์ ซึ่งตัวแนนเองมีอะไรก็จะคุยกับพ่อตลอด ก็ทักพ่อไปว่าการทำธุรกิจมันต้องมีกำไร แต่โอเปอร์เรชั่นการทำสวนน้ำสูงมาก เปลี่ยนมาเป็นคอมมูนิตี้มอลล์ดีกว่ามั้ย ซึ่งตอนนั้นคิดเพียงว่าเวลาที่คนมาดูบอลที่บุรีรัมย์แล้ว เราไม่มีที่ให้คนได้ไปกินไปเดินเที่ยวต่อ เพราะปราสาทหินพนมรุ้งก็อยู่ไกลเกินไป ซึ่งพอได้คุยกันพ่อก็เห็นด้วย เราเลยทำเป็น บุรีรัมย์ คาสเซิล ซึ่งที่แนนคิดก็คือว่า คนที่มาบุรีรัมย์ต้องการอะไร วัฒนธรรมเรายังมีอะไรอีกเยอะเยอะที่ให้ทำ ที่น่าโชว์เป็นจุดขายได้ เลยเสนอไอเดียจำลองปราสาทหินพนมรุ้งมาไว้ที่นี่ คนที่ไม่มีเวลาไปพนมรุ้งก็จะได้เห็น ซึ่งแนนได้ไปดูไปคุยกับอาจารย์ที่บูรณะปราสาทหินพนมรุ้ง ดูว่าแผนผังเขาเป็นยังไง แล้วก็ได้ไปดูเขาทอผ้าไหมกันด้วย คือ ตัวแนนเองมี Passion ในการที่จะเผยแพร่ศิลปวัฒนธรรมไทยอยู่แล้ว คิดว่าเป็นอะไรที่สวยงาม ควรเอามาทำที่คนรุ่นใหม่เข้าถึงได้ง่าย ก็เลยอยากทำตรงนี้ให้ดีที่สุด

นอกจากนี้ แนนก็ยังเสนอไอเดียอีกด้วยว่า คือตอนนั้นสนามแข่งรถกำลังขึ้น มีโรงแรม มีสนามฟุตบอลทุกอย่างเป็นสีน้ำเงินหมดเลย มีการถอนต้นไม้ทิ้งเพื่อทำที่จอดรถ มันร้อนมาก แนนเลยบอกพ่อว่าไม่เอาสไตล์สีน้ำเงินแล้ว เราควรจะต้องเปลี่ยนบ้าง มีสวนสาธารณะ มีต้นไม้ เพื่อให้คนไปพักผ่อน มีที่ให้คนสามารถไปเดินได้โดยไม่ต้องเสียเงิน แนนก็จะเสนอเป็นไอเดียแล้วก็ลงมือวาดผังอะไรเอง โดยโปรเจ็กต์นี้เริ่มทำช่วงที่แนนปิดเทอมกลับมาอยู่บ้าน แต่ด้วยความที่มันเป็นโปรเจ็กต์ใหญ่ก็อยากจะทำต่อเนื่อง แนนเลยขอดรอปเรียนที่มหาวิทยาลัย 1 ปี เพื่อมาทำโครงการนี้ แต่ก็ไม่ได้อยู่จนโครงการเสร็จสมบูรณ์ เพราะพอครบปีแนนก็กลับไปเรียนต่อ มีทีมงานเข้ามาสานงานทำต่อไป

แล้วตอนนี้คุณเข้ามารับผิดชอบด้านไหนเป็นหลัก

แนนเพิ่งจบมาปีนี้ก็ได้รับมอบหมายให้มาดูในส่วนของสินค้าที่ระลึกที่เราผลิตทุกอย่าง คือ เรามีแผนที่จะเอาบริษัทเข้าตลาดหลักทรัพย์ปี 2561 ตอนนี้แนนเลยมาโฟกัสระบบหลังบ้านมากกว่า โอเปอร์เรชั่นหลังบ้านต้องเป๊ะให้ได้มาตรฐาน ไม่ใช่ว่าเมื่อก่อนที่ทำมาไม่มีมาตรฐาน แต่ทำมาในสไตล์บ้านๆ ซื้อมาขายไปมากกว่า แต่เนื่องจากแนนเรียนมาทางสายศิลปะ แล้วส่วนตัวบอกได้เลยว่าทิสต์แตกมาตั้งแต่เด็ก พอมาธุรกิจก็รู้ตัวว่าต้อง Learning on the Job

"แนนไม่ได้เข้ามา
เพราะเป็นลูกเจ้าของแล้ว
เป็นผู้บริหารนั่งสวยๆ
เข้าออฟฟิศสายๆ
ไม่ใช่อย่างนั้น
ก็ต้องทำงาน
แต่อย่างที่บอก
ด้วยความที่เรา
เรียนมาทางสายอาร์ต
มีความทิสต์อยู่ในตัว
ก็ต้องค่อยๆ เรียนรู้"

ที่บอกคุณทิสต์มาก แล้วพอมาบริหารงานธุรกิจมีปัญหามั้ย

พอกลับมาทำงานแนนเริ่มมีความเป็นผู้ใหญ่มากขึ้น ก็นิ่งมากขึ้น แนนคิดว่าก็กลบมันได้ระดับหนึ่ง อีกอย่างหนึ่งบริษัทเราอยู่ในช่วงการเปลี่ยนแปลง แนนเข้ามาทำงานในจังหวะนี้พอดี ซึ่งด้วยความที่เราไม่รู้ว่าเดิมทีเขาเคยทำมาเป็นยังไง เลยไม่มีปัญหาในการปรับตัวเพื่อรองรับการเปลี่ยนแปลง เป็นการมาเรียนรู้พร้อมกับการเปลี่ยนแปลงมากกว่า ซึ่งถ้าสังเกตในออฟฟิศเราจะเป็นคนรุ่นใหม่ส่วนใหญ่ ตัวแนนแม้จะดูทิสต์ๆ ชิวๆ แต่พอเป็นเรื่องงานก็เอาจริงเอาจัง ถ้าจะต้องติ หรือดุก็ทำ แต่สิ่งที่เราทำมันมีเหตุมีผลหมด ตรงนี้แนนมองว่าเป็นประสบการณ์ที่ดี

ตอนนี้จะเป็นลักษณะ Learning on the Job ช่วงแรกๆ นี่ทำเองทุกอย่าง ถามว่าเหนื่อยมั้ย เหนื่อยมากเลย ขายเสื้อปีละ 5 แสนตัว มีพนักงาน 2 คนรวมตัวเอง มันก็ไม่ใช่ แต่ก็ต้องทำ เพราะแนนไม่ได้ถูกเลี้ยงมาแบบที่ว่าเข้ามาเพราะเป็นลูกเจ้าของแล้วเป็นผู้บริหารนั่งสวยๆ เข้าออฟฟิศสายๆ ไม่ใช่อย่างนั้น ก็ต้องทำงาน แต่อย่างที่บอกด้วยความที่เราเรียนมาทางสายอาร์ตมีความทิสต์อยู่ในตัวก็ต้องค่อยๆ เรียนรู้ ซึ่งคิดว่าหลักๆ คือการปรับตัว เพราะไม่เคยทำงานมาก่อน ก่อนหน้านี้อยู่เมืองนอกตั้งแต่อายุ 13 ปี ตอนนี้อายุ 23 ปี เปลี่ยนวัฒนธรรม เปลี่ยนอะไรหลายอย่าง ชีวิตในเมืองแต่ละเมืองก็ไม่เหมือนกัน ด้วยความที่มีอารมณ์ทิสต์ด้วย ไม่ได้มาสายธุรกิจตั้งแต่แรก ตัวเองไม่เคยเป็นเจ้านาย แล้วก็ไม่มีเจ้านายมาก่อน การที่เรามานั่งทำงาน ก็ต้องมีการปรับตัวค่อนข้างเยอะ อย่างไรก็ตาม ด้วยความเป็นกิจการครอบครัวเราเราก็จะต้องมีความรู้สึกถึงความเป็นเจ้าของอยู่มาก จึงมีความตั้งใจมากกว่าคนอื่นด้วยซ้ำที่อยากจะทำให้มันดี นอกจากนี้ เราเป็น Family Business แนนจึงไม่รู้สึกอึดอัด ไม่กลัวที่จะถาม ไม่รู้อะไรก็ถามเลย แล้วบอกทุกคนตรงๆ เลยว่า เราไม่เคยทำอะไรแบบนี้มาก่อน

ตอนที่ดรอปเรียน 1 ปีเพื่อทำโปรเจ็กต์บุรีรัมย์ คาสเซิล คุณได้เรียนรู้อะไรบ้าง

มันเป็นประสบการณ์ที่ดีมากเพราะมีโอกาสน้อยมากที่พ่อแม่จะลงทุนโครงการใหญ่ๆ ขนาดนี้ ตอนกลับไปเรียนต่ออาจารย์ถามว่าไปทำอะไรมาบ้าง แนนบอกกับอาจารย์ว่าปูถนน ขับ F1 เป็นแล้ว นั่นคือพูดเล่นๆ กับอาจารย์ แต่จริงๆ แล้ว แนนก็รู้หมดเลย คิดว่าสิ่งที่ได้ คือมันเป็นการเรียนรู้วิธีการทำงาน ซึ่งไม่ได้บอกว่าเป็นการเรียนรู้การทำงานที่ถูกหรือผิด แต่มันเป็นของของเรา เราก็ต้องดูต้องทำจริง เพราะพ่อเป็นคนลงไปคุมเองทั้งหมด ก็กลับมาที่การเลี้ยงแบบบุฟเฟต์ แนนก็ไปช่วยทำงานด้วย เขาไปคุมงานทุกวัน กินข้าวกล่องในสนามแข่งรถทุกวัน บางวันก็ยืนตากฝน ก็เรียนรู้มา ทำให้มี Passion อย่างหนึ่งว่า ทำอะไรไม่ต้องถือตัว ที่สำคัญ คือเราเห็นวิธีการทำงานของทั้งพ่อและแม่ที่มีความแตกต่างกันมาก คือพ่อจะเป็นสไตล์ดูภาพรวมและพุ่งไปข้างหน้า มี Innovation ตลอดเวลา ขณะที่แม่เป็นคนละเอียดมาก คอยตามเก็บสิ่งที่พ่อทำ ทำให้แนนได้เห็นข้อดีของแต่ละสไตล์การทำงาน และเรียนรู้ที่จะบาลานซ์สองอย่างนี้เข้าด้วยกัน

แต่สุดท้ายแนนก็ไม่แน่ใจว่า การที่ดรอปเรียนแล้วกลับไปเรียนต่อ มันเป็นไอเดียที่ถูกหรือเปล่า เพราะตอนที่กลับไปเรียนต่อรู้สึกว่ามันยากมาก การปรับจาก Work Mode ไปเป็น Student Mode อีกอย่างแนนรู้สึกว่าเหมือนโปรเจ็กต์ที่เราทำ เรามีความรับผิดชอบ แต่ต้องทิ้งเพื่อกลับไปเอากระดาษหนึ่งใบ อันนี้ก็เป็นประเด็นว่าตอนนี้ยังไม่อยากเรียนต่อปริญญาโท

ทราบว่าคุณทำค่ายมวย บุรีรัมย์ บี บ๊อกซิ่ง เองด้วย

บุรีรัมย์ บี บ๊อกซิ่ง เป็น Passion ส่วนตัว คือช่วงปิดเทอมที่กลับมาอยู่บุรีรัมย์สักประมาณปี 1 มีเวลาว่างเยอะไม่รู้จะทำอะไร ก็เลยออกกำลังกายพอดีในแคมป์มีเทรนเนอร์อยู่แล้ว เขาก็มาช่วยล่อเป้าให้ ก็รู้สึกสนุกได้ปลดปล่อยเวลาเครียดๆ เลยคิดว่าน่าจะลองเรียนชกมวยจริงจังดู ก็ได้มีโอกาสเรียนกับครูที่นี่ ที่นี่มีช่วงหนึ่งครูไปแข่งซีเกมส์ แล้วก็มีอะไรให้ทำต่อ ด้วยความที่ครูอยู่จังหวัดสุรินทร์ด้วยต้องนั่งรถมาสอน แนนก็เลยคิดว่ามาทำเองดีกว่า มันก็กลับไปเริ่มที่ Opportunity คือแนนเห็นว่าสนามไอ-โมบายมีคนมาออกกำลังกายเยอะแยะไปหมด วิ่งบ้าง ปั่นจักรยานบ้าง มันเป็นเหมือนสวนสาธารณะที่คนมาออกกำลังกายอยู่แล้ว ก็เลยคิดว่าถ้ามีค่ายมวยตรงนี้ น่าจะมีคนสนใจมาเรียนมวย คงจะมีคนที่มีความคิดเหมือนเรา คือชอบออกกำลังกายโดยการชกมวยบ้าง เลยไปคุยกับพี่ที่เขามีค่ายมวยอยู่แล้วชื่อเจ้าแม่ไทรทอง แต่มันเล็กๆ บ้านๆ เราเห็นว่าสิ่งอำนวยความสะดวกสบายไม่ค่อยมี แต่เราสามารถทำได้แล้วให้เขามาช่วยสอน ก็เลยชวนเขามาทำ ไม่ได้เป็นการลงทุนอะไรที่มหาศาล ถามว่ากำไรมากมั้ย ก็ไม่ คือตัวสนามมันค่อนข้างไกลจากตัวเมือง แต่คนที่มาจะรู้ว่ามันดีจริง เพราะช่วงที่แนนมาอยู่กรุงเทพฯ ได้มีโอกาสเรียนมวยที่กรุงเทพฯ ซึ่งมันก็ไม่สนุกเท่า มันก็เป็นสิ่งที่แนนภูมิใจ เรียกว่าเป็นความสำเร็จทางใจสำหรับแนนก็ได้

คุณรู้สึกกดดันมั้ยกับการที่ต้องมาดูงานสินค้าที่ระลึก ซึ่งได้รับความนิยมมากในวันนี้

ในทุกปีที่ออกเสื้อแข่งแบบใหม่ในบุรีรัมย์ก็มีการต่อแถวกันเพื่อซื้อเสื้ออยู่แล้ว แต่พอมาเปิดช็อปที่สยามสแควร์ เราก็โดนทางจุฬาฯ เรียกไปคุย เพราะโดนร้านอื่นต่อว่า เรื่องการต่อคิวแล้วไปบังหน้าร้านเขา แน่นอนว่าเราอยู่บุรีรัมย์ก็รู้ว่ากระแสมันเป็นยังไง แต่ที่กรุงเทพฯ ไม่แน่ใจ ดังนั้น ก็รู้สึกภูมิใจ ซึ่งเราไม่เคยคิดว่ามันจะโตได้ขนาดนี้

“คือตัวแนนเอง
ไม่ได้มีหัวธุรกิจเลย
แต่แนนมองในเรื่องของ
Opportunity กับ
Creativity มากกว่า
ไม่ได้เริ่มต้นจากการคิดว่า
จะหาเงินเพิ่มยังไง
แต่คิดเรื่องภาพลักษณ์”

แม้กระแสจะดี ได้รับความนิยมมาก แนนก็ไม่ได้มองว่าการทำงานตรงนี้จะเป็นความกดดัน แต่เป็นความท้าทายมากกว่า เพราะว่าจริงๆ แล้วเราเป็นหลังบ้านขายผลิตภัณฑ์ แต่คิดว่าผลฟุตบอลเป็นส่วนหน้าบ้านซึ่งจะต้องมีความกดดันเพราะจะต้องเอาชนะ แฟนบอลมาซื้อเสื้อเพราะต้องการสนับสนุนทีมเรา เรามีหน้าที่ที่ทำให้ดีให้คุ้มค่ากับใจกับเงินที่แฟนบอลให้เรามา

ปีที่แล้วขายเสื้อแข่งได้ 5 แสนตัว ฉะนั้นปีนี้ต้องมากกว่าปีที่แล้ว เราสั่งเสื้อไปแล้ว 6 แสนตัว ซึ่งผ่านมา 3-4 เดือนนี้ดูจากยอดขายแล้ว ก็ต้องมีการเขยิบเป้าตัวเลขออกไปจาก 6 แสนตัวอีก อันนี้ก็เป็นความท้าทายไม่ใช่เฉพาะของแนน แต่เป็นของทุกคน ซึ่งจริงๆ แล้วเราไม่ได้ออกแบบเสื้อเพื่อที่จะมีอะไรให้คนพูดถึง แต่เราตั้งใจที่จะทำให้เป็นสินค้าที่ดีที่เหมาะสม ที่ตอบสนองความต้องการมากกว่า ซึ่งในทุกปีก็จะมีคนบอกว่าเป็นเสื้อคอปกอีกแล้วเหมือนเดิมเลย ดังนั้น จึงเป็นโจทย์ที่ยากขึ้นว่าแล้วปีหน้าจะทำอะไร จะทำให้มันดีกว่านี้ยังไง ปีที่แล้วก็ว่าสวยแล้ว ปีหน้าก็ต้องให้มันสวยกว่าและมีความแตกต่าง ซึ่งบางคนอาจมองว่าก็เสื้อบอลธรรมดาๆ คล้ายกันทุกปี แต่ถ้าดูในรายละเอียดจะเห็นว่ามันมีความแตกต่างกันทุกปี ไซส์ตัวหนังสือ การปัก แถบข้างๆ มันละเอียดอ่อนจริงๆ และนี่คือความท้าทายมากๆ

อะไรคือ Key Success ของสินค้าบุรีรัมย์ ยูไนเต็ด

คิดว่ามันมีหลายอย่างประกอบกัน ที่สำคัญคือผลการแข่งขันฟุตบอลเป็นหลักใหญ่เลย แน่นอนใครอยากจะเชียร์ทีมที่แพ้ตลอด คนเราก็อยากอยู่กับทีมชนะ มันมีความสุข ได้เฮทุกครั้งที่ดูบอล อีกอย่างความที่เรามีเป้าหมายที่ว่าต้องไปเอเอฟซีทุกปี ซึ่งจะมีแฟนบอลในไทยที่เชียร์ทีมอื่นอยู่แต่พอเราไปแข่งกับประเทศอื่นเขาก็มาเชียร์เรา ทำให้เราได้ฐานแฟนคลับเพิ่ม เรามีโปรดักชั่นเฮาส์ในบริษัท ทำวิดีโอคลิปด้วย

สำหรับสินค้าคือตัวเสื้อแข่ง เราก็มี Motto ของเราอยู่แล้ว คือคุณภาพต้องดี ราคาไม่เอาเปรียบแฟนบอล ถ้าเราไม่อยากใส่แล้วใครจะอยากใส่ ซึ่งการที่แนนเป็นเด็กอาร์ตคนเดียวในบ้าน พ่อก็จะดึงให้เข้ามามีส่วนร่วมกับการออกแบบเสื้อค่อนข้างนานพอสมควร ได้มาเห็นกระบวนการ ได้เข้าประชุม ได้รู้ว่าประเด็นที่เขาทำเป็นเสื้อมีคอปก ก็เพื่อให้ดูเรียบร้อยเพื่อที่ว่าคนที่จะซื้อเสื้อเราจะได้ไม่ใส่แค่เฉพาะเวลาไปดูฟุตบอลเท่านั้น แต่สามารถใส่ในโอกาสอื่นๆ ได้อีก ชาวบ้านที่อาจจะไม่ได้มีเงินมากนัก เขาซื้อเสื้อแข่งตัวนี้ก็สามารถก็เอาไปใส่ทำงานได้ ใส่ได้ทุกที่ ซึ่งการทำแบบนี้มันเป็นการเพิ่ม Value ให้กับเสื้อของเราด้วย

คุณได้ออกแบบเสื้อเองบ้างไหม

พอเห็นไอเดียอะไร ก็มีวาดๆ แล้วส่งต่อให้คนอื่นช่วยดูเวิร์กต่อ แต่เรื่องปรู๊ฟแบบนี่แนนต้องเป็นคนทำอยู่แล้ว เพียงแต่ตอนนี้ยังไม่ได้ลงไปเต็มตัว เรายังใช้วิธี Outsource อยู่ แล้วเราก็ยังไม่ได้มีแผนที่จะออกเป็นคอลเลกชั่น เพราะทุกปีเรารู้อยู่แล้วต้องมีเสื้อซ้อม เสื้อแข่ง

คุณวางเป้าหมายการทำงานอย่างไรบ้าง

คือเรามีเป้าหมายที่จะเอาบริษัทเข้าตลาดหลักทรัพย์ปี พ.ศ.2561 อันนี้เป็นเป้าหมายรวมของทั้งบริษัท ส่วนแต่ละแผนกก็จะมีเป้าหมายของตัวเอง เช่น ทีมฟุตบอล มีเป้าหมายเป็น Top 5 ของเอเชีย แล้วฟุตบอลเป็นกีฬาที่เป็นทีม เราก็ต้องทำงานกันเป็นทีม แต่ละแผนกก็ต้องเดินตามเป้าหมายของตัวเองให้ได้ ส่วนแนนเองก็จะตั้งเป้าหมายของตัวเองเอาไว้ แล้วมันจะมีความท้าทายที่จะต้องไปให้ถึงเป้าหมาย ซึ่งเป้าหมายนี้ก็จะมีทั้งรายได้ จำนวนเสื้อ หรือการทำงาน

ส่วนเรื่องที่ว่า แต่ก่อนแนนอยากจะสร้างภาพใหม่ ไม่อยากให้ใครมาว่าทีมเราเป็นบ้านนอก เชาะกราว ตอนนี้แนนเปลี่ยนวิธีคิดแล้ว คือจากตอนนั้นที่เราคิดว่าเขาด่าเรา เราเปลี่ยนวิธีคิดของเราเองว่า ก็เราเป็นอย่างนี้ เราลูกทุ่ง แล้วจะทำไม เราก็ยังเชาะกราวอยู่จริงๆ แนนกลับมองว่ามันไม่ได้เป็นข้อเสีย แต่มันเป็นกิมมิกของเราเองที่ทำให้คนรู้จักและจดจำทีมของเราได้

ตอนนี้มีอะไรที่คุณอยากทำแต่ยังไม่ได้ทำบ้าง

สำหรับแนนความฝันยังเปลี่ยนไปเรื่อยๆ แต่ที่แน่ๆ แนนเป็นคนชอบสร้างประสบการณ์ให้กับตัวเอง เป้าหมายคือสร้างประสบการณ์ด้วยการท่องเที่ยวไปในโลกใบนี้ ได้ไปดูศิลปวัฒนธรรม ได้ไปเห็นความสวยงามแปลกตาในประเทศต่างๆ เที่ยวแบบแบ็กแพ็กก็อยากทำ แต่อาจจะต้องหาเงินก่อน คือแนนอยากเป็นคนที่ Rich in Experience ไม่ใช่ Rich with Money นอกจากนี้ เท่าที่แนนเห็นคือ Art Design ในประเทศไทยยังไปไม่ไกล คนไทยเองมองศิลปะอย่างไม่เข้าใจ ก็อยากสนับสนุนตรงนี้ ถ้าวันหนึ่งถึงจุดที่แนนมีเสียงพอที่จะช่วยได้ในด้านนี้ ส่วนตัวคิดว่าเป็นอะไรที่สำคัญ แนนอาจจะทำเป็นสถานที่ หรือแพลตฟอร์มอะไรสักอย่างที่ทำให้คนที่รู้สึกอึดอัดกับการที่คนไทยยังไม่ยอมรับอะไรแบบนี้ได้ทำให้เขารู้สึกสบายใจ อันนี้เป็นแค่ความคิด เลยยังไม่แน่ใจว่าจะเป็นรูปแบบไหน อาจเป็นสถานที่ให้คนสไตล์นี้ได้มาพบปะพูดคุยกันแลกเปลี่ยนไอเดีย และสามารถร่วมกันทำโปรเจ็กต์ สำหรับแนนคิดว่าเป็น 2 อย่างนี้ คือเรื่องประสบการณ์และการหาแพลตฟอร์มสำหรับคนทำงานศิลปะเป็นความฝันที่แนนอยากทำ ซึ่งดูแล้วมันเกี่ยวกับ Mind and Soul มากกว่า

วิธีเริ่มต้นธุรกิจ (แทบจะ) ไม่ต้องใช้เงินลงทุน

คุณอาจตื่นเต้นที่ได้เริ่มทำธุรกิจ อาจกำลังดีใจที่ไอเดียของตัวเองกำลังจะกลายเป็นธุรกิจได้จริง จึงยอมแบกรับความเสี่ยงบางประการ เช่น ออกจากงานประจำโดยที่ยังไม่มีรายได้แน่นอน แต่แล้วก็มีอุปสรรคทางจิตวิทยาเรื่องหนึ่งมาหยุดความฝันของคุณเอาไว้ นั่นก็คือ คุณแทบไม่มีเงินเลย

ทำไมการทำธุรกิจถึงต้องการเงิน ?

สิ่งแรกที่เราต้องทำ คือ ตรวจสอบดูก่อนเลยว่าธุรกิจต้องการใช้เงินลงทุนในเรื่องอะไรบ้าง เพราะการเริ่มต้นจริง ๆ ไม่ได้มีรายจ่ายที่แน่นอน หรือเป็นรูปแบบหนึ่ง สอง สาม สี่ โดยในแต่ละธุรกิจมีความจำเป็นที่จะต้องใช้เงินแตกต่างกันไป การประมาณค่าใช้จ่ายจึงเป็นสิ่งสำคัญที่จะนำมาใช้เป็นข้อมูลเพื่อประเมินความเป็นไปได้ว่าเราต้องใช้เงินเพื่อทำธุรกิจมากน้อยแค่ไหน ซึ่งเราสามารถพิจารณาได้จาก

ใบอนุญาต ธุรกิจของเราต้องมีใบอนุญาตเรื่องใดเป็นพิเศษหรือเปล่า ค่าใช้จ่ายและระยะเวลาในการดำเนินการนานแค่ไหน

ค่าวัตถุดิบ มีค่าวัตถุดิบในการผลิตหรือไม่ หรือเป็นงานที่ต้องใช้คอมพิวเตอร์ สเปกประมาณเท่าไหร่ถึงจะทำงานได้อย่างราบรื่น

อุปกรณ์ ต้องใช้เครื่องจักรหรือเครื่องมือในการผลิตเฉพาะทางไหม หรือต้องซื้อซอฟต์แวร์ลิขสิทธิ์กี่บาท

พื้นที่สำนักงาน นี่คือค่าใช้จ่ายอันมหาศาล เพราะนอกจากค่าเช่ารายเดือนแล้วยังมีค่าน้ำ ค่าไฟ ค่าโทรศัพท์ ค่าอินเทอร์เน็ต และค่าตกแต่งอีก

ค่าใช้จ่ายในการดำเนินงาน ค่าจ้างพนักงาน เงินเดือนตัวเอง ค่าการตลาด การประชาสัมพันธ์ ฯลฯ

จากข้อมูลเบื้องต้น เราจึงมี 2 ทางเลือกด้วยกัน คือ ทำธุรกิจโดยควบคุมค่าใช้จ่ายให้ต่ำที่สุด หรือเพิ่มเงินลงทุนโดยกู้ยืมจากแหล่งเงินทุนต่าง ๆ ซึ่งเรามี 3 ตัวเลือกดังต่อไปนี้

1. ลดความจำเป็นบางอย่างลง อาจลดขนาดธุรกิจ หรือความต้องการของเราเองให้เล็กลง ยกตัวอย่างเช่น คุณต้องการเปิดโรงเรียนอบรมขึ้นมา ก็อาจลดพนักงานลงหรือเริ่มจากสอนด้วยตัวเองก่อน หรือถ้าต้องใช้พื้นที่สำนักงานในการทำธุรกิจ อาจลองมองว่าเริ่มจากที่บ้านได้ไหม เป็นต้น

2. ค่อยเป็นค่อยไป ไม่จำเป็นเลยที่ต้องเริ่มธุรกิจอย่างเต็ม 100 เพราะแทนที่เราจะเดินหน้าเต็มกำลังตั้งแต่แรก เราอาจเปลี่ยนมาเป็นค่อย ๆ เริ่มทีละก้าว กำหนดขอบเขตกลุ่มเป้าหมาย และรายรับให้เล็กลงไปอีกนิด เพื่อให้เงินลงทุนต่ำลง ยิ่งถ้าเราสามารถทำทุกอย่างได้เองตั้งแต่แรกก็จะช่วยลดค่าใช้จ่ายหลาย ๆ ส่วนไปได้เยอะทีเดียว

3. Outsource ไม่ใช่เรื่องการจ้างทำงานแบบ Outsource แต่หมายถึงการหาเงินลงทุนจากภายนอก ซึ่งมีอยู่ด้วยกันหลายวิธี เช่น

- **เพื่อน-ครอบครัว** อย่าตั้งกฎอะไรแปลก ๆ ขึ้นมาว่าจะไม่ยืมเงินจากเพื่อนหรือคนในครอบครัว แต่ให้ลองตั้งกฎดูว่า เมื่อเรายืมเงินจากคนกลุ่มนี้แล้ว เราจะตอบแทนพวกเขาอย่างไร
- **Angel** ไม่ได้ให้ขอพรจากนางฟ้าหรอกนะ เพราะ Angel ในที่นี้หมายถึงนักลงทุนอิสระ ซึ่งอาจเห็นว่าไอเดียทางธุรกิจของเรามีความเป็นไปได้ จึงให้เงินลงทุน โดยผลตอบแทนขึ้นอยู่กับการตกลง
- **Venture Capital** คือ ธุรกิจเงินร่วมลงทุน โดยขึ้นอยู่กับการให้ความช่วยเหลือว่าจะช่วยแค่เงินลงทุน หรือให้คำปรึกษาด้วย ทั้งนี้ปริมาณเงินทุนที่ช่วยเหลือของ VC จะค่อนข้างสูงกว่า Angel
- **Crowd Funding** การระดมทุนจากมวลชน เป็นวิธีที่กำลังมาแรง ซึ่งเราสามารถนำไอเดียดี ๆ ของเราไปเปลี่ยนเป็นเงินลงทุนอันมหาศาลผ่านโลกไซเบอร์ได้
- **กู้ธนาคาร** หากวิเคราะห์แล้วว่าแนวคิดทางธุรกิจมีความเป็นไปได้จริง และเราก็อยากทำจริง ๆ คงต้องทำเรื่องกู้ธนาคาร ซึ่งกว่าธนาคารจะอนุมัติได้ก็ไม่ใช่เรื่องง่าย เพราะหากแผนธุรกิจไม่ดีโอกาสรอดต่ำ ธนาคารย่อมไม่ปล่อยกู้แน่นอน เนื่องจากมีโอกาสหนี้เสียสูง Ⓢ

สถาบันวิจัยและพัฒนาอัญมณีและเครื่องประดับแห่งชาติ (องค์การมหาชน)
The Gem and Jewelry Institute of Thailand (Public Organization)

GIT

สถาบัน GIT ร่วมกับ ภาควิชาการเงิน คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
จัดหลักสูตร Mini MBA ด้านอัญมณีและเครื่องประดับ แห่งแรกแห่งเดียวในประเทศไทย
...สำหรับการเป็นสุดยอดนักบริหาร ....คุณพร้อมรึยังสำหรับ

Mini MBA in Global Gem and Jewelry Industry (รุ่นที่ 2)

กิจกรรมที่ 1 : ภาคทฤษฎีเชิงปฏิบัติการและดูงานในประเทศรวม 60 ชม.
- เรียนระหว่าง 4 กค. - 24 กย. 2559
- ทุกวันจันทร์ / อังคาร /พฤหัสบดี และเสาร์
- ค่าลงทะเบียน 66,900 บาท ถ้าสมัครเป็นคู่พร้อมกัน ท่านละ 59,900 บาท

กิจกรรมที่ 2 : ทัศนศึกษาดูงานต่างประเทศ เป็นเวลา 6 วัน ระหว่างวันที่ 14 – 19 กันยายน 2559
- ดูงานแสดงสินค้าอัญมณีและเครื่องประดับ ณ ประเทศฮ่องกง และเซินเจิ้น
- เยี่ยมชมร้านเครื่องประดับ อันดับ1 ของฮ่องกง
- โรงงานทำเครื่องประดับ และสถาบันตรวจวิเคราะห์อัญมณีอันดับ 1 ของเซินเจิ้น

* ค่าใช้จ่ายโปรดสอบถาม *
** หากมีการเปลี่ยนแปลงกำหนดการจะแจ้งให้ทราบล่วงหน้า *

Download ใบสมัครได้ที่ www.git.or.th
สอบถามเพิ่มเติม
☎ 02 634 4999 ต่อ 301-306
www.facebook.com/GITtrainingcenter

MAPEED CHAMCHAN

ส้ม+มะนาว=มะปี๊ด

Text : Ratchanee / Photo : Otto

มะปี๊ด ชื่อนี้อาจไม่คุ้นหูคนกรุงเทพฯ เท่าไหร่นัก แต่ถ้าที่จังหวัดจันทบุรี มะปี๊ดเป็นผลไม้ที่มีปลูกแทบทุกบ้าน และจะไม่พลาดที่จะได้ชิมน้ำมะปี๊ด **น้ำผลไม้ที่มีรสชาติเปรี้ยวหวานลงตัว** เป็นเอกลักษณ์เฉพาะ หากเดินทางไปที่นั่น **ซึ่งด้วยพื้นเพเป็นคนจันทบุรี** ที่มีความคุ้นเคยกับเจ้าผลไม้ชนิดนี้มานาน

ทำให้ **แก้ว-จณัญญา ทองเสริม** คิดอยากจะให้คนกรุงเทพฯ ได้มีโอกาสชิมน้ำมะปี๊ดบ้าง จึงทำน้ำมะปี๊ดใส่ขวดขายผ่านออนไลน์ ภายใต้แบรนด์ Mapeed Chamchan

"คนกรุงเทพฯ จะเรียกว่าส้มจี๊ด แต่คนจันทบุรีจะเรียกว่ามะปี๊ด มีปลูกแทบทุกบ้าน บางทีก็เอาตำน้ำพริกแทนมะนาว ทำน้ำมะปี๊ดดื่ม ซึ่งรสชาติจะออกเปรี้ยวๆ ต้องเอามาผสมกับน้ำหวาน ซึ่งเราไปเห็นว่าน้ำมะปี๊ดนี่ถ้าทำรสชาติดีๆ กลมกล่อมก็อร่อย เพราะดื่มแล้วจะมีรสชาติเหมือนส้มผสมมะนาว แก้เจ็บคอ ทำให้รู้สึกสดชื่น มีวิตามินซีเหมือนมะนาว เลยคิดว่าน่าจะลองเอามาทำขายในกรุงเทพฯ ดู"

จณัญญาจึงเริ่มหาข้อมูลอย่างจริงจัง พัฒนาสูตรขึ้นมา และใช้วิธีออกงาน Flea Market เพื่อทดลองตลาด และเป็นการสร้างการรับรู้ไปพร้อมๆ กัน เพราะเชื่อว่าหลายคนจะยังไม่รู้จักเจ้าผลไม้ชนิดนี้ ซึ่งปรากฏว่าเมื่อลองขายในงานแรก ก็ขายดีจนหมดเกลี้ยง แถมไม่พอขายอีกต่างหาก ทำให้เธอมั่นใจว่าน้ำมะปี๊ดรสชาติดีนี้ถูกปากถูกใจคนกรุงเทพฯ และสามารถทำเป็นธุรกิจขึ้นมาได้

"คนกรุงเทพฯ จะไม่ชอบกินอะไรรสหวานมาก เราก็พยายามปรับสูตรให้ถูกใจคนกรุงเทพฯ การพัฒนาสูตรก็ค่อนข้างยาก ต้องเลือกผลไม้ที่ครึ่งสุกครึ่งดิบเท่านั้น ดิบเกินไปหรือสุกเกินไปก็ไม่ได้ จากนั้นนำมาผสมกับไซรัป เกลือ และน้ำตาลอ้อยจากจังหวัดจันทบุรี โดยจะไม่ใส่วัตถุกันเสีย หลังจากที่เริ่มออกตลาดการตอบรับจากลูกค้าค่อนข้างดี มีลูกค้าทุกเพศทุกวัย ด้วยชื่อที่แปลกและสีของน้ำมะปี๊ดที่ออกส้มๆ เหลืองๆ ทำให้สะดุดตา คนก็จะสงสัยว่าคืออะไร แล้วก็เข้ามาคุยกับเรา ซึ่งถ้าเป็นคนชอบน้ำผลไม้รสเปรี้ยว น้ำมะปี๊ดจะตอบโจทย์เลย ที่ผ่านมาถ้าเป็นเด็กวัยรุ่นจะกล้าชิมก่อน แล้วค่อยคุยกันว่าเป็นอะไร แต่ถ้าเป็นผู้ใหญ่ จะต้องใช้การอธิบายก่อนเพื่อจะรู้แล้วถึงค่อยชิม"

เนื่องจากเป็นสินค้าแปลกใหม่ ในช่วงแรก จณัญญาจึงเน้นการออกบู๊ธกับ Flea Market เป็นหลัก และขายผ่านแอพพลิเคชัน Onner (ออนเนอร์) ซึ่งเป็นช่องทางขายอาหารออนไลน์ของผู้ประกอบการไทยช่องทางหนึ่ง โดยใช้วิธีส่งสินค้าผ่าน GrabBike ซึ่งการขายออนไลน์นี้ทำให้จณัญญาพัฒนาบรรจุภัณฑ์จากขวดแก้วขนาดเล็กมาเป็นขวดพลาสติกขนาด 500 ML เพื่อเป็นทางเลือกใหม่และทำให้การขนส่งสะดวกมากขึ้น นอกจากนี้ มีการแนะนำลูกค้าเพื่อนำเสนอวิธีการดื่มที่หลากหลายมากขึ้น เช่น สำหรับผู้ที่ชอบรสซ่าก็สามารถนำไปผสมดื่มกับโซดาได้ หรือจะใส่น้ำผึ้ง หรือค็อกเทล เป็นต้น

อย่างไรก็ตาม ด้วยความที่มะปี๊ดไม่ใช่พืชเศรษฐกิจ จึงไม่ได้มีการปลูกกันเป็นเรื่องเป็นราว แต่เป็นการปลูกทิ้งไว้เฉยๆ หรือปลูกแทรกกับผลไม้ชนิดอื่น เพราะเป็นไม้ผลที่ไม่ต้องดูแลมากนัก ประกอบกับไม่ใช่ผลไม้ที่ออกผลตลอดทั้งปี บางช่วงก็จะออกผลมาน้อย ทำให้ไม่เพียงพอกับความต้องการ ซึ่งเธอได้วางแผนเพื่อจะแก้ปัญหานี้เอาไว้แล้ว

"ทุกอาทิตย์ เราจะต้องขับรถไปเอามะปี๊ดจากจันทบุรี ซึ่งจะมีคนคอยจัดหาเอาไว้ให้ ครั้งละ 200-300 กิโลกรัม ที่นี่เราเริ่มทำเมื่อปลายปี 2557 ในช่วงปี 2558 ทำให้เรารู้แล้วว่าปัญหาคือผลไม้ขาดช่วง คือช่วงหน้าฝนจะออกลูกน้อยมาก ดังนั้น ปีนี้เมื่อเรารู้ปัญหาก็จะพยายามบริหารจัดการใหม่ วางแผนที่จะสต็อกมะปี๊ดเอาไว้ล่วงหน้า แล้วก็เริ่มมีคนเข้ามาช่วยจัดหาให้ เพื่อจะได้มีสินค้าขายต่อเนื่องตลอดทั้งปี เพราะลูกค้าเริ่มรู้จักแล้ว เราก็ไม่อยากขาดช่วงหรือหายไปเดี๋ยวลูกค้าจะลืมเรา"

ก่อนจากกัน จณัญญาทิ้งท้ายเป้าหมายทางธุรกิจของเธอเอาไว้ว่า "ต้องการเอา Mapeed Chamchan ไปวางขายในซูเปอร์มาร์เก็ต ซึ่งในหลายครั้งที่ลูกค้าถามว่าจะซื้อต่อได้ที่ไหน ซึ่งนอกจากผ่านออนไลน์แล้วจะได้มีช่องทางการจำหน่ายเพิ่มขึ้น ทำให้ลูกค้าเข้าถึงได้ง่าย สำหรับราคาขวดละ 45 บาท ที่หลายคนอาจมองว่าแพง แต่ที่แพงเพราะมีค่าขนส่งที่ต้องไปเอาเองทุกสัปดาห์และการเป็นพืชที่ปลูกน้อย ทำให้ราคาค่อนข้างผันผวน ที่สำคัญ 1 ขวดใช้หลายลูกมากเพื่อให้รสชาติเข้มข้น ซึ่งแม้ในวันนี้คนอาจจะยังไม่รู้จักแพร่หลาย แต่ก็หวังว่าวันข้างหน้าน้ำมะปี๊ดจะได้รับความนิยมเพิ่มมากขึ้น" S

น้ำมะปี๊ด/MAPEED JUICE
MAPEED.CHAMCHAN
09-4045-4662

NYMPHEART
ไม้ + พลาสติก = เครื่องประดับชิ้นเดียวในโลก

Text : Kritsana S. / Photo : เจษฎา ยอดสุรางค์

ถ้าเลือกทำสิ่งที่เหมือนคนอื่น
แต่สามารถทำออกมาได้
ดีกว่า เก่งกว่า
เราก็ทำสิ่งนั้นเป็นธุรกิจได้
หรือหากทำในสิ่งที่ไม่มีใครเคยทำมาก่อน
และทำออกมาได้ดี
ก็หยิบสิ่งนั้นมาทำธุรกิจได้

และด้วยเหตุนี้ **ปาล์ม-ธีรพล ธนมณฑล** และ **โมโม-เปลี่ยนกาล ไตรคุ้มพันธุ์** จึงร่วมกันทำเครื่องประดับ Nympheart ที่เป็นการหลอมไม้และพลาสติกเข้าด้วยกัน โดยได้แรงบันดาลใจจากงานเฟอร์นิเจอร์ของต่างประเทศอย่างโต๊ะที่ใช้เทคนิคการหลอมอะลูมิเนียมและไม้เข้าด้วยกัน

"ช่วงแรกลองทำเครื่องประดับจากการหลอมอะลูมิเนียมและไม้เข้าด้วยกัน แต่ทำยากมาก จึงคิดหาวัสดุที่สามารถหลอมได้ง่ายอย่างไม้และพลาสติก โดยเครื่องประดับแรกที่ทำออกมาขายคือ แหวน ซึ่งล็อตแรกที่ทำออกมานั้นขนาดของแหวนใหญ่มาก นั่นเพราะพวกเรายังขาดประสบการณ์ ดังนั้น จึงเริ่มพัฒนาฝีมือมาเรื่อย ๆ จนในที่สุดสามารถทำแหวนออกมาได้ตามขนาดที่ต้องการ และด้วยความที่แหวนต้องทำหลายไซส์ จึงทำให้มีปัญหาเรื่องสินค้าค้างสต๊อกตามมา ในช่วงหลังจึงเปิดรับทำแหวนแบบ Made to Order โดยเปิดรับเป็นรอบ ๆ และสั่งได้เฉพาะแหวนที่มีเลเยอร์ 2-3 ชั้น ส่วนแหวนที่โชว์ลายไม้ไม่รับทำ เพราะโดยธรรมชาติต่อให้เป็นไม้ท่อนเดียวกันก็มีลายไม้ไม่เหมือนกัน ฉะนั้นจึงไม่สามารถทำแหวนที่มีลายไม้เหมือนกันเพิ่มได้ นอกจากนี้ Nympheart ยังทำต่างหูและจี้สำหรับสร้อยคอและสร้อยข้อมือ โดยจี้สามารถเพิ่มชื่อได้ แต่ต้องไม่เกิน 9 ตัวอักษรและรับทำแบบ Made to Order" ปาล์มกล่าว

นอกจากเสน่ห์ของ Nympheart จะเป็นเครื่องประดับชิ้นเดียวในโลกแล้ว โมโมได้ให้ข้อมูลเพิ่มว่า สินค้าของแบรนด์ส่วนใหญ่ทำจากไม้สัก ซึ่งมีผลให้สินค้าขายง่าย เพราะทั้งคนไทยและต่างชาติต่างรู้ดีว่าเป็นไม้ที่มีค่า แต่เพื่อรองรับความต้องการที่หลากหลายของลูกค้า แบรนด์ยังมีเครื่องประดับที่ทำจากไม้ชนิดอื่น ได้แก่ ไม้เมเปิ้ล ไม้วอลนัท และไม้เต็ง ไม่เพียงเท่านี้ ทั้งคู่ยังคิดทำเครื่องประดับเรืองแสงร่วมด้วย โดยมีทั้งแหวน กำไลมือ จี้สำหรับสร้อยคอและสร้อยข้อมือ และต่างหู ซึ่งตอนนี้ได้กลายเป็นสินค้าท็อปในหมู่ลูกค้าชาวไทย ส่วนลูกค้าต่างชาติยังคงชอบเครื่องประดับสีเรียบ ๆ มากกว่า

ทั้งนี้ เพื่อให้ลูกค้ามีทางเลือกมากขึ้น โมโม บอกว่า Nympheart จึงได้เพิ่มประเภทของสินค้าโดยมีทั้งเคสโทรศัพท์และนาฬิกาตั้งโต๊ะรูปทรงต่าง ๆ ที่ยังคงใช้วิธีการหลอมไม้และพลาสติกรวมกันเหมือนการทำเครื่องประดับ และด้วยความที่อยากขยายตลาดไปยังต่างประเทศ หนุ่มสาวรุ่นใหม่คู่นี้จึงเพิ่มช่องทางการขายโดยเลือกขายสินค้าผ่านเว็บไซต์ของต่างประเทศอย่าง Pinkoi เว็บไซต์ขายสินค้างานดีไซน์ของประเทศไต้หวัน และ Megafash เว็บไซต์ขายสินค้าออนไลน์ของประเทศสิงคโปร์ที่มีช็อปให้ลูกค้าได้เดินเลือกซื้อสินค้าด้วย โดย Nympheart เองก็มีโอกาสได้นำสินค้าไปวางขายในช็อปนี้เช่นกัน

"เพราะสินค้าของเราเป็นงานดีไซน์ที่มีราคาค่อนข้างสูง ฉะนั้นต้องเลือกช่องทางการขายให้เหมาะสมเพื่อให้ได้ลูกค้าที่ตรงกลุ่ม อย่าง Pinkoi ก็เป็นเว็บไซต์ที่ขายเฉพาะงานดีไซน์ที่แบรนด์ทำขึ้นเอง ไม่ใช่รับมาขาย ส่วนการออกบู๊ธก็ต้องเป็นอีเวนต์ที่เกี่ยวกับงานดีไซน์ งานฝีมือ และการฝากขายตามช็อปต่าง ๆ ก็ต้องเลือกช็อปที่ขายเฉพาะงานดีไซน์ ไม่ใช่ขายสินค้าที่มีทั่วไปตามท้องตลาด" ปาล์มกล่าวเสริม

อย่างไรก็ตาม แม้การเริ่มต้นทำธุรกิจจะไม่ใช่เรื่องง่าย แต่ถึงกระนั้นก็ไม่ยากเกินความสามารถ ซึ่งวัยรุ่นคู่นี้ต้องผ่านช่วงลองผิดลองถูกเช่นกันก่อนธุรกิจจะเข้าที่ อย่างการตั้งราคาสินค้า ในช่วงแรกทั้งคู่เลือกตั้งราคาต่ำไว้ก่อน เพราะอยากขายให้หมดเร็ว ๆ และมองว่าเครื่องมือที่ใช้นั้นยืมมาจากมหาวิทยาลัยและสินค้าก็ขายผ่านอินสตาแกรมจึงไม่มีค่าใช้จ่ายใด ๆ แต่เมื่อมองตามหลักความเป็นจริงก็พบว่า หากจะทำเป็นธุรกิจจริงจังต้องขายของให้ได้กำไร ไม่ใช่ขายเท่าทุนหรือขาดทุน ต้องตั้งราคาให้สมเหตุสมผลกับคุณภาพสินค้าและความยากง่ายของขั้นตอนการสร้างสรรค์งาน รวมทั้งต้องเลือกกลุ่มลูกค้าที่ชื่นชอบงานดีไซน์ เพราะพวกเขาจะรู้คุณค่าของงาน รู้ถึงความยากในขั้นตอนการสร้างงาน ซึ่งเป็นสิ่งที่ทำให้เข้าใจเหตุผลของการตั้งราคาสินค้า

nympheart
nympheart
momopleankan
n-ever.wix.com/nympheart

Text : กองบรรณาธิการ

สมโภชน์ จันทร์สมบูรณ์
ปั้น STARTUP
สู่การเติบโตอย่างก้าวกระโดด

ดีแทค แอคเซอเลอเรท เป็นหนึ่งในผู้อยู่เบื้องหลังความสำเร็จของธุรกิจ Startup ซึ่งเส้นทางของดีแทค แอคเซอเลอเรท เริ่มต้นเมื่อปี 2556 สามารถบ่มเพาะให้กับทีมที่เข้าร่วมโครงการทั้งหมด 11 ทีม จนประสบความสำเร็จในธุรกิจ และสามารถขยายสเกลสู่ตลาดต่างประเทศได้ โดยมีตัวเลขที่น่าสนใจว่า Startup ภายใต้โครงการดีแทค แอคเซอเลอเรทนี้ มีการเติบโตขึ้น 3-15 เท่า ด้วยมูลค่าประมาณ 1 พันล้านบาท

สมโภชน์ จันทร์สมบูรณ์ ผู้อำนวยการฝ่ายนวัตกรรมธุรกิจและดีแทค แอคเซอเลอเรท กล่าวว่าในปีแรกของการเริ่มต้นโครงการ ดีแทค แอคเซอเลอเรท ทำให้เห็นว่าเด็กไทยมีความสามารถมีแนวความคิด มี Business Model ที่ดี ที่สามารถเป็น Startup ที่มีศักยภาพได้ ดังนั้น ในปีถัดมาจึงมีการปรับรูปแบบโครงการโดยการทำเป็นในลักษณะการบ่มเพาะ เข้าอบรมบู๊ธแคมป์กับกูรูและ Startup ที่มีชื่อเสียงระดับโลกนาน 4 เดือน บนพื้นฐานที่ว่า Startup ไทยขาดอะไร ก็จะเติมสิ่งนั้นให้

"พอปีที่สองเรารู้แล้วว่าอะไรที่ไม่เวิร์กสำหรับปีก่อนก็เปลี่ยนใหม่ เช่น เอากฎหมายเข้ามาสนับสนุน ซึ่งเราจะมี Startup ที่เคยเข้าร่วมโครงการมาช่วยดีไซน์ สิ่งที่ขาดคืออะไร ผู้บริโภคเปลี่ยนเราก็ต้องปรับให้ทันกับการเปลี่ยนแปลง ฉะนั้นเราจะปรับเนื้อหาการบ่มเพาะตลอด สำหรับปีนี้เป็นปีที่ 4 สิ่งที่เพิ่มเข้ามาคือการเปิดตลาดเออีซี เรามี Startup จากดิจิ มาเลเซีย และเทเลนอร์เมียนมา ที่จะส่งทีมเข้าร่วมอบรมบู๊ธแคมป์ตลอด 4 เดือน เพื่อต่อยอดขยายการเติบโตธุรกิจเข้าสู่ตลาดเออีซี ซึ่ง 3 ประเทศนี้รวมกันก็มีฐานลูกค้ากว่า 60 ล้านคน เพราะเรามองว่าที่ผ่านมาเรายังเร็วไม่พอสำหรับธุรกิจ Startup ทำให้โดนต่างชาติเข้ามาแย่งตลาดเยอะมาก นอกจากนี้ เรามีเงินสนับสนุนให้ แต่เราไม่ได้เป็น VC เงินทุนนั้นเป็นแค่ Seed Funding เงินเบื้องต้น แต่ Startup จะเติบโตได้ส่วนสำคัญคือ จะต้องมี VC เข้าสนับสนุนด้วย ซึ่งเราจะเชิญ VC ต่างๆ ทั่วโลกเข้ามาร่วมงานการนำเสนอผลงานด้วย"

สำหรับปีนี้ซึ่งเป็นปีที่ 4 มี Startup ส่งผลงานแนวคิดเข้าโครงการมากกว่า 500 แอพฯ ซึ่งจากมุมมองของสมโภชน์ตลอด 3 ปี เขาบอกว่า Startup ไทย มีความเปลี่ยนแปลงอย่างมากทั้งในแง่จำนวนและคุณภาพ

"หลังมือเป็นหน้ามือ เปลี่ยนแบบก้าวกระโดดมาก ปี 2556 Startup ที่เข้าร่วมโครงการ นับจำนวนได้หลักสิบ ปีนี้เข้าปีที่ 4 มี Startup สมัครเข้ามาไม่ต่ำกว่า 500 แอพฯ ณ วันนี้ Startup ในประเทศไทยมีเกิน 2 พันแล้ว คนที่เข้ามาเป็น Startup สมัยก่อนจะเป็นคนในวงการเทคโนโลยี แล้วมองว่ามีปัญหาจึงทำโครงการขึ้นมา แต่ในระยะหลังคนที่เข้ามาจะเป็นทีมที่อยู่ในธุรกิจอุตสาหกรรมนั้นๆ เป็นผู้เชี่ยวชาญ ที่มองเห็นปัญหา อยู่กับปัญหามานาน แล้วกระโดดเข้ามาเพื่อแก้ไขปัญหา ฉะนั้นนี่จะตอบโจทย์ความต้องการได้ตรงกว่าและมีโอกาสที่จะไปได้ไกล นอกจากนี้จากจำนวน Startup ที่ส่งผลงานเข้ามายังคงเป็นกลุ่มมาร์เก็ตเพลสและอี-คอมเมิร์ซมากที่สุด แต่ที่เปลี่ยนไปคือ เป็นมาร์เก็ตเพลสและอี-คอมเมิร์ซที่เจาะจงเฉพาะธุรกิจมากขึ้น เหมือนอย่างเช่น Take me tour ที่เป็นมาร์เก็ตเพลสด้านท่องเที่ยว เป็นต้น"

อย่างไรก็ตาม แม้การเติบโตของ Startup ไทยจะเพิ่มขึ้นอย่างมาก แต่อย่างที่ทราบกัน Startup ที่สามารถเติบโตประสบความสำเร็จได้นั้นกลับมีจำนวนน้อยมาก ในเรื่องนี้ สมโภชน์บอกว่ามีสถิติตัวเลขที่แสดงความอยู่รอดของ Startup เอาไว้ว่า Startup ราว 80 เปอร์เซ็นต์จะไปไม่รอดหรือเจ๊ง ขณะที่ 10 เปอร์เซ็นต์จะอยู่ในลักษณะลูกผีลูกคน และอีก 10 เปอร์เซ็นต์ คือ Startup ที่สามารถอยู่รอดได้ โดยใน 10 เปอร์เซ็นต์ที่อยู่รอดนี้จะมีเพียง 1 เปอร์เซ็นต์เท่านั้นที่จะไปได้ไกลถึงระดับโลก ซึ่งเมื่อได้ศึกษา Startup 1 เปอร์เซ็นต์ที่ว่าในช่วงเริ่มต้นธุรกิจพบว่ากว่า 90 เปอร์เซ็นต์พวกเขามี 2 อย่างที่เหมือนกันคือ มี Product/Market Fit ที่ถูกต้อง และมี Team ที่ประกอบด้วย 3 Hs คือ Hustler (CEO), Hacker (Developer) และ Hipster (UI/UX)

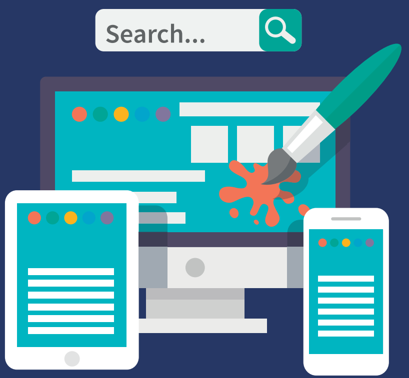
"เขามี Product/Market Fit จาก Pain Point ของเขาจาก Passion ของเขาที่มีอยู่จริง ซึ่งมันมีผลกระทบมหาศาลกับคนเกิน 1 ล้านคน แล้วหาโซลูชั่นมาแก้ Pain Point ส่วนที่สองคือพวกเขามีทีม ซึ่งประกอบด้วย 3 ส่วน คือ 1.ซีอีโอต้องเป็น Hustler รู้ธุรกิจ เป็นนักขาย หาเงินลงทุนได้ 2.Hacker คือต้องมี Developer เพื่อพัฒนาเทคโนโลยี ซึ่งคนคนนี้จะเป็นเหมือนคู่ชีวิตของซีอีโอ และ 3.Hipster คนที่เป็น UI (User Interface) UX (User Experience) โดย 2 ส่วนแรกต้องมาก่อน แต่ถ้ามี 3 ส่วนนี้ตั้งแต่วันแรกจะดีมาก"

อย่างไรก็ตาม เมื่อถามถึงสิ่งที่อยากเห็นจาก Startup ไทย สมโภชน์กล่าวว่า จุดแข็งของ Startup ไทยคือมี Passion สูง ดังนั้น เมื่อล้มก็จะไม่รู้สึกว่าล้ม แต่จริงๆ อยากให้มี Startup ด้านการเกษตรเพิ่มมากขึ้น

"ภาคเกษตรกรรมคือจุดแข็งของประเทศไทย ประเทศไทยมีทุกอย่างพร้อมที่จะมี Tech Startup ด้านการเกษตร คือจะเป็นมาร์เก็ตเพลส เป็น FinTeach แล้วจะสู้สิงคโปร์ อเมริกาได้หรือเปล่า แต่ที่แน่ๆ ถ้าเป็นเรื่องเกษตรสู้เขาได้แน่นอน ถ้ามีคนที่อยู่ในวงการเกษตรเข้ามาทำ Startup ออกมาลุยจริงๆ เชื่อว่าจะไปได้ไกลมาก"

3 สิ่งบนโลกออนไลน์ที่ฆ่าธุรกิจได้

เชื่อว่าผู้ประกอบการหลายคนวางแผนการทำธุรกิจไว้อย่างดี เพื่อไม่ให้ธุรกิจล้ม แต่จนแล้วจนรอดก็ยังมีข้อผิดพลาดเกิดขึ้น และข้อผิดพลาดเล็กๆ ต่อไปนี้สามารถเกิดขึ้นได้ง่ายดายบนโลกออนไลน์ และอาจทำให้ธุรกิจพังได้ หากไม่มีวิธีการรับมือที่เหมาะสม



1 ไม่ดูแลลูกค้าบนโซเชียลมีเดีย

ในปี พ.ศ.2559 ลูกค้ามีแนวโน้มที่จะร้องเรียนเรื่องต่างๆ รวมทั้งกล่าวชื่นชมแบรนด์ผ่านทวิตเตอร์และเฟซบุ๊กมากกว่า Webform หรือโทรศัพท์เข้า Call Center ซึ่ง J.D. Power บริษัทให้ข้อมูลทางการตลาดระดับโลก เผยว่า 67 เปอร์เซ็นต์ของผู้บริโภคมองว่า การโพสต์ผ่านเฟซบุ๊กและทวิตเตอร์ช่วยให้แบรนด์รับรู้ได้รวดเร็วถึงปัญหาที่เกิด ดังนั้น แบรนด์จึงไม่ควรละเลยลูกค้าบนโซเชียลมีเดีย ควรรีบแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้นให้แล้วเสร็จภายในวันเวลาที่แจ้งกับลูกค้า ซึ่งความตรงต่อเวลานี้ช่วยสร้างความประทับใจและส่งผลให้พวกเขาเกิดความภักดีต่อแบรนด์

2 เว็บไซต์เข้าไม่ได้

บริษัท Searchmetrics ซึ่งทำธุรกิจเกี่ยวกับข้อมูลที่ได้จากการ Search เผยว่า แม้เว็บไซต์จะสวยงามและเต็มไปด้วยข้อมูลที่น่าสนใจ แต่หากคลิกเข้าไปแล้วเจอข้อความ 404 Error ก็จบกัน เพราะนั่นแปลว่าไม่มีเว็บไซต์ดังกล่าว ซึ่งลูกค้าจะไม่เสียเวลาแจ้งไปยังแบรนด์ว่าเว็บเสีย แต่จะเลือกใช้งานเว็บไซต์อื่นแทน ฉะนั้นผู้ประกอบการต้องหมั่นตรวจเช็กตลอดว่า เว็บไซต์สามารถใช้งานได้ตลอดเวลา

3 เข้าชมเว็บไซต์ผ่านโทรศัพท์มือถือไม่ได้

เพราะกว่า 51 เปอร์เซ็นต์ของคนยุคนี้เข้าชมเว็บไซต์ผ่านโทรศัพท์มือถือมากกว่า Desktop และมีแนวโน้มว่าจะเพิ่มมากขึ้นเรื่อยๆ ดังนั้น ผู้ประกอบการต้องพัฒนาเว็บไซต์ให้สามารถใช้งานได้บนโทรศัพท์มือถือ โดยนอกจากเน้นเรื่องการออกแบบที่สวยงามแล้ว ต้องเน้นเรื่องฟังก์ชันด้วย เพราะแม้สินค้าหรือบริการของแบรนด์จะดีมาก แต่หากเว็บไซต์เปิดบนโทรศัพท์มือถือไม่ได้ หรือเว็บไซต์โหลดช้าและไม่สามารถลิงก์ไปยังหน้าที่ต้องการได้ ลูกค้าก็พร้อมเปลี่ยนใจไปใช้งานเว็บไซต์อื่น และธุรกิจจะถูกตัดสินว่ามีความล้าสมัยในทันที

ทั้งนี้ หากผู้ประกอบการอยากมีเว็บไซต์ของตนเองแต่ไม่มีความรู้ด้านนี้และไม่มีเงินทุนมากนักในการจ้างนักสร้างเว็บ อาจเลือกสร้างเว็บไซต์ของตนเองผ่าน Weebly.com ซึ่งใช้งานได้ฟรีและใช้งานได้ทั้งบน Desktop และ Mobile Device โดยมีขั้นตอนง่ายๆ เพียงตั้งชื่อเว็บไซต์และจัดวางข้อมูล รูปภาพ และอื่นๆ ที่ต้องการให้มีบนเว็บไซต์ให้สวยงาม

| IT., ETC |

SMS MARKETING
การตลาดที่ไม่ควรมองข้าม

ในช่วงเดือนมกราคมที่ผ่านมา We Are Social ดิจิตอลเอเยนซี่ ชื่อดังในสิงคโปร์ เปิดเผยข้อมูลที่น่าสนใจว่า คนไทย 96 เปอร์เซ็นต์มีโทรศัพท์มือถือ (ทุกรุ่น) ในครอบครอง และ 64 เปอร์เซ็นต์เป็นเจ้าของสมาร์ตโฟน ซึ่งจากข้อมูลข้างต้นโทรศัพท์มือถือจึงเป็นเครื่องมือสื่อสารที่ติดตัวผู้บริโภคทุกคนอยู่ตลอด ด้วยเหตุนี้ SMS (Short Message Service) จึงเป็นเครื่องมือการตลาดที่ไม่อาจมองข้ามได้

การสื่อสารการตลาดผ่าน SMS มีข้อดีคือ เข้าถึงกลุ่มลูกค้าได้โดยตรง มั่นใจได้ว่ากลุ่มลูกค้าที่เป็นเป้าหมายจะได้รับ SMS อย่างแน่นอน เพราะสามารถกำหนดกลุ่มผู้รับ SMS ได้ และส่ง SMS ได้ทุกช่วงเวลา นอกจากนี้ ยังสามารถวัดผลการตอบสนองจากกลุ่มลูกค้าได้ เช่น นำ SMS มาแสดงเพื่อรับส่วนลดในการซื้อสินค้า เป็นต้น โดยรูปแบบของการสื่อสาร SMS สามารถทำได้ทั้งการสื่อสารทางเดียว คือ ตรงไปถึงผู้รับ และการสื่อสาร 2 ทาง คือ มีการรับข้อความตอบกลับจากผู้รับด้วย

อย่างไรก็ตาม เพื่อให้ทุกธุรกิจทำการตลาดด้วย SMS Marketing ได้อย่างมีประสิทธิภาพ **กัมพล ธนาปัญญาวรคุณ** ประธานเจ้าหน้าที่ บริษัท ไอท้อปพลัส จำกัด ได้แนะเทคนิคการทำ SMS Marketing ไว้น่าสนใจ ดังนี้

1. พาดหัวต้องชัด เพราะ SMS จำกัดตัวอักษรในการส่ง ฉะนั้นข้อความที่จะส่งไปจึงต้องสั้น กระชับ และดึงดูดความสนใจ ซึ่งอาจใช้วิธีพาดหัวเรื่องให้แรง และโดน

2. แนบลิงก์เว็บไซต์ ไปใน SMS เพื่อให้ลูกค้าคลิกอ่านเนื้อหาเพิ่มเติม โดยลิงก์ที่แนบไปนั้นต้องเชื่อมต่อกับหน้าที่ลงเนื้อหานั้นๆ หรือหากเลือกส่งโปรโมชั่นไปยังกลุ่มลูกค้าก็ควรออกแบบโปรโมชั่นให้กระชับและน่าสนใจ เช่น ด่วน! เสื้อลด 90 เปอร์เซ็นต์แค่วันนี้ เป็นต้น

3. มีข้อมูลลูกค้าที่หลากหลาย นอกจากต้องมีเบอร์โทรศัพท์ของลูกค้าแล้ว ควรมีข้อมูลทั่วไปของพวกเขาด้วย เช่น เพศ อายุ รายได้ ไลฟ์สไตล์ และความชอบ เพราะข้อมูลเหล่านี้สามารถนำมาวิเคราะห์ได้ว่า ควรออกแบบเนื้อหา SMS อย่างไรให้โดนใจกลุ่มลูกค้าแต่ละกลุ่ม

4. ระบุชื่อผู้รับ SMS ลงไปในข้อความ เพื่อให้ลูกค้าเกิดความประทับใจและรู้สึกเป็นส่วนตัวกับแบรนด์

5. กลุ่มเป้าหมายชัดเจน ที่สำคัญ คือ พิจารณากลุ่มเป้าหมายทุกครั้งว่ามีความต้องการรับ SMS หรือไม่ เพราะยังมีผู้ประกอบการหลายรายที่เชื่อว่า ยิ่งส่ง SMS ออกไปมาก ธุรกิจก็ยิ่งเป็นที่รู้จัก ซึ่งนี่เป็นความเชื่อที่ผิด เพราะหากส่ง SMS ไปทุกเบอร์โทรศัพท์ที่มีโดยไม่สนใจว่าเป็นเบอร์โทรศัพท์ของลูกค้าหรือไม่ จะทำให้ผู้ที่ไม่ต้องการรับ SMS เกิดความรำคาญและอาจนำไปสู่ความรู้สึกด้านลบต่อแบรนด์ได้

AIS Business Solutions : AIS Smart Messaging ตอบโจทย์การตลาดยุคใหม่

AIS Business Solutions

ครีม-เปรมสินี รัตนโสภา

เพราะคนไทยต้องคู่ขนมไทย

Text : Kritsana S.

นอกจากคุ้นหน้าคุ้นตาดาราสาว ครีม-เปรมสินี รัตนโสภา กับบทบาทต่างๆ ผ่านหน้าจอโทรทัศน์แล้ว หลายคนยังเห็นเธอในภาพผู้ประกอบการสาวเจ้าของแบรนด์ Preedee Cream ครีมบำรุงผิวผสมทองคำแท้ และขนมสมพร อีกหนึ่งธุรกิจล่าสุดที่หยิบสูตรขนมไทยของคุณย่ามาปัดฝุ่นใหม่เพราะไม่อยากให้ขนมไทยสูญหายไปจากสังคมไทย และสิ่งต่อไปนี้เองที่เป็นจุดเริ่มต้นของการก้าวเข้าสู่ธุรกิจขนมไทยของดาราสาวคนนี้

1

ขนมไทย

"การจะทำอะไรสักอย่าง สิ่งที่ต้องมีคือความรักและชอบ เพราะจะทำให้มีความสุขในสิ่งที่ทำ และทำออกมาได้ดี ครีมชอบกินขนมไทยมาตั้งแต่เด็ก เพราะคุณย่าชอบทำให้กิน ดังนั้น จึงคุ้นตากับภาพคุณย่านั่งทำขนมไทย แต่เมื่อครีมโตขึ้น ภาพนั้นก็ค่อยๆ เลือนหายไปเพราะเมื่อคุณย่าย้ายมาอยู่กรุงเทพฯ ก็ไม่ได้ทำขนมไทยแล้ว วันหนึ่งครีมกับคุณแม่เลยคุยกันว่า คุณย่าทำขนมไทยอร่อย และไม่อยากให้สูตรขนมไทยของคุณย่าหายไป ครีมเลยไปเรียนวิธีทำขนมไทยกับคุณย่าและใช้ชื่อของคุณย่าเป็นชื่อแบรนด์ ซึ่งตอนนี้ขนมสมพรมีทั้งขนมไทยสูตรคุณย่าและขนมไทยประยุกต์ที่ตั้งใจทำให้เข้ากับยุคสมัย เช่น วุ้นเป็ด"

2

คุณย่า

"ครีมค่อนข้างผูกพันกับคุณย่าเพราะตอนเด็กๆ ช่วงปิดเทอมหรือวันธรรมดาที่คุณพ่อคุณแม่ไม่อยู่บ้านครีมจะไปอยู่กับคุณย่าตลอด ตอนนี้คุณย่าอายุ 87 ปี ซึ่งอนาคตไม่รู้ว่าจะเกิดอะไรขึ้น ครีมเลยอยากทำอะไรสักอย่างเพื่อให้คุณย่ามีความสุขจึงเลือกทำขนมไทย คุณย่านอกจากสอนทำขนมไทยและสอนให้ครีมมีความอดทนหากเจอกับลูกค้าที่ชอบก่อกวน คุณย่ายังเป็นตัวอย่างที่ดีในเรื่องความขยัน เพราะเมื่อคุณปู่เสียชีวิต คุณย่าก็เลี้ยงลูกเพียงลำพังและทำขนมไทยขาย โดยสามารถขายขนมไทยจนมีเงินซื้อที่ดินสิบกว่าไร่ ดังนั้น ครีมต้องมีความขยันและตั้งใจทำขนมสมพรให้ออกมาดีที่สุด"

3

ใจอนุรักษ์ขนมไทย

"เพราะคนรุ่นหลังหรือแม้แต่คนรุ่นเดียวกับครีมก็ไม่รู้จักขนมไทยบางชนิด เช่น ขนมเหนียว ขนมแป้งคลุกมะพร้าวและข้าวพองราดด้วยน้ำตาลเคี่ยวเหนียวๆ และคนไทยยังรู้สึกว่าขนมไทยไม่จำเป็นต้องจ่ายแพง แต่รู้ไหมว่าขนมไทยมีขั้นตอนการทำที่พิถีพิถันและทำยากกว่าขนมฝรั่ง ครีมจึงอยากยกระดับขนมไทยให้คนไทยภูมิใจและเห็นคุณค่าของขนมประจำชาติ และอยากอนุรักษ์ขนมไทยให้คงอยู่ ครีมเลยใช้อินสตาแกรมของขนมสมพรเป็นช่องทางแนะนำขนมไทยให้เป็นที่รู้จักและให้ความรู้ควบคู่ไปด้วย อย่างการโพสต์ภาพขนมไทยประกอบคำอธิบายว่า ขนมไทยนั้นๆ ทำจากอะไร เช่น กล้วยเชื่อมแดง ซึ่งคือกล้วยน้ำว้าเชื่อม แต่หลายคนไม่รู้จักเพราะเคยเห็นแต่กล้วยเชื่อมเหลืองหรือกล้วยไข่เชื่อม และโพสต์วิดีโอขั้นตอนการทำขนมไทย เช่น ข้าวต้มมัด ขนมไทยที่หลายคนรู้จักแต่มีคนจำนวนไม่น้อยไม่รู้วิธีห่อ"

4

สร้างธุรกิจของครอบครัว

"ตอนแรกไม่คิดทำขนมสมพรเป็นธุรกิจจริงจัง แต่เมื่อมีคนถามเข้ามามากก็รู้สึกตื่นเต้นที่คนให้ความสนใจกับขนมไทยเลยตัดสินใจทำเป็นธุรกิจและอยากทำให้เป็นธุรกิจของครอบครัว เพราะเป็นธุรกิจที่สามารถอยู่ได้ ใครๆ ก็ชอบกินขนม และจากประสบการณ์การทำธุรกิจที่ผ่านมาทั้งธุรกิจคอสเมติกอย่างครีม Preedee Cream และน้ำมันมะพร้าว ทำให้รู้ว่าธุรกิจขนมทำยากกว่า เพราะธุรกิจครีมไม่จุกจิก พอได้สูตรก็สั่งโรงงานผลิตแล้วเอามาขาย แต่ขนมต้องทำเองทั้งหมดทำวันต่อวัน ทำครั้งต่อครั้ง ต้องใส่ใจเยอะ และมีปัญหาเกิดขึ้นทุกครั้ง เช่น อากาศร้อนทำให้ขนมที่มีมะพร้าวและกะทิเป็นส่วนประกอบเน่าเสีย หรือขนมเสียเพราะกระบวนการขนส่ง ฉะนั้นหากจะให้ธุรกิจอยู่รอดต้องมีเวลาให้ธุรกิจ มีเวลาแก้ปัญหา และช่วงนี้ครีมรับงานแสดงน้อยลงด้วยเพราะอยากโฟกัสที่ธุรกิจให้มาก"

5

ตนเอง

"ครีมทำงานในวงการบันเทิงตั้งแต่อายุ 19 ปี ตอนนี้จึงรู้สึกว่าถึงเวลาต้องปรับเปลี่ยน เพราะเราจะอยู่ในวงการบันเทิงได้ไม่นาน มันต้องเป็นไปตามวัฏจักร ดังนั้น ต้องหาอะไรทำที่เป็นอีกรูปแบบหนึ่งและอยากสร้างธุรกิจของครอบครัวเลยทำขนมสมพรเพราะอย่างน้อยก็เป็นธุรกิจของที่บ้าน เป็นของคุณย่า และครีมก็รู้สึกสนุกที่ได้ทำ เวลากดเข้าไปดูแฮชแท็กคำว่าขนมไทย ในอินสตาแกรมแล้วเห็นคนลงรูปขนมไทยเยอะขึ้นก็รู้สึกมีแรงกระตุ้นให้อยากทำขนมไทยต่อไปเรื่อยๆ และรู้สึกดีใจที่ทุกคนรักขนมไทย"

FIT AND FABULOUS

ความเชื่อ ผิดกับความจริง

Text : น้ำค้าง

สำหรับคนที่เริ่มออกกำลังกาย หรือแม้แต่คนที่ออกกำลังกายมานาน มักจะมีความเชื่อที่รับฟังกันมา ถูกบ้างผิดบ้าง อันไหนจริง อันไหนเท็จ บางทีก็ยากจะบอก ข้อมูลที่ถูกต้องจึงเป็นสิ่งจำเป็น วันนี้เรามี “ความเชื่อ” กับ “ความจริง” มานำเสนอ

ความเชื่อ เราสามารถลดไขมันเป็นส่วนๆ ได้ โดยการเน้นบริหารตรงจุดที่ต้องการ เช่น แขน ขา หรือหน้าท้อง

ความจริง หลายคนมีปัญหาไขมันหน้าท้องพอกพูน ต้องการลดรอบเอว จึงพุ่งเป้าไปที่การบริหารหน้าท้อง ขอบอกว่า การออกกำลังกายเป็นการเบิร์นไขมันทั่วร่างกาย ไม่ใช่แค่จุดใดจุดหนึ่ง สมมุติเราบริหารหน้าท้องจนสามารถเผาผลาญพลังงานไปได้ 200 แคลอรี ไขมันที่ถูกเบิร์นเป็นไขมันที่กระจายทั่วร่างกาย ไม่ใช่เฉพาะไขมันหน้าท้อง แต่สิ่งที่จะได้คือกล้ามเนื้อบริเวณนั้นแข็งแรงขึ้น แข็งแรงพอที่จะดันไขมันไม่ให้ป่องออกมา

ความเชื่อ ผู้หญิงไม่ควรเล่นเวทเพราะจะทำให้ล่ำ กล้ามขึ้นเป็นมัดๆ

ความจริง การบริหารร่างกายด้วยการเล่นเวทคือการออกแรงต้านกล้ามเนื้อ การใช้กล้ามเนื้ออย่างหนักหน่วงส่งผลให้เส้นใยกล้ามเนื้อถูกกระตุ้น ทำให้กล้ามเนื้อโตขึ้น แต่เนื่องจากผู้ชายมีฮอร์โมนเพศชายเทสโทสเตอโรนมากกว่าผู้หญิง 20-30 เท่าจึงทำให้เพาะกล้ามเนื้อได้เร็วกว่า สำหรับผู้หญิงต่อให้เล่นเวทหนักแค่ไหน โอกาสน้อยมากที่จะบึกบึนเป็นหญิงกล้ามปูแบบผู้ชายเนื่องเพราะไม่ได้มีฮอร์โมนตัวนี้ในปริมาณที่สูงนั่นเอง

ความเชื่อ คาร์ดิโอสำคัญกว่าการฝึกกล้ามเนื้อหรือเล่นเวท

ความจริง ไม่มีอันไหนสำคัญกว่ากัน ขึ้นอยู่กับว่าเป้าหมายในการออกกำลังกายของคุณคืออะไร คาร์ดิโอช่วยเผาผลาญแคลอรีได้มากกว่าการเล่นเวท แต่ถ้าเล่นเวท หลังเล่นเสร็จร่างกายก็จะยังเผาผลาญแคลอรีต่อเนื่องไปอีกหลายชั่วโมง คาร์ดิโอช่วยทำให้หัวใจ ปอดแข็งแรง และส่งผลดีต่อสุขภาพโดยรวม ขณะที่การเล่นเวทมีผลต่อมวลกล้ามเนื้อและกระดูกที่หนาแน่นขึ้น ถ้าเป็นไปได้การออกกำลังกายควรทำทั้งสองแบบ คาร์ดิโอและเวทควบคู่กันจะดีที่สุด

ความเชื่อ เหงื่อออกมากๆ ระหว่างออกกำลังกายคือดี

ความจริง เหงื่อที่ท่วมท้นไม่ได้บ่งบอกว่าจะเบิร์นได้มาก เหงื่อเป็นแค่กลไกการระบายความร้อนออกจากร่างกาย คนที่ใส่เสื้อผ้าหนาๆ ออกกำลังกายเพื่อให้เหงื่อออกมากๆ หลังออกกำลังกายแล้วชั่งน้ำหนัก พบว่าน้ำหนักลดลง สิ่งที่หายไปส่วนใหญ่เป็นน้ำในร่างกายที่ออกมาในรูปเหงื่อ แต่ไขมันจะยังอยู่หากไม่ออกแรงมากพอที่จะเผาผลาญพลังงานส่วนเกิน

ความเชื่อ ผลพวงของการออกกำลังกายคือน้ำหนักต้องลดเสมอ!

ความจริง “น้ำหนัก” เป็นตัวเลขที่มาจากองค์ประกอบหลายส่วนของร่างกาย ได้แก่ น้ำ ไขมัน และกล้ามเนื้อ บ่อยครั้งจะพบว่าคนที่ออกกำลังกาย ไขมันตามส่วนต่างๆ ของร่างกายหายไป รูปร่างกระชับขึ้น แต่น้ำหนักกลับเพิ่ม นั่นเป็นเพราะกล้ามเนื้อจะหนักกว่าไขมัน เมื่อออกกำลังกายไประยะหนึ่ง ไขมันสลายไป กล้ามเนื้อถูกสร้างมากขึ้น เป็นที่มาของน้ำหนักเพิ่ม ดังนั้น ไม่ต้องสนใจน้ำหนัก ให้โฟกัสที่สัดส่วนจะดีกว่า

GOOD LIFE

ร้อนนี้ดื่มอะไรดี

Text : Morning Dew

ไม่ใช่เรื่องแปลกเลยสักนิดเพราะสภาพดินฟ้าอากาศบ้านเราร้อนอบอ้าวแทบจะทั้งปี เครื่องดื่มหวานๆ เย็นๆ จึงช่วยทำให้ชื่นใจดีนัก แต่จะดับกระหายด้วยหรือไม่ นั่นอีกเรื่องหนึ่ง

องค์การอนามัยโลกแนะนำไม่ควรบริโภคน้ำตาลเกินวันละ 6 ช้อนชา ขณะที่สำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ (สสส.) ระบุคนไทยกินน้ำตาลเฉลี่ยมากถึงวันละ 25 ช้อนชา มาดูกันว่าในเครื่องดื่มต่างๆ มีน้ำตาลกี่มากน้อย

กาแฟ 3 อิน 1	2.7 ช้อนชา
ชาเขียว (250 มล.)	3.72-7.65 ช้อนชา
น้ำผลไม้กล่อง	10 ช้อนชา
นมเปรี้ยว (80 มล.)	3.6 ช้อนชา
น้ำผลไม้ผสม (400 มล.)	10 ช้อนชา
นมรสหวาน (250 มล.)	1.8-2 ช้อนชา
น้ำผักผลไม้ (300 มล.)	7.7 ช้อนชา
นมรสช็อกโกแลต (250 มล.)	3-4 ช้อนชา
น้ำอัดลม	8 ช้อนชา
เครื่องดื่มเพิ่มหล่อ (450 มล.)	11 ช้อนชา
กาแฟสด	7 ช้อนชา
เครื่องดื่มเพิ่มสวย (360 มล.)	6.5 ช้อนชา
เครื่องดื่มชูกำลัง	6.25 ช้อนชา

ข้อมูลจาก สสส.

สำหรับคอกาแฟ สสส.ได้สอบถามสูตรกาแฟจากร้านแห่งหนึ่ง พบว่าเอสเพรสโซจะมีปริมาณนมข้นหวาน 7 ช้อนชา แต่ความขมของกาแฟอาจทำให้ไม่รู้สึกอะไรนัก

นอกจากกาแฟแล้ว บรรดาน้ำขวดต่างๆ นี่ไม่ต้องพูดถึง แม้จะไม่ระบุคำว่า “น้ำตาล” แต่คำอื่น เช่น ฟรุกโตส ซูโครส ไซรัป น้ำเชื่อมข้าวโพด เหล่านี้ล้วนแต่หมายถึงน้ำตาลทั้งสิ้น

หลายคนพยายามลดเครื่องดื่มน้ำตาลสูงลง แต่ก็ไม่ค่อยจะชื่นชอบน้ำเปล่าและมองหาเครื่องดื่มที่มีรสชาติ มีเครื่องดื่มหลากหลายสูตรง่ายๆ มาแนะนำ อันแรกคือน้ำชาผสมน้ำเปล่า จะเป็นชาอะไรก็ได้ ชงมาสัก 1 กา แล้วเตรียมน้ำแข็ง รินชาครึ่งแก้ว และน้ำเปล่าอีกครึ่งลงไปเพื่อเจือจาง ชุ่มคอ ดับกระหายได้ดี แต่ถ้าติดเครื่องดื่มซ่าๆ แบบน้ำอัดลม ก็เปลี่ยนเป็น Tea Soda คือชาผสมโซดาแทน ดื่มแล้วชื่นใจไปอีกแบบ

Sparkling Fruit Tea ชาสูตรแรกปลอดน้ำตาลอย่างสิ้นเชิง แต่สูตรนี้มีความหวานของน้ำผึ้งและน้ำผลไม้ช่วยชูโรง ส่วนผสมมี น้ำเปล่า 2 ถ้วย น้ำผลไม้ 1/2 ถ้วย น้ำชาเขียวไร้น้ำตาล 1/2 ถ้วย โซดา 1/4 ถ้วย และน้ำผึ้ง 2 ช้อนโต๊ะ ผสมให้เข้ากัน ทุบน้ำแข็งใส่ลงไป จิบคลายร้อนได้ไม่เลวเลย

Infused Water อันนี้จะเป็นประเภทน้ำกับผลไม้สด น้ำเปล่าหั่นผลไม้ที่ชอบใส่ลงไปแช่ เช่น สตรอว์เบอร์รี กีวี สับปะรด ฯลฯ ปิดฝา แช่ตู้เย็น 4 ชั่วโมงขึ้นไป แล้วนำมาดื่ม เป็นเครื่องดื่มที่ได้รับความนิยมในกลุ่มผู้รักสุขภาพ

คนที่ออกกำลังกายแล้วชอบดื่มสปอร์ตดริงก์เพื่อเพิ่มพลัง ลองอ่านฉลากดู บางยี่ห้อน้ำตาลสูงมาก ทางเลือกที่ดีคือน้ำมะพร้าวอ่อน ไม่ผสมน้ำตาล น้ำมะพร้าวเป็นเครื่องดื่มธรรมชาติที่น้ำตาลต่ำ ทั้งยังเป็นแหล่งโพแทสเซียม และแร่ธาตุต่างๆ นอกจากดับกระหายแล้ว ยังทำให้กำลังวังชากลับมาหลังออกกำลังกายอีกด้วย

EATING OUT *Text : Duckkiez / Photo : เจษฎา ยอดสุรางค์* แนะนำร้านอาหารเข้ามาได้ที่ smestartupfreecopy@gmail.com

BANJOO BBQ

ปิ้งย่างและอาหารฟิวชั่นจากแดนกิมจิ

INSPIRED

เพราะอยู่เมืองไทยมานานกว่า 9 ปี กอปรกับเห็นว่า อาหารเกาหลีสามารถรับประทานได้ทุกเพศทุกวัย **ลอเรนซ์ คิม** เชฟสาวจากแดนกิมจิจึงเลือกส่งต่อรสชาติของอาหารเกาหลีที่เธอคุ้นเคยผ่านการเปิดร้าน Banjoo BBQ ที่ไม่เพียงมีเมนูปิ้งย่างสไตล์เกาหลีเท่านั้น หากยังมีอาหารเกาหลีฟิวชั่นหลากหลายเมนูให้เลือกรับประทาน โดยรสชาติของอาหารเน้นรสตามธรรมชาติ ไม่ใช้ผงชูรส และคัดสรรเฉพาะวัตถุดิบคุณภาพพรีเมียมมาใช้ในการประกอบอาหาร

CHEF RECOMMENDED

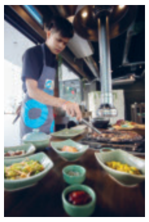
ถ้าไปเที่ยวเกาหลีต้องไม่พลาดลิ้มลองเมนูปิ้งย่าง เช่นนั้นขอเริ่มต้นความอร่อยที่เมนูซิกเนเจอร์ของร้านอย่างปิ้งย่างสไตล์เกาหลี เนื้อส่วนซี่โครง หรือ Ribeye น้ำหนัก 200 กรัม ย่างด้วยไฟแรงกำลังดี รับประทานคู่เครื่องเคียงอย่างกิมจิผักกาดขาว กิมจิเต้าหู้ ข้าวโพดผัด และผักสลัดยำ หรือจะห่อเนื้อด้วย Red Oak หรือ Rreen Oak ที่เสิร์ฟมาในตะกร้าผักสดก็เข้าท่า ส่วนใครไม่รับประทานเนื้อ ทางร้านมีเมนูหมู ไก่ และซีฟู้ดให้เลือกเพิ่มเติม ถัดมาเป็น Bibimbob เมนูต้นตำรับอาหารเกาหลีที่เสิร์ฟมาในชามหินร้อน ข้าวสวยร้อนๆ แต่งหน้าด้วยเนื้อวัวผัดซอสหั่นชิ้นพอดีคำ เห็ดหลากชนิด เช่น เห็ดออรินจิและเห็ดดำ แคร์รอต ถั่วงอก ผักโขม ไข่ออนเซ็น และเสิร์ฟพร้อมซุป Dwenjang Jjigae ที่มีส่วนผสมของเนื้อ กิมจิ และพริกป่นให้รสชาติเผ็ดร้อน และ Kimchi Pancake แป้งเนื้อเหนียวนุ่มอัดแน่นด้วยรสชาติของกิมจิ เมนูนี้หากรับประทานคู่ซอสสูตรเฉพาะของทางร้านที่มีรสเปรี้ยวจะช่วยตัดเลี่ยนได้ดี

SPECIAL

ในช่วงเวลา 12.00-15.00 น. ของทุกวัน ทางร้านมี Lunch Set ไว้บริการ ซึ่งมีให้เลือกทั้งชุด BBQ เนื้อและหมู เครื่องเคียงมี Korean Soup และ Creamy Soup และมีขนมหวานโฮมเมดเสิร์ฟปิดท้าย

NOTE

Banjoo BBQ มี 3 โซนให้เลือกนั่ง ไม่ว่าจะเป็นโซน Indoor และ Outdoor ที่เหมาะกับผู้ที่ต้องการสูบบุหรี่ ส่วนใครต้องการความเป็นส่วนตัวสามารถเลือกนั่งที่ Private Zone ได้



ชั้น 2 โครงการ Mille Malle ซ.สุขุมวิท 20 เปิดบริการทุกวัน 12.00-15.00 น. และ 17.00-23.00 น.
☎ 08-9816-0910 และ 08-7098-5598

ตำทองหล่อ...

แซบนัวอาหารอีสานใจกลางทองหล่อ

INSPIRED

ด้วยความชื่นชอบอาหารอีสาน โดยเฉพาะส้มตำ **ตาล-พิมพ์ชนก พลางกูร สุภัทรพันธุ์** จึงเปิดร้านตำทองหล่อเอาใจคนที่มีความชอบในอาหารอีสานเช่นเดียวกับเธอ โดยร้านนี้ไม่เพียงขึ้นชื่อเรื่องส้มตำรสแซบจัดจ้านถึงรสถึงเครื่องเท่านั้น หากยังมีเมนูอาหารอีสานอื่นอีกมากที่ชวนน้ำลายสอไม่แพ้กัน นอกจากนี้ แม้ร้านจะเป็นสไตล์โมเดิร์นแต่ก็อบอวลด้วยกลิ่นอายความเป็นอีสานผ่านการแต่งร้านด้วยกำแพงไม้ไผ่ โคมไฟรูปกระติ๊บข้าว และสติกเกอร์คำคมเก๋ๆ จากท้ายรถสิบล้อที่อ่านแล้วชวนยิ้มไม่น้อย

CHEF RECOMMENDED

เมนูส้มตำของทางร้านมีให้เลือกกว่า 15 เมนู แต่ตำทองหล่อได้รับความนิยมที่สุด โดยไฮไลต์ของส้มตำถาดนี้อยู่ที่กุ้งแม่น้ำตัวโตย่างสุกกำลังดีเสิร์ฟเคียงตำไทยไข่เค็มที่ใช้มะละกอเส้นใหญ่สไลด์บางเพราะดูดซึมรสได้ดีกว่ามะละกอเส้นเล็กและใช้ไข่เค็มไชยาส่งตรงจากสุราษฎร์ธานี ไม่เพียงเท่านี้ ยังมีเครื่องเคียงให้เลือกรับประทานหลากหลายทั้งผักสด ข้าวโพดหวานต้มสุก ขนมจีน แคบหมู หมูยอและแหนมหม้อส่งตรงจากเชียงใหม่ ต้มแซ่บซูเปอร์ อีกหนึ่งเมนูเปรี้ยวจี๊ด ซี๊ดปาก เห็ดออรินจิและขาไก่ต้มในน้ำซุปรสจี๊ดจ๊าด หอมกลิ่นเครื่องเทศไทย เพื่อความแซบ แนะนำให้รับประทานขณะอาหารยังร้อน ลาบวุ้นเส้น วุ้นเส้นเหนียวนุ่มปรุงรสด้วยเครื่องปรุงลาบรสเด็ด หากชอบเผ็ดมากหรือเผ็ดน้อยสั่งได้ตามใจ และไก่ย่างกะทิ ไก่ไซส์กลางหมักในน้ำกะทิคั้นสดและคลุกเคล้าสมุนไพรนานาชนิด ขณะย่างใช้น้ำมันมะพร้าวทาหนังไก่เพื่อชูรสชาติของไก่ให้หอมมันยิ่งขึ้น ก่อนปิดมื้ออาหารขอล้างคาวต่อด้วยไอศกรีมกะทิทรงเครื่อง ไอศกรีมกะทิโบราณรสเข้มข้นหวานมันเสิร์ฟพร้อมท็อปปิ้งที่มีให้เลือกตักตามชอบกว่า 10 อย่าง เช่น เฉาก๊วย ฟักทองเชื่อม ทับทิมกรอบ และข้าวเหนียวมูน

SPECIAL

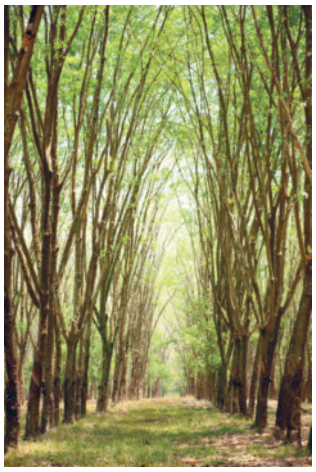
นอกจากอาหารอีสานรสเลิศที่ไม่ควรพลาด ทางร้านยังมีเมนูกุ้งแม่น้ำเผาโดยคัดเฉพาะกุ้งแม่น้ำไซส์ใหญ่เท่านั้น ทั้งนี้หากต้องการสั่งกุ้งแม่น้ำเผาไซส์ใหญ่พิเศษ (2 ตัว/1 กิโลกรัม) ต้องโทรศัพท์สั่งล่วงหน้าเพราะเพื่อความสด ทางร้านจะไม่มีกุ้งในสต็อกมากนัก

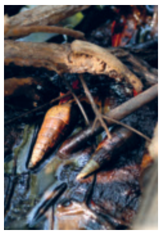
NOTE

เอาใจคนโปรดอาหารอีสานแต่ไม่สะดวกมานั่งรับประทานที่ร้านด้วยบริการดิลิเวอรีที่คิดค่าส่งตามระยะทางและต้องโทรศัพท์สั่งอาหารล่วงหน้าอย่างน้อย 1 ชั่วโมง

ชั้น 2 โครงการ The Taste Thonglor ซ.ทองหล่อ 11 เปิดบริการทุกวัน 10.00-22.00 น. ☎ 09-1874-4999

Text : Kritsana.s / Photo : กฤษฎา ศิลปไชย, เจษฎา ยอดสุรางค์





ท่องไปตามเส้นทางชีวภาพ สายตะวันออกกับ BEDO

เมื่อสายลมร้อนพัดมาทักทาย ใจก็พลันเรียกหาท้องทะเลและภูเขา แต่เพราะปีนี้อยากสร้างประสบการณ์การท่องเที่ยวใหม่ให้กับชีวิต จึงเลือกปักหมุดไปที่การท่องเที่ยวบนเส้นทางเศรษฐกิจชีวภาพสายตะวันออก ระยอง-ชลบุรี เสียเลย...ว้าว! แค่ได้ยินชื่อก็ชวนให้รู้สึกสนุกแล้ว

ทริปแบกเป้ออกเที่ยวครั้งนี้ เราเดินทางไปกับ**สำนักงานพัฒนาเศรษฐกิจจากฐานชีวภาพ (องค์การมหาชน)** หรือ BEDO ซึ่งเป็นองค์กรหลักในการขับเคลื่อนภารกิจพัฒนาเศรษฐกิจฐานชีวภาพ เพื่อให้เกิดการบริหารจัดการการนำทรัพยากรความหลากหลายทางชีวภาพมาใช้ประโยชน์ทางเศรษฐกิจควบคู่ไปกับการอนุรักษ์อย่างยั่งยืนตั้งแต่ระดับชุมชนจนถึงระดับประเทศ

ทั้งนี้ BEDO ได้ร่วมกับหน่วยงานพันธมิตรทั้งภาครัฐ และภาคเอกชน ได้แก่ สถาบันวิทยาศาสตร์ทางทะเล มหาวิทยาลัยบูรพา มูลนิธิสวัสดีไทย เทศบาลเมืองบ้านฉาง และสวนเสือศรีราชา เพื่อมุ่งหวังยกระดับการท่องเที่ยว รวมทั้งบูรณาการแนวคิดการใช้ทรัพยากรชีวภาพอย่างยั่งยืน เช่น การพัฒนาสินค้าและบริการในพื้นที่ การกระตุ้นให้เกิดการเรียนรู้ควบคู่กับการอนุรักษ์ฟื้นฟูอย่างยั่งยืน เป็นต้น โดยได้ริเริ่มโครงการ "เส้นทางเศรษฐกิจชีวภาพสายตะวันออก" เพื่อเป็นการวางพื้นฐาน และสร้างต้นแบบการพัฒนาความรู้ในการอนุรักษ์โดยใช้กลยุทธ์การท่องเที่ยวเป็นตัวขับเคลื่อนรวมทั้งสร้างความเข้าใจและพัฒนาเศรษฐกิจจากฐานชีวภาพให้ทั้งผู้ใช้สินค้าและบริการเกิดความตระหนักในการอนุรักษ์และฟื้นฟูทรัพยากรชีวภาพอย่างยั่งยืน

สำหรับสถานที่แรกที่ไปเยือนคือ ฟาร์มกวางปโชติการ อ.วังจันทร์ จ.ระยอง ซึ่งมีระยะทางไม่ไกลจากกรุงเทพฯ มากนัก ก่อนถึงฟาร์มเราผ่านสวนยางพาราที่บ้างก็เรียงต้นเป็นแนวตรงอย่างมีระเบียบ และบ้างปลายยอดไม้ก็โน้มเข้าหากันกลายเป็นอุโมงค์ต้นยางพาราสวยๆ ให้ได้หยิบกล้องขึ้นมาชักภาพสัก 2-3 ภาพก่อนออกเดินทางต่อ

จากสวนยางพาราใช้เวลาไม่นานก็ถึงฟาร์มกวางปโชติการที่ร่มรื่นด้วยแมกไม้นานาพันธุ์ ฟาร์มแห่งนี้ใช้เนื้อที่ประมาณ 42 ไร่ในการเลี้ยงกวางรูซ่า (Rusa Deer) กวางที่มีขนสีเทาจนถึงสีน้ำตาลเหลืองและมีขนาดตัวเล็กเพียง 1 ใน 3 ของกวางป่า ส่วนผลผลิตที่ได้ ไม่ว่าจะเป็นหนัง เขาอ่อน และเนื้อกวางล้วนมีคุณภาพ เพราะกระบวนการเลี้ยงและการจัดการการเก็บเกี่ยวผลผลิตเป็นไปตามหลักการสวัสดิภาพสัตว์และแนวปฏิบัติทางการเกษตรที่ดี รวมทั้งฟาร์มได้เข้าร่วมกิจกรรมต่างๆ ที่ BEDO จัดขึ้น จึงสามารถสร้างรายได้จากการจำหน่ายผลผลิตได้อย่างต่อเนื่อง สำหรับผลผลิตจากกวางที่ได้รับความนิยมมากคือ ผลิตภัณฑ์ยาจากเขาอ่อนของกวาง ที่มีสรรพคุณช่วยบำรุงเส้นเอ็นให้แข็งแรงและรักษาสมดุลน้ำในหัวเข่าให้คงที่

จากฟาร์มกวางปโชติการ เราเดินทางต่อไปยังทุ่งโปรงทอง อ.แกลง จ.ระยอง โดยสองข้างทางของถนนเส้นที่ผ่านสังเกตเห็นบ้านเรือนที่ถูกปลูกสร้างอย่างเรียบง่าย ซึ่งสื่อให้เห็นถึงวิถีชีวิตความเป็นอยู่ง่ายๆ ของคนที่นี่ได้เป็นอย่างดี

ไม่นานเกินรอ ในที่สุดก็มาถึงจุดหมาย แม้อุณหภูมิของบ่ายวันนี้จะสูงกว่าทุกวัน แต่เมื่อได้เห็นความสมบูรณ์ของพืชป่าชายเลน กอปรกับมีลมเย็นๆ พัดผ่านตลอดจึงทำให้ลืมร้อนไปเสียสนิท สำหรับทุ่งโปรงทองแห่งนี้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ที่มีพื้นที่กว่า 6,000 ไร่ และมีสะพานเดินศึกษาธรรมชาติระยะทางกว่า 2 กิโลเมตรให้ผู้มาเยือนได้เดินชมความงามตามธรรมชาติของป่าโกงกาง ไม้โปรง และไม้ริมชายฝั่ง ส่วนไฮไลต์เด่นเห็นจะเป็นต้นโปรงที่เมื่อต้องแสงอาทิตย์จะเห็นเป็นสีเหลืองทองอร่ามชวนให้รู้สึกตื่นตาตื่นใจเป็นอย่างยิ่ง

ครั้นเชยชมความงามของทัศนียภาพโดยรอบทุ่งโปรงทองจนอิ่มตาอิ่มใจ เราตีรถกลับไปชลบุรีเพื่อไปย้อนวันวานเมื่อครั้งยังเด็กที่สถาบันวิทยาศาสตร์ทางทะเล มหาวิทยาลัยบูรพา หรือที่คุ้นเคยในชื่อ พิพิธภัณฑ์สัตว์น้ำบางแสน แหล่งท่องเที่ยวนันทนาการและแหล่งเรียนรู้ชีวิตและความเป็นอยู่ของสัตว์ในท้องทะเล นอกจากจะเพลินกับการเดินชมความน่ารักของสัตว์ทะเลสายพันธุ์ต่างๆ เรายังมีโอกาสได้ศึกษาชีวิตของแมงกะพรุนผ่านห้องปฏิบัติการเพาะเลี้ยงแมงกะพรุนที่ทางพิพิธภัณฑ์ฯ จำลองขึ้น

หลังเดินวนไปมาในพิพิธภัณฑ์ฯ ได้ไม่นานก็ถึงเวลาต้องกลับกรุงเทพฯ เสียแล้ว และแน่นอนว่ามาถึงชลบุรีทั้งทีต้องไม่ลืมแวะซื้อข้าวหลามเนื้อเหนียวนุ่ม รสชาติหวานมันที่ร้านข้าวหลามแม่เจริญ เจ้าแรกที่คิดค้นข้าวหลามสอดไส้ที่มีไส้ให้เลือกกว่า 10 ไส้ เช่น ไส้ส้ม ไส้ชาเขียว ไส้เม็ดบัว และไส้มะพร้าวอ่อน ไม่เพียงเท่านี้ ยังมีข้าวหลามไส้ทะลักและข้าวหลามช้อท (Short) ให้ซื้อติดไม้ติดมือกลับบ้านด้วย

Text : ฐากูร โกมารกุล ณ นคร / Photo : สาธิต บัวเทศ

สัตหีบ
เดินผ่านบ้านริมผืนทะเล

หลายวันที่สัตหีบ ในย่านเก่าริมทะเลตะวันออก ยามเช้าเย็นเปลี่ยนฉากโทนสีไปไม่เคยซ้ำ ห้องแถวไม้เก่าปรับเปลี่ยนหน้าตาไปตามคืนวัน ซุกซ่อนอดีตอันผ่านพ้นไว้ด้านใน หรือซอกมุมเล็กๆ ริมทะเลผืนกว้าง ที่ชีวิตประมงชายฝั่งดำเนินมา
อย่างไม่ขาดห้วงหายสูญ

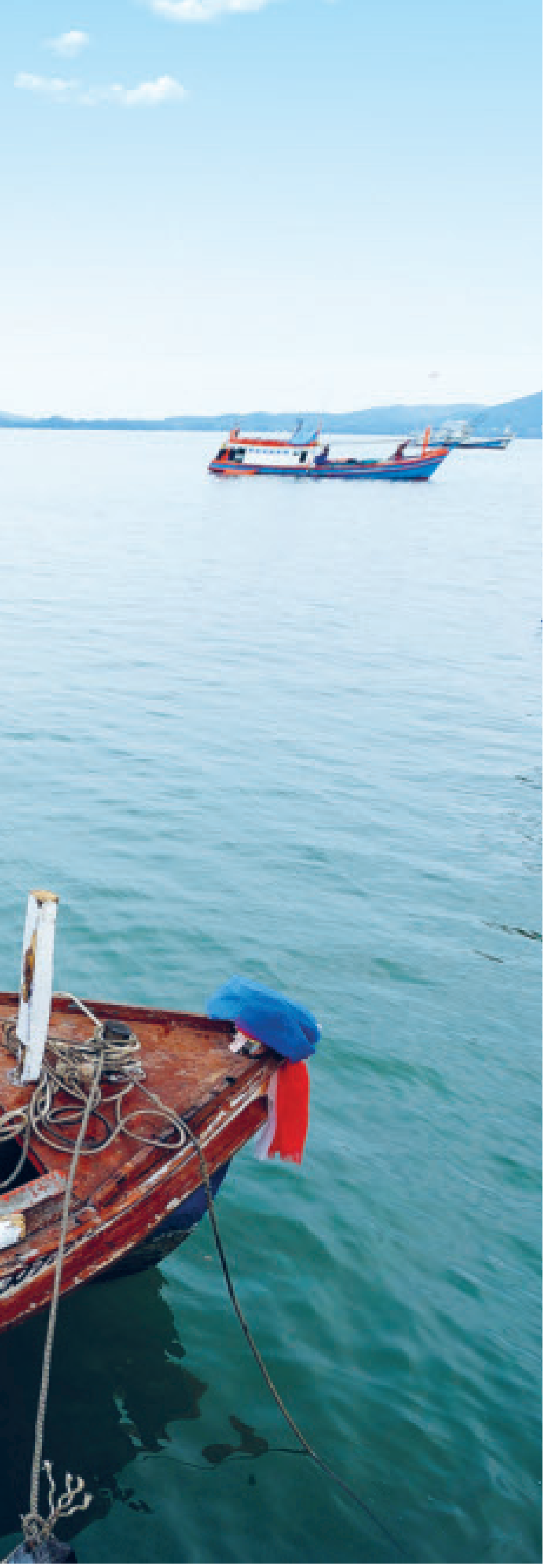
ระหว่างการหมุนเหวี่ยงของวันเวลา จุดมุ่งหมายของแต่ละคนล้วนถูกตีความผ่านทะเลผืนเดิม หลากนิยาม หลายคำจำกัดความ สำหรับที่นี่ ยังมีใครอีกหลายคนนั่งลงท่ามกลางซุ่มเสียงแห่งการเปลี่ยนผ่าน และยินดีจะใฝ่ฟังเสียงหัวใจตนเอง

ถนนเลียบชายทะเลเหยียดยาวแนบขนานไปกับผืนทะเลสัตหีบ ห้องแถวไม้เล็กๆ บางชุดยังฉายชัดความงดงามอยู่ตรงส่วนฉลุประดับ ขณะดวงตาของผู้เฒ่าเฝ้ามองโลกปัจจุบันเคลื่อนหมุน

โลกที่ไม่ต้องคึกคักเคลื่อนไหวตัวเองเหมือนทุกเมื่อเชื่อวัน อาคารไม้สองชั้นรวมไปถึงตึกโบราณริมทะเลเดินทางผ่านเดือนปีอย่างอดทน มันรักษารูปทรงของกาลก่อนผสานเข้ากับสีสันของวันใหม่อย่างกลมกลืน ไม่ยิ่งใหญ่ฉูดฉาด แต่ก็เพียงพอจะทำให้ใครสักคนพร้อมจะเดินเลียบเลาะและจ้องมองมันในยามเช้า

ชุมชนประมงเก่าแก่ที่เติบโตเคียงข้างกับฐานทัพเรือสัตหีบ ผู้คนในตลาด ชาวประมง รวมไปถึงทหารเรือและเจ้าหน้าที่ราชการต่างผ่านพ้นวันเวลามาคู่เคียงกันเนิ่นนานจนแยกกันไม่ออก

บ้านไม้สีเหลืองตรงข้ามไปรษณีย์สัตหีบส่งกลิ่นหอมของขนมโบราณพร้อมวันเวลาเนิ่นนานของ**ร้านแสงแก้ว** ลึกเข้าไปถึงหลังบ้านทึบทึมมีทะเลโอบอยู่ด้านหลัง ทองม้วนบ้านแสงแก้วไม่เพียงขึ้นชื่อในเรื่องความเข้มข้น ถึงเครื่องหอมผักชีพริกไทย แต่เรื่องอารมณ์ดีของป้าอรสา แสงแด้ว ผู้เป็นเจ้าของสูตร คนสัตหีบมักจดจำแกได้ในเสียงหัวเราะอันเป็นเอกลักษณ์



ถนนเลียบชายทะเลผ่านพาการก้าวเท้าไปอย่างที่มันควรจะเป็น ร้านรวงยังคงเงียบเหงา หลังพระสงฆ์สามสี่รูปเดินลัดลับกลับเข้าวัดสัตหีบไปไม่นาน ชีวิตประจำวันของคนที่นี่ก็ดำเนิน

ผ่านแยกหลักที่ตัดกับถนนเทศบาล 7 ห้องแถวที่ขายข้าวของ เสื้อผ้า ตราสัญลักษณ์เกี่ยวกับทหารเรือเพิ่งเปิดประตูได้ไม่นาน น่าทึ่งที่ว่าจะมีร้านประเภท "เฉพาะทาง" เช่นนี้ในเมืองเล็ก ๆ หาก ไม่เพราะภาพอันเป็นตัวของตัวเองของสัตหีบ อันแสดงถึงการอยู่ร่วมระหว่างผู้คนและหน่วยงานราชการ คงไม่ใช่เรื่องอื่นไหน

จนถึง**เรือนไม้เลขที่ 0082-0086** ที่กำลังอาบแดดอุ่น อายุราวร้อยกว่าปีของมันเล่าเรื่องราวของผู้คนข้างในที่อยู่กันมากว่า 3 รุ่น มองลึกไปด้านใน รูปถ่ายของใครสักคนเป็นมากกว่าการระลึกถึงบรรพบุรุษชื่อ "ขุนสัตหีบหรรษา (ล็อก) ก้องสมุทร" กำกับอยู่ใต้รูปถ่ายชายขราในชุดภูมิฐาน เหรียญตราสัญลักษณ์ และตราพระราชทานบรรดาศักดิ์วาววามแม้เป็นภาพขาวดำ **ยายน้อย อังคสุวัฒน์** ผู้เป็นหลานในวัย 93 ปียิ้มละไม คอยเงี่ยหูฟังยามใครสักคนถามไถ่ถึงคืนวันอันผ่านพ้น

"คุณตาท่านเล่าว่าแต่ก่อนสัตหีบเป็นเพียงหมู่บ้านชาวประมงเล็ก ๆ ขาดแคลนน้ำจืด เป็นที่พักเรือที่ขึ้นล่องระยอง เมืองจันท์ เมืองชลบุรี" ยายน้อยพูดเบา ๆ หันหลังพิงโอ่งโบราณอายุร่วมไม่ต่ำกว่า 120 ปี ที่ตั้งเด่นอยู่หน้าบ้าน

ความขาดแคลนน้ำจืดในอดีตของย่านริมทะเลสัตหีบ เนื่องจากอยู่ไกลแหล่งน้ำหลักอย่างหนองตะเคียน ที่ปัจจุบันคือสวนสาธารณะประจำท้องถิ่น ทำให้ที่นี่ได้รับการกล่าวขานว่า "แห้งแล้ง" สำหรับคนเรือที่แวะพักหาแหล่งน้ำจืด ด้วยความเป็นนักพัฒนาของขุนสัตหีบหรรษา โอ่งโบราณตรงหน้าบ้านจึงถูกสร้างขึ้นเพื่อรองรับน้ำฝนให้ผู้คนในย่านตลาดสัตหีบได้กินใช้น้ำฝน

อารมณ์ละมุนละไมสัมผัสได้ยามเดินอยู่บนถนนเลียบชายหาด คนที่นี่ไม่ได้รู้สึกแปลกแยกกับผู้มาเยือน พวกเขาดูมีความสุขยามเห็นใครสักคนยืนมองบ้านไม้เก่าอย่างลุ่มหลงสนใจ ไถ่ถามดูสินค้าประดามีแม้ไม่ได้ซื้อหา

ในตลาดเช้าของสัตหีบ ฝั่งตรงข้ามคือปลายทางของการงานกลางทะเลอ้างว้าง หมึกกล้วย หมึกหอม ตัวโตอย่างไม่น่าเชื่อว่ามันมีที่มาจากท้องทะเลอ่าวไทยที่หลายคนเฝ้าเป็นห่วง เสียงพูดคุยถามไถ่ทุกข์สุขเคล้ากลิ่นทะเลในตลาดระหว่างผู้อยู่และแม่ค้าผู้มาเยือนปนเปไปกับภาพการซื้อ-ขายง่าย ๆ อย่างมีเสน่ห์ มันมีสีสันพอ ๆ กับแรงงานประมงที่นั่งผ่อนคลายตรงริมทะเลหลังผ่านพ้นคลื่นลมหลายวัน เรือประมงสีฉูดฉาดอิ่มแดดสาย ไม่น่าแปลกใจที่วิถีดั้งเดิมยังคงฉายชัดอยู่ในท้องทะเลสัตหีบ ตราบเท่าที่โลกบนฝั่งยังเฝ้ารอการกลับมาของพวกเขา

สะพานไม้แห่งหนึ่งทอดยาวสู่ผืนทะเล ยามเย็นดึงดูดให้หลายคนมาอยู่ที่นั่น เรามา ณ ที่นี่กันทุกวัน นั่งมองฟ้าที่เปลี่ยนสีสันตามจังหวะของม่านฝนและดวงแดด เรือเล็กประเภทชายฝั่งนำพาความตื่นเต้นของเรา ทว่าคือความสามัญของพวกเขามาพบปะกันที่ปลายสะพาน

แนวหญ้าทะเลเผยสีสันเขียวตุ่นยามน้ำลง กระดานโต้คลื่นที่เห็นล่องลอยเหนือผืนน้ำยามเย็นหาใช่เรื่องหย่อนใจ หากคือชีวิตชายฝั่ง

ที่หยัดยืนอยู่กับผืนทะเล พวกเขาล่องกระดานออกมาเก็บหอยกันจนมืดค่ำ เห็นเป็นเงาตะคุ่มไปจนสิ้นแสง

ภาพเช่นนี้ที่สัตหีบปรากฏตัวตนของมันในทุกยามเย็น ลูกเรือฝึกหัดถูกพร่ำสอนจากประมงชราเรื่องการดูแลเรือหลังกลับจากทะเล กรอกน้ำเค็มเพื่อไปยืดอายุปลาที่ได้ หรือแม้แต่เก็บข้าวของให้เป็นระบบระเบียบ

เป็นนาทีที่ทุกอย่างเคล้าผสมจนเกิดภาพอันจริงแท้ สำหรับผู้คนที่ลืมตาขึ้นมาข้าง ๆ เกลียวคลื่นและแผ่นผืนดินที่มีสายลมและระดับน้ำขึ้น-ลงเป็นสิ่งบอกคืนวัน

ถนนเทศบาลหลายสายตีกรอบและขีดแบ่งเมืองสัตหีบ โดยเฉพาะย่านตลาดให้มีเรื่องราวและภาพเฉพาะตัว ยามบ่ายไล่ไปถึงค่ำคืน เสน่ห์ของเมืองเล็ก ๆ แห่งนี้ชัดเจนเมื่อใครสักคนผ่านพาตัวเองเข้ามาสู่ย่านตลาดของสัตหีบ ปลา หอย หมึก นอกจากจะเดินทางไกลไปสู่เมืองอื่น ยังตกทอดอยู่ในของกินเจ้าอร่อยที่ไม่เคยจางคลายผู้คน

แจงลอนเจ้าอร่อยตรงตรอกทางเข้าด้านข้างวัดสัตหีบส่งกลิ่นหอมฟุ้ง ท่าทางระวิงของพี่สาวคนขายพลิกหยิบแจงลอนทีละ 4 ไม้ตามซอกนิ้ว คือภาพที่คนที่นี่ชินตา พี่**ร้านทองม้วนมะพร้าวอ่อน**ใกล้ ๆ กันอมยิ้มกับเพื่อนของเธอ ซึ่งทั้งสองต่างก็ง่วนอยู่หน้าเตาไม่แพ้กัน

จากแผงแจงลอน ข้ามเดินเข้าสู่ถนนเทศบาล 4 ศาลเจ้าเทียนดกวางตนอยู่ทางขวา ประตูไม้บ้านสวยแง้มให้เห็นทวยเทพและควันธูป ผู้คนเชื้อสายจีนในสัตหีบเคารพศรัทธาศาลเจ้าแห่งนี้พอ ๆ กับผืนทะเลหน้าเมือง

ความคึกคักมีสีสันปกคลุมตั้งแต่ก้าวแรกที่ผ่านพ้นเข้าสู่ย่านตลาด **ซาลาเปาไชยโย**หัวมุมถนนเทศบาล 4 ตัดกับเทศบาล 5 หอมนุ่ม เด็ก ๆ รุมล้อมเนืองแน่นพอ ๆ กับ**ลูกชิ้นดอนเมือง** ที่จุใจผู้คนด้วยผักสดนานาชนิดแกล้มเคียงให้เลือกกันไม่หวาดไหว

ยิ่งค่ำมืด ถนนเทศบาล 4 ยิ่งมากมายผู้คน หน้าร้านโค้วไช้หลีคือ**ผัดไทยหอยทอดเจ๊หนู**อันโด่งดัง ลูกค้ามารอคิวตั้งแต่ยังตั้งร้านไม่เสร็จ หอยแมลงภู่ตัวอวบอ้วน หรือผัดไทยที่ปรุงน้ำผัดเฉพาะสูตร ทำเอาคนต่างถิ่นอย่างเราต้องแวะเวียนมาทุกเย็น

"แต่ก่อนยุคอาป๊าฉัน ที่นี่รับซื้อเศษเหล็ก อะลูมิเนียม จากทหารอเมริกัน ส่งขายกรุงเทพฯ โน่น" เจ๊หนูว่า ช่วงที่กองทัพอเมริกันเลือกพื้นที่แถบอู่ตะเภา สัตหีบ เป็นที่ขึ้นอาวุธยุทโธปกรณ์ สัตหีบคึกคักกว่านี้มาก เงินสะพัดเฟื่องฟูจากการค้าขายกับทหารต่างชาติ และความรุ่งเรืองก็ฉายชัดรากฐานอยู่ในเรื่องเล่าที่คนยุคเราทำได้เพียงนั่งฟัง

เลี้ยวขวาจากร้านเจ๊หนู เข้าสู่ถนนเทศบาล 8 หรือถนนควินนินฝั่งตรงข้ามคือ**ก๋วยเตี๋ยวคั่วเจ๊ไก่**เจ้าอร่อย รวมไปถึงข้าวต้มปลาอินทรีและโจ๊กหมู เจ๊ไก่มากมายด้วยอารมณ์ขัน หยอกล้อลูกค้าจนเป็นเสน่ห์ไม่แพ้ความอร่อยหอมของก๋วยเตี๋ยวคั่วที่คั่วกันทีละชามด้วยไฟแรงร้อน

ย่านตลาดกลายเป็นปลายทางของทั้งทรัพยากรทางทะเล และผู้ที่ใช้ชีวิตอยู่กับมันแทบทุกอณู ปลา กุ้ง หมึก ก่อนที่มันจะเดินทางออกจากแผ่นดินสัตหีบ คนที่นี่ย่อมมีสิทธิ์ได้สัมผัสมันก่อนใคร "ของบ้านเราเอง ถูกแพงหรือมีขนาดเล็กใหญ่ เรารู้กันทันทีว่าทะเลมันเปลี่ยนไปมากไหม" เจ๊หนูเปรยในค่ำวันหนึ่ง ไม่เพียงผู้ชายที่เห็นทะเลเป็นสิ่งชุบชูชีวิต แต่ทุกคนในสัตหีบล้วนสัมผัสมันได้ไม่แตกต่าง

ค่ำคืนของย่านโต้รุ่งบรรจุผู้คนและการกินอยู่ของสัตหีบไว้อย่างมีชีวิตชีวา ใครสักคนอาจรู้ว่า นาทีของที่นี่ไม่ได้มีแต่แผ่นผืนของทะเล หากแต่บรรจุเต็มอยู่ด้วยนาฬิกาชีวิตเรือนเดียวกัน

ทั้งเฒ่าทะเลผู้แรมรอน หญิงชราในเรือนไม้คร่ำคร่า หรือแม่ค้าสักคนที่หยัดยืนชีวิตต่อรุ่นมาด้วยอาหารเคยมือ

มากไปกว่านั้น ท่วงทำนองวิ่งเต้นในหัวใจของพวกเขาอาจดำเนินอยู่ห้วงจังหวะเดียวกัน

HOW TO GET THERE

จากกรุงเทพฯ ใช้ทางหลวงหมายเลข 34 (บางนา-ตราด) มุ่งหน้าสู่ชลบุรี ก่อนถึงเมืองชลบุรี แยกเข้าทางหลวงหมายเลข 7 (มอเตอร์เวย์) มุ่งหน้าพัทยา-ระยอง เมื่อถึงแยกเขาไม้แก้ว เข้ามาร่วมกับทางหลวงหมายเลข 3 (สุขุมวิท) ตรงเข้าผ่านเมืองพัทยา บางเสร่ บ้านอำเภอ แล้วแยกขวาเข้าเมืองสัตหีบ

WHERE TO STAY

ริมทะเลสัตหีบมีบ้านพักสไตล์บูติกโฮเต็ลน่ารักอย่างบ้านสัตหีบชายทะเล เปิดให้บริการ ด้วยการตกแต่ง และวิวหลังบ้านอันงดงามทั้งยามเช้าและยามเย็น สอบถามรายละเอียดเพิ่มเติม บ้านสัตหีบชายทะเล

☎ 0-3843-9304 และ 08-9929-7807

BaanSattahipbythesea

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
ซึนวาน

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

กลยุทธ์ทางการตลาดสำหรับผู้ประกอบการใหม่

ปิดฉากลงไปเป็นที่เรียบร้อยแล้วสำหรับกิจกรรมอบรมหลักสูตร "กลยุทธ์ทางการตลาดสำหรับผู้ประกอบการใหม่" โดยสำนักพัฒนาผู้ประกอบการ ส่วนเสริมสร้างผู้ประกอบการใหม่ กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม ซึ่งกิจกรรมในครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อผลักดันให้ผู้ประกอบการที่ผ่านโครงการเสริมสร้างผู้ประกอบการใหม่และยังไม่สามารถจัดตั้งธุรกิจ หรือจัดตั้งธุรกิจแล้วแต่ยังไม่เข้มแข็ง หรือไม่สามารถขยายธุรกิจเดิมได้ มีโอกาสได้ปรับรูปแบบกลยุทธ์ด้านการตลาดให้ทันสมัย มีองค์ความรู้ ทักษะเฉพาะทางด้านการตลาดแนวใหม่ สามารถสร้างจุดเด่นของสินค้าและบริการได้อย่างมีประสิทธิภาพ โดยกำหนดจัดขึ้นในภาคตะวันออกเฉียงเหนือที่ จ.ขอนแก่น ระหว่างวันที่ 12, 13, 19, 20 และ 25-27 มีนาคม 2559 ณ โรงแรมโฆษะ จ. ขอนแก่น ซึ่งกลุ่มเป้าหมายที่จะเข้าร่วมกิจกรรมในครั้งนี้ ประกอบด้วย ผู้ที่ผ่านโครงการเสริมสร้างผู้ประกอบการใหม่ ในปี 2555-2558 และผู้ประกอบการทั่วไปที่สนใจ จำนวน 120 คน

สำหรับรูปแบบการจัดกิจกรรมจะเป็นหลักสูตรการฝึกอบรมภาคทฤษฎี และหลักสูตรฝึกอบรมเชิงปฏิบัติการ (Workshop) ใน 3 หัวข้อ ประกอบด้วย 1.การใช้ความคิดสร้างสรค์ในธุรกิจ (Creative), 2.การทำตลาดออนไลน์ (Digital Marketing) และ 3.การสร้างแบรนด์ (Branding) โดยมีวิทยากรที่มีชื่อเสียงทั้งนักวิชาการและผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจ ได้แก่ ดร.เกียรติอนันต์ ล้วนแก้ว คณบดีคณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์ ผศ.ดร.ตระหนักจิต ยุตยรรยง ผู้อำนวยการศูนย์ศึกษาและวิจัยตราสินค้า มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย สุรศักดิ์ เหลืองอุษากุล Strategic Planning Director บริษัท แบรนด์เบเกอร์ จำกัด ประสิทธิ์ วรฉัตราวณิช อาจารย์ประจำวิชา Online Entrepreneur มหาวิทยาลัยพระจอมเกล้าธนบุรี รวิศ หาญอุตสาหะ กรรมการผู้จัดการ บริษัท ศรีจันทร์โอสถ จำกัด ธีรศานต์ สหัสสพาศน์ กรรมการผู้จัดการ J.M.Cuisine ชนิสรา โททอง เจ้าของธัญพืชเพื่อสุขภาพ Daimond Grains สุรีรัตน์ ศรีพรหมคำ เจ้าของกิจการเจคิวปูม้านึ่ง สุรชัย ชาญอนุเดช เจ้าของแฟรนไชส์ซานตาเฟ่ สเต็ก ศิรุวัฒน์ ชัชวาลย์ เจ้าของแฟรนไชส์ตำมั่ว นริศ วิทยาวรากรณ์ กรรมการผู้จัดการ บริษัท ไทยยินตัน จำกัด กรภัคร์ มีสิทธิตา กรรมการผู้จัดการ บริษัท ฟาสเทคโน จำกัด วีระชัย ปรานวีระไพบูลย์ ประธานเจ้าหน้าที่บริหาร The Attitude Club

ถวายเข็มกลัด "ม่วงเทพรัตน์ฯ"

ศิริพล ยอดเมืองเจริญ ประธานกรรมการบริหารสถาบันวิจัยและพัฒนาอัญมณีและเครื่องประดับแห่งชาติ ดร.พรสวาท วัฒนกูล ผู้อำนวยการสถาบันวิจัยและพัฒนาอัญมณีและเครื่องประดับแห่งชาติ ศาสตราจารย์กิตติคุณ ศักดา ศิริพันธุ์ ที่ปรึกษาคณะกรรมการบริหารสถาบัน นำทีมนักวิจัยและเจ้าหน้าที่จาก GIT ทูลเกล้าฯ ถวายเข็มกลัด "ม่วงเทพรัตน์ฯ" จากโครงการวิจัยอัญมณีการผลิตและการออกแบบอัจฉริยะเครื่องประดับจากนวัตกรรมภูมิปัญญาและบูรณาการแบบองค์รวมในการผลิตสู่ศูนย์กลางเศรษฐกิจอาเซียน (Stone Smart Style) แด่สมเด็จพระเทพรัตนราชสุดาฯ สยามบรมราชกุมารี ในโอกาสฉลองพระชนมายุ 5 รอบ ณ โรงเรียนตำรวจตระเวนชายแดนบ้านคลองมะลิประเวศน์วิทยา จังหวัดจันทบุรี

เปิดตัว ทรู วอยซ์

ทรู ทัช ผู้นำธุรกิจ "ศูนย์บริการลูกค้าครบวงจร" ประกาศความสำเร็จธุรกิจศูนย์บริการลูกค้าครบวงจร ด้วยยอดรายได้รวมปี 2558 กว่า 500 ล้านบาท เน้นสร้างความพึงพอใจเหนือความคาดหมายแก่ลูกค้าเป็นสำคัญ มั่นใจธุรกิจมีแนวโน้มเติบโตต่อเนื่อง พร้อมเปิดตัว บริษัท ทรู วอยซ์ จำกัด ตอบสนองความต้องการที่เพิ่มขึ้น ชูจุดเด่นเทคโนโลยีสั่งงานด้วยเสียงภาษาไทยรายแรกและรายเดียวในไทย

สวทช. สร้างโอกาสผู้ประกอบการไทย

กระทรวงวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี โดยสำนักงานพัฒนาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งชาติ (สวทช.) ร่วมกับสำนักนายกรัฐมนตรี โดย สำนักงบประมาณ และกระทรวงการคลัง โดย กรมบัญชีกลาง เปิดตัว "บัญชีนวัตกรรมไทย" เข้าถึงตลาดภาครัฐ สร้างโอกาสผู้ประกอบการไทย หนึ่งในกลไกภาครัฐที่หนุนให้ผลงานวิจัยจากความรู้ของคนไทยมีโอกาสนำไปใช้ประโยชน์ได้มากขึ้น มีมาตรฐานเป็นที่ยอมรับและยกระดับสู่สากล อาศัยกลไกการจัดซื้อจัดจ้างของภาครัฐเป็นตัวนำ

NPS จัดกิจกรรมให้ความรู้

บริษัท เนชั่นแนล เพาเวอร์ ซัพพลาย จำกัด (มหาชน) หรือ เอ็นพีเอส ผู้นำด้านพลังงานและพลังงานหมุนเวียน จัดกิจกรรม "พี่สอนน้องอนุรักษ์พลังงานสะอาด ปีที่ 6" ในหัวข้อ "วันป่าไม้โลก" ให้ความรู้กับเยาวชน โรงเรียนบ้านท่าตูม ต.ท่าตูม อ.ศรีมหาโพธิ จ.ปราจีนบุรี เพื่อปลูกฝังให้เยาวชนเห็นถึงความสำคัญของป่าไม้และการสร้างพื้นที่สีเขียวในชุมชน ในโอกาสวันป่าไม้โลก

แฟชั่นซัมเมอร์

ประวิช จรรยาสิทธิกุล ประธานเจ้าหน้าที่บริหาร ศูนย์การค้าจังซีลอน ป่าตอง ภูเก็ต และ สุรเชษฐ มุ้งทอง ผู้จัดการทั่วไป ควิกซิลเวอร์ ไทยแลนด์ ร่วมเป็นประธานเปิดงาน "จังซีลอน ซัมเมอร์ เชคอิน แฟชั่นโชว์" (Jungceylon Summer Check In) พร้อมเปิดตัวซัมเมอร์คอลเลกชั่นใหม่ล่าสุดจากควิกซิลเวอร์และร็อคซี่ โดยมีดารานักร้องรับเชิญพิเศษ "กำปั้น บาซู" และ "เต้-นันทศัย พิศลยบุตร" ร่วมงาน ณ โซนเดอะพอร์ท ศูนย์การค้าจังซีลอน ป่าตอง ภูเก็ต

ความพอ

คนจำนวนมากมักพูดถึง "เศรษฐกิจพอเพียง" เหมือนท่องคาถา แต่ถ้ามองดูความเป็นจริงที่เกิดขึ้น ในสังคมไทย เราจะพบว่าแม้กระทั่ง "เศรษฐกิจพอเพียง" ก็ถูกนำมาใช้อย่างไม่เพียงพอ เหมือน "วาทกรรม" (Discourse) อื่นๆ ที่ถูกนำมา "บิดใช้" เพื่อรองรับวัตถุประสงค์บางอย่าง

โตมร ศุขปรีชา

นักอ่าน นักคิด นักเขียน ในคนๆ เดียว ที่รักการเดินทาง ชอบสังเกตสิ่งต่างๆ รอบตัว และสนใจอะไรที่หลากหลาย เป็นคอลัมนิสต์ที่งานชุก และมีผลงานพ็อกเกตบุ๊กหลายเล่ม ซึ่งเป็นที่ชื่นชอบของบรรดานักอ่าน... จะมาประจำที่นี่เพื่อแบ่งปันความคิดใหม่ๆ ที่ไม่เหมือนใคร

และจำนวนมากคือวัตถุประสงค์ที่จะกอบโกยไม่รู้จักพอเพียง

ผมคิดว่า ต้นเหตุของการไม่รู้จัก "พอ" ของคนส่วนใหญ่ในสังคม เป็นไปเพราะต้องการสั่งสมทรัพย์สินให้ได้มากที่สุด ไม่ใช่แค่เพื่อตัวเอง (ซึ่งมีอายุไม่ถึงร้อยปีหรอก) แต่เพื่อสั่งสมให้ลูกหลานวงศ์ตระกูลได้ใช้กันต่อไป เพื่อให้อยู่ในสถานะที่ "เหนือ" กว่าคนอื่นๆ ไม่รู้จักจบสิ้น

พูดอีกอย่างหนึ่งก็คือเพื่อรักษาสถานภาพเดิม (Status Quo) เอาไว้ ทั้งที่หากเปิดหนังสือธรรมะง่ายๆ สักเล่มดู ก็จะรู้ว่าแก่นสำคัญของชีวิตและจักรวาลก็คือความไม่จีรัง

หากอยากให้เกิด "เศรษฐกิจพอเพียง" ขึ้นมาอย่างจริงจังและจริงใจ ไม่ใช่ดีแต่ใช้ปากพูด ผมคิดว่าต้องมีการ "กำกับ" ด้วยการบังคับใช้ โดยการบังคับใช้สำคัญที่สุดที่ทำให้โลกตะวันตกรักษาความเท่าเทียมเอาไว้ได้ ก็คือสิ่งที่เรียกว่า ภาษีมรดก (Inheritance Tax) และภาษีที่ดิน (Land Value Tax หรือ Estate Tax) ซึ่งทั้งสองอย่างกล่าวกันว่าเป็นสิ่งซึ่งช่วยให้อเมริกาเป็นประเทศที่ดำรงความเท่าเทียมทางเศรษฐกิจเอาไว้ได้ เนื่องจากมันเป็นภาษีที่เก็บจากคนรวยมหาศาล แล้วเอาเงินนั้นมาใช้ในการทำนุบำรุงประเทศ สร้างสาธารณูปโภคให้ผู้คน

ในบางยุค (เช่น ยุคของประธานาธิบดีบุช) มีความพยายามจะเลิกภาษีมรดก และภาษีที่ดินในอเมริกา แต่กล่าวกันว่า จะทำให้ประเทศสูญเสียรายได้ไปปีละประมาณแสนล้านดอลลาร์สหรัฐฯ โดยมีผู้ได้รับอานิสงส์จากเงินก้อนมโหฬารก้อนนี้แค่ไม่กี่พันคน ซึ่งก็คือเหล่าเศรษฐีและนายทุนระดับบนทั้งหลายนั่นเอง ภาษีแบบนี้จึงยังไม่ได้ยกเลิก ส่วนเมืองไทยนั้นไม่มีภาษีสองชนิดนี้ จึงแทบไม่ต้องคิดเลยว่า เงินมหาศาลจะไปตกอยู่ที่ใครบ้าง

มีผู้แย้งว่า ภาษีมรดกและภาษีที่ดินมีข้อเสียตรงที่จะทำให้ธุรกิจต่างๆ ไม่อยากขยายตัว เพราะไม่รู้จะทำไปทำไม ทำไปก็ถูกเก็บภาษีหมด ไม่ได้เหลือตกทอดไปถึงลูกถึงหลาน แต่ผมคิดว่าตรงนี้แหละครับที่สำคัญ เพราะมันจะทำให้เรารู้จักคำว่า "พอ" รู้จักหยุดอยู่ ณ ที่ที่เหมาะสม ทั้งนี้ความรู้จักพอไม่ได้แปลว่าต้อง "แช่แข็ง" ตัวเองหรือแช่แข็งประเทศอยู่กับที่นะครับ เพียงแต่ต้องรู้จักขยายตัวให้ "พอดี" ไม่ใช่ขยายตัวตะพึดตะพือด้วยการกู้ เพื่อเปลี่ยนธุรกิจให้ใหญ่ขึ้นเรื่อยๆ

ปัญหาก็คือ นักธุรกิจใหญ่ๆ ที่ครอบครองทรัพยากรส่วนใหญ่ในเมืองไทย (ไม่ว่าจะเป็นระดับไหน) ต่อให้ปากท่องคาถาพอเพียง แต่ไม่เคยสมาทานความพอเพียงจริงๆ คนจำนวนมากไม่ได้มีสำนึกของการทำธุรกิจแบบ Social Enterprise หรือการประกอบกิจการที่มีสังคมเป็นเป้าหมายหลัก ดังนั้น แม้กระทั่งการทำ CSR ก็ปรากฏออกมาในรูปของการลวงโลก

ที่คนส่วนใหญ่ไม่รู้จักพอนั้น ไม่ใช่เพราะพวกเขาโลภ แต่เพราะเวลาเราต่อสู้อยู่ในธุรกิจที่ห้ำหั่นรุนแรง เรามักหยุดไม่ได้ เราจึงไม่เห็นว่าตัวเรากำลังถลำลึกมากเกินกว่าที่จะมีความสุขหรือเปล่า ถ้าคู่แข่งไปข้างหน้า เราก็ต้องไป และอยากไปข้างหน้าก่อนคนอื่นด้วยซ้ำ ที่สุดก็ไปไกลเกินกว่าจะรู้ตัว แต่หากเรามี "กลไก" บางอย่าง เช่น ตัวเลขทางภาษีมาช่วย "กั้น" เอาไว้ เราก็จะไม่ทำงานมากเกินคุณค่าความเป็นมนุษย์ ซึ่งมีผลทำให้เราต้องแข่งขันกันมากขึ้นเรื่อยๆ ทั้งระบบ จนที่สุดไม่โกงก็ต้องโกง หรือไม่ก็หลอกตัวเองว่าไม่ได้โกง

แน่นอน-ภาษีมรดกและภาษีที่ดินไม่ใช่คำตอบสำเร็จรูป มันยังต้องการ "กลไก" อื่นๆ อีกมากมาตรวจสอบตัวของมันเอง

แต่อย่างน้อย นี่คือ "รูปธรรม" ของหนทางแก้ปัญหา เพื่อไม่ให้คนสั่งสมจนเกินพอ

แต่คุณคิดว่ามันจะเป็นไปได้จริงไหม-กับกลไกนี้ ในประเทศนี้!

อย่าปล่อยให้สิ่งที่คุณคิด... เป็นเพียงแค่ความฝัน

รายการ "เซียนธุรกิจ" ตามหา Dreamer ในช่วง "คุยกับเซียน" ไม่ว่าคุณจะฝันอยากเริ่มต้นธุรกิจ หรือประสบปัญหาในธุรกิจที่ทำอยู่ อยากได้คำชี้แนะจากกูรูผู้รู้จริง เพียงเขียนเรื่องราวธุรกิจในฝัน หรือปัญหาที่ประสบอยู่ส่งมาที่ e-mail : sme_thailand@yahoo.com หรือฝากข้อความในแฟนเพจ "เซียนธุรกิจ" เราอาสาพาคุณไปจับเข่าคุยกับกูรูธุรกิจแบบตัวต่อตัว...ฟรีไม่มีค่าใช้จ่าย

ติดตามและชมรายการย้อนหลังได้ทาง f พิมพ์คำว่า "เซียนธุรกิจ"

SME Thailand

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
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