

FREE

# SME *encourage you to start your own biz* STARTUP

ISSUE 36 | SEPTEMBER 2016

ນັ້ນຫວັດໝູ່  
ສຸຣວັຕິເສກິຍຣ

THE FIRST  
MOVER





Photo : Otto

## THE FIRST MOVER

ว่ากันว่า การเป็นเจ้าของในตลาดจะสร้างโอกาสในการหาลูกค้าใหม่ได้ก่อนใคร แต่กระนั้นเรื่องความเร็วยังไม่ใช่คำตอบทั้งหมด หากยังเป็นเรื่องจังหวะเวลาและสินค้าที่ต้องตอบโจทย์ปัญหาของลูกค้าได้ด้วยต่างหาก เพราะในบางครั้งการมาก่อนกาล หรือยังเป็นสิ่งใหม่เกินไปก็อาจจะทำให้ลูกค้ารับไม่ได้ ไม่สนใจ หรือด้วยความเป็นสิ่งใหม่ที่เป็นต้องอาศัยการอธิบายสร้างความเข้าใจให้กับลูกค้า ถ้าไม่สามารถทำให้ลูกค้าเข้าใจได้โดยง่าย ก็จะไม่ได้รับความสนใจเช่นเดียวกัน และที่สำคัญแม้จะมาถึงช่วงเวลาแต่หากโปรดักต์นั้นไม่ตอบโจทย์ความต้องการของลูกค้า ผู้ที่มาเป็นคนแรกอาจจะเหนื่อยเปล่าด้วยซ้ำไป เพราะจะกลายเป็นว่าเป็นผู้บุกเบิกสร้างตลาดให้คนที่มาทีหลังมาทำตลาดต่อไปได้ง่ายขึ้น

นันทวัฒน์ สุรวิทย์เสถียร ผู้ผลิตกรีก โยเกิร์ต ภายใต้แบรนด์ Innocentcow เป็น First Mover ในตลาดกรีก โยเกิร์ตที่เมื่อ 3-4 ปีที่แล้วคนไทยน้อยคนนักจะรู้จัก โยเกิร์ตคืออะไร มีความแตกต่างจากโยเกิร์ตธรรมดาอย่างไร แต่ด้วยจังหวะของเทรนด์สุขภาพที่ทำให้คนรุ่นใหม่หันมาดูแลสุขภาพตัวเองกันมากขึ้น และกลายเป็นไลฟ์สไตล์การใช้ชีวิตอย่างหนึ่งที่กำลังเริ่มมา จึงส่งผลให้โปรดักต์ที่เกี่ยวข้องกับเรื่องของสุขภาพรวมถึงกรีก โยเกิร์ต ได้รับความนิยม และทำให้ Innocentcow ได้รับการยอมรับในเวลาอันรวดเร็ว... อยากรู้เรื่องราวของ First Mover อย่าง Innocentcow ต้องไม่พลาดอ่านเล่มนี้

ธันนี่ พันธุ์รุ่งจิตต์

บรรณาธิการ

nee\_pan@hotmail.com

Facebook : SME Startup

ติดตามข่าวสารและข้อมูลที่น่าสนใจได้ใน

SME Startup

บรรณาธิการฝ่ายการ สจ๊วต บุษยง บรรณาธิการ ธันนี่ พันธุ์รุ่งจิตต์ กองบรรณาธิการ กฤษณา สังข์วงศ์ เจษฎา ปุรินทวรกุล บรรณาธิการเว็บไซต์ แก้วกัญญา รัตตดิษฐ์ หัวหน้าฝ่ายประสานงานภายใน สุชนา แก้วโคตร หัวหน้าฝ่ายภาพ ชาศิต ยศสุวรรณ์ ฝ่ายภาพ กฤษณา ศิลปชัย บรรณาธิการฝ่ายศิลปกรรม กมลศักดิ์ เสียงสนั่น หัวหน้าฝ่ายพิสูจน์อักษร อุดม จรรยาสุวรรณ พิสูจน์อักษร วรบุช ไต้ตอบ ผู้จัดการฝ่ายโฆษณา สุวิสา บุษยง โทร.08-5661-4782 หัวหน้าฝ่ายโฆษณาและการตลาด ศิริพรรณ บุญวันต์ ฝ่ายโฆษณาและการตลาด รัญจวน แก้วหนู ศรีณย์ นวลดี ภัณฑพร คู่ตระกูล หัวหน้าฝ่ายการตลาด ศิริชญา ทองมาก ฝ่ายการตลาด จุติพร โลจายะ ฝ่ายสมาชิก อมรรัตน์ ยาไทย หัวหน้าฝ่ายบัญชีและการเงิน นิตยา สังทิพย์ ฝ่ายบัญชีและการเงิน ศิรินาฏ สันจงรัตน์ บรรณาธิการผู้พิมพ์ผู้โฆษณา วิชัย วิโรจน์จริยาการ

สำนักงาน บริษัท เพนนินซูลาร์ แอสโซซิเอตส์ 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

แยกสี่ ถนนศิลป์ (ไทยแลนด์) จำกัด โทร. 0-2215-1588

พิมพ์ที่ บริษัท ดับบลิว พีเอส (ประเทศไทย) จำกัด โทร. 0-2313-4413-4

บทความ และรูปภาพใน SME STARTUP สงวนลิขสิทธิ์ตามกฎหมาย การนำไปเผยแพร่ต้องได้รับอนุญาตเป็นลายลักษณ์อักษรจากบริษัท เพนนินซูลาร์ แอสโซซิเอตส์ จำกัด เท่านั้น และขอเชิญ บทความ รวมทั้งข้อคิดเห็นใดๆ ที่ตีพิมพ์ในนิตยสาร SME STARTUP เป็นความคิดเห็นส่วนบุคคล บริษัท เพนนินซูลาร์ แอสโซซิเอตส์ จำกัด ไม่จำเป็นต้องเห็นด้วย



## CONTENTS

### 10 YOUNG MONEY MAKER

จากการเป็นปัญหาโรคอ้วน ทำให้เรามี สบิธ วัย 16 ปี  
อยากทำรายการอาหารเพื่อส่งเสริมเด็กอเมริกัน  
ให้สนใจทำอาหารและเป็นคนแบบในเรื่องอาหารเพื่อสุขภาพ  
และนั่นเป็นจุดเริ่มต้นทำให้เธอกลายเป็นเชฟและเจ้าของธุรกิจที่โด่งดัง

### 12 INTERVIEW

คุยกับ นันทวัฒน์ สุรวิทย์เสถียร ผู้ผลิตกรีก โยเกิร์ต ภายใต้แบรนด์  
Innocentcow เขาไม่เพียงทำให้อ Innocentcow กลายเป็นเจ้าแรก  
ในตลาดกรีก โยเกิร์ตเท่านั้น หากยังทำให้สินค้าออมเนตเล็กๆ  
ที่เริ่มต้นจากครัวในบ้าน กลายเป็นสินค้ายอดนิยมในกลุ่มคนรักสุขภาพ

### 18-19 SELF-EMPLOYED

พบกับ MONSTEREARS ช่างทาสีใหญ่แต่ใจของ สมน สราญรัมย์  
ที่มีแนวทางในการแต่งตัวที่โดดเด่นแนว Street Style และ NUTTIYAR  
ของ ณัฐธิยา รัชตราชนะชัย ที่ผสมผสานระหว่างงานหัตถกรรม  
และงานผ้าได้อย่างลงตัว

### 20 MARKETING&IDEA

เหตุผลที่ทำให้อินโฟกราฟิกมีน้ำหนัก  
และ 3 เทคนิครักษาความสนใจของลูกค้า

### 21 TECH STARTUP

รู้จัก Freshket ตลาดสดออนไลน์สำหรับ  
ร้านอาหารของฟองเบียร์ พะเนียงเวทย์

### 24 HEALTH

แนะนำดื่มเพื่อสุขภาพ? และในวันที่เสียเซลฟ์

### 28 TRAVEL

ต่อแอฟ...บ้านไทยใหญ่ในอ้อมกอดขุนเขาม



# บริการสายด่วน SME เพื่อการโอนเงินตราต่างประเทศและนำเข้า-ส่งออก

ที่ TMB ... แม้แต่ SME รายเล็ก เราก็พร้อมที่จะฟังคุณ

- ให้คำปรึกษาเรื่องการโอนเงินเพื่อการค้าระหว่างประเทศ พร้อมให้ข้อมูลด้านอัตราแลกเปลี่ยน
- ให้คำปรึกษาด้านธุรกรรมการค้าระหว่างประเทศ



TMB พร้อมผลักดันธุรกิจคุณให้เติบโตได้เต็มศักยภาพ

สายด่วน SME เพื่อการโอนเงินตรา  
ต่างประเทศและนำเข้า-ส่งออก  
TMB SME FX & International Trade Hotline

ง่ายๆ โทรหาเรา  
02-676-8030

วันจันทร์ - ศุกร์  
เวลา 8.30 - 17.00 น.  
(ยกเว้นวันหยุดธนาคารฯ)

**TMB**  
Outward Remittance  
โอนเงินตราต่างประเทศขาออก

**บัตรสิทธิพิเศษ**

โอนเงินตราต่างประเทศขาออก

- ค่าธรรมเนียม 349 บาท (ปกติ 450 บาท)
- รับอัตราแลกเปลี่ยนพิเศษ

หมดอายุ 31 ธันวาคม 2559

## พิเศษ! ค่าธรรมเนียมโอนเงินตราต่างประเทศ

เพียง 349 บาท (จากปกติ 450 บาท)

ตั้งแต่วันที่ - 31 ธันวาคม 2559

สำหรับลูกค้า SME ที่ไม่เคยทำธุรกรรมโอนเงินตราต่างประเทศกับ TMB

ลงทะเบียนเพื่อขอรับบัตรสิทธิพิเศษได้ที่

[www.tmbbank.com/sme/ottcard](http://www.tmbbank.com/sme/ottcard)

เปลี่ยน เพื่อให้อะไรดีขึ้น... Make THE Difference **TMB**



## A conceptual image illustrating mobile commerce. In the foreground, a silver metal shopping cart is filled with various items, including a red and white striped shopping bag, a cardboard box, and a red shopping bag. A smartphone is positioned in front of the cart, displaying a mobile application interface. The screen shows a shopping cart icon with a red circle containing the number '3', indicating three items. Below the icon are buttons labeled 'Items' and 'Checkout'. The status bar at the top of the phone shows 'with 3G' and '10:19 AM'. The word 'mobile' is visible at the bottom of the screen.

ลองใช้ Emoji ในโพสต์บ้างดีกว่า

## A flat-lay photograph of various items arranged on a light-colored wooden surface. The items include an orange zip-up hoodie, a pair of blue denim jeans with a white feather patch on the back pocket, a pair of brown leather boots, a black camera, a smartphone, a spiral notebook with a pencil and a pen, a knife, a watch, a brown leather belt, a small brown wallet, a small jar of nuts, a piece of driftwood, a sprig of pine, and a maple leaf.

- Eleanor Roosevelt สตรีหมายเลขหนึ่งแห่งสหรัฐ



# พลังความดี เริ่มที่ตัวเรา

เกียรติศักดิ์ ไชยพันธ์  
หนุ่มนักกู้ภัย กับใจที่รักจะช่วยเหลือ

เกียรติศักดิ์ หรือบอล พนักงานปฏิบัติการ  
แห่งคลังปิโตรเลียมสุราษฎร์ธานี ยามว่างจากงานประจำ  
บอลเลือกใช้เวลาพักผ่อนส่วนตัวให้กับการกิจที่ท้าทาย  
และมีความหมายยิ่งใหญ่มาก คือเข้าร่วมเป็นอาสาสมัคร  
ช่วยต่อชีวิตต่อลมหายใจให้กับใครอีกหลายคน

สมัยยังเป็นนักเรียนช่าง เขาได้เห็นการเกิดอุบัติเหตุ  
บนท้องถนนมากมาย แม้จะอยากเข้าไปช่วยเหลือ แต่ทำอะไร  
ไม่เป็น ได้แต่ยืนมองคนเจ็บจนกระทั่งทีมกู้ภัยเข้ามาช่วยเหลือ  
นับจากนั้นจึงตั้งใจก้าวสู่วงการกู้ภัย ด้วยอยากเห็นผู้คน  
ปลอดภัยจากอันตราย และเมื่อมีความรู้เรื่องมากขึ้นก็ได้  
แบ่งปันสู่สังคม โดยเข้าร่วมทีมวิทยากรฝึกอบรม  
การปฐมพยาบาลเบื้องต้นให้แก่หน่วยงานที่สนใจ

คนรอบข้างมักตั้งคำถามว่าจะเหนื่อยไปทำไม แต่เขา  
ไม่เคยท้อและจะทำต่อไป เพราะนี่คือสิ่งที่รัก การได้ช่วยเหลือ  
คนอื่นนั้นมีความสุขมากกว่าสิ่งใด ยิ่งเวลาที่ได้ช่วยให้เขา  
ปลอดภัยจากอันตรายได้นั้น ยิ่งเป็นความสุขที่สุดยอด  
ขึ้นไปอีก ไม่จำเป็นต้องทำแบบเขา แต่ขอให้เริ่มต้นทำความดี  
ในแบบที่แต่ละคนถนัด โดยไม่หวังผลตอบแทน เพื่อให้  
สิ่งที่เรานั้นเป็นพลังที่จะส่งต่อให้ทุกคนทำสิ่งดีๆ  
ร่วมกัน จนเกิด **“พลังความดี”** ทั่วประเทศไทย

#พลังความดีเริ่มที่ตัวเรา



# THAILAND INTERNET USER PROFILE 2016

## การใช้อินเทอร์เน็ตโดยเฉลี่ยของ Gen ต่างๆ



**Gen Z**  
**40.2**  
ชั่วโมง/สัปดาห์



**Gen Y**  
**53.2**  
ชั่วโมง/สัปดาห์



**Gen X**  
**44.3**  
ชั่วโมง/สัปดาห์



**Baby Boomer**  
**31.8**  
ชั่วโมง/สัปดาห์

โซเชียล  
เน็ตเวิร์ก  
**96.1%**

ค้นหาข้อมูล  
**79.7%**

อ่านหนังสือ  
อิเล็กทรอนิกส์  
**76.7%**

รับ-ส่งอีเมล  
**75.8%**

ดูโทรทัศน์  
/ภาพยนตร์  
/วิทยุออนไลน์  
**72.8%**

ดาวน์โหลด  
ซอฟต์แวร์/เพลง  
/สคริปต์/เกม  
**70.8%**

ช้อปปิ้งออนไลน์  
**59%**

จอง/ซื้อตั๋ว  
โดยสารออนไลน์  
**49.3%**

ดูข้อมูลข่าวสาร  
เกี่ยวกับหุ้น  
**37.6%**

ทำออนไลน์  
**35.9%**

ขายสินค้า  
และบริการ  
**33.8%**



ทำธุรกรรม  
ทางการเงิน  
**58.8%**

เล่นเกมออนไลน์  
**55.5%**

เรียนออนไลน์  
**50.8%**

### นิยมทำกิจกรรมผ่านทางอุปกรณ์ใด

อุปกรณ์เคลื่อนที่

คอมพิวเตอร์



**38.4%** ← ช้อปปิ้งออนไลน์ → **33.0%**

**22.3%** ← ขายของออนไลน์ → **17.0%**

**45.9%** ← e-Payment → **24.0%**

**9.8%** ← เสียภาษีออนไลน์ → **27.8%**

**18.1%** ← e-Learning → **38.9%**

### สื่อสังคมออนไลน์ยอดนิยม ราช Gen

|             | YouTube | f     | LINE  |
|-------------|---------|-------|-------|
| Gen Z       | 98.6%   | 93.8% | 91.4% |
| Gen Y       | 98.8%   | 97.9% | 97.2% |
| Gen X       | 95.3%   | 93.9% | 96.2% |
| Baby Boomer | 89.3%   | 86.5% | 91.5% |

### ช่วงเวลาการใช้อินเทอร์เน็ต

08.00-12.00 น.  
**76.0%**

12.01-16.00 น.  
**75.2%**

16.01-20.00 น.  
**76.6%**

20.01-24.00 น.  
**70.3%**





ปิอบ-สิทธิพงษ์ อารยางกูร เจ้าของ KorjokeClub แปรนด์กระเป๋าแฮนด์เมดจากผ้าญี่ปุ่นเป็นอีกคนที่รักและสามารถสร้างแบรนด์กระเป๋าแฮนด์เมด KorjokeClub จนได้รับการยอมรับในกลุ่มคนที่รักกระเป๋าแฮนด์เมด และสามารถทำในสิ่งที่ตัวเองรักเป็นอาชีพได้อย่างจริงจัง

จุดเด่นของกระเป๋าแฮนด์เมดจากผ้าญี่ปุ่น KorjokeClub คือกระเป๋าทุกใบใช้ 3 เทคนิคการตัด ได้แก่ งานควิลท์ (Quilt) งานแพตช์เวิร์ก (Patchwork) ใช้ในการเย็บต่อผ้ารูปทรงเรขาคณิตด้านข้างกระเป๋า และงานแอปพลิเค (Applique) สำหรับเย็บตกแต่งลวดลายด้านหน้ากระเป๋า นอกจากนี้ ยังรับสั่งทำกระเป๋าแบบ Made to Order โดยลูกค้าเลือกรูปทรงกระเป๋า สีเส้น และลวดลายได้ตามชอบ หรือจะออกแบบลวดลายกระเป๋าเองก็ได้ และแม้กระเป๋าของแบรนด์จะเป็นสไตล์ญี่ปุ่น แต่ปิอบยังได้ปรับเปลี่ยนเพื่อให้เหมาะกับไลฟ์สไตล์ผู้ใช้ชาวไทย อย่างเช่น การเพิ่มซิปปิดปากกระเป๋า เพราะให้ความรู้สึกปลอดภัยกว่าปากกระเป๋ที่ไม่มีซิป

เพราะกระเป๋าทุกใบของ KorjokeClub เป็นงานแฮนด์เมด ปิอบจึงต้องใช้เวลาอย่างน้อย 7 วันในการทำกระเป๋าหนึ่งใบ และหากช่วงไหนมีออเดอร์เข้ามาล้นมือก็ต้องใช้เวลาในการทำกระเป๋านานขึ้น โดยกระเป๋าในแต่ละแบบจะถูกสร้างแพตเทิร์นขึ้นมาเฉพาะตัว เดิมงานเหล่านี้จะถูกทำมือทีละชิ้นซึ่งปิอบบอกว่า ต้องใช้เวลากับการสร้างแพตเทิร์นไม่น้อย แต่หลังจากได้ทดลองใช้เครื่องตัดอเนกประสงค์ Brother ScanNCut รุ่น CM700 เขาพบว่าได้เจอผู้ช่วยเข้ามาตอบโจทย์การทำงานแฮนด์เมดได้เป็นอย่างดี

“เครื่องนี้เป็นผู้ช่วยที่ดีมากในการทำงานควิลท์ เพราะช่วยให้เราทำงานได้รวดเร็วขึ้น อยู่ในตัวเครื่องมีลายควิลท์พื้นฐานให้เลือกใช้กว่า 100 ลาย หากชอบลายไหนก็สั่งตัดเพื่อนำมาใช้งานได้เลย สามารถสั่งตัดแพตเทิร์นได้ทุกรูป ทุกขนาด และตัดออกมาได้ขอบที่คมเนียบต่างจากการนั่งตัดแพตเทิร์นด้วยมือที่ต้องใช้เวลาอย่างน้อยครึ่งวันในการตัด และแพตเทิร์นอาจเสียหายได้เพราะตัดเบี่ยง ตัดไม่ตรง ที่สำคัญหากต้องการสั่งตัดแพตเทิร์นที่ออกแบบเองก็ทำได้ง่ายแค่ใช้ฟังก์ชันสแกนเนอร์ หรืออัปโหลดภาพแพตเทิร์นในเว็บไซต์และส่งมายังเครื่องเพื่อสั่งตัด นอกจากนี้ เครื่องนี้ยังตั้งค่าการตัดแบบเผื่อขอบสำหรับเย็บได้ เราจึงไม่ต้องเสียเวลามานั่งวัดขอบสำหรับเย็บอีกต่อไป” ปิอบกล่าว

# งานควิลท์สำเร็จง่ายเพียงปลายนิ้ว ด้วย Brother ScanNCut รุ่น CM700

งานแฮนด์เมดเป็นงานที่มีเสน่ห์ และมีเอกลักษณ์เฉพาะตัว ด้วยความตั้งใจของคนทำจากชิ้นสู่ชิ้นยังทำให้ผู้หลงใหลงานแฮนด์เมดยินดีที่จะควักกระเป๋าจ่ายในราคาที่แพงกว่า และทำให้ผู้ประกอบการรุ่นใหม่หลายรายหันมาสร้างรายได้ผ่านงานแฮนด์เมดมากขึ้น



## How-To



เครื่องตัดอเนกประสงค์ Brother ScanNCut รุ่น CM700 นอกจากมีขั้นตอนการใช้งานที่ไม่ยุ่งยาก นั่นคือ

1. เลือกภาพที่ต้องการตัดจากเครื่องหรือสแกนภาพที่ต้องการตัดลงในเครื่อง
2. ตัดวัสดุที่ต้องการตัดลงบนแผ่น Mat และสั่งตัดภาพ ที่ใช้งานยังสามารถใช้งานผ่านเว็บไซต์ได้ในกรณีที่ต้องการสั่งตัดภาพไฟล์อื่นที่ไม่ใช่ไฟล์ SVG และ FCM ซึ่งมีขั้นตอนดังต่อไปนี้

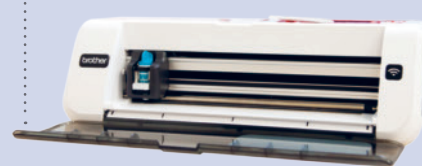
**ขั้นที่ 1 ลงทะเบียน** เว็บไซต์ [scanncutcanvas.brother.com](http://scanncutcanvas.brother.com) เปิดใช้งานได้ทั้งบนคอมพิวเตอร์ระบบปฏิบัติการ Windows และ OS X, แท็บเล็ต ระบบปฏิบัติการ Android, iPhone 6 Plus และ iPad โดยก่อนเข้าใช้งานต้องลงทะเบียนผ่านอีเมลเสียก่อน ซึ่งหนึ่งอีเมลลงทะเบียนเข้าใช้งานได้เพียงหนึ่งอีเมลเท่านั้น

**ขั้นที่ 2 สร้างสรรค์ชิ้นงาน** คลิกคำสั่ง My Project เพื่อสร้างชิ้นงานใหม่ จากนั้นจัดวางรูปภาพและข้อความที่ต้องการตัดตามต้องการ (ในเว็บไซต์มีลายควิลท์ พอนต์อักษร รูปต่างๆ และโลโก้ที่ใช้ฟรี) หากต้องการแก้ไขชิ้นงาน เช่น คัดลอก และเพิ่ม-ลบขนาดของภาพ ให้เลือกคำสั่ง Edit ทั้งนี้ สามารถเลือกใช้ภาพไฟล์อื่น เช่น JPG, PNG, GIF และ BMP โดยคลิกคำสั่ง Image Tracing และภาพที่ใช้ต้องมีขนาดไม่เกิน 5 MB



**ขั้นที่ 3 สั่งตัด** เมื่อได้ชิ้นงานที่พอใจแล้วให้คลิก Save the Project ตามด้วยคลิก Download เพื่อเลือกคำสั่ง Download to PC ในกรณีที่ต้องการบันทึกไฟล์ชิ้นงานไว้ในคอมพิวเตอร์ หรือเลือกคำสั่ง ScanNCut Transfer หากต้องการสั่งตัดชิ้นงานทันที (อย่าลืมเปิด Wi-Fi ที่ตัวเครื่อง) และเมื่อไฟล์ชิ้นงานส่งไปยังตัวเครื่องได้สำเร็จจะมีข้อความแสดงบนหน้าจอ LCD ที่ตัวเครื่อง หลังจากนั้นจึงเลือกคำสั่ง Cut เพื่อตัดชิ้นงาน

เครื่อง Brother ScanNCut รุ่น CM700 ด้วยความที่มีขั้นตอนการใช้งานไม่ยุ่งยาก ทั้งการใช้งานผ่านตัวเครื่องโดยตรง และการใช้งานผ่านเว็บไซต์ จึงไม่แปลกใจเลยที่ผู้ประกอบการรุ่นใหม่จะยกให้เป็นสุดยอดผู้ช่วยที่สำคัญในการสร้างสรรค์ชิ้นงานของแบรนด์





## ทุเรียนอะไรรับประทานเปลือกได้!!

ทุเรียนอะไรรับประทานเปลือกและเม็ดได้!!!

เป็นเช่นนั้นจริงๆ เพราะเป็นไอศกรีมทุเรียนจากร้าน IceDEA

ที่ให้ความใส่ใจไม่แพ้ใครสาขา แต่ให้ความสำคัญกับการออกแบบหน้าตา

เหมือนจริงจนกระทั่งทำให้มีความรู้สึกในการรับประทานยิ่งขึ้นไปอีก

พริมา จักรพันธุ์ ณ ออยุธยา เจ้าของร้าน IceDEA มักจะพยายามสร้างสรรค์เมนูใหม่ๆ ให้กับร้านอยู่ตลอดเวลา และเมื่อเห็นความต้องการของนักท่องเที่ยวที่แวะเวียนไปร้านและถามหาไอศกรีมทุเรียนอยู่เรื่อยๆ จึงเกิดไอเดียทำไอศกรีมทุเรียน แต่เมื่อขึ้นชื่อว่าเป็นนักออกแบบไอศกรีม การที่จะทำไอศกรีมทุเรียนเป็นลูกกลมธรรมดาๆ ก็ไม่ใช่ เธอจึงคิดทำไอศกรีมทุเรียนที่มีหน้าตารูปทรงเป็นทุเรียนจริงๆ

“มีลูกค้ากลุ่มนักท่องเที่ยวต่างชาติมาที่ร้านอยู่แล้ว ซึ่งส่วนใหญ่เป็นกลุ่มเอเชีย ก็จะถามถึงไอศกรีมรสทุเรียน กันบ่อยๆ เลยตั้งใจว่าจะทำไอศกรีมทุเรียนออกมา และต้องเป็นไอศกรีมในแบบฉบับของ IceDEA ซึ่งด้วยความที่เรา มีเทคนิคและโนว์ฮาวในการทำไอศกรีมอยู่แล้ว เลยทำให้ใช้เวลาไม่นานในการพัฒนา โดยรสชาติในส่วนของเราจะเป็น ไอศกรีมทุเรียนหอมทอง 100 เปอร์เซ็นต์ ไม่มีการแต่งกลิ่น แต่ในส่วนเปลือกทุเรียนจะผสมชาเขียวเพื่อให้ได้สี แต่จะเป็นในสัดส่วนที่ทำให้รสชาติกลมกลืนกันไปไม่โดดเด่นเกินไป โดยรสแรกจะให้ความรู้สึกทุเรียนแต่หางของรส จะให้ความรู้สึกว่าเป็นชาเขียว นอกจากนี้ เรายังมีการผสมถั่วอัลมอนด์เพื่อให้ได้เทกเจอร์และมีความกรุบกรอบเข้ากับ ไอศกรีมรูปทรงหนามทุเรียนอีกด้วย”

หน้าตาของ IceDEA Thai Durian Ice Cream จึงออกมาเหมือนทุเรียน 100 เปอร์เซ็นต์ มีทั้งในส่วนของเนื้อ สีเหลืองนารับประทาน เปลือกและเม็ดครบถ้วน โดยทั้งหมดยังให้ความรู้สึกเหมือนรับประทานทุเรียนจริงๆ ซึ่งการ ขึ้นรูปทุเรียนแบบนี้ พริมาบอกว่า จะเรียกว่าเป็นงานแฮนด์เมดก็ได้ เพราะขั้นตอนการขึ้นรูปจะใช้แรงงานคนเป็นหลัก ฉะนั้นกว่าจะได้งานแต่ละชิ้นจึงใช้เวลาานพอสมควร

หลังจากที่จำหน่าย IceDEA Thai Durian Ice Cream ปรากฏว่าได้รับความนิยมไม่เพียงเฉพาะลูกค้าต่างชาติ เท่านั้น แต่ลูกค้าคนไทยก็เข้ามาถามหาตลอดเวลา จนทำให้ในช่วงแรกๆ แทบจะผลิตไม่ทันขาย และในตอนนี้เธอ ต้องพยายามสต็อกทุเรียนให้มากพอเพื่อให้สามารถผลิตไอศกรีมทุเรียนต่อไปได้อีก และแม้จะหมดหน้าทุเรียนแล้ว เธอยังได้วางแผนที่จะสร้างสรรค์ไอศกรีมในรูปแบบผลไม้ชนิดอื่นอีกที่มาจากความต้องการของลูกค้า เพราะได้เห็น ตัวอย่างความสำเร็จจากไอศกรีมทุเรียนมาแล้ว

นี่เป็นตัวอย่างของการใช้งานดีไซน์มาสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับโปรดักต์ ที่พริมาบอกว่า งานดีไซน์ทำให้โปรดักต์นั้นมีความเป็นยูนิค และมีความแตกต่าง ซึ่งเมื่อมีความแตกต่างก็จะทำให้คนหันมาสนใจและเป็นที่จดจำมากขึ้น ที่สำคัญ หากรักษาคุณภาพได้ก็จะทำให้เกิดการกลับมาซื้อซ้ำอีกครั้ง **S**

**f** IceDEA



## 4 กลยุทธ์ มัดใจลูกค้าให้กลับมาซื้อซ้ำ

อย่างที่ทราบกันดีว่า ค่าใช้จ่ายในการหาลูกค้าใหม่นั้นจะสูงกว่าการขายให้กับลูกค้าเดิมที่เคยซื้อสินค้าไปแล้ว ดังนั้น ผู้ประกอบการหลายรายจึงพยายามสร้างความประทับใจและความพึงพอใจให้กับลูกค้า เพื่อให้ลูกค้าจดจำและนึกถึงเมื่อต้องการซื้อสินค้านั้นอีกครั้ง เพราะนั่นหมายความว่า จะมีโอกาสสูงที่ลูกค้าจะกลับมาซื้อซ้ำที่ร้านเดิม โดยเฉพาะอย่างยิ่งร้านค้าบนออนไลน์ที่ผู้ซื้อและผู้ขายไม่ได้เห็นหน้าตากัน การสร้างความประทับใจมัดใจลูกค้าจึงเป็นสิ่งที่สำคัญมาก ลองมาดูกันว่าจะมีวิธีการอะไรบ้างที่มีมัดใจให้ลูกค้ากลับมาซื้อซ้ำ

### 01

#### สินค้ามีคุณภาพและมีรายละเอียดครบถ้วน

โดยมีการแสดงราคาสินค้าที่ชัดเจน ให้ข้อมูลคุณสมบัติสินค้าอย่างละเอียด และตัวสินค้าก็ต้องมีความครบสมบูรณ์ตามที่ได้ระบุไว้ในรายละเอียดของสินค้า ทั้งนี้เพื่อแสดงถึงความซื่อสัตย์ไว้ใจได้ โดยก่อนที่จะส่งสินค้าให้กับลูกค้าควรมีการตรวจสอบคุณภาพ ความครบถ้วน และความถูกต้องอีกครั้ง เพราะหากส่งสินค้าไปแล้วลูกค้าขอเปลี่ยน นั้นย่อมแสดงให้เห็นว่า ลูกค้าเกิดความไม่พึงพอใจแล้ว

### 02

#### ติดต่อสื่อสารกับลูกค้าอย่างสม่ำเสมอ

ถึงแม้ว่าลูกค้าจะซื้อสินค้าไปแล้ว แต่หากยังมีการสื่อสารอย่างต่อเนื่อง ไม่ว่าจะเป็นการถามถึงความพึงพอใจในสินค้า ปัญหา หรือการแจ้งข่าวให้โดยตรงเมื่อจะมีโปรโมชั่นพิเศษ ตรงนั้นนอกจากจะทำให้ลูกค้ารู้สึกดีถึงความใส่ใจแล้ว อาจจะได้ข้อมูลนำกลับมาพัฒนาสินค้าและบริการต่อไปได้

### 03

#### บริการก่อนและหลังการขาย

การบริการก่อนการขายก็เช่น การอธิบาย การให้คำแนะนำอย่างเป็นมิตร กระตือรือร้น และรวดเร็ว ส่วนการบริการหลังการขาย เช่น การรับประกันสินค้า การรับเปลี่ยนหรือคืนสินค้า รวมถึงการซ่อมแซม หากใช้ไปแล้วเกิดการชำรุดสึกหรอ เหล่านี้ล้วนจะทำให้เกิดความประทับใจ และเพิ่มโอกาสในการกลับมาซื้อซ้ำได้

### 04

#### สัญญาแล้วต้องทำให้ได้

ความน่าเชื่อถือเป็นกลยุทธ์สำคัญที่จะช่วยมัดใจลูกค้าให้กลับมาซื้อซ้ำ เพราะเป็นเรื่องของความไว้วางใจ ดังนั้น ต้องมั่นใจว่าสามารถทำได้จริง หากจะให้สัญญาใดๆ กับลูกค้า ไม่ว่าจะเป็นวันที่ลูกค้าจะได้รับสินค้า การสามารถเปลี่ยนสินค้าได้ เป็นต้น **S**





# ทีเอ็มบี “ตัวจริง” ธนาคารเพื่อธุรกรรม ระหว่างประเทศ สำหรับเอสเอ็มอี

เพราะว่าพฤติกรรมและความต้องการของผู้ประกอบการ SME นั้นต่างไปจากผู้ประกอบการรายใหญ่ ปัญหาทางการเงินของผู้ประกอบการ SME มีมากมาย โดยเฉพาะอย่างยิ่งปัญหาการเข้าถึงข้อมูล และขาดความรู้ความเข้าใจในการทำธุรกรรมระหว่างประเทศ เนื่องจากเป็นสิ่งที่เข้าใจยากและมีความซับซ้อน จึงกลายเป็นอุปสรรคในการทำธุรกิจเพื่อการนำเข้าและส่งออก ทั้งนี้จากผลการศึกษาความต้องการของ SME และผู้ประกอบการด้านนำเข้า-ส่งออกของทีเอ็มบี พบว่า ลูกค้ารายเล็กต้องการธนาคารที่รับฟัง และพร้อมที่จะให้คำแนะนำอย่างใกล้ชิด

ดังนั้น ทีเอ็มบี ซึ่งเดินทางสู่การเป็นธนาคารเพื่อการทำธุรกรรมระหว่างประเทศสำหรับลูกค้าธุรกิจ จึงตอบโจทย์ความต้องการดังกล่าวด้วยการเปิดบริการช่องทางการสื่อสารสำหรับลูกค้า SME ให้เข้าถึงข้อมูลได้สะดวกขึ้น

**ศรัณย์ ภูวัฒน์ หัวหน้าเจ้าหน้าที่บริหารธุรกิจตลาดเงินทีเอ็มบี** บอกว่า กรอบหลักของการเปิดบริการช่องทางการสื่อสารให้ลูกค้า SME เข้าถึงข้อมูลการทำธุรกรรมระหว่างประเทศนี้ จะเป็นการให้คำปรึกษาด้านบริการโอนเงินเพื่อการชำระระหว่างประเทศ ข้อมูลอัตราแลกเปลี่ยน การทำธุรกรรมระหว่างประเทศ คำแนะนำเรื่องวงเงินสินเชื่อเพื่อการนำเข้า-ส่งออก รวมถึงการอัปเดตสถานการณ์ที่เกี่ยวข้อง ซึ่งเป็นการอัปเดตของทีเอ็มบีในการเป็นธนาคารเพื่อธุรกรรมทางการเงินที่ตอบโจทย์ลูกค้าธุรกิจทุกกลุ่ม

“ปัญหาของผู้ประกอบการ SME นอกจากลูกค้าส่วนใหญ่ขาดความรู้ในการทำธุรกรรมระหว่างประเทศแล้ว ยังไม่สามารถเข้าถึงข้อมูลที่จะช่วยเอื้อต่อการทำธุรกรรมระหว่างประเทศด้วย ในขณะที่ลูกค้ารายใหญ่ธนาคารจะมีเจ้าหน้าที่ดูแลเป็นการเฉพาะ ลูกค้ามีปัญหาอะไรหรือต้องการสอบถามอะไรก็สามารถติดต่อกับเจ้าหน้าที่นั้นได้โดยตรง แต่ถ้าเป็นลูกค้า SME ซึ่งมีจำนวนเยอะมากไม่สามารถให้บริการในลักษณะดังกล่าวได้ ฉะนั้น SME จึงเข้าถึงข้อมูลค่อนข้างยาก ทีเอ็มบีจึงเห็นถึงความจำเป็นที่จะสร้างความสะดวกในการเข้าถึงข้อมูลให้กับลูกค้า SME”

ทั้งนี้ สิ่งที่ทีเอ็มบีสนับสนุนให้ SME สามารถเข้าถึงข้อมูลธุรกรรมระหว่างประเทศได้สะดวกขึ้น ได้แก่การเปิด สายด่วน SME เพื่อการโอนเงินตราต่างประเทศและนำเข้า-ส่งออก การเปิด LINE Official Account - TMB Business Insight รวมถึงโครงการ SME Trade Expert Program by TMB หลักสูตรอบรมเพื่อสร้าง

ความรู้ความเข้าใจให้กับ SME ซึ่งอาจกล่าวได้ว่า ทีเอ็มบีเป็นธนาคารแรกที่ช่วยเหลือ SME ในลักษณะนี้

โดยในส่วนของสายด่วน SME เพื่อการโอนเงินตราต่างประเทศและนำเข้า-ส่งออกนั้น ศรัณย์บอกว่า การทำธุรกรรมระหว่างประเทศ สิ่งสำคัญที่ผู้ประกอบการต้องคำนึงถึงคือเรื่องอัตราแลกเปลี่ยน เนื่องจากความผันผวนของอัตราแลกเปลี่ยนอาจส่งผลกระทบต่อกำไรขาดทุนของบริษัทได้ ดังนั้น การเปิดสายด่วนขึ้นมาจึงเป็นการช่วยให้ผู้ประกอบการ SME สามารถทำการชำระระหว่างประเทศได้อย่างมั่นใจ และลดความเสี่ยงหรือความสูญเสียที่อาจเกิดขึ้น เพียง โทร. 02-676-8030

“หลังจากเปิดสายด่วน 4-5 เดือน เฉลี่ยแล้ว SME โทร.เข้ามา 10-30 สายต่อวัน มีทั้งโทร.เข้ามาสอบถามขั้นตอนนำเข้าส่งออกกับทีเอ็มบีที่ยังไงบ้าง การเปิด L/C (Letter of Credit) การขอวงเงินในการทำธุรกรรมระหว่างประเทศ การขอคำแนะนำเรื่องอัตราแลกเปลี่ยน ซึ่งทุกเรื่องและทุกสายที่โทร.เข้ามาจะมีเจ้าหน้าที่ที่มีความรู้ความสามารถคอยให้คำแนะนำ”

ขณะที่ LINE Official Account - TMB Business Insight เป็นช่องทางการอัปเดตข่าวสารโดยเฉพาะข่าวที่จะส่งผลกระทบต่อตลาดเงินและธุรกิจที่เกิดขึ้นทั่วโลก โดยจะทำในลักษณะคลิปเสียงรายการ “TMB One Click One Minute ทันโลก” ในรูปแบบที่สั้นและกระชับ แต่สามารถให้ข้อมูลที่ทันต่อเหตุการณ์ได้ภายใน 1 นาทีเท่านั้น

“บางครั้งเศรษฐกิจผันผวนมาก SME อยากติดตามข่าวสาร หรืออัปเดตความเคลื่อนไหวที่เกิดขึ้นทั่วโลกที่อาจมีผลกระทบต่อธุรกิจ ซึ่งที่ผ่านมา SME ไม่มีช่องทาง

นี้เลย ทีเอ็มบีเลยเปิดช่องทางผ่านทาง LINE ขึ้นมา โดยสามารถเข้าไปคลิกฟังข่าวได้ทุกวัน ทุกที่ ทุกเวลา เพื่อตัดสินใจว่าควรจะป้องกันความเสี่ยงหรือไม่ เช่น ลูกค้าขับรถไปทำงานระหว่างทางก็สามารถกดฟังได้ ใช้เวลาสั้นๆ แล้วเราจะคิดว่าที่มีผลต่อการเคลื่อนไหวอัตราแลกเปลี่ยน และในระยะต่อไปเราอาจจะเพิ่มรูปแบบให้มีผู้เชี่ยวชาญมาทำวิดีโอไลฟ์กับลูกค้า แล้วลูกค้าสามารถแชตเข้ามาถามตอบได้ในขณะนั้นเลย”

สำหรับ SME Trade Expert Program by TMB เป็นโครงการอบรมด้านธุรกรรมนำเข้า-ส่งออก เพื่อ SME โดยจะเปิดถึง 5 หลักสูตร ตั้งแต่ระดับพื้นฐานด้านธุรกรรมการเงินระหว่างประเทศ ไปจนถึงเจาะลึกด้านธุรกรรมการเงินระหว่างประเทศ โดยผู้ที่เข้ามาเรียนอาจจะประเมินตัวเองก่อนว่ามีความรู้ระดับไหน จากนั้นก็มาเลือกคอร์สเรียนที่เหมาะสมกับตัวเอง

“จากที่ได้ทำการสำรวจความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับธุรกรรมระหว่างประเทศของ SME พบว่า ลูกค้า SME เป็นกลุ่มที่มีการป้องกันความเสี่ยงน้อยที่สุด สาเหตุที่เราไม่ทำการป้องกันความเสี่ยงในอัตราแลกเปลี่ยนก็เพราะว่า 30-40 เปอร์เซ็นต์ไม่ทราบว่าสามารถทำธุรกรรมประกันความเสี่ยงได้ จากตรงนี้ทำให้เราเห็นว่า SME ต้องการช่องทางที่ให้ความรู้ความเข้าใจในเรื่องธุรกรรมระหว่างประเทศอีกมาก โครงการ SME Trade Expert จึงสอนทั้งวิธีการทำการชำระระหว่างประเทศ การป้องกันความเสี่ยง และเรื่องอื่นๆ ตั้งแต่พื้นฐานไปจนถึงการเจาะลึก เพื่อจะได้เอาความรู้ที่ได้ไปต่อยอดธุรกิจได้จริง” ศรัณย์กล่าวในตอนท้าย

# ความสำเร็จของ “เรมมี สมิธ” เชฟวัยใสสวมหมวกหลายใบ

Text : วิภาส วิวัฒนกุลพาณิชย์



ผู้ประกอบการหลายคนเริ่มต้นธุรกิจจากจุดที่เรียกว่า “ต้องการแก้ปัญหา” ไม่ว่าจะเป็นปัญหาที่ตัวเองเคยประสบหรือปัญหาในสังคม “เรมมี สมิธ” สาวน้อยวัย 16 ชาวอเมริกันเชื้อสายจีน ก็เช่นกัน เมื่อครั้งที่โรคอ้วนกำลังระบาดในอเมริกา แล้วรัฐบาลเริ่มรณรงค์เรื่องการป้องกันโรคอ้วน เรมมีในขณะนั้นกำลังเรียนชั้นประถมตั้งแต่อายุหกขวบ ข้อมูลเกี่ยวกับโรคอ้วนเผยแพร่ออกมาเยอะมาก แต่เธอไม่เห็นว่ามีการทำอะไรเกี่ยวกับการทำอาหารสำหรับเด็กโดยเฉพาะออนไลน์เลย เรมมีจึงปรึกษาแม่ว่าอยากทำรายการอาหารโดยมีจุดประสงค์ 2 อย่าง คือส่งเสริมเด็กอเมริกันให้สนใจทำอาหาร และเป็นต้นแบบในการรับประทานอาหารเพื่อสุขภาพ



เรมมีเป็นเด็กหญิงชาวจีน (ชื่อเดิม หยาง ฟู่ ชุน) ที่ครอบครัวสมิธในเมืองทุลซา รัฐโอคลาโฮมา รับเป็นบุตรบุญธรรม เธอค้นพบตัวเองว่าชอบทำอาหารมาตลอด ขณะที่เด็กคนอื่นเพิ่งเรียนรู้ที่จะจับส้อมรับประทานอาหารเอง เรมมีในวัย 4 ขวบหัดช่วยงานในครัวแล้วพรสวรรค์ที่ติดตัวมาแต่กำเนิด ทำให้มารดาเลี้ยงไม่ลังเลเมื่อบุตรสาวแสดงความจำนอยอยากมีรายการอาหารเป็นของตัวเอง เพราะเธอเชื่อมั่นว่าเรมมีทำได้

เดือนเมษายน 2552 รายการ “Cook Time with Remmi” ก็ออกอากาศครั้งแรกบนเว็บไซต์ [www.cooktimewithremmi.com](http://www.cooktimewithremmi.com) เรมมีซึ่งขณะนั้นอายุเพียง 10 ขวบดำเนินรายการเอง รายการนี้ถือเป็นเวทีที่ทำให้เด็กหญิงได้แสดงทักษะการทำอาหาร และชี้นำวิถีชีวิตเพื่อสุขภาพให้ผู้ชมที่กลุ่มเป้าหมายคือเด็ก ผลคือรายการได้รับความนิยมเป็นอย่างดี แต่ปัญหาในการทำธุรกิจคือ “ทุน” แม้โอเคดีแค่แค่การเป็นผู้ประกอบการเด็กก็ยากจะทำได้ได้รับความไว้วางใจจากผู้สนับสนุน หลายคนเกรงว่าเรมมีอาจทำรายการเล่นๆ คงไม่ยืนยาว

ในการทำรายการ แม้จะเผยแพร่ผ่านเว็บไซต์ แต่ก็มีค่าใช้จ่ายคือค่าใช้จ่ายในการดูแลเว็บไซต์ และค่าใช้จ่ายสำหรับตากล้องที่ถ่ายทำรายการ เรมมีแก้ปัญหาด้วยการให้ตากล้องมีหุ้นในธุรกิจและแบ่งผลประโยชน์กัน จนทำให้รายการดำเนินต่อไปได้ กระทั่งมาถึงจุดที่ Cook Time with Remmi ประสบความสำเร็จระดับที่เคเบิลทีวีท้องถิ่นเสนอเวลาให้ เมื่อมีพื้นที่สำหรับรายการ ชื่อของเรมมีก็เริ่มเป็นที่รู้จักมากขึ้น

ไม่นาน เรมมีก็ขึ้นแท่น Celebrity Chef เชฟคนดังหลังเซ็นสัญญากับโซเดโกโซ บริษัทข้ามชาติจากฝรั่งเศส ผู้นำด้านการบริการเพื่อคุณภาพชีวิตของโลก โซเดโกโซดำเนินธุรกิจ ใน 80 ประเทศทั่วโลก หนึ่งในธุรกิจของบริษัทคือ เป็นผู้ดูแลอาหาร

กลางวันของเด็กนักเรียนในทวีปอเมริกาเหนือ ในฐานะหน้าที่ทูตตัวแทนโซเดโกโซ หน้าที่ของเรมมีคือทำงานร่วมกับเชฟมืออาชีพราว 500 คน รณรงค์เรื่องการรับประทานอาหารเพื่อสุขภาพและสาธิตการปรุงอาหารให้ชม

นอกจากเดินสายเป็นวิทยากรไปทั่วประเทศ คลิปสอนทำอาหารของเรมมีก็ฮิตติดต่อนักเรียนกว่า 3 ล้านคน ว่ากันว่า วิดีโอสอนทำอาหารผลงานของเรมมีผ่านสายตาของนักเรียนราว 3.5 ล้านคนต่อวัน ไม่เพียงเท่านั้น สูตรอาหารที่เรมมีคิดค้นขึ้น ถูกนำไปปรุงให้เด็กนักเรียนรับประทานกว่า 400 โรงเรียน นอกจากนี้ เรมมียังจัดทำตำราอาหาร “Global Cooking for Kids” ที่วางตามห้องสมุดของโรงเรียนที่โซเดโกโซดูแล “เป็นตำราอาหารที่ให้ทั้งความรู้และความบันเทิงในแง่มุมของวัฒนธรรมอาหารจากประเทศต่างๆ หนูใช้เวลา 1 ปีในการรวบรวมข้อมูล และใช้เวลาช่วงเสาร์-อาทิตย์ในการทดลองสูตรจนกว่าจะลงตัวและนำมาเผยแพร่” เชฟสาวน้อยกล่าว

เรมมีได้รับรางวัลต่างๆ มากมาย ไม่ว่าจะเป็น “สุดยอดผู้ประกอบการ 20 อันดับแรก” จาก Teen Business “20 คนหนุ่มสาวผู้เปลี่ยนระบบอาหาร” จาก Food Tank “คนรุ่นใหม่ผู้ค้นพบวิธีเลี้ยงชาวโลก” จาก NationsWell และ “20 คลื่นลูกใหม่ที่น่าจับตามอง” จาก The Century Council

แม้จะอายุเพียง 16 ปี และกำลังเรียนระดับมัธยมศึกษา เรมมีมีโอกาสได้สวมหมวกหลายใบแล้ว ไม่ว่าจะเป็นเจ้าของธุรกิจเจ้าของตำราอาหารขายดี ทูตตัวแทนโซเดโกโซ และทูตรณรงค์โครงการ No Kids Hungry พิธีกรรายการอาหาร Cook Time with Remmi และ The Culinary Kid นอกจากนี้ เรมมีอาศัยทักษะการเป็นเชฟต่อยอดไปยังธุรกิจการผลิตสินค้าอาหารออกจำหน่าย ได้แก่ ธุรกิจผลิตน้ำสลัดอิตาเลียนซึ่งวางจำหน่ายที่ร้าน Whole Foods Market ร้าน Reasor’s และร้านจำหน่ายผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพอื่นๆ

และธุรกิจบริการอาหารว่างเพื่อสุขภาพ Chef Club Box ซึ่งเป็นอาหารว่างปลอดแคลอรีที่ส่งตรงถึงประตูบ้านลูกค้า โดยลูกค้าต้องสมัครสมาชิกรายเดือน นอกจากอาหารเพื่อสุขภาพที่สามารถเก็บรับประทานได้นาน สมาชิก Chef Club Box ยังได้รับการ์ดที่เป็นสูตรอาหาร จัดหมายข่าวในรูปแบบคลิปที่สอนเทคนิคการทำอาหาร รวมถึงของแถมจากสปอนเซอร์ เช่น ถ้วยตวง หรือเชือกกระโดดสำหรับออกกำลังกาย

เธอเล่าถึงประสบการณ์ในการมาถึงจุดนี้ว่า “ก่อนอื่นก็ต้องสำรวจว่าความฝันของคุณคืออะไร จากนั้นก็พยายามทำฝันให้เป็นจริง มองหาหุ้นส่วนที่เขาคouldได้ประโยชน์จากคุณ การทำธุรกิจตั้งแต่ยังเด็กมีข้อดีคือมีเวลาได้ลองผิดลองถูก ถึงล้มเหลวก็ยังมีโอกาสได้ลุกมาเริ่มต้นใหม่ตลอดเวลา” โชคดีที่กลุ่มเป้าหมายของเรมมีเป็นเด็กเหมือนกัน จึงเหมือนคนวัยเดียวกันสื่อสารกันรู้เรื่อง

จากการได้รับเชิญให้เป็น “พี่เลี้ยง” หรือเมนเตอร์ที่ Thrive15.com สถาบันที่สอนและแนะนำการทำธุรกิจ โดยเรมมีเป็นเมนเตอร์คนเดียวที่อายุน้อยสุด เธอเล่าให้ฟังว่า “มักมีคนมาขอคำแนะนำเกี่ยวกับไอเดียธุรกิจ ส่วนใหญ่อยากรู้ว่าไอเดียของพวกเขาจะทำเงินหรือไม่ หนูจะถามกลับไปเสมอว่าสินค้าหรือบริการนั้นตอบโจทย์ความต้องการของลูกค้าหรือไม่ คือถ้ามันเป็นโปรดัคต์ที่แก้ปัญหาให้ลูกค้าได้ และลูกค้ารู้สึกว่าจะต้องซื้อ มันก็เป็น DEAL ที่ดี”

เรมมียังบอกอีกว่า สิ่งที่ยากให้โฟกัสคือ หนึ่งสำรวจไอเดียกลุ่มเป้าหมาย และตั้งคำถามมากมาย สองทำการบ้าน ศึกษาตลาดดูว่ามีความเป็นไปได้แค่ไหนที่ผู้บริโภคจะตอบรับ มีสินค้าอื่นคล้ายกันไหมในตลาด แนวโน้มเป็นอย่างไร ราคาที่จำหน่ายละที่สำคัญต้องเริ่มที่ความชอบ ต้องมีความมั่นใจ และเชื่อมั่น นี่คือนหัวใจของการเป็นผู้ประกอบการ **๕**





## KK SME รดคุณ 3 สิ้นเชื่อที่รู้ใจ SME

อย่างที่ทราบกันดี ปัญหาแรกและปัญหาใหญ่ของผู้ประกอบการ SME คือ ปัญหาการจัดการทางการเงินและการไม่สามารถเข้าถึงแหล่งเงินทุนได้ ด้วยความเป็นผู้ประกอบการรายเล็กที่ไม่มีหลักทรัพย์ค้ำประกัน ซึ่งถือว่ามีความเสี่ยงในการทำธุรกิจค่อนข้างสูง จึงเป็นเหตุผลที่ทำให้สถาบันการเงินปฏิเสธปล่อยสินเชื่อให้กับผู้ประกอบการกลุ่มนี้

แต่เมื่อโจทย์ของธนาคารเกียรตินาคิน จำกัด (มหาชน) ซึ่งให้ความสำคัญกับกลุ่ม SME มาโดยตลอด ต้องการช่วยเหลือด้านเงินทุนแก่ผู้ประกอบการ SME ให้เพียงพอต่อความต้องการในการทำธุรกิจ ประกอบกับการมีจุดแข็งอันเนื่องมาจากความชำนาญด้านการปล่อยสินเชื่อเข้าซื้อรถยนต์มานาน จึงลดข้อจำกัดในการเข้าถึงแหล่งเงินทุนสำหรับ SME ด้วยการออกสินเชื่อ **KK SME รดคุณ 3** เพื่อเป็นทางเลือกใหม่สำหรับ SME ที่ต้องการสินเชื่อในการทำธุรกิจ

ดร.อนุชิต อนุชิตานุกุล ประธานสายพัฒนาระบบงาน ช่องทางขายและผลิตภัณฑ์ ธนาคารเกียรตินาคิน จำกัด (มหาชน) มองภาพปัญหาการเข้าถึงแหล่งเงินทุนของ SME อย่างเข้าใจ จากความเป็นผู้ประกอบการขนาดเล็ก และมีสายป่านทางการเงินสั้น ที่ทำให้บ่อยครั้งต้องเผชิญปัญหาเงินทุนไม่เพียงพอต่อการลงทุน หรือนำไปใช้หมุนเวียนในกิจการ ยิ่งหากต้องการวงเงินสูง ก็มีปัญหาลำบากในเรื่องต้องมีหลักทรัพย์ค้ำประกันสูง ฉะนั้นจึงเป็นอุปสรรคหนึ่งที่ทำให้ผู้ประกอบการ SME ไทยไม่เติบโต ขณะเดียวกันในมุมมองของธนาคารเกียรตินาคิน SME ขนาดเล็กก็ถือเป็นกลุ่มที่ใหญ่ และเป็นตลาดที่มีความสำคัญเป็นอย่างมาก ดังนั้น หากสามารถช่วยแก้ปัญหาการเข้าถึงแหล่งเงินทุนให้กับ SME ได้ย่อมส่งผลให้ธนาคารมีโอกาสขยายฐานลูกค้าไปสู่กลุ่มผู้ประกอบการ SME ขนาดเล็ก ซึ่งเป็นฐานลูกค้าขนาดใหญ่ได้ด้วย

“จากการสำรวจเราพบว่า ผู้ประกอบการ SME อย่างน้อยจะมีรถยนต์คันเพื่อใช้ในการทำธุรกิจ ขณะที่ธนาคารเกียรตินาคินเองก็ทำสินเชื่อเข้าซื้อรถยนต์มานาน และมีความเชี่ยวชาญอยู่แล้ว เราจึงเลือกออกผลิตภัณฑ์ทางการเงินใหม่ที่ต่อยอดจากความเชี่ยวชาญเรื่องสินเชื่อรถยนต์ ซึ่งปัญหาทางการเงินของ SME ที่เข้าถึงแหล่งเงินทุนไม่ได้เพราะไม่มีหลักทรัพย์ค้ำประกัน ก็สามารถนำรถยนต์นั้นมาให้เป็นหลักค้ำประกันได้ ซึ่งสินเชื่อที่เราได้เปิดตัวมาตั้งแต่เมื่อต้นปี ผลจากการทดลองทำตลาด พบว่า บัณฑิตที่ลูกค้าเลือกใช้บริการรดคุณ 3 นั้นเนื่องจากลูกค้าสามารถใช้รถยนต์เป็นหลักทรัพย์ค้ำประกันแล้วได้รับวงเงินสูงสุดถึง 3 เท่าของมูลค่ารถ นอกจากนี้ ดอกเบี้ย และค่าธรรมเนียมต่างๆ ยังอยู่ในเกณฑ์ที่ดีเมื่อเปรียบเทียบกับสินเชื่อธุรกิจอื่นๆ”

ดังนั้น KK SME รดคุณ 3 จึงเป็นผลิตภัณฑ์ที่สะท้อนถึงความเข้าใจในความต้องการของผู้ประกอบการ SME ขนาดเล็กในแง่หลักค้ำประกันได้อย่างแท้จริง และด้วยวงเงินสูงถึง 3 เท่าของมูลค่ารถยนต์ที่ค้ำประกัน สามารถยื่นขอสินเชื่อได้สูงสุด 3 คันต่อลูกค้าหนึ่งราย ก็จะทำให้ลูกค้าได้รับวงเงินเพียงพอสำหรับการต่อยอดธุรกิจ

ขณะเดียวกัน ปพนธ์ มังคละธนะกุล ผู้จัดการบริษัทที่ปรึกษาธุรกิจ บริษัท ลัมยักษ์ จำกัด ที่ปรึกษาของธนาคารเกียรตินาคิน ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อ SME กล่าวเสริมว่า SME ไทยมีศักยภาพในการเติบโตสูง หากได้รับการสนับสนุนอย่างครบถ้วน โดยเฉพาะอย่างยิ่งการเข้าถึงแหล่งเงินทุน

“KK SME รดคุณ 3 จะช่วยให้ SME เข้าถึงแหล่งเงินทุนได้ง่ายขึ้น จะช่วยในเรื่องกระแสเงินสดซึ่งเป็นเงินทุนหมุนเวียนในการต่อยอดธุรกิจ ซึ่งกระแสเงินสดก็เหมือนอากาศ ถ้า SME ขาดก็อาจต้องไปพึ่งเงินนอกระบบ แต่สินเชื่อตัวนี้เราต้องการช่วย SME ให้ความใจได้สะดวกขึ้น โดยมีจุดเด่นคือใช้รถเป็นหลักประกัน โดยรถยนต์นี้ต้องมีอายุการใช้งานไม่เกิน 8 ปี เป็นการให้ประโยชน์จากสินทรัพย์ที่ใช้ในการทำธุรกิจ ไม่ต้องใช้หลักประกันประเภทอสังหาริมทรัพย์ซึ่งมีราคาสูง ให้อายุเงินสูงถึง 3 เท่าของมูลค่ารถยนต์ที่พอเพียงสำหรับธุรกิจ ขณะที่อัตราดอกเบี้ย แข่งขันได้เมื่อเทียบกับสินเชื่อธุรกิจอื่น และมีความรวดเร็วในการอนุมัติ เพราะสินเชื่อนี้ใช้รถเป็นหลักประกัน จะวิเคราะห์เป็นสินเชื่อธุรกิจต้องดูบัญชี หรือ Statement ประกอบด้วย โดยจะเป็นบริษัทหรือบุคคลธรรมดาก็ได้”

ทั้งนี้ ในตอนท้าย ดร.อนุชิตกล่าวว่า ผู้ประกอบการ SME โดยธรรมชาติเป็นนักสู้และต้องการสู้กับผู้ที่ใหญ่กว่าอยู่แล้ว ดังนั้น เงินทุนนี้จะเป็นการต่อยอดให้กับการเป็นนักสู้ของ SME เช่นเดียวกับ Viral Clip ชุดใหม่ของธนาคารที่ชื่อว่า “พลอยนักสู้” (เข้า YouTube แล้วพิมพ์คำว่า “พลอยนักสู้ ธนาคารเกียรตินาคิน”) โดยเป็นเรื่องของพลอย เด็กสาวผู้ชื่นชอบการทำขนม แต่ก็มีอีกสิ่งที่เป็นความรักคือการเป็นนักมวยหญิง โดยได้มุ่งมั่นฝึกซ้อมอย่างเต็มที่เพื่อมุ่งสู่ฝัน พลอยจะใช้วิธีการขกข้ามรุ่นกับคู่ต่อสู้ที่รุ่นใหญ่กว่า เพราะเชื่อว่าจะเป็นการก้าวไปสู่ นักมวยอาชีพได้เร็วขึ้น **๕**







# THE FIRST MOVER

## นันท์วัฒน์ สุรวดีเสถียร



การเป็น First Mover ใช้ความรวดเร็วให้เป็นข้อ  
เขาไปปักธงในตลาดเป็นเจ้าแรก ย่อมมีโอกาสในการทำตลาด  
ได้ก่อนใคร แต่มันยังเป็นการสร้างภาพลักษณ์ของแบรนด์  
**ให้ลูกค้าจดจำแบรนด์นั้นเป็นลำดับแรก**  
และทำให้เกิดการโฆษณาแบบปากต่อปาก  
(Word of Mouth) ทุกครั้งที่เราพูดถึงสินค้าด้วย



นันท์วัฒน์ สุรวดีเสถียร ผู้ผลิตกรีก โยเกิร์ต ภายใต้แบรนด์ Innocentcow คือตัวอย่างที่ชัดเจนของการเป็น First Mover ในยุคที่ย้อนหลังไปเมื่อ 3-4 ปีที่แล้วที่คนไทยน้อยคนนักจะรู้จักกรีก โยเกิร์ตว่าคืออะไร แต่เขาไม่เพียงทำให้ Innocentcow กลายเป็นเจ้าแรกในตลาดกรีก โยเกิร์ตในบ้านเราเท่านั้น หากยังเป็นสินค้าโฮมเมดเล็กๆ ที่เริ่มต้นจากครัวในบ้าน แต่กลับกลายเป็นผู้บุกเบิกตลาด ที่แม้จะไม่มีประสบการณ์ในการทำธุรกิจมาก่อน ก็สามารถต่อยอดสินค้าโฮมเมดเล็กๆ นั้น ให้กลายเป็นจุดเริ่มต้นของ Innocentcow ขึ้นมาได้ ที่สำคัญเขายังเป็นตัวอย่างของการบาลานซ์งานประจำในธนาคารที่ใช้วิชาที่ร่ำเรียนมากับการทำธุรกิจที่ให้ความสุขสนุกสนานควบคู่กันไปได้อย่างลงตัว

อะไรคือสิ่งที่ทำให้ผู้ชายคนนี้ประสบความสำเร็จ ติดตามวิถีคิดการทำธุรกิจที่สะท้อนตัวตนของเขาได้จากบทสัมภาษณ์ต่อไปนี้

### Innocentcow มีจุดเริ่มต้นอย่างไร

เมื่อ 3 ปีที่แล้ว ได้มีโอกาสเดินทางไปอเมริกา และด้วยความที่เป็นคนชอบรับประทานอาหารอยู่แล้ว เลยเข้าไปซูเปอร์มาร์เก็ตดูว่ามีอาหารอะไรแปลกๆ บ้าง ก็ไปเจอที่เชลฟ์โยเกิร์ต เห็นว่าโยเกิร์ตที่อยู่บนเชลฟ์เป็นกรีก โยเกิร์ต (Greek Yogurt) หมดเลย ถึงงวามันคืออะไร ลองซื้อมารับประทานดูรสชาติแปลกๆ เนื้อเนียนแน่น รับประทานแล้วอืมเลยทันที ซึ่งที่อเมริกาตอนนั้นกรีก โยเกิร์ต กำลังฮิตมากเพราะว่าเป็นซูเปอร์ฟู้ด เนื่องจากมันมีสารอาหารที่มีประโยชน์ต่อร่างกายมากกว่าโยเกิร์ตธรรมดาซึ่งถ้าดูที่เชลฟ์แทบจะไม่มีโยเกิร์ตธรรมดาให้เห็นเลย

พอลกลับมาเมืองไทย ก็เลยศึกษาค้นคว้าดู โดยดูไปถึงกรรมวิธีผลิต ซึ่งมันคือการเอาโยเกิร์ตธรรมชาติมากรองเอาของเหลวออก ฉะนั้นเนื่อโยเกิร์ตที่ได้จะหดตัวลง โดยที่สารอาหารที่สูงหายไปคือน้ำตาล แต่โปรตีนแร่ธาตุอื่นๆ ยังอยู่ครบถ้วน ดังนั้น ถ้าเรารับประทานกรีกโยเกิร์ตเข้าไปหนึ่งคำจะได้โปรตีนมากกว่าโยเกิร์ตธรรมดา 2-3 เท่า จากนั้นก็เลยลองทำด้วยตนเอง โดยการเริ่มเพาะจุลินทรีย์ ปั่นเชื้อขึ้นมาเอง ซึ่งก็มาจากการเชิรชภูเกิล ยูทูบ แม้ตัวเองไม่มีความรู้เลย เพราะจบบัญชี แล้วเรียนต่อด้านไฟแนนซ์ ทำงานด้านธนาคารมาก็สามารถทำได้

โดยแรกๆ เราก็ไปซื้อโยเกิร์ตธรรมดาๆ แต่เลือกที่ดีหน่อย ตักมานิดหนึ่งถ้าเป็นโยเกิร์ตไทยจะมีเชื้อจุลินทรีย์อยู่ 2 ตัวคือ แลคโตบาซิลลัส กับสเตรปโตคอกคัส เราไปเลือกหาโยเกิร์ตที่นำเข้าจากเมืองนอกซึ่งจะมีโปรไบโอติกส์ด้วย เอาโยเกิร์ตใส่กับนม แล้วทิ้งเอาไว้จนมาเป็นโยเกิร์ต จากนั้นก็เอามากรอง ลอดผิตลอดจนอยู่ได้ประมาณ 6 เดือน จนคิดว่าได้รสชาติที่ลงตัวแล้ว ช่วงนั้นมี Flea Market แนวสุขภาพ ก็ลองไปเปิดบูธขายดู ตอนแรกก็ไม่ค่อยแน่ใจว่า จะมีคนซื้อหรือเปล่า แพ็กเกจจิ้งก็ทำแบบง่ายที่สุด ที่ไม่ต้องลงทุนมาก ไปซื้อถ้วยพลาสติกที่สามารถซึลได้ พอซึลเสร็จก็เอาผ้าที่เป็นเหมือนป้ายเก่า มาแปะ ทำมือเองทั้งหมดเลย Flea Market ที่ไปออกบูธกลุ่มเป้าหมายคนมาเดินเป็นคนต่างชาติ เขารู้จักและรับประทานกรีกโยเกิร์ตอยู่แล้ว ตอนนั้นตั้งราคาขายกระปุกละ 100 บาท ซึ่งเป็นราคาที่แพงสำหรับคนไทย แต่ด้วยความที่เป็นกรีกโยเกิร์ตซึ่งต้นทุนจะสูงกว่าโยเกิร์ตธรรมดามาก เนื่องจากเราใช้นมประมาณ 3 เท่าของโยเกิร์ตธรรมดาแล้วต้นทุนทั้งหมดไป 80 เปอร์เซนต์อยู่ที่นม แต่สำหรับต่างชาติราคานี้ถูกกว่าที่เขาซื้อรับประทานที่ต่างประเทศเสียอีก และถ้าไปซื้อในห้างราคา 160-170 บาท เราทำไปแค่ 50 กระปุกทำในหนึ่งครั้งที่บ้าน ปรากฏว่าเขาเหมาไปหมด เขาลองชิมแล้วบอกว่ารสชาติดี

หลังจากนั้นไปออกงาน Flea Market ครั้งที่สองลูกค้าเจ้าเก่ากลับมา เขาบอกว่าหาซื้อที่ไหนไม่ได้เลย เขาเลยถามว่าเรารับดิลิเวอรี่ เราก็เลยรับส่งดิลิเวอรี่ ซึ่งจากที่มีลูกค้าไม่กี่รายในตอนแรกก็เพิ่มขึ้นเรื่อย ๆ พอเพิ่มขึ้นคิดว่ามันพอไปได้ เราก็ขยายวงกว้างอีก สร้างอินสตาแกรมขึ้นมา เริ่มโพสต์รูป ทำเสร็จก็ถ่ายรูปลงอินสตาแกรม แล้วก็แนะนำคนว่า กรีกโยเกิร์ตคืออะไร รับประทานยังไงได้บ้าง พออินสตาแกรมเป็นที่แพร่หลาย ลูกค้าที่ซื้อของเราไปก็โพสต์โชว์บ้าง มันเริ่มคล้ายๆ เป็นคอมมูนิตีสำหรับคนรักสุขภาพขึ้นมา

## ตอนนั้นกรีกโยเกิร์ตไม่ค่อยเป็นที่รู้จักของคนไทย และ การที่คุณเป็นเจ้าแรกมีความยากง่ายในการทำธุรกิจยังง

ความยากคือตอนนั้นไม่ค่อยมีคนรู้จักกรีกโยเกิร์ต คำถามที่ทุกคนถามคือกรีกโยเกิร์ตคืออะไร มันแตกต่างจากโยเกิร์ตทั่วไปยังไง ก็ต้องให้การอธิบาย ซึ่งพอเขาถามกรีกโยเกิร์ตคืออะไร แล้วเราบอกเป็นโยเกิร์ตที่โปรตีนสูง ไม่มีไขมันเลย เขาก็สนใจแล้วถามต่อว่าดีกว่าโยเกิร์ตธรรมดายังไง เราก็ต้องเริ่มอธิบายให้เขาฟัง แล้วคำถามสุดท้ายที่ทุกคนถามคือราคาเท่าไร พอบอกราคาไปก็ตกใจ ทำไมแพงจัง เราก็ต้องค่อยๆ อธิบายให้เขาฟัง ที่แพงเพราะว่ากรรมวิธีมันเป็นอย่างนี้ เราไม่ได้ขายโยเกิร์ตธรรมดาที่หวานเหมือนน้ำเชื่อม แต่เป็นโยเกิร์ตที่มีโปรตีนสูง ไขมันต่ำ แล้วใส่โปรไบโอติกส์เข้ามาด้วย เขาก็เลยเข้าใจ คนบางคนก็คิดว่าราคาแพงเกินไป ก็ลองซื้อไปรับประทานดู แต่คนที่รักสุขภาพเขาจะรับประทานแบบนั้น แล้วโชคดีว่าหลังจากนั้นกระแสสุขภาพมาค่อนข้างเยอะ ฉะนั้นคนจะยอมจ่ายเพื่อสุขภาพ

การที่เราเป็นคนแรกก็ย่อมมีความได้เปรียบคนอื่น คนพูดถึงว่าเราเป็นคนแรกนะ ก็เกิดเป็น Word of Mouth ขึ้นมา ที่สำคัญการเป็นเจ้าแรกคนที่จะมาตามจะมีช่วงห่างค่อนข้างเยอะ กว่าพัฒนาขึ้นมาได้ ก็จะมาตามเราไม่ทัน และด้วยความที่มันเป็นสตาร์ทอัพเล็กๆ อยู่ ฉะนั้นการที่จะปรับเปลี่ยนอะไรเราสามารถทำได้ค่อนข้าง



เร็ว ถ้าเป็นเจ้าใหญ่กว่าจะทำ ต้องผ่านมาร์เก็ตติ้งรีเชิร์ช ต้องจ้างคนมาทดสอบว่าเป็นยังไง กว่าที่จะพัฒนาขึ้นมาได้ก็ต้องใช้เวลา

## ใช้เวลานานมัยในการทำตลาดให้คนรู้จัก

ใช้เวลาค่อนข้างนาน มันมีคำถามมาตลอดว่ากรีกโยเกิร์ตคืออะไร ต่างจากโยเกิร์ตทั่วไปยังไง ก็เลยใช้วิธีเขียนง่ายๆ ว่ากรีกโยเกิร์ตคืออะไร ข้อดีของมันอะไร ต่างจากโยเกิร์ตธรรมดายังไง พอคนถามเราก็จะเอาที่เข้าใจง่ายให้เขาเลย เป็นฟอร์มของเรา ส่งอีเมล หรือ Inbox ตอนที่เราโพสต์ไอดีแรกๆ เราก็จะบอกทุกครั้งว่า กรีกโยเกิร์ตมันดียังไง โดยสิ่งสำคัญคือรูปต้องสวย อาหารเข้าต้องดูดีมีความสวยงาม คนเห็นรูปสวยๆ ปุ๊บก็จะมาอ่า่นข้างล่างว่ามันคืออะไร

แล้วตอนแรกมีรสธรรมชาติรสเดียว ไม่มีน้ำตาล ไม่มีไขมัน พอหลังจากเริ่มทำมาเรื่อยๆ ก็คิดว่า คนไทยอาจจะไม่ชอบ เพราะคนไทยติดรับประทานหวาน เลยทำรสวานิลลา ชาเขียว ให้มีรสชาติอื่นมากขึ้น น้ำตาลน้อยกว่าโยเกิร์ตทั่วไป จริงๆ อยู่บนออนไลน์ไม่นานประมาณ 3 เดือน พิตแบ็กดีลูกค้าเยอะมาก ร้านโบเมียงซึ่งเป็นร้านเพื่อสุขภาพก็ติดต่อมา อยากจะเอาไปวางจำหน่ายในร้าน เราคิดว่าด้วยความที่เราไม่ได้มีการทำมาร์เก็ตติ้งอะไร ถ้าวางบนเชลฟ์ก็อยากใหวางแล้วมันเด่น เหมือนเป็นการทำมาร์เก็ตติ้งไปในตัว เลยดีไซน์แพ็กเกจจิ้งแบบจริงจังขึ้นมา จากนั้นก็มีคนต่างชาติไปถามที่วิลล่าว่ามียี่ห้อไหน ทางวิลล่าเลยติดต่อมาอีก นอกจากนี้ หัวหน้าแผนกท็อปส์ เป็นซูเปอร์มาร์เก็ต เขาเป็นคนรักสุขภาพอยู่แล้ว เห็นเราในอินสตาแกรมก็ติดต่อมาอยากเอาไปขายในท็อปส์ เป็นซูเปอร์มาร์เก็ต มันก็ค่อยๆ ขยายมาเรื่อยๆ

## ตอนแรกคิดเลยมัยว่าจะทำเป็นธุรกิจ

ตอนแรกไม่เคยคิดเลย เราอยากทำรับประทานเอง คุณแม่เป็นคนชอบทำอาหารอยู่แล้ว ตอนนั้นแม่จะรับประทานโยเกิร์ตพุดดิ้ง ก็บอกแม่ไปว่าโยเกิร์ตพวกนี้ไม่ค่อยมีประโยชน์ เลยทำให้แม่รับประทานดู พอออกมามันอร่อยก็ทำแจกเพื่อนที่ทำงาน คนก็ชอบ แต่กรีกโยเกิร์ต ยังไม่มีในไทยเลย เราเป็นเจ้าแรกและเป็นกรีกโยเกิร์ตของคนไทย แต่ตอนนั้นเริ่มมี 4-5 เจ้าแล้ว ทั้งแบรนด์ใหญ่และแบรนด์เล็กแบบเรา แต่พอเริ่มทำยิ่งสนุกมากขึ้น กลายเป็นกลุ่มลูกค้ากลุ่มหลักเป็นกลุ่มรักสุขภาพ เป็นแฟนคลับ ก็จะเป็นคอมมูนิตี หรือแม้แต่ว่าคนขายเองก็จะมีกลุ่มของเรา ขายกาโนรา อาหารคลีน เราก็นัดเจอกันหรือเวลาไปออกบูธก็ชวนกันไป จะเหมือนเป็นคอมมูนิตี ก็ช่วยเราในแง่การทำธุรกิจ เช่น จัดเวิร์กช็อปก็ชวนเราไปพูดให้คนเข้าใจเรามากขึ้น

## จุดเด่นของ Innocentcow คืออะไร

จุดเด่นที่ยังเป็นจุดขายของเราอยู่คือ เรื่องว่าไขมัน 0 เปอร์เซนต์ แคลอรี่ค่อนข้างต่ำ แล้วเราจะไม่ทำให้มีรสชาติเหมือนโยเกิร์ตทั่วไป แต่เน้นรสที่ไม่มีในท้องตลาด เช่น รสวานิลลาปิ่น รสลาเต้ รสมัททะ หรือสตอว์เบอร์รี่ที่ไม่ใช่สตอว์เบอร์รี่ธรรมดาแต่เป็นสตอว์เบอร์รี่ข้าวโอ๊ต ซึ่งรสนี้ขายดีที่สุด รับประทานแล้วได้โปรตีนและได้ไฟเบอร์จากข้าวโอ๊ตด้วย ตอนนี้เราจะมีรสใหม่เป็นรสบลูเบอร์รี่พุดดิ้ง คือกรีกโยเกิร์ต รสบลูเบอร์รี่ที่มีเมล็ดเจียด้วย ซึ่งสูตรนี้ค่อนข้างยาก เพราะเมล็ดเจียมันมีกลิ่นและต้องทำยังไงให้รับประทานแล้วอร่อย ก็ต้องปรับสูตรปรับรสเพื่อให้รับประทานแล้วกลมกล่อม อีกอย่างหนึ่งกรีกโยเกิร์ตที่ทำขึ้นมามีครั้งแรกเนื่อจะแน่นมาก ตักขึ้นมากินจะติดคอกด้วยซ้ำไป เพราะมันเข้มข้นมาก ซึ่งจริงๆ แล้วเนื่อโยเกิร์ตแบบนี้ฝรั่งชอบ แต่คนไทยไม่ชอบ พอลูกค้ามาคอมเมนต์มา เราก็ปรับสูตรขึ้นมาจนได้สิ่งที่เหมาะสมกับคนไทย ฉะนั้นเราก็มีปรับเรื่องรสชาติและสูตรเพื่อให้ถูกปากคนไทยตลอดเวลา





ยอดขายเราก็โตขึ้นเรื่อยๆ  
ฉะนั้นไม่ได้เป็นแค่แฟนเฉยๆ  
เพราะคิดว่าคนจะเริ่มเปลี่ยน  
พฤติกรรมบริโภคอาหาร  
ที่หวานๆ หรือไม่มีประโยชน์  
มาเลือกบริโภคอาหาร  
ที่มีประโยชน์มากขึ้น



#### กรีก โยเกิร์ต มันจะเป็นแค่แฟนหรือเปล่าพอคนเบื่อก็กเลิ

ตอนแรกก็คิดว่า ตรงนี้เป็นเทรนด์หรือเปล่า คนอาจจะแค่เข้ามา  
เบื่อก็กลับไปหรือเปล่า ตอนนั้นก็พิสูจน์มาแล้วว่า ยอดขาย  
เราก็โตขึ้นเรื่อยๆ ฉะนั้นไม่ได้เป็นแค่แฟนเฉยๆ เพราะคิดว่า  
คนจะเริ่มเปลี่ยนพฤติกรรมบริโภคอาหารที่หวานๆ หรือไม่มี  
ประโยชน์มาเลือกบริโภคอาหารที่มีประโยชน์มากขึ้น ตั้งแต่แรก  
ที่ทำฉลากขึ้นมาจะใส่ส่วนประกอบและข้อมูลทางโภชนาการเสมอ  
เพราะว่าลูกค้าคนที่เข้ามาถามว่า มีแคลอรีเท่าไร มีไขมันเท่าไร  
น้ำตาลกี่กรัม ทุกคนให้ความสนใจตรงนั้นมาก ฉะนั้นเราต้องใส่  
ข้อมูลโภชนาการให้คนเห็นอยู่

#### คุณคิดว่า Key Success ของ Innocentcow คืออะไร

คิดว่าจริงๆ แล้วทุกธุรกิจก็คงเหมือนๆ กัน คือ เราต้องซื่อสัตย์  
กับผู้บริโภค ไม่ได้หมายความว่า ผู้บริโภคเป็นพระเจ้า แต่ผู้บริโภค  
เหมือนคนในครอบครัว เราก็อยากให้คนในครอบครัวได้รับประทาน  
แต่สิ่งดีๆ ฉะนั้นการที่เราทำให้ผู้บริโภคได้รับประทานก็เหมือนทำให้  
พ่อแม่เราได้รับประทาน ซึ่งเราเน้นมาตลอดว่า กรีก โยเกิร์ตของเรา  
ธรรมชาติ 100 เปอร์เซ็นต์ ถึงจะมองว่า ราคาแพงแต่เราไม่ได้  
ตั้งราคาแพงเพื่อจะมีเงินเยอะๆ มันมีที่มาที่ไปว่าทำไมถึงแพง  
ของเรามีมันดียังไง เราเป็นโฮมเมดเล็กๆ ใช้น้ำตาลจากโยเกิร์ต  
ธรรมชาติ ซึ่งเป็นจุลินทรีย์ที่มีชีวิตอยู่ แล้วเมื่อรับประทานเข้าไปแล้ว  
ทำงานในลำไส้เรา ทำให้ลำไส้เราสะอาดขึ้น ฉะนั้นเราจะเน้น  
ตรงจุดๆ นี้ ถ้าโปรดักต์ของเราไม่ได้มาตรฐาน เราจะเอาออกทันที  
หรือถ้าลูกค้าเจอรสชาติที่รับประทานแล้วรู้สึกว่ารสชาติผิดเพี้ยน  
เราจะส่งกลับไปให้เขาใหม่ทันที เราจะไม่มีข้อแก้ตัวตรงนี้ แล้ว  
อีกด้านคือเราจะใส่ใจผู้บริโภค ลูกค้าถามมาเราจะคุยกับเขาเป็น  
เหมือนเพื่อนกันทันที ไม่ว่าจะเป็นถามว่ามีกี่แคลอรีเราก็ตอบเขา  
ถามว่ารับประทานแล้วดียังไง เราจะสอนเขา เราใส่ใจตรงนั้นมาก  
เพราะคิดว่าข้อมูลที่ทำให้ลูกค้าต้องถูกต้องและรวดเร็ว แม่นยำ  
เวลาออกมือนหรือทำกิจกรรมทุกครั้งได้ปี๊ดแบ๊กอะไรมาก็ต้องเอามา  
คิดปรับปรุง เช่น หวานไป เราก็จะลดลงมา แต่ลูกค้าหลายคน  
ก็นานาจิตตังความชอบไม่เหมือนกัน ต้องพยายามอธิบายให้เขา  
ฟัง ตรงนี้เหมือนต้องมีจิตวิทยา มีความเข้าใจลูกค้า ใจเขา ใจเรา  
เขาต้องการอะไร และทำไม่ให้เป็นแบบนั้น จะพูดยังไงให้เขาเข้าใจ  
เราด้วย

#### จากเดิมเป็นโฮมเมด ตอนนี้ลูกค้ามากขึ้นมีความเปลี่ยนแปลง อย่างไร

ตอนแรกทำกับแม่สองคน พอเริ่มวางจำหน่ายในท็อปส์  
ซูเปอร์มาร์เก็ต เราเริ่มไม่ไหวแล้ว เพราะทำงานธนาคารก็จะกลับ  
มาบ้านก็ 3 ทุ่มแล้วก็นั่งปั่นโยเกิร์ต ซึ่งด้วยความที่การปั่น  
โยเกิร์ตมันใช้เวลาานาน ทำตอนกลางวัน แล้วตอนเช้าก็เสร็จ





● ● ●

เป็นความตั้งใจ  
ของตัวเองด้วยว่า  
เราจะเป็นเจ้าแรกเสมอ  
และก็ต้องตอบโจทย์ลูกค้า  
เป็นสิ่งที่ไม่มีในประเทศไทย  
เราจะพยายามลองทำอะไรใหม่ๆ  
ซึ่งถ้าสามารถทำได้ก็ดี  
แต่ถ้าทำไม่ได้ก็ไม่เป็นไร

● ● ●

แล้วพอตัวเราต้องมาจับงานด้านโอเปอเรชั่น เราจะมองแค่เป็นวันต่อวัน พอเราเริ่มไปเรื่อยๆ จะคิดว่ามันไม่ได้แล้ว เรายังมองแค่ภาพเล็กๆ ไม่ได้มองภาพใหญ่ เราเลยต้องค่อยๆ สร้างระบบขึ้นมาเพื่อเราจะได้ขยายออกมา แล้วมาดูภาพกว้างมากขึ้น ก็เลยสร้างโรงงานเล็กๆ ขึ้นมา เพราะถ้าจะขายในท็อปส์ ซูเปอร์มาร์เก็ตต้องมี อย. มีมาตรฐานการผลิต ซึ่งก็เป็นข้อดีเพราะเราก็ให้ อย. เข้ามาดู ซึ่งเขาแนะนำว่าต้องสร้างยังงี้ ถ้าวัตถุดิบเข้ามาจะต้องเข้ามายังไง ห้องผลิต ห้องบรรจุ ห้องส่งออก จากนั้นก็สร้างเป็นโรงงานเล็กๆ ขึ้นมา สั่งเครื่องจักรเข้ามาในการทำ จ้างพนักงานเพิ่ม รู้ว่าระบบข้างต้องมียังงี้ มีการจ่ายเงิน วางบิลยังงี้ เราก็เช็คอัพทุกอย่างขึ้นมาให้เป็นระบบ

จริงๆ พอเราเช็คทุกอย่างเป็นระบบ มีคุณแม่เป็นเหมือนผู้จัดการทั่วไป การบริหารจัดการก็ง่าย มันเดินไปได้ด้วยตัวมันเอง ตอนนั้นยอดขายเดือนหนึ่ง 6,000-7,000 ถ้วย แต่เราไม่จำเป็นต้องมานั่ง 24 ชั่วโมงกับมัน เวลาที่จะมีมากขึ้นแล้วกลับมาบ้านก็ดูบัญชี ให้เวลาว่าง มานั่งวางแผนจะพัฒนาต่อยอดขาย จะขยายไปได้ยังงี้ จะผลิตอะไรใหม่ๆ ขึ้นมา หรือว่าจะมีโปรดักต์แปลกๆ ขึ้นมาดีกว่า ซึ่งด้วยความที่

ทุกอย่างมันถูกเช็คให้เป็นระบบแบบนั้นจึงยังไม่คิดที่จะออกจากงานธนาคาร มันอยู่ที่การจัดการ การสร้างระบบ ถ้าทำได้ก็จะสามารถทำ 2 อย่างได้ไปพร้อมๆ กัน ยิ่งด้วยการทำงานไฟแนนซ์มา เลยสร้างระบบที่สามารถติดตามได้ตลอด วันนี้ขายได้เท่าไร ต้นทุนเป็นยังงี้ สาขาไหนยอดขายขึ้น สาขาไหนยอดขายลง เพราะอะไร เราจะมานั่งดูตรงนั้นมากกว่าเพื่อแก้ไข

#### จากมนุษย์เงินเดือนเมื่อมาทำธุรกิจมีความแตกต่างกันมากมัย

ต่างกันมากเหมือนเป็นคนละโลก ทำงานในออฟฟิศก็นั่งทำงานมีงานเข้ามา ไปหาลูกค้า หรือว่าคุยกับเจ้านาย ก็มีความเครียดของมันระดับหนึ่ง แต่ถ้าทำธุรกิจของตนเองมันจะมีจุดให้คิดตั้งแต่เข้ายันเย็น เช่น คนงานลาออก หรือว่าซัพพลายเออร์ไม่ส่งของเข้ามา มีเรื่องต้องบริหารเงินของเราด้วย เช่น ถ้าจะสั่งถ้วยเข้ามาก็ต้องดูเครดิตเทอมด้วย เราสั่งมาเยอะก็ไม่ได้กำลังเราน้อยก็ต้องเจรจาต่อรอง อีกข้อหนึ่งเมื่อทำธุรกิจแล้วเชื่อว่าทุกคนต้องเจอเหมือนกัน คือต้องมีพนักงานที่มาทำงานต่อจากเรา เรายังเลิกพนักงานไม่เยอะ พนักงานเราอาจจะจะมีเทิร์นโอเวอร์ค่อนข้างสูงกว่าจะเทรนคนขึ้นมา พอเมื่อก็ออก เราต้องพยายามทำยังงี้ให้เขาทำงานอยู่กับเรา

#### คุณวางแผนเป้าหมายเอาไว้ยังงี้บ้าง

มาถึงวันนี้ก็ถือว่าเกินความคาดหมายมาก ไม่คิดว่าจะสร้างแบรนด์ขึ้นมาจากไม่มีอะไรเลย จนตอนนี้เป็นที่พูดถึงกันมากขึ้น แต่ว่าตอนนั้นเราคิดว่าเราต้องโตไปอีกขั้น ต้องทำให้บรรลุจุดหมายที่เราตั้งเอาไว้ คือการขยายตลาด ตอนนั้นคนกรุงเทพฯ รู้จัก Innocentcow ค่อนข้างดีแล้ว แต่คนต่างจังหวัดเขาอาจจะยังไม่ถึงผลิตภัณฑ์ตัวนี้ ดังนั้น ความตั้งใจคืออยากขยายตลาดไปต่างจังหวัดให้มากขึ้น เพื่อให้ได้ยอดขายสักเดือนละล้านบาท จากวันนี้เราได้ 400,000 บาท ซึ่งคิดว่ายิ่งเราขายไปมากเท่าไร คนก็ยิ่งรู้จักกรีก โยเกิร์ตมากขึ้น มันก็จะโตขึ้นไปได้อีก โดยตอนนี้

พยายามปรับปรุงต้นทุนให้ต่ำกว่านี้ ปรับปรุงโอเปอเรชั่นให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น เป้าหมายคือพยายามลดต้นทุนเหล่านี้เพื่อลดราคาขายให้ต่ำลงเพื่อที่จะขยายตลาดได้เพิ่มมากขึ้น

นอกจากนี้ ในเร็ว ๆ นี้ เรามีเป้าหมายที่จะออกโปรดักต์ใหม่อย่างน้อย 2 โปรดักต์ เป็นไลน์ใหม่ ตอนนี้นึกเอาไว้แล้ว แต่ด้วยความที่เราไม่ได้มี R&D (Research & Development) ใหญ่โตแต่ทำเอง ศึกษาเอง ปริญญาโทโภชนาการ อาจารย์มหาวิทยาลัยบ้าง ฉะนั้นก็ต้องค่อยๆ เป็น ค่อยๆ ไป แต่ที่แน่ๆ โปรดักต์ที่จะทำนี้เราจะเป็นเจ้าแรก เพราะเป็นความตั้งใจของตัวเองด้วยว่าเราจะเป็นเจ้าแรกเสมอ และก็ต้องตอบโจทย์ลูกค้า เป็นสิ่งที่ไม่มีในประเทศไทย เราจะทำอย่างลองทำอะไรใหม่ๆ ซึ่งถ้าสามารถทำได้ก็ดี แต่ถ้าทำไม่ได้ก็ไม่เป็นไร

ส่วนจุดหมายใหญ่ที่ฝันเอาไว้คืออยากพัฒนาอาหารคนไทยให้เทียบเท่ากับสากล เช่น ของเราน่าดีกว่าเพื่อนบ้านของเราแล้วแต่ยังดีไม่เท่ากับฮ่องกง สิงคโปร์ หรือแม้แต่อเมริกาเองก็ตาม อยากพัฒนาให้ไปถึงจุดๆ นั้น ซึ่งตอนนี้ได้ไปดูงานประเทศต่างๆ เช่น เกาหลี ซึ่งนวัตกรรมของเขาค่อนข้างสูงมาก เข้าไปคุยกับซัพพลายเออร์เขาว่า เขามีวิธีการทำยังงี้ มีเทคโนโลยีอะไรบ้าง

#### คุณมีคำแนะนำอะไรสำหรับคนที่ทำธุรกิจโอเมบด

อย่างแรกใจต้องรัก ตามมาด้วยต้องมีความมุ่งมั่นพยายาม ต้องมีคอมมิตเมนต์ บางคนทำเหมือนเป็นแพชั่น ทำมาเวลาทำแล้วเจอปัญหา รู้สึกยาก ขายไม่ได้ ท้อแท้เลิกดีกว่า บางคนก็ทำขึ้นมา เหนื่อย ไม่สบายเลย กลับทำงานออฟฟิศดีกว่า บางคนทำงานออฟฟิศมีช่วงวันหยุด เสาร์-อาทิตย์ก็ไปเที่ยวเล่นดีกว่า คือคนเรามีเวลา 24 ชั่วโมงเท่ากัน ฉะนั้นเราจะแบ่งเวลาอย่างไร เราไม่ได้บอกว่าต้องทุ่มเทกับงาน 100 เปอร์เซ็นต์ แต่อย่างน้อยแทนที่จะเอาเวลาไปดูละคร เอาเวลามาอ่านหนังสือค้นคว้าหาไอเดียใหม่ๆ หรือเวลาท่องเที่ยวต่างประเทศ ถ้าเราลองใส่ใจสิ่งรอบๆ ข้างว่าเรามีอะไร ที่ประเทศไทยเราไม่มี ที่พอเป็นช่องทางได้ ควรเก็บเอามาด้วย **๘**







ร่วมเรียนรู้และเพิ่มขีดความสามารถให้กับธุรกิจ Startup กับรายการ  
“ห้องเรียนผู้ประกอบการ : **เปิดโลก Startup**”



ติดตามรายละเอียดเพิ่มเติมที่ [www.set.or.th/education](http://www.set.or.th/education)

ช่อง **Money Channel**

ทุกวันเสาร์ เวลา 11.00 – 11.30 น.

เริ่ม 6 ส.ค. 2559

**Money**  
Channel

เคเบิลทีวี  
-TrueVisions 782  
-GMM Z 42, 251  
-RS Sun Box 106  
-เคเบิลทีวีท้องถิ่น  
ทั่วประเทศ

จานดาวเทียม  
KU Band  
-PSI OK 60  
-DTV 49  
-InfoSat 92

จานดาวเทียม  
C Band  
-PSI 206  
-DynaSat 48  
-InfoSat  
-ThaiSat  
-IdeaSat  
-LeoTech } 152

ชมผ่านอินเทอร์เน็ต หรือ สมาร์ทโฟน

Money  
Channel  
Download 1dri  
App Store  
Play Store

    
**MoneyChannelThailand**  
[www.moneychannel.co.th](http://www.moneychannel.co.th)



# NUTTIYAR

## งานหัตถกรรม + งานผ้า

Text : Kritsana S. / Photo : Otto

เขตพลหลักที่เลือกขายงานหัตถกรรมไทย  
อย่างงานทอผ้า Mix&Match เข้ากับกระเป๋าแฟชั่น  
เพราะอยากให้ลูกค้าได้ใช้กระเป๋าที่มีเอกลักษณ์  
**โดดเด่น ไม่ซ้ำใคร**  
**และเกิดความรู้สึกหลงรัก**  
ในงานทอผ้าที่สานอย่างประณีตโดยช่างคนไทย



ตาล-ณัฐริยา รัชตราชนชัย ทำกระเป๋าผ้าเย็บติดกับหวายขายครั้งแรกเมื่อตอนอยู่ปี 3 โดยเธอตั้งใจทำอะไรสักอย่างเพื่อขายในงาน Gift ของมหาวิทยาลัย ประจวบเหมาะกับช่วงนั้นที่บ้านมีทั้งตะกร้าหวายและกระเป๋าผ้าแคนวาส เธอจึงหยิบสองสิ่งนี้มาเย็บติดกันเป็นกระเป๋า Bucket Tote ซึ่งได้รับความนิยมเป็นอย่างดี แต่กระนั้นเมื่อขึ้นปี 4 ก็ได้หยุดไป และกลับมาลุยงานกระเป๋าอีกครั้งหลังเรียนจบโดยใช้ชื่อแบรนด์ Nuttiyar ที่สินค้าหลักยังคงเป็นกระเป๋าเย็บติดกับหวาย หากแต่มีความพิเศษเพิ่มขึ้นอย่างความหลากหลายของทรงกระเป๋า และคุณภาพที่ผู้ใช้อย่างพอใจ

“ตอนทำกระเป๋าขายในงาน Gift เราเย็บกระเป๋าติดกับหวายด้วยมือ ทำให้ในวันเย็บกระเป๋าได้ไม่กี่ใบ การยึดติดระหว่างกระเป๋ากับหวายยังสู้การเย็บด้วยจักรไม่ได้ และตะกร้าหวายที่ขายในตลาดมีรูปทรงไม่หลากหลาย ดังนั้นเมื่อตัดสินใจจะทำแบรนด์อย่างจริงจัง เราจึงเลือกที่จะออกแบบตะกร้าหวายเองแทนการซื้อจากตลาด และให้ชาวบ้านในชุมชนจังหวัดอ่างทองเป็นผู้สาน เพราะพวกเขาสานกระเป๋าใหม่กันอยู่แล้ว ส่วนเราเหมือนเข้าไปสร้างงานสร้างรายได้ให้พวกเขาในช่วงกลางปี และหลังจากที่ได้ช่างสาน ขึ้นตอนต่อไปคือ หาช่างเย็บ ซึ่งช่วงแรกต้องแก้ไขงานหลายครั้งมากกว่าจะได้กระเป๋าที่ถูกต้องทั้งในเรื่องดีไซน์และคุณภาพ”

สำหรับเรื่องของคุณภาพกระเป๋า เธอบอกกับเราว่า ตะกร้าหวายทุกใบที่นำมาเย็บเป็นกันกระเป๋ามีความแข็งแรง ทนทาน สามารถรองรับน้ำหนักสิ่งของในกระเป๋าได้ เพราะมีผ้าซับในที่กันกระเป๋ารองรับน้ำหนักของสิ่งของไว้ ส่วนเหตุผลที่เลือกใช้กระเป๋าผ้าแคนวาส เพราะเนื้อผ้าแคนวาสมีความหนาและแข็งแรง เหมาะจะนำมาเย็บติดกับหวายมากกว่าผ้าชนิดอื่น ไม่เพียงเท่านั้น กระเป๋า Nuttiyar ยังทำความสะอาดและดูแลรักษาง่าย โดยส่วนที่เป็นกระเป๋าผ้าสามารถซักเฉพาะจุดได้ และหากกันกระเป๋ายกขึ้นให้รับน้ำหนักไปผึ่งให้แห้ง เพราะไม่เช่นนั้นจะทำให้หวายขึ้นรา

กระเป๋า Nuttiyar มี 3 ทรงให้เลือก คือ กระเป๋า Bucket Tote เหมาะสำหรับสะพายในวันสบายๆ โดยมีทั้งขนาดใหญ่และขนาดเล็ก กระเป๋า Square Tote เป็นที่นิยมในกลุ่มสาว ๆ วิทยาลัยทำงานตลอดจนรุ่นคุณแม่ เพราะใส่ Notebook และ iPad ได้ และกระเป๋า Cami Tote ที่ลูกค้าส่วนใหญ่เป็นกลุ่มนักเรียน นักศึกษา โดยกระเป๋าทรงนี้ถูกออกแบบให้สามารถใส่เอกสาร A4 ได้ ส่วนสีสีนของกระเป๋ามีให้เลือกกว่า 7 สี โดยข้อดีของการมีกระเป๋าหลายสีคือ 1.เป็นการเพิ่มตัวเลือกให้กับลูกค้า และ 2.ช่วยดึงดูดความสนใจของลูกค้าได้เป็นอย่างดีเมื่อนำมาจัดวางด้วยกัน ทั้งนี้จากการสังเกตของเธอพบว่า ลูกค้าไทยนิยมซื้อกระเป๋าสีกรม ขณะของลูกค้าจีนและได้หวันชอบกระเป๋าสีสด เช่น สีเหลืองและสีแดง และลูกค้าญี่ปุ่นชอบกระเป๋าสีขาวและสีดำ

อย่างไรก็ตาม นอกจากเธอจะขายกระเป๋า Nuttiyar ผ่านช่องทางออนไลน์อย่างเฟซบุ๊กและอินสตาแกรม และฝากขายตามร้านขายสินค้างานดีไซน์ต่างๆ ที่อยู่ใกล้สถานที่ท่องเที่ยว เพราะเป็นอีกหนึ่งช่องทางที่ทำให้ลูกค้าต่างชาติรู้จักแบรนด์ เธอยังเน้นส่งกระเป๋าเข้าร่วมประกวดโครงการต่างๆ ที่เกี่ยวกับงานดีไซน์ด้วย เพราะมองว่าการเข้าร่วมประกวดโครงการเหล่านี้เป็นอีกหนึ่งวิธีที่ช่วยประชาสัมพันธ์แบรนด์ให้เป็นที่รู้จักในกลุ่มคนที่ชื่นชอบงานดีไซน์ ซึ่งเป็นอีกหนึ่งกลุ่มลูกค้าหลักของแบรนด์นอกเหนือจากกลุ่มลูกค้าที่เป็นนักเรียน นักศึกษา สาว ๆ วิทยาลัยทำงานและรุ่นคุณแม่

“การทำให้แบรนด์น่าสนใจและเป็นที่ยอมรับนอกจากทำได้ด้วยวิธีส่งงานเข้าประกวด และซื้อโฆษณาบนเฟซบุ๊กเพื่อให้คนเห็นเพจของแบรนด์มากยิ่งขึ้น เรายังต้องให้ความสำคัญกับภาพ Lookbook สำหรับโพสต์ในช่องทางออนไลน์ต่างๆ ด้วย โดยหลายคนอาจมองข้ามเรื่องนี้ เพราะมองว่าแบรนด์กระเป๋าไม่ใช่แบรนด์เสื้อผ้าแฟชั่น แต่ในความเป็นจริง ลูกค้าไม่ได้ต้องการรู้แค่ข้อมูลสินค้า แต่พวกเขายังต้องการรู้ว่าต้องแต่งตัวอย่างไรเพื่อให้เข้ากับกระเป๋าที่สะพาย และการที่แบรนด์ไม่มองข้ามเรื่องเล็กๆ น้อยๆ เหล่านี้ยังทำให้ลูกค้าเกิดความรู้สึกประทับใจในแบรนด์ด้วย” ตาลกล่าวปิดท้าย



# MONSTEREARS

## ต่างหูคู่ใหญ่แต่โดนใจ

Text : Ratchanee / Photo : Otto

### นอกจากความเป็นเจ้าแม่เฟร้น

ที่มีแนวทางแต่งตัวชัดเจนในแนว Street Style  
ที่ไม่อาจจะสายตาเมื่อเจอเธอ **ปุกกี-สมณ สราญรมย์**  
ยังลุกขึ้นมาทำแบรนด์ต่างหูที่ใส่ไอเดียแปลกแตกต่าง  
ด้วยการหยิบเอาของเล่นเด็กมาดีไซน์  
ภายใต้แบรนด์ **Monsterears**



ด้วยความที่เป็นคนรักการแต่งตัว มีสไตล์การแต่งตัวที่จัดจ้าน ชอบสวมใส่เครื่องประดับชิ้นใหญ่ๆ โดยเฉพาะอย่างยิ่งที่ขาดไม่ได้คือต่างหูคู่ใหญ่ แต่มักจะเจอปัญหาว่าแม้ต่างหูจะสวยถูกใจแค่ไหนแต่ด้วยขนาดที่ใหญ่จึงทำให้น้ำหนักมากตามไปด้วย จึงเป็นการยากที่จะหาต่างหูถูกใจ จนกระทั่งวันหนึ่งเมื่อเห็นของเล่นเด็กที่เป็นพลาสติกน้ำหนักเบา จึงปิ๊งไอเดียขึ้นมาว่า น่าจะลองเอามาทำต่างหู เพราะนอกจากพลาสติกจะน้ำหนักเบาแล้วยังมีสีสันสดใสถูกใจอีกด้วย

“พอได้ไอเดียก็ลองทำดูเลย ไปเดินสำรวจซื้อของเล่นเด็กเล่น ชิ้นแรกเริ่มจากของเล่นที่เป็นหลอดด้าย เอามาติดริบบิ้นเพิ่ม ติดก้านเหล็ก ซึ่งตอนนั้นก็ไม่ได้มีเครื่องมือเครื่องมือนะอะไร ใช้ของที่อยู่ใกล้ตัวมาดัดมาดัด จากนั้นก็ใส่เลย ปรากฏมีคนมาทักว่าสวย เก๋ดี ไม่เหมือนใคร ก็เลยลองทำขาย แรกๆ เพื่อนที่มาซื้อก็ซื้อเพื่อใส่ไปงานปาร์ตี้ คนที่เห็นจากงานปาร์ตี้ก็ตามมาซื้อต่อ มันเป็นลักษณะบอกต่อกันปากต่อปาก นี่เป็นการเริ่มต้นธุรกิจที่เริ่มมาจากปัญหาและความต้องการของตนเอง อยากรู้ว่าต่างหูชิ้นใหญ่ที่ใส่สบายไม่หนัก และต้องมีดีไซน์เก๋ๆ ตามสไตล์การแต่งตัวของตัวเอง ดังนั้น มันจึงออกมาเป็นต่างหู ซึ่งก็มีกลุ่มคนที่เขาแต่งตัวสไตล์แบบนี้อยู่แล้ว เขาก็ชอบ”

เหตุผลที่ปุกกีใช้ชื่อแบรนด์ว่า Monsterears ก็สะท้อนออกมาในความเป็นโปรดัคต์ที่แปลกตา ไม่เหมือนใคร โดยคอนเซ็ปต์ของแบรนด์คือแฟนตาซีบวกจินตนาการ ซึ่งเธอจะลงมือทำเองทุกชิ้น ทั้งการออกแบบ การเลือกของเล่นเด็กมาทำ การดัดแต่ง และการติดก้านเหล็ก ต่างหู Monsterears จึงเป็นงานแฮนด์เมดด้วยสมองและสองมือของเธอเองทุกชิ้น

ทั้งนี้ ปุกกีก็เริ่มสร้างสรรค์ต่างหู Monsterears ออกมาขายพร้อมๆ กับการสร้างแบรนด์ไปด้วย โดยเริ่มจากขายผ่านทางอินสตาแกรม เฟซบุ๊ก โดยตัวเธอจะเป็นฟรีแลนซ์เตอร์เอง จากลูกค้าไม่กี่รายที่เข้ามาซื้อก็เริ่มมีการบอกต่อกัน ต่างหูแบรนด์ Monsterears นอกจากจะมีเอกลักษณ์ที่สีสันและขนาดใหญ่สะดุดตาแล้ว ลูกค้ายังสามารถเลือกแบบเลือกสีในแบบเฉพาะที่ตัวเองต้องการในรูปแบบของการสั่งทำได้ด้วย และแม้ต่างหูแบรนด์ Monsterears จะมีลูกค้าเป็นกลุ่มคนที่รักแฟชั่นแต่งตัวจัดจ้านซึ่งเป็นลูกค้าเฉพาะกลุ่ม แต่ด้วยความที่ไอเดียลักษณะเช่นนี้ เธอทำเป็นเจ้าแรกจึงทำให้สามารถครองตลาดได้ แถมยังทำได้ดีด้วยซ้ำ เพราะทำไปทำมาก็ขายดีจนต้องลาออกจากงานมาลุยทำ Monsterears อย่างเต็มตัว

“มีลูกค้าทั้งลูกค้าไทยและต่างชาติพอๆ กัน ซึ่งลูกค้าต่างชาติจะสั่งซื้อทีละมากๆ เพื่อเอาไปขายต่ออีกที งานแฮนด์เมดคนไทยชอบดูถูก แต่เราให้ค่าไอเดียงานแฮนด์เมดเราจะไม่เหมือนใคร ซึ่งลูกค้าต่างชาติจะมีกำลังซื้อเยอะกว่า จุดเด่นอย่างหนึ่งที่เรายพยายามทำคือเป็นต่างหูที่เล่นได้ เช่น เราเอาของเล่นเด็กที่เป็นโซ่มาร้อยเข้าด้วยกัน 3 ข้อ ถ้าลูกค้าเบื่ออาจจะเลือกเอาออกข้อหนึ่งให้เหลือแค่ 2 ข้อก็ได้ หรือจะสลับสีก็ได้ ดังนั้น ชื่อต่างหู 1 คู่แต่เหมือนมี 2 คู่ แล้วตอนหลังเราเปิดรับออเดอร์ที่ลูกค้าสามารถสั่งทำได้ อย่างลูกค้าจะไปงานปาร์ตี้ซึ่งธีมปาร์ตี้เป็นสีชมพู ก็อยากให้เธอออกแบบให้ใหม่พิเศษเป็นสีชมพู ใส่ความต้องการของเขารวมกับไอเดียของเรา ก็เป็นการเพิ่มมูลค่าให้สินค้า โดยตัวเราเองก็จะคอยติดตามเทรนด์ด้วยว่าตอนนี้จะอะไรมาแบรนด์ไฮเอนด์เล่นอะไรกัน เช่น ช่วงนี้ดอกไม้กำลังมา ก็เอาเรื่องราวของดอกไม้มาทำ หรือถ้าเป็นเวลาซัมเมอร์ก็จะเน้นสีสัน เช่น ปลาตาวสีส้มสดใส แต่ทุกอย่างต้องใส่ความเป็นตัวเราเข้าไปด้วย”

นอกจากทำต่างหูแล้ว ปุกกีก็ยังเริ่มทำเครื่องประดับอื่นๆ อย่างโซ่คอเกอร์ เพิ่มเติมขึ้นมาด้วย และในอนาคตเธอตั้งใจจะสร้างแบรนด์ออกไปให้เป็นที่รู้จักมากขึ้น เพราะเชื่อว่ายังมีคนที่แต่งตัวแนวเธอมีกมากที่ต้องการเครื่องประดับความแปลกใหม่ เพียงแต่ยังหาไม่เจอ ขณะเดียวกันลูกค้าต่างประเทศก็มีออเดอร์เพิ่มขึ้นเรื่อยๆ ดังนั้น เป้าหมายหนึ่งของเธอในเวลาอันใกล้คือการเปิดร้านเป็นของตนเอง ๕



# เหตุผลที่ทำให้ อินโฟกราฟิกไม่โดนใจ

Text : Kritsana S.

อินโฟกราฟิกเป็นการนำเสนอข้อมูลที่หลายแบบต้นฉบับมาใช้ เพราะทำให้ลูกค้าเข้าถึงและเข้าใจข้อมูล เช่น ความรู้  
เหตุการณ์สำคัญ ข่าวสารประจำวัน และเทคนิคต่างๆ ที่แบรนด์ต้องการสื่อได้อย่างง่ายดาย แต่กระนั้นบ่อยครั้ง  
ที่แบรนด์มักประสบปัญหาอินโฟกราฟิกไม่ได้รับความสนใจเท่าที่ควร ซึ่งสาเหตุมาจากสิ่งเหล่านี้

## 01 ออกแบบไม่น่าสนใจ

ไม่มีความแปลกใหม่ ขาดความคิดสร้างสรรค์ ใช้ภาพที่ไม่สอดคล้องกับเนื้อหา รวมไปถึงเนื้อหาที่นำมาทำ  
อินโฟกราฟิกมีความยาวเกินไป และให้รายละเอียดเยอะเกินไป จึงทำให้อ่านแล้วรู้สึกเบื่อ ดังนั้น ควรเลือกนำเสนอ  
เฉพาะประเด็นหลักๆ ที่สำคัญ มีประโยชน์ต่อผู้อ่าน และระบุแหล่งที่มาของเนื้อหาทุกครั้งเพื่อเสริมความน่าเชื่อถือ

### Bonus Tips

#### ออกแบบอินโฟกราฟิกอย่างไรให้น่าสนใจ?

- ตั้งชื่ออินโฟกราฟิกให้สั้นกระชับ แต่ไม่สั้นเกินไป
- หากเนื้อหาที่ใช้ทำอินโฟกราฟิกเป็นตัวเลข แนะนำให้นำเสนอผ่านกราฟแบบต่างๆ หรือพิมพ์ขนาดของตัวเลขให้โดดเด่น ส่วนเนื้อหาที่เป็นบทความให้นำเสนอผ่านภาพพร้อมคำบรรยายสั้นๆ และเพื่อความสนุกในการอ่าน แนะนำให้ใส่ไอคอนภาพที่ดูสนุกและใช้สีสันที่สดใส ทั้งนักภาพที่ใช้ควรดูลิขสิทธิ์ด้วย
- การออกแบบอินโฟกราฟิกแบบ Timeline เหมาะสำหรับการนำเสนอเนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับประวัติหรือเหตุการณ์สำคัญในช่วงเวลาต่างๆ เพราะทำให้ผู้อ่านเข้าใจง่ายที่สุด

## 02 ขาดการโปรโมต

แม้อินโฟกราฟิกจะสวยแค่ไหน แต่หากไม่ได้รับการโปรโมตก็ย่อมไม่ได้รับความสนใจเท่าที่ควร  
ซึ่งการโปรโมตทำได้ทั้งแบบไม่เสียค่าใช้จ่าย เช่น โพสต์อินโฟกราฟิกบนหน้าเพจเฟซบุ๊กของแบรนด์ และปักหมุดไว้บนสุด  
แชร์อินโฟกราฟิกไปยังเฟซบุ๊กตนเอง เพื่อน กลุ่ม และเพจอื่นๆ ที่ดูแล และส่งอินโฟกราฟิกไปยังอีเมลของลูกค้า ส่วนการโปรโมตแบบเสียค่าใช้จ่าย เช่น ซื้อโฆษณาเฟซบุ๊กเพื่อโปรโมตโพสต์อินโฟกราฟิก โดยวิธีนี้ช่วยให้โพสต์เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้มากที่สุด

### Bonus Tips

การส่งอินโฟกราฟิกให้หลายคนจะช่วยโปรโมตเป็นอีกหนึ่งวิธีที่ทำให้อินโฟกราฟิกถูกแชร์ต่ออย่างมากในเวลาอันรวดเร็ว พร้อมกันนี้ ในอินโฟกราฟิกควรระบุช่องทางติดต่อแบรนด์ และพ่วงกับเว็บไซต์ลงไปด้วย เพื่อให้ผู้เข้าชมเข้าถึงหน้าเว็บไซต์ได้อย่างง่ายดายเพียงคลิกที่ภาพ



## รักษาความสนใจของลูกค้า

ทุกวันนี้เมื่อเข้าใช้งานอินเทอร์เน็ตทั้งผ่านมือถือและคอมพิวเตอร์ จะพบกับข้อมูลมากมายที่หากจะอ่านให้ครบทุกข้อมูลก็เกรงจะไม่ไหว ฉะนั้นหลายคนจึงเลือกรับเฉพาะข้อมูลที่สนใจ และเพิกเฉยกับข้อมูลที่ไม่ก่อประโยชน์ให้กับตน ทั้งนี้จากการสำรวจของ Microsoft เกี่ยวกับพฤติกรรมของมนุษย์ พบว่า ในปี พ.ศ.2543 ผู้คนใช้เวลาอยู่กับข้อมูลที่ตนสนใจ 12 วินาที ขณะที่ในปี พ.ศ.2558 ลดเหลือเพียง 8 วินาที ซึ่งน้อยกว่าระยะเวลาที่ปลาทองให้กับสิ่งที่น่าสนใจเสียอีก ดังนั้น แปรนดจึงควรรู้เทคนิคที่ทำให้ลูกค้าอยู่กับข้อมูลที่แบรนด์นำเสนอให้นานที่สุด

### 01

#### เช็กให้ชัดว่าเว็บไซต์โหลดเร็ว

เพราะระยะเวลาในการโหลดเว็บไซต์มีผลอย่างมากต่อความสนใจของผู้เข้าชม โดยสาเหตุสำคัญที่ทำให้เว็บไซต์โหลดช้าคือ ภาพบนเว็บไซต์ที่มีมากเกินไปจนทำให้เว็บไซต์โหลดช้าลง ดังนั้น มีงานวิจัยหนึ่งระบุ ผู้เข้าชมเว็บไซต์จะกดปิดเว็บไซต์ที่โหลดนานเกิน 1 วินาที เพราะการรอเว็บไซต์โหลด 1 วินาที ทำให้พวกเขาเสียเวลาในการทำสิ่งต่างๆ ไป 7 เปอร์เซ็นต์

**Note :** เว็บไซต์ควรเปิดบนมือถือได้ด้วย เพราะผู้คนสมัยนี้ใช้เวลากว่า 80 เปอร์เซ็นต์ไปกับการใช้งานโซเชียลมีเดียบนมือถือ โดย 52 เปอร์เซ็นต์ใช้มือถือในการแชร์ข้อมูลที่พบบนโซเชียล และ 41 เปอร์เซ็นต์ค้นพบแบรนด์ใหม่ๆ ผ่านการใช้งานโซเชียลบนมือถือ

### 02

#### ดึงดูดความสนใจด้วยภาพ

จากการศึกษาพบว่า สมองของคนเราใช้เวลาเพียง 0.25 วินาทีในการประมวลผลภาพ ซึ่งเร็วกว่าการประมวลผลข้อความถึง 60,000 เท่า ดังนั้น แปรนดจึงควรนำเสนอแคมเปญทางการตลาดหรือข้อมูลผ่านรูปภาพและกราฟิกเพื่อดึงดูดใจลูกค้า นอกจากนี้ การนำเสนอข้อมูลผ่านวิดีโอเป็นสิ่งสำคัญที่ควรทำ เพราะผู้เข้าชมเว็บไซต์ใช้เวลา 100 เปอร์เซ็นต์ในการชมวิดีโอ และ 85 เปอร์เซ็นต์ตัดสินใจซื้อหลังจากชมวิดีโอแนะนำสินค้า

### 03

#### ส่งข้อมูลไปถึงลูกค้า

นอกจากนี้การตลาดต้องสร้างแคมเปญทางการตลาดหรือสร้างรูปแบบการนำเสนอข้อมูลของแบรนด์ให้น่าสนใจแล้ว พวกเขาต้องไม่เจ๊งจก้านที่จะส่งมันไปถึงลูกค้า และต้องส่งอย่างน้อย 7 ครั้ง เพราะจะทำให้ลูกค้าเกิดความสนใจในแคมเปญหรือข้อมูลที่ได้รับ ซึ่งตรงตามทฤษฎี Mere Exposure Effect ที่พูดถึงการรู้สึกชอบบางสิ่งบางอย่างเพียงเพราะพบเห็นสิ่งนั้นซ้ำๆ





แม้ในตอนนี พงษ์ลดดาจะเป็น Startup ที่เพิ่งเริ่มต้นจริงๆ แต่ด้วยแนวคิดของ Freshket ที่มีความเฉพาและมีความเป็นทั้ง มาร์เก็ตเพลสในลักษณะ B2B ที่ต่อเข้ากับเวิร์กโฟลว์ที่บ้านที่ยังไม่ค่อยมีใครทำ ที่สำคัญคือต้องยอมรับว่าสินค้าเกษตรนอกจากจะเป็นตลาดที่ใหญ่มากแล้วยังมีความซับซ้อน ซึ่งหากไม่ได้อยู่ในอุตสาหกรรมนี้จริงๆ จะยากในการทำความเข้าใจ นี่จึงเป็นจุดแข็งของ Freshket ที่พงษ์ลดดาบอกว่า ทำให้ Freshket กำลังเป็นที่สนใจของนักลงทุน



## คุณปู่

1

“คุณปู่เป็นคนที่ยืนและมีความอดทนในการทำงาน เมื่อครั้งที่คุณปู่ยังเด็ก ท่านต้องสูญเสียคุณพ่อไป คุณปู่จึงต้องทำงานหาเงินเพื่อส่งน้องๆ เรียนหนังสือ โดยธุรกิจที่คุณปู่ทำมีทั้งเปิดร้านค้า ร้านขายของ และทำโรงงานเกี่ยวกับขนม น้ำตาล และะหมีกึ่งสำเร็จรูปตราไวไว หลังจากที่ไม่ได้รับฟังเรื่องราวต่างๆ ของคุณปู่จากคุณพ่อ ทำให้ได้รู้ว่า คุณปู่เป็นคนที่ไม่เก่งมาก ท่านสามารถสร้างฐานะและสร้างทุกอย่างให้กับครอบครัว ซึ่งสิ่งที่ท่านทำนี้ทำให้ผมเกิดแรงผลักดันในการทำงานว่า ผมต้องทำงานให้ได้เทียบเท่ากับที่คุณปู่เคยทำ”



## ยศสรัล แต้มคงคา

กับสิ่งที่เรียกว่า “แรงบันดาลใจของทายาทรุ่น 3”

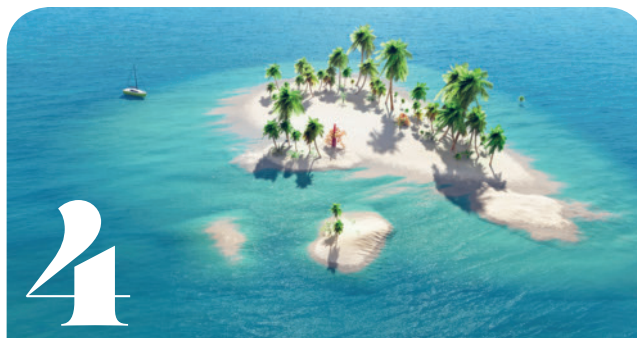
Text : Kritsana S.

ยศสรัล แต้มคงคา ถือเป็นผู้บริหารรุ่นใหม่ ทายาทรุ่นที่ 3 ที่ต้องมารับไม้ต่อการบริหารงานบริษัทที่ส่งสมชื่อเสียงมายาวนานกว่า 44 ปี อย่างบริษัท โรงงานผลิตภัณฑอาหารไทย จำกัด ผู้ผลิตและจำหน่ายะหมีกึ่งสำเร็จรูปตราไวไว และตราควิกเสบ ในตำแหน่งผู้อำนวยการฝ่ายการตลาด ซึ่งการได้รับรู้เรื่องราวของคุณปู่ พร้อมทั้งความชอบส่วนตัวในเรื่องต่างๆ ล้วนแต่เป็นแรงบันดาลใจชั้นดีในการทำงานของเขา

3

## นิตยสาร Forbes

“โดยปกติผมอ่านหนังสือธุรกิจและนิตยสารอยู่หลายเล่ม แต่ที่ชอบอ่านนิตยสาร Forbes เพราะเนื้อหาภายในเล่มค่อนข้างมีความหลากหลาย ทำให้ไม่รู้สึกละเมื่อยเมื่ออ่าน โดยเนื้อหาที่ว่ามีทั้งแง่คิดในการทำธุรกิจ การบริหารธุรกิจ รวมไปถึงวิธีการและเทคนิคในการลงทุนให้เกิดความเสี่ยงหรือความเสียหายน้อยที่สุด แต่อีกหนึ่งเนื้อหาที่โดดเด่นและผมชอบอ่านมากที่สุดคือการจัดอันดับบุคคลในเรื่องต่างๆ เช่น บุคคลที่รวยที่สุด ซึ่งการอ่านสิ่งเหล่านี้ทำให้ผมได้รับรู้ข้อมูลอันเป็นประโยชน์ต่อตนเอง ทำให้ทันกระแสในเรื่องต่างๆ และทำให้รู้ว่าตอนนี้อันดับต่างๆ ของโลกเปลี่ยนแปลงไปมากน้อยเพียงใด”



## ทะเลมัลดีฟส์

“เมื่อรู้สึกเหนื่อยล้า หรือต้องการชาร์จพลังให้ตนเอง ผมจะออกเดินทางท่องเที่ยวไปยังสถานที่ต่างๆ แต่สถานที่ที่ผมชอบไปมากที่สุดคือ ทะเลสำหรับผมแล้วการไปเที่ยวทะเลไม่ใช่การไปดำน้ำ แต่มันคือการไปนั่งฟังเสียงคลื่น และไปสัมผัสบรรยากาศที่งดงามของทะเล โดยส่วนตัวผมชอบมัลดีฟส์ มัลดีฟส์เป็นเกาะเล็กๆ ที่รายล้อมด้วยทะเล น้ำทะเลที่ใสใสมาก อากาศบริสุทธิ์ มีความสมบูรณ์ของโลกใต้ทะเล และเงียบสงบเหมาะแก่การพักผ่อน ซึ่งการไปเที่ยวทะเลในทุกครั้งช่วยให้ผมคลายความเครียดจากการทำงานได้มากทีเดียว ทำให้รู้สึกผ่อนคลาย และมีพลังกลับมาสู้กับงาน”



2

เพลงฤดูที่แตกต่าง  
และเพลง Live & Learn

“ผมชอบฟังเพลงและฟังทั้งเพลงไทยและสากล แต่หากเป็นเพลงไทยจะชอบฟังเพลงของ บอย โกสิยพงษ์ เพราะเพลงของเขาหลายเพลงช่วยสร้างกำลังใจให้กับผมในเวลาที่รู้สึกท้อหรือเหนื่อยจากการทำงาน โดยเพลงที่ทำให้กำลังใจได้เป็นอย่างดีคือ เพลงฤดูที่แตกต่าง อัลบั้ม Rhythm & BOYD เพลงนี้เล่าถึงการมองหามุมมองดีๆ จากช่วงเวลาที่เราที่รู้สึกท้อเหนื่อย หดกำลังใจ หรือมีความทุกข์ เพราะในช่วงเวลาที่มีความสุขหรือช่วงเวลาที่เราที่รู้สึกทุกข์ที่สุดก็มักมีเรื่องราวดีๆ ซ่อนอยู่เสมอ และในไม่ช้าเราจะผ่านความทุกข์ที่เกิดขึ้นไปได้ ส่วนเพลง Live & Learn อัลบั้ม Million Ways to Love Part 1 เป็นเพลงที่ช่วยให้อึดใจมีพลังยิ่งขึ้น และเป็นเพลงที่พูดถึงการมีชีวิตอยู่ท่ามกลางความเปลี่ยนแปลง ซึ่งเราต้องเตรียมพร้อมรับมือกับทั้งความสุขและความทุกข์ที่จะต้องเจอ”



5

## กอล์ฟ

“กอล์ฟแต่ละประเภทมีข้อดีที่แตกต่างกันไป อย่างผมเองชอบเล่นกอล์ฟที่ต้องอยู่กับตัวเอง กอล์ฟที่ต้องเล่นคนเดียวมากกว่าเล่นเป็นทีม เพราะผลการเล่นจะออกมาดีหรือไม่ดีนั้นขึ้นอยู่กับการเล่นของเราเพียงคนเดียว สำหรับกอล์ฟที่ผมชอบเล่นคือ กอล์ฟเทนนิส ที่สอนผมได้ดีในเรื่องความใจเย็น และกอล์ฟกอล์ฟ ซึ่งเป็นกอล์ฟที่ต้องใช้ความคิด ต้องมีสมาธิ และต้องควบคุมอารมณ์ กอล์ฟเป็นกีฬาที่แม้ว่าเราจะตีลูกได้ไกล แต่ก็ไม่ได้หมายความว่าเราชนะ แม้หลุมที่แล้วจะตีได้ดีแต่ก็ไม่ได้แปลว่า หลุมต่อไปจะตีได้ดี ดังนั้น ทุกครั้งที่เล่นกอล์ฟ เราจึงต้องเล่นด้วยความตั้งใจ เพื่อให้เกมออกมาดีที่สุด



# THE FIRST CUT IS THE DEEPEST

ยังจำความรักครั้งแรกได้ไหม...

ไม่ว่าเขาหรือเธอคนนั้นจะเป็นใคร  
สมบุรณ์แบบหรือไม...คงไม่ใช่ประเด็น  
เขาจะมีอะไรสักอย่างที่ทำให้คุณสนใจให้  
ถึงแม้จะมีอะไรที่ขัดหูขัดตาไปบ้าง  
แต่คุณไม่แคร์ เพราะเขาหรือเธอ  
มีอะไรสักอย่างที่มีมันช่างโดนจริง ๆ  
แล้ว...คุณยังจำความรู้สึกจากการ  
อกหักครั้งแรกจากเขา  
หรือเธอคนนั้นได้หรือไม่  
มันช่างเจ็บปวดรวดร้าว ยากที่จะลืมเลือน  
และยากที่จะเปิดใจเริ่มต้นใหม่  
ก็เพราะไอ้อะไรสักอย่างที่ทำให้คุณ  
ตกหลุมรักนั่นแหละ มันทำให้ยากที่จะ  
สลัดความรู้สึก และเริ่มต้นใหม่

การริเริ่มทำอะไรใหม่ๆ ก็คงไม่ต่างจากการพยายามจะให้ใครสักคน  
มารักคุณ คุณต้องทุ่มเทให้กับมันอย่างสุดตัว ไม่มีกั๊ก ไม่มีออม  
ไม่กลัวเจ็บ โดยหวังผลให้สิ่งที่คุณนำเสนอเป็นที่ยอมรับถูกใจแก่  
กลุ่มเป้าหมาย แต่ไม่ว่าจะทุ่มเทสักเพียงไหน คงยากที่จะเกิดความสำเร็จ  
สมบุรณ์แบบได้ สิ่งใหม่มักมาพร้อมกับความไม่สมบุรณ์แบบ

ดังนั้น...คำถามของเหล่าผู้กล้าที่ริเริ่มจะผจญภัยบนเส้นทางสาย  
Startup หาใช่จะหาอย่างไรให้ได้สิ่งสมบุรณ์แบบไม่ แต่ควรเป็นว่า  
จะหาอย่างไรที่จะฝ่ากมัยอุปสรรคในใจของกลุ่มเป้าหมายบนความ  
ไม่สมบุรณ์แบบ จนยากจะลืมเลือน และยากที่จะแปรเปลี่ยน บันได  
ไปหาคนอื่นต่างหาก

หลัก "Lean Startup" ของ Eric Ries บอกว่า คุณไม่สามารถรอ  
จนได้ผลิตภัณฑ์ที่สมบุรณ์แบบได้ เพราะคุณไม่มีทางรู้หรอกว่า อะไรคือ  
ผลิตภัณฑ์ที่จะตอบสนองลูกค้าได้เป๊ะ ทั้งนี้เนื่องจากคุณกำลังต้องการ  
“ป่วน” สิ่งที่มีอยู่ในตลาดปัจจุบัน ที่ลูกค้ามีความเคยชิน คุณจะรู้ได้  
อย่างไรว่า อะไรที่จะเปลี่ยนพฤติกรรมเขาได้ หากไม่มีผลิตภัณฑ์ออกมา  
ให้เขาได้ลอง

คอนเซ็ปต์ "Minimum Viable Product (MVP)" จึงสำคัญมาก  
คุณต้องพัฒนาให้มีผลิตภัณฑ์ที่มีฟีเจอร์ขั้นต่ำออกไปให้กลุ่มเป้าหมาย  
ลองให้เร็วที่สุด แต่ไม่ใช่สักแต่เอาเร็ว ถึงแม้ว่าระหว่างทางจะต้องมีการ  
ปรับเปลี่ยนอีกหลายรอบ เพื่อขัดเกลาผลิตภัณฑ์ให้ตอบสนอง  
ความต้องการให้ได้คมชัดขึ้นเรื่อยๆ



แต่สิ่งที่ออกไปสู่ตลาดครั้งแรก ต้องเกิด Impact หรือสร้าง  
แรงกระเพื่อมให้ได้ ต้องตีเข้าไปจุดที่คันที่สุด เพื่อให้เขาหันมามอง  
และลองเปิดใจให้ออกมาสนคุณ ถ้าโดนจริง ต่อให้สิ่งอื่นๆ อาจไม่พร้อม  
อาจบกพร่อง นั้นคงไม่ใช่ประเด็น เขาพร้อมที่จะให้ออกมาสน อุ่มชู และ  
โตไปพร้อมกับคุณ และหากมีใครคนอื่นพยายามที่จะเข้ามาเรียกร้อง  
ความสนใจ เขาก็ไม่สนใจ และไม่ยอมแปรเปลี่ยนไป ถึงแม้คนอื่นจะมีความ  
พร้อมมากกว่า

เพราะ...คุณได้ครอบครองใจเขาไปแล้ว

The first cut is the deepest ครับ ๑



เมซโซคิดสรรเมล็ดกาแฟคุณภาพดีที่สุดในไทย  
เบลนและคั่วด้วยสูตรพิเศษโดย Master Roaster  
ที่เพียบพร้อมด้วยประสบการณ์อันยาวนาน

จากเมล็ดกาแฟคั่วสดใหม่ บดแก้วต่อแก้ว เพื่อให้  
ได้รสชาติกาแฟเอสเพรสโซ่ที่สมบุรณ์แบบ ทำให้กาแฟแก้ว  
โปรดหอมกรุ่นชวนดื่มจนคุณต้องหลงรัก

เชิญแวะมาที่ร้าน Mezzo เปิดพร้อมบริการท่านมากกว่า 90 สาขา  
เช็กสาขาใกล้บ้าน [www.mezzo.co](http://www.mezzo.co)

**สมัครสมาชิกฟรี รับส่วนลด 10%**

ระยะเวลาจำกัด



สมัครสมาชิกฟรี!  
Register Member Free Online



mezzo.co



@mezzocoffee





|| HEALTHY BODY ||



## ดื่มเพื่อดีก็ออกซ์?

Text : น้ำค้าง

ว่าด้วยน้ำพลไม้ที่คนส่วนใหญ่มองเป็นเครื่องดื่มเพื่อสุขภาพ และมีกระแสนิยมสูงๆ เกี่ยวกับการล้างพิษร่างกาย ด้วยการงดอาหารและดื่มเฉพาะน้ำพริกพลไม้ 3 วัน 5 วันก็ว่ากันไป น้ำพริกพลไม้นี้ถือว่าเป็นน้ำที่ปั่นเองหรือน้ำสกัดเย็น แบบไม่ผ่านความร้อน (จากมอเตอร์เครื่องปั่น) จึงจะถือว่าคงคุณค่าทางสารอาหารครบถ้วน แต่สงสัยไหมว่า น้ำพริกพลไม้ รวมไปถึงน้ำต่างๆ เช่น น้ำคลอโรฟอส น้ำคั้นจากพืชใบเขียวที่มีการระบุว่า ล้างพิษในร่างกายได้ นั้นมันล้างได้จริงหรือเปล่า

อ่านจบบทความเกี่ยวกับเรื่องนี้ และ จอย คูบอสต์ นักกำหนดอาหาร โฆษกสถาบันโภชนาการในวอชิงตัน ดี.ซี. มีความเห็นว่า ยังไม่มีผลวิจัยทางวิทยาศาสตร์ได้รับรองว่าสามารถล้างพิษไม่ว่าจะระยะสั้นหรือระยะยาว แลเมเธียยังอธิบายเกี่ยวกับความเชื่อที่ผิดเกี่ยวกับล้างพิษด้วยน้ำผักผลไม้ดังนี้

ความเชื่อที่  
1

คนเราต้องล้างพิษเพื่อให้สุขภาพดี ความจริงก็คือโดยธรรมชาติแล้วร่างกายมีกลไกในการขจัดพิษอยู่แล้วโดยผ่านอวัยวะภายใน เช่น ตับ ไต และระบบทางเดินอาหาร การขจัดพิษที่ว่าเกิดขึ้นเป็นประจำทุกวัน จึงไม่จำเป็นที่จะต้องใช้วิธีการอื่นใดมาเสริมเพื่อล้างพิษเพิ่มเติม

ความเชื่อที่  
2

การล้างพิษด้วยน้ำผักผลไม้ช่วยเพิ่มพลังและทำให้ร่างกายแข็งแรง อันที่จริงอาจเป็นแค่ความรู้สึก วิธีการล้างพิษคือ มีการงดอาหารเข้ามาเกี่ยวข้อง ในช่วง 2-3 วันแรก จะเกิดภาวะน้ำตาลในเลือดต่ำ บวกกับการสูญเสียน้ำในร่างกาย เมื่อดื่มน้ำผักผลไม้เข้าไปจึงรู้สึกกระปรี้กระเปร่าขึ้น เพราะมีน้ำตาลช่วยเพิ่มพลังงาน แต่ไม่ได้ช่วยล้างพิษแต่อย่างใด

ความเชื่อที่  
3

การล้างพิษด้วยน้ำผักผลไม้ช่วยลดน้ำหนัก การล้างพิษมักมาพร้อมการอดอาหาร แม้จะไม่กี่วัน ก็อาจจะทำให้น้ำหนักลดลงได้ ส่วนใหญ่มาจากการสูญเสียน้ำของร่างกาย เมื่อเลิกล้างพิษ และกลับมารับประทานอาหารเหมือนเดิม โดยไม่เปลี่ยนพฤติกรรม ทุกอย่างจะกลับสู่ภาวะปกติ ผลของน้ำหนักจะเพิ่มมากกว่าเดิมด้วยซ้ำ หากระบบเผาผลาญพลังงานเริ่มรวน วิธีลดน้ำหนักที่ถูกต้องคือควบคุมอาหาร และออกกำลังกาย

ความเชื่อที่  
4

ใครๆ ก็ล้างพิษ แสดงว่ามันต้องดี อย่าลืมว่าสภาพร่างกายของแต่ละคนไม่เหมือนกัน ขึ้นอยู่กับ เพศ วัย พฤติกรรมการใช้ชีวิต ประวัติครอบครัว และความเสี่ยงอื่นๆ ที่สำคัญความแข็งแรงและภูมิคุ้มกันร่างกายของคนไม่เท่ากัน การล้างพิษสำหรับบางคนอาจให้ผลดี แต่หลายคนอาจไม่ก่อผลอะไรเลย ดังนั้น สูตรการล้างพิษจึงไม่ใช่ One Size Fits All ที่เหมาะกับทุกคน

ให้นักสภาล่าคล่องสายหนึ่ง อาจจะมึนน้ำเสีย น้ำคร่ำเจือปนมา การไหลของน้ำคล่องเป็นการถ่ายเทมลพิษออกไป ร่างกายคนเราก็เช่นกัน เรามีตับ ไตคอยขจัดสิ่งแปลกปลอมเหล่านั้น ช่วงไหนที่รับพิษเข้ามาเยอะ ร่างกายก็จะทำงานหนักในการกำจัดพิษ แต่เราสามารถลดภาระนั้นได้โดยการดื่มน้ำสะอาดมากๆ ไม่ใช้ยาแบบพร่ำเพรื่อ หลีกเลี่ยงอาหารปนเปื้อน อาหารปรุงแต่ง สารสังเคราะห์ สารกันบูด สีสันอาหาร และอื่นๆ หากร่างกายเป็นคล่อง เราจึงควรนำ “น้ำดี” เข้าไป “น้ำเสีย” น้ำดีที่ว่าคือ การเลือกสรรอาหารสะอาดปราศจากยาฆ่าแมลงและสารต่างๆ ที่เกินความจำเป็น เลือกรับประทานอาหารปรุงแต่งให้น้อยที่สุด เท่านั้นที่เรียกว่าเป็นการดีที่ออกซ์ที่มีประสิทธิภาพที่สุดแล้ว **๕**

|| HAPPY MIND ||

## ในวันที่เสียเซลฟ์

Text : Morning Dew

คงไม่มีใครมีความมั่นใจในตัวเองตลอดเวลาทุกนาที่ แม้กระทั่งกับคนที่มีความมั่นใจสูงปรี๊ด เชื่อว่าต้องมียาววันแหละ ที่เคยรู้สึกสูญเสียความเป็นตัวของตัวเองไปบ้าง ช่วงเวลาแบบนี้ เรามักไม่อยากแสดงออกให้ใครเห็น และแสร้งทำเป็นว่าทุกอย่างดูปกติทั้งที่ความจริงไม่ใช่ มันมีวิธีที่กอบกู้ความมั่นใจและทำให้คนอื่นเห็นว่าเรายังเป็นคนที่มีมั่นใจในตัวเองเหมือนเดิมอยู่นะ เทคนิคที่วากิเช่น

เลิกมโนว่าคนอื่นกำลังจับตามองหรือพูดถึงเรา เป็นเรื่องธรรมชาติที่ใครก็อยากได้รับความชื่นชม แต่พอวันไหนที่เราขาดความมั่นใจ เราจะเริ่มระแวงว่าคนอื่นจะมองเรายังไง กำลังนินทาเราอยู่หรือเปล่า อันนี้เป็นความคิดที่ผิด สิ่งที่ควรทำคือ ไม่ต้องใส่ใจ เพราะความเป็นจริงแล้ว คนรอบข้างอาจจมดิ่งกับเรื่องตัวเองจนไม่ได้มาสนใจเราก็คงได้ ดังนั้นจงใช้ชีวิตและเล่นร่วมกับคนใกล้ตัวตามปกติ

สร้างแนวร่วมให้ตัวเอง ครั้งใดที่ท้อแท้ กำลังเผชิญปัญหาหรือความท้าทายให้มองหาเพื่อน สมาชิกครอบครัว หรือคนรู้ใจที่เราจะพูดคุยเพื่อขอกำลังใจได้ ความมั่นใจก็เหมือนแบตเตอรี่ มีทั้งช่วงที่แบตฯ เต็ม และแบตฯ อ่อน คนรอบข้างที่เขารักเรา จะเป็นแท่นชาร์จที่ดีในการเติมเต็มสิ่งที่เรากำลังต้องการ

อย่าปล่อยให้อารมณ์ขึ้นเหิดลอย เวลาที่รู้สึกเครียด ลองหัวเราะกับตัวเอง เชื่อว่าเป็นวิธีคลายความกังวลได้ดีทีเดียว ถ้าอยากเพิ่มความมั่นใจให้ตัวเอง ผู้เชี่ยวชาญแนะนำให้ดูคลิปหรือวิดีโอตลกๆ จะทำให้รู้สึกดีขึ้น และฝึกหัวเราะให้กับความผิดพลาดเล็กน้อยที่ตัวเองก่อขึ้น ถือเป็นการให้อภัยตัวเอง

ภาษากายต้องให้เบ๊ะ อย่าให้คนอื่นจับได้ว่าเรากำลังอ่อนไหวหรือหวาดกลัว ต้องมีความเป็นมืออาชีพ ของแบบนี้ฝึกกันได้ เช่น เวลาเข้าประชุมหรือเสนองาน การพูดจาต้องฉะฉาน สบตาผู้ฟัง ยิ้มกว้างจากใจ ภาษากายนอกจากทำให้คนอื่นเชื่อในตัวเรา ยังทำให้เราเชื่อมั่นใจตัวเองอีกด้วย

ขจัดความคิดลบๆ ออกจากใจ ข้อมูลระบุในแต่ละวันจะมีความคิดราว 80,000 ความคิดเกิดขึ้นในสมอง ความคิดที่ว่า มีทั้งบวกและลบที่หลังไหลมาเป็นสาย เรียกว่าถนนสายความคิด ทุกสายมุ่งสู่สมอง หากเราเลือกสายลบ (ความคิดร้ายๆ) ความคิดนั้นจะส่งผลต่อเราไปทั้งวัน จึงต้องฝึกภาวนาสติ เลือกถนนสายอื่นที่นำพาความคิดบวก มองโลกในแง่ดี หากทำบ่อยๆ จะกลายเป็นคนใจเย็นและอารมณ์ดีได้ **๕**



# คลังความรู้ เพื่อชัยชนะ สู่ความสำเร็จธุรกิจ SMEs

กุญแจแห่งความสำเร็จจาก SMEs Case Studies  
และแหล่งรวบรวมองค์ความรู้เพื่อพัฒนาธุรกิจ



**สสว.**  สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจ  
ขนาดกลางและขนาดย่อม

โครงการศูนย์บริการธุรกิจ SMEs (Front Service SMEs)

ติดตามข่าวสารเพิ่มเติมได้ที่



[www.SME.go.th](http://www.SME.go.th)

DECORATION Text : Duckkiez / Photo : กฤษฎา ศิลป์ไชย



# CHUBBY CHEEKS

## กาแฟญี่ปุ่นในอารีย์

ซอยอารีย์เป็นอีกหนึ่งย่านที่หนุ่มสาวนิยมมาเช็คอินในช่วงเย็นกันมากที่สุด เพราะที่นี่เต็มไปด้วยร้านอาหารและแหล่งแฮงค์เอาท์หลากหลายสไตล์ ส่วนในช่วงเวลากลางวัน ย่านนี้คือแหล่งรวมตัวของเหล่าคนโปรดขนมหวานและกาแฟกลิ่นหอมกรุ่น เพราะทั่วทั้งซอยเต็มไปด้วยคาเฟ่ที่ตกแต่งในสไตล์ที่ต่างกันไป รวมทั้งคาเฟ่สไตล์ญี่ปุ่นอย่าง Chubby Cheeks ของ น้อยหน้า-สุนิดา พรหมศิริ ที่น่ารักไม่แพ้คาเฟ่คนอื่นเลย

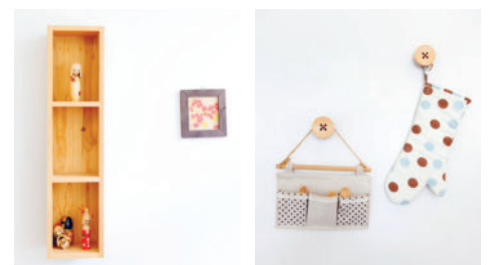
Chubby Cheeks มีจุดเริ่มต้นมาจากความชอบทำเบเกอรี่ของน้อยหน้า โดยก่อนหน้านี้อาจารย์น้อยหน้าขายผ่านเฟซบุ๊ก และเมื่อได้รับผลการตอบรับที่ดี เธอจึงย้ายขายร้านของตนเองจากออนไลน์มาสู่ถนนกว้างด้วยการเปิดร้านคาเฟ่สไตล์ญี่ปุ่นที่คุมโทนด้วยสีขาวและเน้นตกแต่งด้วยเฟอร์นิเจอร์ไม้เพื่อให้เข้ากับตัวบ้าน

บรรยากาศของ Chubby Cheeks นั้นแสนสบายราวกับมานั่งเล่น ด้วยเป็นบ้านไม้สีขาวภายในร้านเรียบง่ายเหมาะแก่การนั่งทำงานและอ่านหนังสือ โดยที่ร้านมีหนังสือหลายประเภทให้เลือกอ่าน และมีทั้งหนังสือภาษาไทยและภาษาอังกฤษ เช่น หนังสือท่องเที่ยว หนังสืออาหาร หนังสืองานออกแบบ และนวนิยาย เป็นต้น

นอกจากนี้ แม้ร้านจะค่อนข้างเล็ก แต่กลับไม่รู้สึกอึดอัดเลย เพราะโต๊ะเก้าอี้ภายในร้านถูกจัดวางอย่างหลวมๆ และรอบๆ ร้านยังมีหน้าต่างบานน้อยใหญ่ที่ไร้ซึ่งม่านมาบดบังแสงธรรมชาติจึงทำให้ร้านดูโล่ง โปร่งสบาย

Chubby Cheeks นอกจากโดดเด่นในสไตล์การแต่งร้านที่เน้นความเรียบง่าย และให้กลิ่นอายความเป็นคาเฟ่ญี่ปุ่นแล้ว เบเกอรี่โฮมเมดหน้าตาน่ารับประทานที่น้อยหน้าทำเองทุกเมนูยังอร่อยไม่เป็นสองรองใครและมีให้เลือกลิ้มลอง 9-10 เมนูต่อวัน โดยเช็กินเนอร์ของร้านยกให้กับ Strawberry Cheesecake ชีสเค้กแบบไม่อบเนื้อสัมผัสเนียนนุ่ม ฐานเป็นบิสกิตให้รสเค็ม ตรงกลางสอดไส้ครีมชีสรสเปรี้ยว และท็อปปิ้งด้วยสตอร์วเบอร์รี่สด ส่วนเมนูเครื่องดื่มมีให้เลือกหลากหลาย ไม่ว่าจะเป็นชา กาแฟ และสมูทตี้รสชาติต่างๆ ที่ช่วยเรียกความสดชื่นได้เป็นอย่างดี

“การตกแต่งคาเฟ่ในสไตล์คาเฟ่ญี่ปุ่น นอกจากดึงดูดใจลูกค้าไทยอย่างหนุ่มสาวออฟฟิศและนักเรียน นักศึกษาได้แล้ว เรายังได้กลุ่มลูกค้าฝรั่งและญี่ปุ่นที่อาศัยอยู่ในย่านนี้เพิ่มขึ้นด้วย และลูกค้าเกือบทั้งหมดกลับมาที่คาเฟ่อีกครั้งหลังจากมาในครั้งแรก เพราะติดใจในรสชาติความอร่อยของเบเกอรี่ การบริการ และบรรยากาศร้านที่อบอุ่น เป็นกันเองเหมือนนั่งรับประทานเบเกอรี่และจิบเครื่องดื่มรสชาติเยี่ยมที่บ้านเพื่อน”



ช.อารีย์ 4 แห่งเปิดบริการทุกวัน 11.00-22.00 น.

☎ 08-9121-9700

📍 chubbycheeksbakery



## EATING OUT Text : Duckkiez / Photo : Otto



## SAVOEY SEAFOOD CO.

อาหารทะเลสไตล์ไทย-จีนตำรับเสวย



เชื่อไม่น้อยว่าคนโปรดอาหารไทยไม่มีใครรู้จัก “เสวย” ร้านอาหารไทยที่นำเสนออาหารไทยรสชาติกลมกล่อมกว่าร้อยละร้อยเมนูให้ทั้งคนไทยและต่างชาติได้ลิ้มรสความอร่อยมานานกว่า 40 ปี แต่รู้หรือไม่ว่า เสวย นอกจากเป็นผู้เชี่ยวชาญด้านอาหารไทยแล้ว ยังมีความเชี่ยวชาญด้านอาหารทะเลด้วย จึงได้เปิดร้านอาหารทะเลในชื่อ Savoey Seafood Co. ที่คัดสรรอาหารทะเลจากแหล่งวัตถุดิบที่ดีที่สุดในและต่างประเทศมาปรุงเป็นอาหารรสชาติกลมกล่อมตามแบบฉบับเสวย ทั้งนี้ทางร้านมีเมนูอาหารไทยให้ผู้ที่ไม่รับประทานอาหารทะเล หรือผู้ที่คิดถึงรสชาติความอร่อยของอาหารไทยตำรับเสวยได้เลือกชิมอร่อยด้วย



คนโปรดอาหารรสชาติเผ็ดร้อนไม่พลาดสั่ง กุ้งมังกรผัดพริกเกลือ เนื้อกุ้งมังกรที่ทั้งแน่นและหวาน ผัดกับพริกและกระเทียมจนหอม จัดเสิร์ฟอย่างสวยงามในถ้วยกุ้งมังกร และข้าวผัดต้มยำทะเล เครื่องดื่มยำ เช่น ข้าว ตะไคร้ และใบมะกรูดผัดรวมกับข้าวสวยเม็ดนุ่มและอาหารทะเลอย่างกุ้ง ปลาหมึก และหอยแมลงภู่ จากนั้นนอกจากหอยกลิ้งเครื่องต้มยำแล้ว รสชาติยังแซ่บครบรสอีกด้วย ถัดมาเอาใจคนชอบรับประทานปลากับ ปลากระพงทอดซอสต้มยำ ปลากระพงทั้งตัวนำไปทอดจนเหลืองกรอบ อร่อยลงตัวกับซอสต้มยำรสเข้มข้น กลมกล่อมที่ราดบนตัวปลา น้ำพริกเสวย อีกหนึ่งเมนูชิกเนเจอร์ของทางร้าน น้ำพริกพริกเผารสหวาน ไม่เผ็ด รับประทานคู่เครื่องเคียงหลากหลายชนิด ไม่ว่าจะเป็นปลาสดทอดกรอบ ไข่ต้ม ดอกขจรและดอกโสนลวก และผักสดอย่าง แตงกวา มะเขือเปราะ และถั่วงอกย่าง ท้ายสุดอย่าลืมสั่งทอดมันกุ้ง เมนูขึ้นชื่อที่แทบทุกโต๊ะต้องสั่ง กุ้งแช่เบียวเนื้อหวานปรุงรสปั้นขึ้นพอดีคำ ชุบเกล็ดขนมปังบางๆ และทอดด้วยไฟอ่อนจนสีเหลืองทอง หากจิ้มกับน้ำจิ้มบ๊วยจะช่วยเพิ่มรสชาติความอร่อยได้มากทีเดียว



ใครที่ชอบรับประทานขนมไทยอย่างข้าวเหนียวมะม่วงแนะนำให้ลอง น้ำข้าวเหนียวมะม่วง ข้าวเหนียวมะม่วงรสหวานมันกำลังดีปั่นจนเนื้อละเอียด ท็อปปิ้งวิปครีมเนื้อนุ่มและชิ้นมะม่วงสุก



โครงการ A Square ซ.สุขุมวิท 26 เปิดบริการทุกวัน 11.00-22.00 น. ☎ 0-2020-7462

📍 savoeyrestaurant \*ช่วงเย็นของทุกวันคนจะเยอะเป็นพิเศษ แนะนำให้สำรองที่นั่ง\*

## EAT/DRINK/TRAVEL Text : Duckkiez

## STEAK IN KHAOYAI

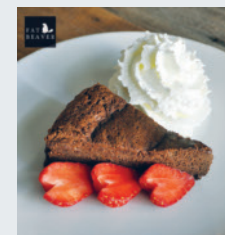
คนโปรดสเต็กพลาดไม่ได้กับ Steak in Khaoyai ร้านสเต็กชั้นเทพในสโลแกน “เนื้อนอก ราคาไทย” ที่นี่มีเมนูอาหารให้เลือกหลากหลายประเภท ไม่ว่าจะเป็นเมนูอาหารเรียกน้ำย่อยอย่าง หอยแมลงภู่ชีสและคอบกระเทียม เมนูสลัดและซูป เมนูเส้น และเมนูขึ้นชื่อของทางร้านอย่างฟิเลมยองสเต็กและสันในหมูห่อเบคอน



อ.ปากช่อง จ.นครราชสีมา

☎ 08-1548-7941 🏠 www.steakinkhaoyai.com

## FAT BEAVER



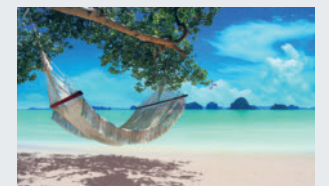
คาเฟ่สไตล์มินิมอล ลิสต์-ลอฟท์ที่เหมาะสมกับการพบปะสังสรรค์กับเพื่อนฝูงและคนพิเศษ ขนมหวานของทางร้านมีให้เลือกชิมลองหลายเมนู แต่ที่ไม่ควรพลาดคือ เค้กมะพร้าวเนื้อนุ่ม รสหวานน้อย ใส่อัดแน่น และเค้กช็อกโกแลตไร้แป้งที่รับประทานแบบ

เดียวๆ ก็อร่อย หรือจะเลือกรับประทานคู่กับเครื่องดื่มรสและสตอร์เบอร์รี่ก็เข้าที่

☎ 08-8577-0502 📱 Fat Beaver

## THE TUBKAAK BOUTIQUE RESORT

รีสอร์ทที่มีเอกลักษณ์เฉพาะตัวอย่างความร่มรื่นของต้นไม้ใหญ่ที่ผสมผสานกับงานออกแบบทั้งภายนอกและภายในได้อย่างลงตัว ห้องพักทุกรูปแบบตกแต่งในสไตล์ Contemporary ที่ได้



แรงบันดาลใจจากความงามของธรรมชาติ เช่น ภาพกราฟิกบริเวณผนังหัวเตียงซึ่งเป็นลายเส้นรูปใบยาง ต้นทุ้งฟ้า และดอกจิก การนำทรงกลมมาสร้างสรรค์เป็นโคมไฟ รวมถึงการใช้เฟอร์นิเจอร์ไม้และหวาย เพื่อให้ความรู้สึกอบอุ่นเสมือนเป็นบ้านตนเอง

อ.เมือง จ.กระบี่

☎ 0-7562-8456 🏠 www.tubkaakresort.com

## RELAX Text : Duckkiez



## พิพิธภัณฑ์สุขสะสม

แหล่งเรียนรู้ด้านประวัติศาสตร์และวิถีชีวิตของชาวไทยในสมัยโบราณแห่งนี้มีพื้นที่จัดแสดงทั้งสิ้น 5 โซน ได้แก่ โซนวิวัฒนาการของเล่น โซนข้าวของเครื่องใช้โบราณ โซนสิ่งพิมพ์โบราณ โซนของจิว และโซนชุด

อาชีพและตลาดโบราณ ซึ่งของสะสมที่เป็นไฮไลต์เด่นคือ ตุ๊กตาเล่นมายากล ก้อนซิลลาพันควัน เครื่องพิมพ์ดีดเครื่องแรกของไทย และหลอดเต๋อไม้แรกของไทย เป็นต้น

เวิคกวิวัฒนา เปิดให้เข้าชม 10.30-18.00 น.

☎ 08-6899-9208 Facebook : พิพิธภัณฑ์สุขสะสม Suksasom museum

## MINIMON

นิทรรศการนำเสนอชิ้นงานศิลปะกึ่งนามธรรม โดยใช้ภาพวาดอะครีกลบนผืนผ้าใบ โดยความโดดเด่นของนิทรรศการครั้งนี้คือ เรื่องราวของมอนสเตอร์ชื่อ Minimon ที่ซ่อนอยู่ในชิ้นงานศิลปะแต่ละชิ้น ทั้งนี้รายได้ส่วนหนึ่งจากการจัดแสดงนิทรรศการจะนำไปบริจาคให้กับมูลนิธิช่วยชีวิตสัตว์ป่าแห่งประเทศไทย (WARF)



Sky Lobby ชั้น 23 Central World Hotel จัดแสดงตั้งแต่วันที่ 6 ตุลาคม 2559

☎ 0-2100-1234





Text : ฐาตุร โกมารกุล ณ นคร / Photo : ชีระพงษ์ พลรักษ์

# ต้อแพะ

## บ้านไทยใหญ่ ในอ้อมกอดขุนยวม

ถนนสายนั้นยังคงทอดเนื่องคดโค้งไปในขุนเขา

มันพาเราออกจากแม่ล่าน้อย ลัดเลาะผ่านคดโค้งสู่เมืองไกลอย่างขุนยวม อำเภอเล็กๆ บนเส้นทางแห่งนี้เชื่อมโยงภูเขาและที่ราบเข้าด้วยกันอย่างอบอุ่นละมุนละไม เชื่อเชิญให้คนผ่านทางก้าวเท้าลงจากรถ ย่ำเดินสัมผัสสภาพจริงแท้อย่างที่มันควรจะเป็น

บ้านไม้เรียงรายกันอยู่ใจกลางทางหลวงหมายเลข 108 ที่ตัดผ่านลาดเนินใจกลางขุนยวมฉายชัดภาพอำเภอแสนสงบเงียบกลางอากาศจำเริญ ของกินในตลาดเล็กๆ สะท้อนถึงชีวิตและความเป็นผู้คนของที่นี่ ทว่ายามที่เรามาถึง ทุกอย่างกลับเงียบเชียบ ทุกอย่างหลากไหลไปตามครรลองของมันตั้งแต่เช้ามีด



แดดสายจางๆ ไม่อาจจะลายหมอกฝนของหมู่บ้านไทยใหญ่ เล็กๆ กลางหุบเขาที่มีสายน้ำยวมไหลเอื่อยอึมเคียงคู่ เราจ่อมจม ตัวเองกันในบ้านต่อแพ คุ้มบ้านเรียงรายไปตามชอกซอยท่ามกลาง ถนนที่สะอาดสะอ้าน มันบริสุทธิ์ดังงามเช่นเดียวกับวิถีชีวิตอันแสน เก่าแก่ที่ตกทอดของพวกเขา

“เราอยู่กันมานาน” ลุงณัฐพล สุวรรณสังข์ เริ่มต้นด้วยประโยค ง่ายๆ ในบ้านไม้โสมสแต่ย์แสนน่าอยู่ ทว่ามันกินความถึงรายละเอียดที่ยาวนานอันประกอบขึ้นเป็นพวกเขาระหว่างที่เราเพียง พาตัวเองมารู้จัก

มือเที่ยงเรียบง่ายในบ้านของลุงเรียงรายด้วยผัดกระเจียบ แกง บอน น้ำพริกถั่วเน่า รวมไปถึงขนมเส้นไทยใหญ่ มันคือรสชาติอัน น่าทำความรู้จัก “คนไทยใหญ่ไม่นิยมกินสัตว์ใหญ่อย่างวัว กินกัน ได้ไหม” ระหว่างถ้อยทีเื่อนดูเมื่อจบมือ ลุงชวนให้ลองความหอม มันของหรือขนมชะละหว่า ขนมข้างป่องเด็กเบ๊ง ที่เป็นมะละกอดิบ ปรุงรสแล้วทอด “เบ๊ง คือกระทะที่มันแบนๆ นั่นละ”

บ้านเรือนที่กระจายกันตามหุบเล็กๆ ที่พวกเขาเรียกกันว่า “ป๊อก” นั้นชุกช่อนอยู่ด้วยมิติทางความเป็นอยู่อันน่าหลงใหล เรา เลี้ยวซ้ายตรงทางเข้าวัดต่อแพ ก่อนจะไปพบว่า พ่อเผ่าละอ่อง เกิดสลดพร นั่งสบายอารมณ์อยู่ตรงนั้นมาตั้งแต่เช้า

กับไต หรือหมวกสานตามแบบฉบับคนไทยใหญ่วางเรียงรายอยู่ ตรงหน้าชายชรา มันงดงามตามความละเอียดที่ผ่านประสบการณ์ อันยาวนาน พ่อเผ่าค่อยๆ ขึ้นลายเส้นตอก เป็นลายสอง ลายสาม หรือใบที่ละเอียดลออนั้นก็กลายเป็นกับลายดอกพิกุล “เดี๋ยวนี้หา กระดาษสายาก” พ่อเผ่าหมายถึงการรุกรณะสาสด้านในกับ ซึ่งแต่ เดียวนี้ต้องสั่งซื้อตรงมาจากเชียงใหม่ ไม่ได้หาง่ายเหมือนแต่ก่อน

คนไทยใหญ่นิยมสวมทับกันทั้งหญิงและชาย มันเป็นภาพงดงาม ยามที่ใครสักคนเดินสวมมันผ่านสายฝนหรือแดดจัด เช่นเดียวกัน เองที่เราลัดเลาะมาที่บ้านหลังหนึ่งใกล้ลำน้ำยวม ไร่อ้อยเขียวด ขยายเคียงข้างนาข้าว พร้อมเสียงเอี้ยดอาดเป็นจังหวะ มักกล้ำม ของชายกลางคนสะท้อนเงาแสงเป็นมันวาว

“เดี๋ยวนี้นคนอึดอ้อยน้อยลง น้ำอ้อยหอมๆ ดีๆ ก็หาากันยาก แล้ว” ต่อหน้าเครื่องอึดอ้อยโบราณอันใหญ่โตที่หลงเหลือเพียง เครื่องเดียวในบ้านต่อแพ เรานั่งลงมองภูมิปัญญาทางการเกษตร ของชาวไทยใหญ่ มันสอดประสานระหว่างคนหมู่นานอันเหยียด



ยาวหนักหน่วง และคนที่คอยสอดแท่งอ้อยเข้าไปในเฟืองไม้ รอ จนน้ำอ้อย หวานหอมค่อยๆ ไหลไปลงรางพร้อมเสียงเอี้ยดอาด ที่ค่อยๆ เบาคล้าย “แต่ก่อนท่ามาก ๆ ต้องใช้วัวใช้ควายลากคน แรงมันมากนัก”

ระหว่างสิ่งเล็กๆ ที่สะท้อนความเป็นอยู่ในงานกิจกรรมอันสั่งสม ในบ้านต่อแพ ชีวิตกลางไร่นาจันแสนเก่าแก่นั้นผูกพันกับพระพุทธ ศาสนามาพอๆ กับการตั้งบ้านเรือน เราตาม สุธเดช วันนะเด็จ ขึ้นไป บนดอยเวียง ทางชันนั้นผ่านไร่สวนและผู้คนที่นี่ประคบบประหม่ มั่นในฤดูฝน

บนยอดดอยเวียงปรากฏเป็นโบราณสถานในความรกเรื้อของ แมกไม้ ส่วนปล้องไฉนตกหล่นอยู่เคียงข้างฐานอิฐที่ก่อขึ้นเป็นเจดีย์ ล้านนาอันเก่าแก่กว่า 1,900 ปี ราวพุทธศตวรรษที่ 19-24 สะท้อน ความเป็นเมืองโบราณของบ้านต่อแพ และมันไม่จางคลายความ สำคัญอันยึดเหนี่ยวพวกเขาไว้แม้จะผ่านพันกาลเวลา

“ทุกวันนี้คนที่นี่ยังคงไปสักการะศาลต่างๆ ที่อยู่บนดอยเวียงครับ” สุธเดชเรียกการสักการะศาลว่า “ต่างซอมต่อ” พวกเขาจะประกอบ พิธีกันในทุกวันพระและวันสำคัญทางศาสนา

บนดอยลูกเล็กๆ อันสั่งสมเรื่องราวของผู้คนและวันเวลา แม้ว่า

บางอย่างจะเก่ากร่อนพังทลาย แต่หากเป็นสิ่งที่วิ่งเต้นหล่อหลอม อยู่ข้างใน ดูเหมือนว่ามันจะไม่เคยขาดห่าง

ยามบ่ายที่สายน้ำยวมไหลรีม่กดังให้ใครสักคนมานั่งมอง ชาว บ้านสวมทับกลับจากเก็บผักชีที่ปลูกแซมไว้ในนาข้าว พวกเขา นั่ง ล้างมันตรงสันเขื่อน สายน้ำสายนี้เ็นเองที่เป็นต้นกำเนิดของชื่อ หมู่บ้าน ที่แต่เดิมผู้คนมักเริ่มต่อแพกันที่นี่ ชนข้าวและของป่าล่อง ลงไปยังแม่สะเรียง ก่อนจะต่างว่วเดินเท้าไปยังเมืองเชียงใหม่

วัดเก่าแก่เสียดยอดแหลมของจอง หรือวิหารตามแบบฉบับ สถาปัตยกรรมไทยใหญ่ หน้าจั่วยกคอสองชั้นนั้นแสนงดงาม ตาม เเชิงชายสลักเป็นรูปใบไม้และเครือวัลย์ละเอียดลออ

ทุกเช้าหลังจากแสงตะวันแตะสันดอยเวียง ไม่เพียงเราที่มานั่ง มองชีวิตอันเกี่ยวเนื่องกับศาสนาอย่างแยกกันไม่ออกของพวกเขา ทว่าแม่เผ่ารวมไปถึงหญิงกลางคนนับสิบต่างทยอยกันเดินตัด ดันนา ในมือถือปืนโตที่เต็มไปด้วยอาหารคาวหวาน หลังพวกเขา วางกับลงที่หน้าวิหาร เสียงให้พรจากพระคุณเจ้าด้านบนก็ล่องลอย ขับกล่อมให้ภาพสงบงามผ่านพ้นไปอีกรวัน

วัดต่อแพเต็มไปด้วยความเรียบง่ายอันแสนเก่าแก่ ตั้งแต่ผ้า ม่านประดับมุกลูกบิดและทับทิมที่ใช้กันในงานบุญที่ตั้งอยู่ด้านใน







## HOW TO GET THERE

จากจังหวัดเชียงใหม่ ใช้ทางหลวงหมายเลข 108 ผ่านอำเภอหางดง อำเภอสันป่าตอง อำเภอจอมทอง อำเภอฮอด เข้าสู่อำเภอแม่สะเรียง ในเขตจังหวัดแม่ฮ่องสอน

จากแม่สะเรียง มุ่งหน้าอำเภอเมลาน้อยและอำเภอขุนยวม เมื่อถึงขุนยวม แยกซ้ายไปบ้านต่อแพอีกราว 5 กิโลเมตร

## WHERE TO STAY

- โรงแรมยูน ขุนยวม (Yoon Hotel) โรงแรมโบราณเก่าแก่ของขุนยวม เรโนเวทใหม่อย่างเก๋ไก๋แสนสบาย เต็มไปด้วยมนต์เสน่ห์แห่งดง

☎ 0-5362-2086 และ 08-6313-1616

📍 Yoon Hotel

- โฮมสเตย์ชุมชนบ้านต่อแพ บริการห้องพักแบบโฮมสเตย์ รวมทั้งที่พัก อาหารไทยใหญ่ การเที่ยวชมหมู่บ้านและการแสดงทางวัฒนธรรม

☎ 08-1980-7743, 08-4803-2561

และ 08-6994-5015

## WHERE TO EAT

ครัวน้องกระถิน อาหารไทยและอาหารพื้นเมืองแสนอร่อย วิถีเกษตรสายลมแสนสวย แนะนำ ยำปลาตุ๋น, แหนบซี่โครงหมู, ไข่ปลาตุ๋น, ปลาตากแห้งนึ่งมะนาว

☎ 0-5369-1535

วิหาร มั่นเล่าเรื่องตอนสำคัญในทศชาดก ตอนพระเวสสันดรเสด็จประพาสอุทยาน ผ่านงานปักผ้าอันละเอียดวิจิตร ว่ากันว่าเก่าแก่มากตั้งแต่ปี พ.ศ. 2460 และมันยังสำคัญยิ่งในงานบุญต่างๆ ของคนบ้านต่อแพ อย่างงานบอยส่งลงในเดือนมีนาคม หรืองานปฏิสังขารพระเถระชั้นผู้ใหญ่

สถาปัตยกรรมไทยใหญ่อันละเอียดอ่อนตกทอดอยู่ทั้งส่วนวิหารโล่เลยไปถึงศาลาสงฆ์ที่พวกเขาเรียกกันว่า “จองซอน” หรือแม้แต่เวียงกุฎ หรือส้วมของพระสงฆ์ก็ล้วนน่าสนใจด้วยหลังคาทรงปั้นหยาถักคอกซ้อนสองชั้น ประณีตงดงามด้วยงานไม้ที่ผนังที่สร้างตีแผ่นไม้เป็นเส้นแนวทแยงสลับมุม

แม้ระหว่างเดือนที่เรามาถึงคือช่วงไม่ค่อยมีพิธีสำคัญทางศาสนา อันเนื่องจากเป็นช่วงทำนา มีเพียงแม่เฒ่าพ่อเฒ่าที่มาถือศีลนอนค้างที่วัดด้วยแรงศรัทธาอันยิ่งยวด ที่พวกเขาเรียกว่าประเพณี “ปอยจำเกะ” ทว่าภายในวัดก็เต็มไปด้วยความเป็นศูนย์รวมของผู้คนในทุกเช้า

ศาลาไม้โย่เย่ที่หันหน้าเข้าหากันตรงข้างวัดนั้นเปิดวิเวกหน้าต่างให้เห็นน้าอันบันไดสีเขียวสดที่เบื้องหลังเป็นดอยเวียงหม่มหมอก มันบอกเล่าถึงความเชื่อมโยงอันร้อยรัดผู้คนแห่งหมู่บ้านเล็กๆ ดินดอยเวียงแห่งนี้ไว้อย่างเหนียวแน่น

เป็นความเชื่อมโยงระหว่างชุมชน การใช้ชีวิต เชื้อชาติ ภาษารวมไปถึงสิ่งนึกคิดที่สะท้อนออกมาในนามของคำว่าความอบอุ่นร่มเย็น

บ้านหลังนั้นยังคงงดงามและคึกคักแด่ฝนให้คนครอบครัววัยตรงคัมารุ่นต่อรุ่น

เราอยู่กันไม่ไกลจากวัดต่อแพ ใน “เฮินไต” หรือบ้านเรือนไทยใหญ่หลังเก่าแก่ที่ยังหลงเหลืออยู่ในบ้านต่อแพ คุณแม่ทุน วรสกุลยังคงนั่งมองลูกหลานเติบโตไปจากบ้านไม้ที่เคยมุงหลังคาตองดิงหลังนี้อยู่ทุกเมื่อเชิ่วน

“มันเปลี่ยนไปแต่หลังคานั้นละ คุ่มแดดฝนไม่ทนเท่าของใหม่” บ้านไม้ไทยใหญ่อายุกว่า 100 ปีหลังนี้เก่าแก่มากตั้งแต่ยุคพ่อเฒ่าน้อยยุง ชัยณรงค์ ที่เป็นผู้สร้าง คดีการตั้งบ้านเรือนไทยใหญ่ชัดเจน



ทั้งส่วนของห้องนอนหลัก ห้องนอนลูกหลาน ส่วนของ “เต็น” หรือพื้นที่ใช้สอยที่ไว้รับแขก ขณะที่ครัวที่เรียกกันว่า “แม่เตาไฟ” นั้นไม่เคยจางหายควันไฟในลำฟ้า

“ห้องน้ำอยู่หลังบ้านโน้น บ้านไทยใหญ่ไม่สร้างห้องน้ำไว้กับเรือน” ในแม่ทุนเป็นย่าของหลานหลาย ๆ คน บ้านโบราณเลขที่ 32 หลังนี้กลับเก็บงำเรื่องราวของสถาปัตยกรรมพื้นถิ่นไว้อย่างเรียบง่าย งดงาม

หลังกราบไหว้ทั้งพระเจ้า หรือหิ้งพระที่แยกส่วนให้พ้นออกจากตัวบ้าน อันเป็นการสะท้อนความเชื่อเรื่องสิ่งเคารพกับคนธรรมดาสามัญนั้นต้องแยกจากกัน เธอออกมายืนเฝ้ามองบ้านหลังโบราณของแม่ทุนกันนอกบ้าน ขณะสายรอบล้นวันทึมเทาด้วยหยาดฝนและอากาศเย็บเย็น

และมันเป็นเช่นนั้นในทุกเช้าที่เราอยู่กัน ณ บ้านต่อแพ เฮินไตโบราณไม่เคยห่างหายผู้คนมาไต่ถามสารทุกข์สุกดิบ และวัดต่อแพก็ยังเต็มไปด้วยผู้คนสรวบกับใบเก่าคร่ำ ทอหิวอาหารคาวหวานไปใส่บาตรพระในทุกเช้า

เป็นความเคลื่อนไหวเช่นเดียวกับทุกที่ที่คำว่าศรัทธาและชีวิตเรียบง่ายยังคงวิ่งเต้นและดำเนินตัวตน 📍



# Where to Find

พบกันทุกวันที่ 15 ของเดือน

|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>กรุงเทพฯ/ปริมณฑล</b> <ul style="list-style-type: none"><li>• 24 Owls by Sometime's<br/>ช.เอกชัย 12 (ซอยเจริญใจ)</li><li>• Airport Rail Link<br/>พญาไท / มัทธิมา / หัวหมาก / รามคำแหง</li><li>• BANN KAFÁÉ<br/>ช.ท่าข้าม 24</li><li>• BICO<br/>The Scene Town In Town</li><li>• B Story Café<br/>COCO Walk ราชเทวี</li><li>• Café Amazon</li><li>• CafeLittleSpoon<br/>ช.สุขุมวิท 21</li><li>• Coffee Cakes<br/>อาคาร 6 ชั้น 1 ทีโอที แจ้งวัฒนะ</li><li>• Coffe Model<br/>รทว้าง ช.ประดิพัทธ์ 12-14</li><li>• Dialogue Coffee and Gallery<br/>แยกผ่านฟ้า</li><li>• EL Mello (ไอเมลโล่)<br/>อาคาร Thai Summit Tower</li><li>• ES/PE/RO<br/>เอกชัย ช.12 C9281:95</li><li>• Espresso Gallery<br/>ท.ปากคลองเตย: ลาดพร้าว</li><li>• Galleria Café<br/>ถ.กาญจนาภิเษก บางแค</li><li>• Gallery กาแฟดริบ<br/>หอศิลป์ฯ กรุงเทพมหานคร</li><li>• Gloria Jean's Coffees</li><li>• Growth Café &amp; Co<br/>สยามสแควร์ ช.2</li><li>• I-hin Cafe<br/>ช.ลาดกระบัง 46/3</li><li>• INN-Office Coworking Space<br/>โครงการ AQUA สะพานควาย</li><li>• Jil Coffee<br/>อาคาร 5 ชั้นใต้ดิน ทีโอที แจ้งวัฒนะ</li><li>• Lighting Café<br/>ลาดปลาเค้า ช.60</li><li>• Lord of Coffee<br/>อาคารพิกพงษ์เพลส ช.รามคำแหง 164</li><li>• Mezzo</li></ul> | <ul style="list-style-type: none"><li>• MhakBuri Station<br/>ช.เอกชัย 30 จอมทอง</li><li>• Mitte Coffee (มิตเต้)<br/>ช.แจ้งวัฒนะ-ปากเกร็ด 33</li><li>• My Café the Library<br/>Nawamin City Avenue</li><li>• Oldman Café<br/>ช.บางขุนนนท์ 27</li><li>• One Ounce for Onion<br/>เอกชัย ช.12</li><li>• Panary Café<br/>พลาโยธิน 7 ช.อารีย์</li><li>• Size S Coffee &amp; Bakery<br/>พรมราม 4</li><li>• Snooze Café<br/>U-Center ช.จตุพา 42</li><li>• Staff Coffee<br/>พลาโยธินเพลส ชั้น 1</li><li>• Sweet Pista Bangkok<br/>สุขุมวิท 31</li><li>• Ta Chance Coffee<br/>เยื้อง ช.เจริญกรุง 109</li><li>• Think TANK (Third Place)<br/>ถ.บางลิ้นจี่</li><li>• Timely Coffee<br/>ช.เสียบวารี 15 ท้องจอ</li><li>• TINPRESSO (ตินเนสโซ)<br/>ช.สุขุมวิท101/1</li><li>• Tom n Tom Coffee<br/>ช.พรมราม 69 Victory garden</li><li>• Treat Cafe &amp; Hang Out<br/>เสนา 28 (ตรงข้าม สส.สมิทธิโชติ)</li><li>• Veganerie<br/>The Mercury Ville Chidlom 4th Fl.</li><li>• White Rabbit<br/>ช.อารีย์สัมพันธ์ 5</li><li>• Yesterday 's Tea Room<br/>ปากซอยสะพานยาว ถ.กรงวาท</li><li>• กาแฟบิสทิงก์<br/>พรมราชวังพญาไท ร.พ.พรมมงกุฏ</li><li>• โครงการ P9<br/>ช.พลาโยธิน 9</li><li>• โกลด์ กาแฟสด<br/>ช.สายไหม 84</li></ul> | <ul style="list-style-type: none"><li>• เพ็ญชายน้ำ<br/>พาราไดซ์ พาร์ค</li><li>• ศูนย์การประชุมแห่งชาติสิริกิติ์</li><li>• ศูนย์การค้า ZPELL รังสิต</li><li>• มหาวิทยาลัย หอการค้าไทย</li><li>• โรงพยาบาลกรุงเทพ</li></ul> <b>ภาคเหนือ</b> <b>เชียงใหม่</b> <ul style="list-style-type: none"><li>• Chivit Thamma Da Coffee House</li><li>• เรียวกิงคาเฟ่</li></ul> <b>เชียงใหม่</b> <ul style="list-style-type: none"><li>• Gloria Jean's Coffees<br/>เซ็นทรัล เฟสติวัล</li><li>• Into the woods</li><li>• Neo Café</li><li>• โรงแรม Yesterday<br/>ถ.นิมมานเหมินท์</li><li>• อาข่า อ่ามา</li></ul> <b>แม่ฮ่องสอน</b> <ul style="list-style-type: none"><li>• Coffe In Love</li><li>• Coffee Morning</li><li>• ร้านกาแฟข้าทำ ปาย</li><li>• ร้านสรวลกาแฟ</li></ul> <b>แพร่</b> <ul style="list-style-type: none"><li>• CK Coffee</li><li>• บ้านฮังเล คอฟฟี่</li></ul> <b>พะเยา</b> <ul style="list-style-type: none"><li>• Nutsz Coffee</li></ul> <b>ลำพูน</b> <ul style="list-style-type: none"><li>• Blacksmith</li><li>• โรงเช่า</li></ul> <b>อุตรดิตถ์</b> <ul style="list-style-type: none"><li>• Amazon จี๊วงาม</li></ul> <b>ภาคกลาง</b> <b>ชัยนาท</b> <ul style="list-style-type: none"><li>• Me Ice cream</li></ul> <b>นครปฐม</b> <ul style="list-style-type: none"><li>• Pak Pink Bistro</li><li>• “ค่าน้ำ”</li></ul> <b>นครสวรรค์</b> <ul style="list-style-type: none"><li>• รามเกียรติ์ คอฟฟี่</li><li>• แกะดำ Coffee</li></ul> | <b>พิจิตร</b> <ul style="list-style-type: none"><li>• โรสกาแฟสด</li></ul> <b>พิษณุโลก</b> <ul style="list-style-type: none"><li>• Caffé'ine</li></ul> <b>ลพบุรี</b> <ul style="list-style-type: none"><li>• ค.กาแฟ ชดสด</li></ul> <b>สระบุรี</b> <ul style="list-style-type: none"><li>• The Barista Café</li></ul> <b>สุโขทัย</b> <ul style="list-style-type: none"><li>• 379 Drip</li></ul> <b>อุทัยธานี</b> <ul style="list-style-type: none"><li>• I AM Coffee</li></ul> <b>ภาคอีสาน</b> <b>กาฬสินธุ์</b> <ul style="list-style-type: none"><li>• Café 2 gether</li></ul> <b>ขอนแก่น</b> <ul style="list-style-type: none"><li>• Café de' forest</li><li>• BANMORE BAKERY AND COFFEE</li><li>• EIGHTS A DAY</li></ul> <b>นครพนม</b> <ul style="list-style-type: none"><li>• จันทรกาแฟ</li></ul> <b>นครราชสีมา</b> <ul style="list-style-type: none"><li>• Sweet Café</li></ul> <b>บุรีรัมย์</b> <ul style="list-style-type: none"><li>• Brom Café</li></ul> <b>มุกดาหาร</b> <ul style="list-style-type: none"><li>• Bearista Coffee &amp; Bakery</li></ul> <b>มหาสารคาม</b> <ul style="list-style-type: none"><li>• กาแฟร้านรมย์</li></ul> <b>เลย</b> <ul style="list-style-type: none"><li>• กาแฟสด อักเลย</li><li>• ปล่อยแสง เชียงคาน</li><li>• ถนนชายโขง ช.10</li><li>• แม่น้ำมีแก่ง เกลาเฮาส์</li><li>• ถนนชายโขง ช.19</li></ul> <b>สุรินทร์</b> <ul style="list-style-type: none"><li>• Sit in</li></ul> <b>หนองคาย</b> <ul style="list-style-type: none"><li>• Loft Café NK</li></ul> <b>อุดรธานี</b> <ul style="list-style-type: none"><li>• วิทยาลัยคูโ</li><li>• Dose Espresso</li></ul> | <b>ภาคตะวันออก</b> <b>จันทบุรี</b> <ul style="list-style-type: none"><li>• กาแฟร้อยตะวัน</li></ul> <b>ชลบุรี</b> <ul style="list-style-type: none"><li>• Gloria Jean's Coffees<br/>โรงแรมซีทีเอส</li><li>• ตราด</li><li>• Kaotaa Coffee</li><li>• Hotel อี</li><li>• ระยอง</li><li>• Dollars House</li><li>• รย็อง</li><li>• ร้านกาแฟหอมปากหอมคอ</li></ul> <b>ภาคตะวันตก</b> <b>ประจวบคีรีขันธ์</b> <ul style="list-style-type: none"><li>• Gallery กาแฟดริบ หัวหิน</li><li>• โชว์รูมรถ Ford หัวหิน</li></ul> <b>เพชรบุรี</b> <ul style="list-style-type: none"><li>• ภูเขาหญ้า</li><li>• “JM Cuisine” / “เจ็กเม้ง”</li><li>• ร้านเค้กเมืองเพชร</li><li>• โอ แอม คอฟฟี่</li></ul> <b>ราชบุรี</b> <ul style="list-style-type: none"><li>• Morming Glory Resort</li><li>• IDYLL@DAMNOENSADUAK</li></ul> <b>ภาคใต้</b> <b>กระบี่</b> <ul style="list-style-type: none"><li>• เล็ก ณ นมา</li></ul> <b>ตรัง</b> <ul style="list-style-type: none"><li>• Deeva Cup</li><li>• The wish coffice</li></ul> <b>ภูเก็ต</b> <ul style="list-style-type: none"><li>• Love 2 eat</li><li>• กล้วยน้ำจี่</li></ul> <b>สงขลา</b> <ul style="list-style-type: none"><li>• Ma Maison</li></ul> ภาคใต้ใหญ่ <ul style="list-style-type: none"><li>• ร้าน TUBER</li></ul> <b>สุราษฎร์ธานี</b> <ul style="list-style-type: none"><li>• MY CUP</li><li>• บางใบไม้ คาเฟ่</li></ul> |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|

## สมัครสมาชิกนิตยสาร SME STARTUP

ส่งตรงถึงบ้านแบบรายปี 12 ฉบับ ราคา 200 บาท

เริ่มรับนิตยสารตั้งแต่เล่มที่ .....

ข้อมูลสมาชิก ชื่อ-นามสกุล .....

ที่อยู่จัดส่งเอกสาร .....

.....

โทรศัพท์ ..... อีเมล .....

วัน/เดือน/ปีเกิด ..... เพศ ( ) ชาย ( ) หญิง

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

### วิธีการชำระเงิน

โอนเข้าบัญชี บริษัท เพนดินซูาร์ แอสโซซิเอตส์ จำกัด

- ธนาคารไทยพาณิชย์ สาขาพลาโยธิน เลขที่บัญชี 014-2-57097-9
- ธนาคารกรุงไทย สาขาสำนักพลาโยธิน เลขที่บัญชี 799-2-07811-8

### วิธีการสมัคร

กรอกข้อมูลให้ครบถ้วนแล้วส่งใบสมัครพร้อมหลักฐานการโอนเงินมาที่

บริษัท เพนดินซูาร์ แอสโซซิเอตส์ จำกัด เลขที่ 100/6 ซอยอารีย์สัมพันธ์ 3

ถนนพลาโยธิน แขวงสามเสนใน เขตพญาไท กรุงเทพฯ 10400

โทรศัพท์ 0-2270-1123-4 กด 0 โทรสาร 0-2270-1125

หรือทาง member.smethailandgroup@gmail.com





### SME Thailand Inno Awards 2016

ปิดฉากไปแล้วกับงานมอบรางวัล SME Thailand Inno Awards 2016 ที่นิตยสาร SME Thailand ร่วมกับธนาคารกสิกรไทยจัดขึ้นอย่างต่อเนื่องเป็นปีที่ 5 เพื่อสนับสนุนผู้ประกอบการไทยที่มีแบบอย่างทางความคิดในการนำเอาองค์ความรู้และความคิดสร้างสรรค์มาพัฒนานวัตกรรมทางธุรกิจรูปแบบใหม่ๆ เพื่อต่อยอดการดำเนินธุรกิจให้ประสบความสำเร็จ

ทั้งนี้ พิธีมอบรางวัลดังกล่าว มี ดร.อรรชกา สีบุญเรือง รัฐมนตรีว่าการกระทรวงอุตสาหกรรมเป็นประธานในพิธีมอบรางวัล และกล่าวปาฐกถาในหัวข้อนวัตกรรมกับการเติบโตที่ยั่งยืนของ SME โดยมี วิจัย วิโรจน์จริยากร กรรมการผู้จัดการ บริษัท เพนินซูลาร์ แอสโซซิเอทส์ จำกัด พิภวัตรภัทรนาวิก ผู้ช่วยกรรมการผู้จัดการ ธนาคารกสิกรไทย พร้อมด้วยนักธุรกิจและผู้ประกอบการชั้นนำเข้าร่วมเป็นเกียรติในพิธีมอบรางวัลอย่างคับคั่ง เมื่อวันที่ 25 สิงหาคม ที่ผ่านมาน ณ โรงแรมสวิสโซเทล เลอ คองคอร์ด

สำหรับผู้ได้รับรางวัล SME Thailand Inno Awards 2016 ใน 10 ประเภท ได้แก่

1. รางวัลโดดเด่นด้านความคิดสร้างสรรค์ธุรกิจบริการ : บริษัท นกออกเซอร์วิส จำกัด
2. รางวัลโดดเด่นด้านการบริหารจัดการองค์กรและธุรกิจ : บริษัท ดี ออร์จินัล ฟาร์ม จำกัด
3. รางวัลโดดเด่นด้านดีไซน์ผลิตภัณฑ์ : บริษัท ไตว่องไว จำกัด
4. รางวัลโดดเด่นด้านการสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ Reuse/Recycle : บริษัท ริชชี (2016) จำกัด
5. รางวัลโดดเด่นด้านพัฒนาผลิตภัณฑ์ซอฟต์แวร์ : บริษัท วันทูโกลด์ อินเตอร์กรุ๊ป จำกัด
6. รางวัลโดดเด่นด้านการสร้างแบรนด์ : บริษัท โทฟูซัง จำกัด
7. รางวัลโดดเด่นด้านผลิตภัณฑ์เพื่อสิ่งแวดล้อม : บริษัท ทักทายกัน จำกัด
8. รางวัลโดดเด่นด้านการตลาดออนไลน์ : บริษัท บัชชีปี้ส์ จำกัด
9. รางวัลโดดเด่นด้านผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพ : บริษัท ปิ่นนี้ โปรดักส์ จำกัด
10. รางวัลโดดเด่นด้านการออกแบบบรรจุภัณฑ์ : บริษัท ไปสุข จำกัด

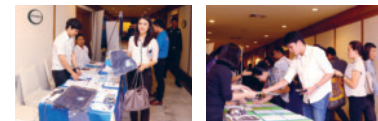






### The Millionaire Secrets เจาะกินแบรนดดัง คิดต่างปั้นธุรกิจโต @หาดใหญ่

สมพร สิริปรานานนท์ ประธานหอการค้า จังหวัดสงขลา เป็นประธานกล่าวเปิดงานสัมมนา "The Millionaire Secrets เจาะกินแบรนดดัง คิดต่างปั้นธุรกิจโต" ที่จัดขึ้นโดยบริษัท เพนนิงส์ แอสโซซิเอทส์ จำกัด ผู้ผลิตนิตยสาร SME Startup มีวิทยากรมาร่วมถ่ายทอดความรู้ วีระชัย ปรานวีระไพบูลย์ ประธานเจ้าหน้าที่บริหาร ดี แอทติจูด คลับ เจ้าของ Foto Hotel และ ชนิสรา โททอง (อุณ) เจ้าของแบรนด Diamond Grains โดยมีผู้สนใจเข้าร่วมสัมมนาเป็นจำนวนมาก ณ โรงแรม หรรษา เจบี หาดใหญ่ เมื่อวันที่ 28 กรกฎาคม 2559



### FWD ประกาศผลงาน

เฟดดับบลิวดี ประกันชีวิต ฉลอง 3 ปีของการดำเนินธุรกิจ ด้วยผลการดำเนินงานครั้งแรกของปี 2559 ที่ยังคงเติบโตแข็งแกร่ง สิ้นสุด ณ 30 มิถุนายน 2559 บริษัทสามารถผลิตเบี้ยประกันภัยรับปีแรกได้รวม 3,409 ล้านบาท หรือเพิ่มขึ้น 63 เปอร์เซ็นต์ เมื่อเปรียบเทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อนหน้า โดยมีอัตราการเติบโตเป็นตัวเลข 2 หลักในทุกช่องทางขาย ส่งผลให้ปัจจุบันบริษัทมีลูกค้า 750,000 คน และสามารถขยับจากบริษัทประกันชีวิตอันดับที่ 8 ของไทยเมื่อปลายปี 2558 ขึ้นสู่อันดับ 7 ตั้งเป้าหมายจะมีลูกค้า 1 ล้านคนภายในสิ้นปีนี้



### CNS Convention Center

บริษัทหลักทรัพย์ โนมูระ พัฒนสิน จำกัด (มหาชน) หรือ โนมูระ พัฒนสิน ผู้ให้บริการด้านการเงินและการลงทุนแบบครบวงจร ที่มีมาตรฐานระดับสากล จัดพิธีเปิดศูนย์กลางการเรียนรู้อันทันสมัย CNS Convention Center บนถนนสาทรใต้ ถือเป็นศูนย์กลางเชื่อมโยงความรู้ที่เป็นประโยชน์จากหลากหลายด้าน ตลอดจนเป็นศูนย์รวมพันธมิตรด้านการค้าการลงทุน สร้างโอกาสต่อยอดทางธุรกิจและการลงทุน



### ประกาศรางวัล DEmark 2016

ก้าวสู่ปีที่ 9 แล้ว สำหรับโครงการรางวัลสินค้าไทยที่มีการออกแบบดี หรือ DEmark Award โดยในปีนี้ จัดขึ้นภายในแนวคิด "ดีไซน์หมุนโลกธุรกิจ" (Design Driven Business) เพื่อตอกย้ำความสำคัญของการออกแบบ ที่ช่วยสร้างโอกาสทางธุรกิจให้กับผู้ประกอบการได้อย่างเป็นรูปธรรม โดยล่าสุดกรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ กระทรวงพาณิชย์ได้เผยแพร่ The Winner ผู้คว้ารางวัล DEmark 2016 ซึ่งปีนี้มีผู้ได้รับรางวัล DEmark Award 2016 จำนวน 67 รายการ จาก 54 บริษัท แบ่งเป็นประเภทสินค้าทั้งสิ้น 6 ประเภท ได้แก่ กลุ่มเฟอร์นิเจอร์ กลุ่มสินค้าไลฟ์สไตล์ กลุ่มสินค้าแฟชั่นและสิ่งทอ กลุ่มสินค้าอุตสาหกรรม กลุ่มผลิตภัณฑ์อาหาร ผลิตภัณฑ์สุขภาพความงามและบรรจภัณฑ์ กลุ่มกราฟิกดีไซน์



# BIS และ Entrepreneur Mindset

เกสท์ ดร.แสงสุข พัทธานกุล

กรรมการผู้จัดการ บริษัท สมุก อี จำกัด

กว่าที่ผู้ประกอบการจะประสบความสำเร็จทางธุรกิจได้นั้น หนทางเป็นไปด้วยความยากลำบาก ต้องเผชิญปัญหาอุปสรรคนานัปการ ล้มลุกคลุกคลานกันมาไม่มากนักน้อย ต้องใช้เวลานานกว่าจะสร้างความแข็งแกร่งและเติบโตก้าวหน้าไปต่างประเทศได้อย่าง สมุก อี เองก็ใช้เวลาถึง 25 ปีนับจากวันเริ่มต้นจนมาถึงวันนี้ ที่เป็นแบรนด์ที่โด่งดังมีชื่อเสียงทั้งในระดับประเทศและระดับโลก ซึ่งกว่าจะมาถึงวันนี้ได้ก็เริ่มต้นมาจากศูนย์ ผ่านการลองผิดลองถูกมาด้วยตนเอง ถ้าย้อนเวลากลับไป ณ วันที่เริ่มต้นธุรกิจสมุก อี หากมีนักธุรกิจที่ประสบความสำเร็จมาให้คำแนะนำ ชี้ให้เห็นแนวทางต่างๆ ในการทำธุรกิจ ความสำเร็จที่เป็นอยู่วันนี้ของสมุก อี อาจใช้เวลาเพียง 10 ปีเท่านั้น

อย่างไรก็ตาม สิ่งที่เราเรียนรู้นอกจากการทำธุรกิจได้ถูกสั่งสมเป็นองค์ความรู้และประสบการณ์ ประกอบกับที่เห็นจุดอ่อนของระบบการศึกษาไทย จุดอ่อนของผู้ประกอบการไทย ที่แม้จะมีจุดแข็งที่ความยืดหยุ่น สามารถปรับตัวเข้ากับสถานการณ์แวดล้อมที่มีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว มีทักษะงานฝีมือและบริการ แต่ก็มีจุดอ่อนด้านการบริหารจัดการ ความสามารถในการพัฒนาสินค้าและบริการ รวมถึงความสามารถในการพัฒนานวัตกรรม นอกจากนี้ การได้มีโอกาสอ่านงานวิจัยเกี่ยวกับการเริ่มต้นทำธุรกิจที่ว่า หากไม่มีนักธุรกิจที่ประสบความสำเร็จทางธุรกิจจริงมาให้คำปรึกษาแนะนำจะเติบโตช้ามาก ดังนั้น ด้วยความฝันส่วนตัวที่อยากจะทำโรงเรียนที่สอนผู้ประกอบการเล็กๆ ให้เติบโตนอกเหนือจากความฝันการสร้างแบรนด์ระดับโลกซึ่งทำได้แล้ว จึงตัดสินใจเปิด The Business Incubation School (BIS) ซึ่งเป็นโมเดลการศึกษาที่สอนผู้ประกอบการ SME ขึ้นมา

The Business Incubation School เป็นรูปแบบการศึกษาใหม่ที่มีนักธุรกิจที่ประสบความสำเร็จหรือผู้ที่อยู่ในสาขาอาชีพต่างๆ มาเป็นผู้สอน และเน้นการปฏิบัติจริง กล่าวคือเมื่อมาเรียนระหว่างวันศุกร์-วันอาทิตย์จะต้องนำสิ่งที่ได้เรียน คำปรึกษาแนะนำไปปฏิบัติทันที เพราะการเรียนการสอนคือการได้แบบตัวต่อตัวกับนักธุรกิจมืออาชีพที่ประสบความสำเร็จ จะมาจับกลุ่มกับนักเรียน ให้ประสบการณ์ของนักธุรกิจที่ประสบความสำเร็จเหล่านั้นเป็นบทเรียน และใช้ปัญหาหรืออุปสรรคที่เกิดจากการทำธุรกิจจริงๆ ของนักเรียนเป็นโจทย์ โดยมีผลประกอบการของผู้ประกอบการที่มาเรียนเป็นตัวชี้วัด และวัดผลได้ว่า สิ่งที่ได้สอนไปแล้วเมื่อนำไปใช้จริง

แล้วนั้นเป็นอย่างไรบ้าง ซึ่งต่างจากสถาบันการศึกษาทั่วไปที่เน้นสอนแต่ทฤษฎีเป็นหลัก

อย่างไรก็ตาม หลังจากที่เปิดสอนไปแล้ว สิ่งหนึ่งที่ได้เรียนรู้กลับมาซึ่งเป็นสิ่งสำคัญที่ทำให้ผู้ประกอบการ SME ไม่สามารถเติบโตขึ้นไปได้คือ เรื่องของ Mindset หรือกรอบความคิด ซึ่งเรื่องของ Entrepreneur Mindset นับว่าเป็นเรื่องที่สำคัญมาก เพราะโดยส่วนใหญ่ผู้ประกอบการ SME มักจะคิดไปเองว่าทำไม่ได้ หรือไม่ยอมเปลี่ยนแปลงบางอย่างเพราะคิดว่าไม่ดี ไม่ใช่ทำไม่ได้ ยกตัวอย่างเช่น มีธุรกิจร้านกาแฟที่กำแพงเพชรร้านหนึ่งตกแต่งร้านสไตล์อินดี้ ซึ่งสวยงามและลงทุนมาก แต่ขายกาแฟได้วันหนึ่งไม่มากเท่าไร กรอบความคิดของเขาคือ คนกำแพงเพชรไม่มีเงิน คนกำแพงเพชรไม่กินกาแฟ ขายแก้วละ 40 บาทก็แพงแล้วสำหรับย่านนั้น แต่เมื่อสำรวจดูแล้วเขายังไม่มีร้านกาแฟแบรนด์ดัง เลยเสนอแนะให้เขาเปลี่ยนเป็นแก้วละ 75 บาท แต่ทำเป็นสูตรพิเศษขึ้นมา ใช้เวลา 3 เดือนในการเปลี่ยน Mindset ที่ว่ากาแฟราคาแพงแล้วขายไม่ได้ ผ่านมาหลังจากนั้นในวันนี้รายได้ของร้านกาแฟนี้ส่วนใหญ่มาจากกาแฟแก้วละ 75 บาท นี่คือการเปลี่ยน Mindset ที่มีคิดไปเองว่าไม่ใช่ ทำไม่ได้หรอก หรือธุรกิจซาลาเปามี Mindset ว่า ซาลาเปาแค่อร่อยก็ขายได้แล้ว ไม่เชื่อว่า รูป รส กลิ่น เสียงมีส่วนที่จะช่วยให้ซาลาเปาขายดีขึ้น ฉะนั้นเขาก็จะยังคงย่ำอยู่กับที่ กรอบความคิดเดิมๆ ถ้าไม่ก้าวข้ามยังทำเหมือนเก่า ก็จะไม่วันเติบโต

ถามว่าแล้ว Entrepreneur Mindset ควรเป็นอย่างไร สำหรับผู้ที่เพิ่งเริ่มต้นธุรกิจนั้น ควรมี Mindset 3 ประการนี้คือ ประการแรก คิดแล้วต้องลงมือทำเลย อย่าคิดและพูดเฉยๆ เมื่อคิดและพูดแล้วต้องทำ ประการที่สอง คือ คิด กรอบความคิดที่ว่าถ้าทำธุรกิจล้มเหลว 1 ครั้ง 2 ครั้งแล้วคงจะต้องเลิก ก็ต้องเปลี่ยนกรอบความคิดนั้นเสีย เป็นว่าเชื่อว่าการล้มคือการที่เราประสบความสำเร็จในอนาคต เพราะในความเป็นจริงผู้ประกอบการเล็กๆ ที่เริ่มต้นธุรกิจแล้วประสบความสำเร็จเลยในทีเดียวนั้นเป็นไปได้ยาก แต่ผิดคือการเรียนรู้ แล้วรับยอมรับผิด รับลูกขึ้นมา รับผิดชอบอย่างรวดเร็ว ดังนั้น แทนที่จะ 1 ใน 10 อาจจะโชคดีเป็น 1 ใน 5 ของผู้ที่ทำธุรกิจแล้วอยู่รอดตลอดฝั่ง และประการที่สาม ต้องมีความมุ่งมั่น มากกว่าจะต้องทำให้สำเร็จ **S**





# AIRPORT RAIL LINK FASTEST WAY TO CITY CENTER

ไม่ยุ่งยาก  
Simple

สะดวกสบาย  
Convenient

ปลอดภัย  
Safe



คุ้มค่า  
Affordable

รวดเร็ว  
Fast



พญาไท  
PHAYA THAI

ราชปรารภ  
RATCHAPRAROP

มักกะสัน  
MAKKASAN

รามคำแหง  
RAMKHAMHAENG

หัวหมาก  
HUA MAK

บ้านทับช้าง  
BAN THAP CHANG

ลาดกระบัง  
LAT KRABANG

สุวรรณภูมิ  
SUVARNAHUMI



website



Iphone App



Android App



Facebook



1690



AirportRailLink



www.srtet.co.th



AirportRailLink



Phaya Thai Station  
Suvarnabhumi Station



ดาวน์โหลด Application



App Store Google play





Mandalay Palace

# *fly to* MANDALAY

3 Times Weekly  
(Mon/Wed/Sat)

**THB 4,500** (All in)

- Round trip
- Free meal
- Taxes/ surcharge included



Kuthodaw Pagoda



U Bein Bridge



Min Gun Pagoda



Mandalay Hill



Mya Thein Dan Pagoda

**Sales Period : 01 Sep - 30 Sep 16**  
**Travel Period : 03 Sep - 31 Oct 16**



Shwe Nandaw Monastery

**A MEMBER OF KBZ GROUP**

100% safety record since 1993  
The only IOSA operator in Myanmar  
The only IATA member in Myanmar



Technical support by : **AIRFRANCE INDUSTRIES**

Code Share Partners :

**KOREAN AIR**

**malaysia**

**Garuda Indonesia**



MAI - ASEAN Centricity

Call to your travel agent or  
MAI Bangkok Office :  
8th floor, Unit 3803, BB Building,  
54 Asoke Road, Sukhumvit 21, Wattana  
Bangkok 10110, Thailand  
Email: [bkk.resvn@maiair.com](mailto:bkk.resvn@maiair.com)  
Tel: (66-2) 261-5060, Fax: (66-2) 261-5075

[www.facebook.com/8Mofficial](https://www.facebook.com/8Mofficial)