SME
encourage you to start your own biz

STARTUP

FREE

ISSUE 54 | MARCH 2018

SCB BUSINESS CENTER

ที่เดียวจบครบทุกเรื่อง SME

Photo : วิภาวดี พิสุทธิ์สิริอภิญญา

สร้างมูลค่าเพิ่มอาหารด้วยสีสัน

อาหารนอกจากจะกินเพื่อให้อิ่มท้องและมีประโยชน์ต่อสุขภาพร่างกายแล้ว เดี๋ยวนี้ผู้บริโภคยังต้องการไอเดียแปลกๆ หรือประสบการณ์ใหม่ๆ ที่ได้จากอาหาร เพื่อสร้างคุณค่าทางจิตใจทำให้รู้สึกอยากกินอาหารและรู้สึกมีความสุขสนุกสนานไปกับการกินอาหารอีกด้วย สีสันสดใสภายนอกของอาหารจึงเป็นอีกหนึ่งปัจจัยที่สามารถดึงดูดความสนใจผู้บริโภคได้เป็นอย่างดี และหากได้ลองเข้าไปส่องโซเชียลมีเดียก็จะเห็นว่าตอนนี้หลายแบรนด์หลายร้านมีอาหารมีสีสันละลานตากันมากมาย เพราะนี่เป็นเทรนด์หนึ่งที่กำลังมาแรง

ผู้ประกอบการที่เกาะกระแสเทรนด์ และเข้าใจพฤติกรรมของผู้บริโภคในยุคดิจิทัลที่ชอบถ่ายรูปแล้วโพสต์แชร์ในโซเชียลฯ รวมถึงต้องตามไปลองชิมเพื่อสร้างประสบการณ์ใหม่ให้กับตนเอง ก็จะคิดหาลูกเล่นใหม่ๆ จับอาหารแต่งตัวให้แปลกตาเพื่อสร้างความแตกต่าง ดึงดูดความสนใจผู้บริโภค เหมือนอย่างผู้ประกอบการ 2 ราย คือ ร้านคาเฟ่ KICKS ที่เล่นกับน้ำแข็งทรงลูกบาศก์หลากสีหลายรส และ Rainbow ขนมโตเกียว ที่แปลงร่างขนมโตเกียวแบบดั้งเดิมมาสร้างมูลค่าเพิ่มด้วยสารพัดสีสายสีรุ้ง ฟ้า เขียว ชมพู เหลือง ฯลฯ จนทำให้ผู้บริโภครู้สึกสดใสสนุกสนาน และพร้อมใจกันโพสต์แชร์ส่งเป็นการโฆษณาที่ไม่ต้องควักกระเป๋าจ่ายเงิน จนทำให้ธุรกิจเติบโตมาอย่างรวดเร็ว

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

CONTENTS

10
CREATIVE & IDEA
LIP LAB เปิดประสบการณ์ใหม่ ให้ลูกค้าครีเอทสี...ในสไตล์ตัวเอง

12
MARKETING
นินจา แวน ชูจุดแข็งส่งง่าย เข้าใจทุกความต้องการของลูกค้า
และเข้าถึงลูกค้าแบบเนียนๆ ด้วยการตลาดเลียนแบบ Mobile Ad

13
YOUNG MONEY MAKER
บทเรียนจาก "พิ้ง" สู่ธุรกิจน้ำมะนาวของซีอีโอวัยอนุบาล

14
COVER STORY
SCB BUSINESS CENTER ที่เดียวจบครบทุกเรื่อง SME

18
SCOOP
ว้าว! FASHION FOOD แชะ ชิม แชร์

22-23
SELF-EMPLOYED
จากรองเท้าแตะถึงเคสโทรศัพท์ ไอเดียทำเงินของ Jude Case
และ Life Forest งานเซรามิกสไตล์วินเทจ ธุรกิจปั้นทำเงินของสาวรักศิลปะ

24
INSPIRED ME
บูบี-วารีนิธิ กันทิไพบูลย์ ครอบครัว + ความสุข = ความสำเร็จ

25
HEALTH
ประโยชน์ของชาจากผลทับทิม และรับมืออย่างไรเมื่อถูกตะโกนใส่หน้า

28
LIFESTYLE
Oakwood โรงแรม 5 ดาวใน Little Osaka
และพาไปชิม Top 3 หม่าล่าอารีย์-สะพานควาย เผ็ดชาจนต้องออกล่า

ติดตามข่าวสารและข้อมูลที่น่าสนใจได้ใน
SME Startup

บรรณาธิการอำนวยการ สุจิตรา บุญยงจร **บรรณาธิการ** รัชนี พันธ์รุ่งจิตติ **กองบรรณาธิการ** กฤษณา สังข์วงศ์ เจษฎา ปุรินทวรกุล **บรรณาธิการบริหารเว็บไซต์** เรไร จันทร์เอี่ยม **หัวหน้ากองบรรณาธิการเว็บไซต์** นิตยา สุเรียมมา **กองบรรณาธิการเว็บไซต์** ยุวดี ศรีภุมมา วันวิสา งามแสงชัยกิจ **ผู้จัดการส่วนโครงการพิเศษ** แกล้วกล้า ราดาบดินทร์ **หัวหน้าฝ่ายประสานงานภายใน** สุชัญญา แก้วโคตร **ฝ่ายประสานงานภายใน** นิภาภรณ์ ผลเจริญ **หัวหน้าฝ่ายภาพ** วิภาวดี พิสุทธิ์สิริอภิญญา **ฝ่ายภาพ** เจษฎา ยอดสุรางค์ ธนพล ทองเพ็ง **บรรณาธิการฝ่ายศิลปกรรม** ศุภธาดา นำอำนวย **หัวหน้าฝ่ายพิสูจน์อักษร** อุดม วรจารุวรรณ **พิสูจน์อักษร** วรนุช โต้ตอบ **ผู้อำนวยการฝ่ายโฆษณาและการตลาด** สุจิตรา บุญยงจร **ฝ่ายโฆษณาอาวุโส** ธัญวรรณ แก้วหนู สิรินาถ สายกระจ่าง **ฝ่ายโฆษณา** กัญชพร คูตระกูล ปรัชธินีย์ ชนะโอภาส **ฝ่ายการตลาด** จุติพร โลจายะ ณัฐพร สามัคคี **ฝ่ายสมาชิก** ธนาวดี ยาไทย **หัวหน้าฝ่ายบัญชีและการเงิน** นิตยา สังทิพย์ **ฝ่ายบัญชีและการเงิน** ศิรินาฎ ลินจงรัตน์ **บรรณาธิการผู้พิมพ์ผู้โฆษณา** วินัย วิโรจน์จริยากร

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

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

บทความ และรูปภาพใน SME STARTUP สงวนสิทธิ์ตามกฎหมาย การจะนำไปเผยแพร่ต่อต้องได้รับอนุญาตเป็นลายลักษณ์อักษรจากบริษัท เพนนินซูลาร์ แอสโซซิเอทส์ จำกัด เท่านั้น และข้อเขียน บทความ รวมทั้งข้อคิดเห็นใดๆ ที่ตีพิมพ์ในนิตยสาร SME STARTUP เป็นความคิดเห็นส่วนบุคคล บริษัท เพนนินซูลาร์ แอสโซซิเอทส์ จำกัดไม่จำเป็นต้องเห็นด้วย

SME Thailand magazine

ธนาคารกสิกรไทย
开泰银行 KASIKORNBANK

sme thailand inno awards 2018

กลับมาอีกครั้งเป็นปีที่ 7

**สำหรับเวทีเฟ้นหาสุดยอดนวัตกรรมธุรกิจเอสเอ็มอี
พร้อมเปิดรับผู้ประกอบการไทย ที่มั่นใจว่ามีนวัตกรรมโดดเด่นไม่ซ้ำใคร
เพื่อเข้าชิงรางวัลใน 10 สาขานวัตกรรม**

THE BEST SME THAILAND INNO AWARDS 2018

สุดยอดธุรกิจเอสเอ็มอีแห่งปี

• รางวัลโดดเด่นด้านความคิดสร้างสรรค์ธุรกิจบริการ • รางวัลโดดเด่นด้านการบริหารจัดการองค์กร • รางวัลโดดเด่นด้านนวัตกรรมผลิตภัณฑ์ • รางวัลโดดเด่นด้านผลิตภัณฑ์ Reuse/Recycle • รางวัลโดดเด่นด้านพัฒนาผลิตภัณฑ์ซอฟต์แวร์ • รางวัลโดดเด่นด้านการสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ • รางวัลโดดเด่นด้านธุรกิจเพื่อสังคม • รางวัลโดดเด่นด้านผลิตภัณฑ์เพื่อสิ่งแวดล้อม • รางวัลโดดเด่นด้านธุรกิจอี-คอมเมิร์ซ • รางวัลโดดเด่นด้านผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพ

ชิงรางวัลรวมมูลค่ากว่า

500,000 บาท

เปิดรับสมัครวันนี้-30 มิถุนายน 2561

สอบถามข้อมูลเพิ่มเติมได้ที่

คุณพีรพงษ์ 08-1614-2611, **คุณเรไร** 08-5661-4784
หรือ 0-2270-1123-4 ต่อ 403

ดาวน์โหลดใบสมัครได้ที่

www.smethailandclub.com/Innoawards2018

ร่วมสนับสนุนโดย : บสย

ข้ามเวลาไปส่องร้านค้าปลีกปี 2563

อีก 2 ปีข้างหน้าร้านค้าปลีกจะไม่เหมือนเดิมอีกต่อไป เพราะคนเลือกที่จะจับจ่ายบนออนไลน์มากขึ้น โดยมีตัวเลขระบุว่า มีลูกค้าเพียง 3-4 เปอร์เซ็นต์เท่านั้นที่เดินซื้อของในร้าน ขณะที่ 14 เปอร์เซ็นต์ซื้อสินค้ามากกว่า 15 รายการขึ้นไปในร้านออนไลน์

Symphony Retail ผู้ให้บริการซอฟต์แวร์เพื่อธุรกิจค้าปลีก ฉายภาพให้เห็นความเปลี่ยนแปลงของร้านค้าปลีกในปี พ.ศ.2563 ว่า ช่องทางเดินในร้านจะน้อยกว่า 10 ช่อง เพราะสินค้าส่วนใหญ่วางขายในร้านออนไลน์ อาหารสำเร็จรูปมีขายเยอะขึ้น เพราะลูกค้า 76 เปอร์เซ็นต์ไม่ทำอาหารเอง มีการสร้างความตื่นเต้นให้ลูกค้าด้วยสินค้าแผนก Surprise and Delight ที่เปลี่ยนสินค้าทุกๆ 2 สัปดาห์ มีตลาดเกษตรให้ลูกค้าได้ช้อปสินค้าของท้องถิ่น และสร้างฟีเจอร์อำนวยความสะดวกให้ลูกค้าออนไลน์ เช่น แสดงยอดชำระแบบ Real Time และรายการสินค้าในตะกร้าแสดงเหมือนกันทั้งบนเดสก์ท็อปและสมาร์ทโฟน เป็นต้น

ออนไลน์ไปทุกธุรกิจจริงๆ

เคลียร์กระจ่าง ทำไมโฆษณาแอนิเมชั่น 6 วิ ถึงน่าสนใจ

เป็นที่น่าสงสัยไม่น้อยว่า ทำไมช่วงนี้แบรนด์ต่างๆ จึงหันมาทำโฆษณาแอนิเมชั่นความยาว 6 วินาทีมากกว่าโฆษณาที่ใช้นักแสดง Adweek เว็บไซต์ข่าวสารแวดวงโฆษณา ได้ให้ความเห็นว่างานแอนิเมชั่นช่วยให้เรื่องที่เข้าใจยากกลายเป็นเรื่องที่เข้าใจง่าย และสื่ออารมณ์ได้ค่อนข้างชัดเจนจึงเป็นที่ชื่นชอบของชาวออนไลน์ ส่วนความยาวแค่ 6 วินาทีช่วยให้คนดูจดจำเนื้อหาโฆษณาได้ดีกว่าโฆษณาที่มีความยาว 15 วินาทีหรือ 30 วินาที นี่จึงถือเป็นอีกหนึ่งความท้าทายของผู้ประกอบการที่ต้องขมวดเรื่องที่ต้องการสื่อกับลูกค้าให้สั้น กระชับ และเข้าใจง่ายในเวลาที่จำกัด

ตัวอย่างแบรนด์ที่ทำโฆษณาแอนิเมชั่นออกมาดึงลูกค้า เช่น KFC ซึ่ง Jason Kreher Creative Director แห่ง Wieden+Kennedy บริษัทโฆษณาที่อยู่เบื้องหลังงานโฆษณาของแบรนด์ใหญ่ๆ บอกว่าโฆษณาแอนิเมชั่นช่วยให้ลูกค้าเข้าใจเนื้อหาที่ซับซ้อนของ KFC มากขึ้น ร้านอาหารเม็กซิกัน Taco Bell หัวหน้าฝ่าย Brand Engagement ของแบรนด์อย่าง Tracee Larocca มองว่า ช่วยให้เนื้อหาของโฆษณามีความชัดเจนขึ้น และเชื่อมต่อแบรนด์กับลูกค้าได้ง่าย และถั่วกระป๋อง Heinz Beanz เอเยนซีที่ทำโฆษณาแอนิเมชั่นให้แบรนด์นี้บอกว่าแอนิเมชั่นช่วยให้โฆษณามีชีวิตชีวา และมีความน่ารัก

ดูเหมือนนักแสดงจะถูกจ้างน้อยลงแล้วซิ

GREAT THINGS IN BUSINESS ARE NEVER DONE BY ONE PERSON. THEY'RE DONE BY A TEAM OF PEOPLE.

-- *Steve Jobs ผู้ก่อตั้ง Apple* --

ธุรกิจจะดีได้
ไม่ใช่เพราะคนคนเดียว
แต่เพราะทีมงานทุกคน

เติมสีสันใหม่ให้แบรนด์ด้วยเทรนด์งานดีไซน์

ทุกต้นปีมักมีเทรนด์ใหม่มาให้อัพเดตกันเสมอ ล่าสุด 99Designs เว็บไซต์รวมกราฟิกฟรีแลนซ์ เผย 4 เทรนด์งานดีไซน์ปี พ.ศ.2561 ที่ผู้ประกอบการนำไปประยุกต์ใช้ได้กับทั้งงานดีไซน์แพ็กเกจจิ้ง และรูปแบบการนำเสนอคอนเทนต์

เทรนด์แรกคือ ออร์แกนิก เนื่องด้วยสินค้าออร์แกนิกที่ปลอดภัย ไร้สารเคมีได้รับความสนใจอย่างมากในช่วงหลายปีที่ผ่านมา ทำให้เกิดเทรนด์งานดีไซน์ที่เน้นความเป็นออร์แกนิก นั่นคือ เรียบง่ายสไตล์มินิมอล ทั้งนี้ การนำงานศิลปะที่วาดด้วยมือ และงาน Doodles มาใช้ร่วมด้วยจะช่วยเพิ่มความน่าสนใจให้แบรนด์ได้มาก เพราะลูกค้ารู้สึกถึงความอบอุ่นและการย้อนวัยกลับไปเป็นเด็ก เทรนด์ที่สองคือ รองรับสมาร์ทโฟน ทุกวันนี้คนท่องอินเทอร์เน็ตบนสมาร์ทโฟนมากกว่าเดสก์ท็อป แบรนด์จึงต้องดีไซน์เว็บไซต์ให้รองรับการเปิดบนสมาร์ทโฟน และดีไซน์โลโก้ให้จำง่ายที่สุดชนิดที่ว่าแค่เห็นผ่านๆ ก็บอกได้ว่าเป็นโลโก้แบรนด์ใด

เทรนด์ที่สามคือ มีการเคลื่อนไหว การนำเสนอคอนเทนต์ด้วยตัวหนังสือและภาพถ่ายอาจไม่เพียงพออีกต่อไป แบรนด์ต้องหยิบภาพ Gif มาใช้ด้วย เพราะทำให้ลูกค้าเข้าใจสิ่งที่แบรนด์ต้องการสื่อมากขึ้น โดยตอนนี้หลายแบรนด์ใช้ภาพ Gif ทั้งในอีเมลข่าว โฆษณา บทความ รวมทั้งทำเป็นโลโก้ เทรนด์สุดท้ายคือ ไล่สี การดีไซน์แพ็กเกจจิ้ง เว็บไซต์ หรือพื้นหลังบทความให้มีการไล่สีช่วยให้แบรนด์ดูทันสมัย มีชีวิตชีวา

ทำตามเทรนด์ แบรนด์เตะตา

อนาคต Startup ใน SEA จะเป็นอย่างไร

Catcha Group บริษัทลงทุนสัญชาติมาเลเซีย เปิดเผยการคาดการณ์เรื่องเทคโนโลยีที่จะเกิดใน SEA ปี พ.ศ.2563 ว่า 1.ช่วงปลายปี พ.ศ.2563 SEA จะมีผู้ใช้อินเทอร์เน็ต 460 ล้านคนซึ่งสูงกว่าญี่ปุ่น อังกฤษ และรัสเซีย การเพิ่มขึ้นนี้มีผลให้นักลงทุนเข้ามาลงทุนด้านเทคโนโลยีใน SEA มากขึ้น 2.การประเมินมูลค่ารวมของ 7 บริษัทเทคโนโลยีชั้นใน SEA อย่าง Grab Go-Jek Razer Sea Group Tokopedia Traveloka และ iflix อาจมีมูลค่าสูงถึง 86.5 พันล้านดอลลาร์สหรัฐฯ โดยแต่ละบริษัทมีมูลค่าเฉลี่ย 12.4 พันล้านดอลลาร์ฯ 3.มียูนิคอร์นเกิดใหม่ในเวลาไม่ถึง 3 ปี เพราะเดิมที iProperty ซึ่งเป็น Startup จากมาเลเซียใช้เวลา 10 ปีในการทำให้บริษัทมีมูลค่า 500 ล้านดอลลาร์ฯ แต่ใช้เวลาเพียง 4 ปี 7 เดือนในการยกตัวเองเป็นยูนิคอร์นที่น่าจับตามองใน SEA ดังนั้น Startup ใหม่ๆ ที่จะก้าวขึ้นเป็นยูนิคอร์นจึงมีแนวโน้มใช้เวลาน้อยกว่า iProperty 4.บริษัทเทคโนโลยีใน SEA ขายหุ้น 2 ครั้งต้องได้เงินมากกว่า 500 ล้านดอลลาร์ฯ เพราะในปี พ.ศ.2560 Sea Group มีมูลค่าในตลาดหุ้นสหรัฐฯ 4.9 พันล้านดอลลาร์ฯ และ Razer มีมูลค่าในตลาดหุ้นฮ่องกง 4.4 พันล้านดอลาร์ฯ 5.ภาคเอกชนและรัฐบาลใน SEA ลงทุนอย่างน้อย 1 พันล้านดอลลาร์ฯ กับ Startup เพราะเทคโนโลยีใน SEA กำลังเฟื่องฟู ประกอบกับมองว่า เงินที่ลงทุนไปจะช่วยให้ Startup เติบโตขึ้น และ 6.อย่างน้อย 1 ประเทศใน SEA จะยอมรับสกุลเงินดิจิทัล เพราะทำให้กลายเป็นสังคมไร้เงินสดเต็มตัว

Startup SEA ไม่ธรรมดาซะแล้ว

SME Thailand magazine

NEXT STEP ▶ NEC

เจาะลึกกลยุทธ์การตลาดยุค 4.0

กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม เชิญชวนผู้ประกอบการภาคตะวันออก ในกลุ่มอุตสาหกรรมดิจิทัล, อุตสาหกรรมเกษตรแปรรูป, อุตสาหกรรมอาหารแปรรูป, อุตสาหกรรมยางและผลิตภัณฑ์ยาง, อุตสาหกรรมการแพทย์และสาธารณสุข สมัครเข้าร่วมอบรมหลักสูตรระยะสั้น 42 ชั่วโมง โดยวิทยากรผู้ทรงคุณวุฒิและเซียนธุรกิจตัวจริง ทั้งด้านการใช้ความคิดสร้างสรรค์ในธุรกิจ, กลยุทธ์การตลาดออนไลน์ และการสร้างนวัตกรรม ที่จะช่วยให้คุณพบการวางแผนการตลาดรูปแบบใหม่ที่เข้าถึงกลุ่มลูกค้าเป้าหมายได้อย่างมั่นใจ

ฟรี! ไม่มีค่าใช้จ่าย

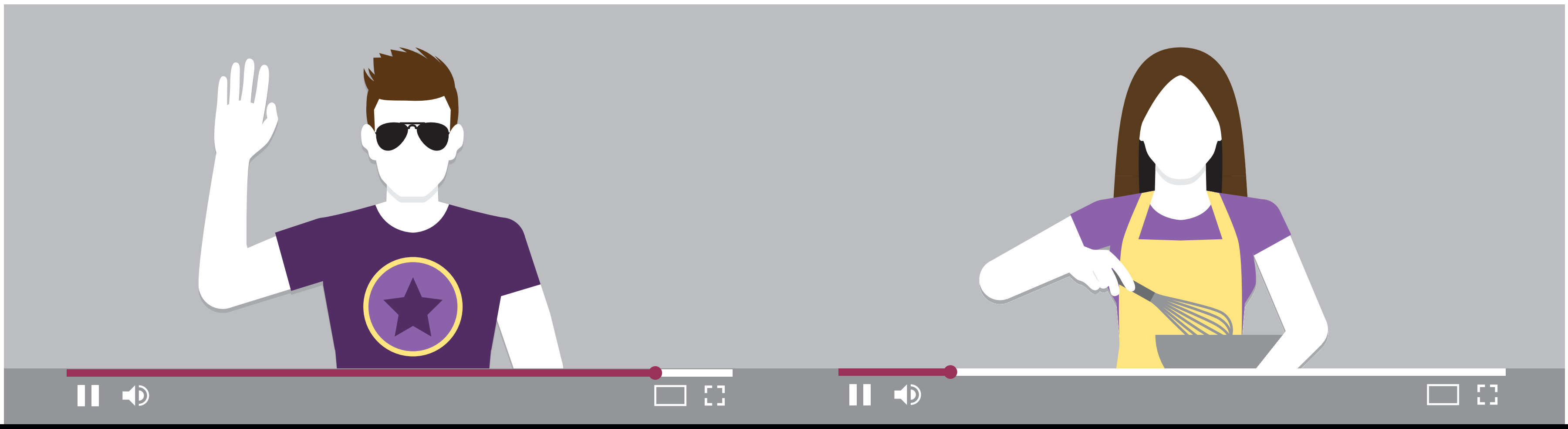
24-25 กุมภาพันธ์ และ 3-4, 9-11 มีนาคม 2561
ณ โรงแรม PATTAYA DISCOVERY BEACH HOTEL จังหวัดชลบุรี

ดูรายละเอียดเพิ่มเติมและสมัครออนไลน์ได้ที่
www.smethailandclub.com/nextstepnec
โทรศัพท์ : 0-2270-1123-4 ต่อ 205 หรือ 08-1614-2611

(ผู้ประกอบการที่ผ่านการอบรมจากโครงการเสริมสร้างผู้ประกอบการใหม่ (NEW ENTREPRENEURS CREATION : NEC) ในปี 2556-2559 หรือผู้ที่ผ่านการอบรมโครงการสร้างและพัฒนาผู้ประกอบการใหม่เชิงสร้าสรรค์และนวัตกรรมในปี 2560 จะได้รับการพิจารณาเป็นพิเศษ)

Nice to Know

Text : วันวิสา งามชัยแสง



MACRO INFLUENCER VS MICRO INFLUENCER

94% ของนักการตลาด
พบว่า การตลาดแบบใช้ Influencer นั้นมีประสิทธิภาพ

88% ของผู้บริโภค
เชื่อการรีวิวบนโลกออนไลน์โดยบุคคลอื่น เช่นเดียวกับการเชื่อคำแนะนำจากเพื่อน

90% ของผู้บริโภค เชื่อคำแนะนำ

แต่

30% ของผู้บริโภค เชื่อการโฆษณาแบบเดิม

MICRO INFLUENCER VS MACRO INFLUENCER อันไหนเวิร์กกว่ากัน

MICRO INFLUENCER
(ผู้เชี่ยวชาญในอุตสาหกรรมนั้นๆ Bloggers และแหล่งที่น่าเชื่อถือ)

- Followers 1,000-999,999 คน
- มีการเข้าถึงระดับต่ำถึงปานกลาง
- มีการ Engagement ที่สูงกว่า
- ต้นทุนต่ำ
- Active Followers

MACRO INFLUENCER
(เซเลบริตี้)

- Followers 1 ล้านขึ้นไป
- มีการเข้าถึงระดับสูง
- มีการ Engagement ที่ต่ำกว่า
- ค่าใช้จ่ายสูง
- Passive Followers

THE IMPACT

Micro Influencers ส่วนใหญ่มักเป็นผู้เชี่ยวชาญในอุตสาหกรรมนั้นๆ ซึ่งมีผู้ติดตามที่ภักดีและมีความเกี่ยวข้องกัน ในขณะที่ Macro Influencers จะมีคนติดตามที่กว้างและหลากหลายกว่า

WINNER **MICRO INFLUENCERS**

Micro Influencers ให้ผลระยะยาว ตอบโจทย์ตรงเป้าหมาย และเข้าถึงกลุ่มบุคคลที่เกี่ยวกับอุตสาหกรรมนั้นๆ ได้มากกว่า ในขณะที่ Macro Influencers จะช่วยกระตุ้นยอดขายได้อย่างรวดเร็วแต่เป็นระยะเวลาสั้นๆ เท่านั้น

THE REACH

เซเลบริตี้อย่าง Kylie Jenner มียอดคนตามในไอจีเกือบ 1 ล้าน และโพสต์ของเธอนั้นได้รับการ Engagement มากกว่า 1 ล้าน จึงเป็นเรื่องยากที่จะมี Micro Influencer คนไหนมาเทียบได้

WINNER **MACRO INFLUENCERS**

ถ้ามีงบทำการตลาดจำนวนมากและต้องการการเข้าถึง (Reach) การใช้ Macro Influencers เป็นอีกทางเลือกที่ควรพิจารณา แต่ถ้าโฟกัสที่คุณภาพมากกว่าปริมาณ การใช้ Micro Influencers จะเป็นทางเลือกที่ดีกว่า

THE TRUST

ผู้บริโภคดู Blogs Vlogs หรือโพสต์ต่างๆ บนออนไลน์เกี่ยวกับโปรดักท์ก่อนการตัดสินใจซื้อ และเลือกซื้อโปรดักท์ตามคำแนะนำของบล็อกเกอร์ที่ไม่ใช่คนดัง

WINNER **MICRO INFLUENCERS**

Micro Influencers ได้รับความน่าเชื่อถือและไว้วางใจมากกว่า

ที่มา : One Productions

SCG BANGKOK BUSINESS CHALLENGE

@ SASIN 2018-DEEP TECH INNOVATION

เวทีสตาร์ทอัพด้านนวัตกรรมและเทคโนโลยีที่ใหญ่ที่สุดในเอเชีย

SCG Bangkok Business Challenge @ Sasin 2018 - Deep Tech Innovation นับเป็นการประกวดแผนธุรกิจสตาร์ทอัพด้านนวัตกรรม และเทคโนโลยี ภาคภาษาอังกฤษของนิสิตนักศึกษาระดับปริญญาโทจากสถาบันการศึกษาทุกสาขาวิชาระดับโลกที่ใหญ่ที่สุดและเก่าแก่ที่สุดในเอเชีย โดยจัดต่อเนื่องมาเป็นปีที่ 16 เพื่อชิงรางวัลเกียรติคุณพระราชทานจากสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวมหาวชิราลงกรณ บดินทรเทพยวรางกูร และรางวัลจากสมเด็จพระเทพรัตนราชสุดาฯ สยามบรมราชกุมารี ซึ่งมอบให้กับทีมที่ชนะเลิศในการแข่งขันแผนธุรกิจด้านการพัฒนาอย่างยั่งยืน และรางวัลอื่นๆ รวมมูลค่า 60,000 ดอลลาร์สหรัฐ โดยเอสซีจี ร่วมกับ สถาบันบัณฑิตบริหารธุรกิจ ศศินทร์ แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย เป็นเจ้าภาพจัดขึ้น

สำหรับในปีนี้ ยังคงได้รับความสนใจ มีการตอบรับจากมหาวิทยาลัยชั้นนำระดับโลกเป็นจำนวนมาก อีกทั้งยังมีความพิเศษกว่าปีที่ผ่านมา กล่าวคือ เป็นปีแรกที่เอสซีจีได้เข้ามาเป็นเจ้าภาพร่วมการแข่งขันหลักอย่างเป็นทางการ และมีการกำหนดแนวทางการแข่งขันให้เป็น Deep Tech Innovation ซึ่งทำให้เวทีการแข่งขันมีความเข้มข้นมากยิ่งขึ้น

ดร.สุรชา อุดมศักดิ์ ผู้อำนวยการวิจัยและพัฒนา บริษัท เอสซีจี เคมิคอลส์ จำกัด กล่าวถึงการสนับสนุนของเอสซีจี และการวางแนวทางการแข่งขัน Deep Tech Innovation ว่า "ตลอดระยะเวลาที่ผ่านมา เอสซีจี มีนโยบายที่จะสนับสนุนการสร้างสรรค์นวัตกรรมในเมืองไทยอยู่แล้ว ซึ่งการสนับสนุนการแข่งขัน SCG Bangkok Business Challenge @ Sasin 2018 ซึ่งเป็นเวทีที่เก่าแก่ที่สุด จึงนับเป็นโอกาสดีที่เอสซีจีจะได้ช่วยสนับสนุนให้เกิดการสร้างนวัตกรรมใหม่ๆ ให้เกิดขึ้น ทั้งนี้หลายปัญหาในเมืองไทยไม่ว่าจะเป็นด้านสังคมหรือสิ่งแวดล้อม สามารถนำเอาความรู้ด้านวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีเข้ามาช่วยในการแก้ปัญหาได้ แต่ที่ผ่านมาประเทศเราเป็นประเทศที่นำเข้าเทคโนโลยีเป็นส่วนใหญ่ ดังนั้นถ้าเราสามารถพัฒนานวัตกรรมขึ้นมาได้เอง นอกจากจะช่วยตอบโจทย์ และสามารถแก้ปัญหาในประเทศ หรือภูมิภาคได้ดีกว่าการใช้เทคโนโลยีจากต่างประเทศแล้ว ยังจะเป็นการเพิ่มมูลค่าทางเศรษฐกิจอีกด้วย ขณะเดียวกันเราก็มีนักวิทยาศาสตร์หรือวิศวกรที่มีความรู้ความสามารถเป็นจำนวนมาก แต่ขาดอีโคซิสเท็มที่จะมาช่วยส่งเสริม ด้วยเหตุนี้ SCG Bangkok Business Challenge @ Sasin 2018 ในปีนี้จึงโฟกัสไปที่ Deep Tech Innovation เพื่อหวังเป็นส่วนหนึ่งที่จะช่วยสนับสนุนการเติบโตอย่างยั่งยืนของสตาร์ทอัพอีโคซิสเท็มทั้งในไทยและภูมิภาคอาเซียน"

ทั้งนี้จากที่มีผู้สนใจสมัครเข้าร่วมแข่งขันในปีนี้จำนวน 112 ทีม จาก 52 สถาบันการศึกษา ใน 16 ประเทศ จาก 4 ทวีปทั่วโลก ปรากฏว่าทีมที่คว้ารางวัล H.M.The King's Award ได้แก่ ทีม CMA Continuous Glucose Monitoring System จาก National Chiao Tung University ไต้หวัน ขณะที่ทีม H24U Innova จาก Cambridge Judge Business School, University of Cambridge อังกฤษ ได้รับรางวัล H.R.H. Princess Maha Chakri Sirindhorn's Sustainability Award จากสมเด็จพระเทพรัตนราชสุดาฯ สยามบรมราชกุมารี และ ทีม Fibrovera Wound Dressing จาก มหาวิทยาลัยนเรศวร ประเทศไทย ได้รับรางวัล Houston Technology Center Asia Innovation Award

"ภาพรวมการแข่งขันในปีนี้ มีทีมจากทั่วโลกสมัครเข้ามาร่วมเป็นจำนวนมากเป็นประวัติการณ์ ส่วนหนึ่งเป็นเพราะว่าเราโฟกัสไปที่ Deep Tech Innovation ซึ่งเป็นเรื่องที่ทุกคนตื่นตัว ผลงานที่ส่งเข้ามามีความหลากหลาย มีทีมน่าสนใจหลายทีม ครอบคลุมหลายเรื่อง มีทั้งรถยนต์ไฟฟ้า สุขภาพ ฯลฯ ซึ่งทีมที่ได้รับรางวัลในครั้งนี้มีแผนธุรกิจที่ตอบโจทย์ชัดเจนว่าลูกค้าคือใคร มีการเตรียมพร้อมเรื่องการจัดการทรัพย์สินทางปัญญา และที่สำคัญ คือ สามารถพรีเซนต์ให้คณะกรรมการเข้าใจได้เป็นอย่างดี"

เอสซีจียังสนับสนุนรางวัลถ้วยพระราชทาน H.R.H.Princess Maha Chakri Sirindhorn's Sustainability Award จากสมเด็จพระเทพรัตนราชสุดาฯ สยามราชกุมารี ซึ่งเป็นรางวัลที่มอบให้กับทีมที่ชนะเลิศในการแข่งขันแผนธุรกิจด้านการพัฒนาอย่างยั่งยืน ในเรื่องนี้ ดร.สุรชาอธิบายเพิ่มเติมว่า

"ปัจจุบันทุกคนเข้าใจดีว่าการพัฒนานั้นจะต้องเป็นการพัฒนาอย่างยั่งยืน กล่าวคือ การดำเนินธุรกิจต้องคำนึงถึงเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อมควบคู่กันไป ทุกภาคส่วนต้องอยู่ร่วมกันได้อย่างยั่นยืน ปัญหาต่างๆ ที่เกิดขึ้นในสังคม หลายปัญหาเป็นปัญหาใหญ่และต้องการโซลูชันในการแก้ปัญหา การที่เราสามารถใช้พลังจากสตาร์ทอัพมาสร้างนวัตกรรมช่วยเพิ่มโอกาสที่จะแก้ปัญหาเหล่านั้นได้ เอสซีจีเล็งเห็นว่า ถ้าไปเพียงคนเดียวก็ไปได้ระดับหนึ่งแต่ถ้ามีการช่วยกันไปหลายคนจะไปได้ไกลกว่า และเมื่อให้โอกาสสตาร์ทอัพสร้างนวัตกรรมในมุมของการพัฒนาที่ยั่งยืนก็น่าจะ Win-Win กับทุกฝ่าย"

สำหรับการแข่งขัน SCG Bangkok Business Challenge @ Sasin 2018 ในครั้งนี้ นอกจากเอสซีจีจะเป็นเจ้าภาพร่วมจัดการแข่งขันแล้ว การแข่งขันนี้ได้รับการสนับสนุนหลักอย่างเป็นทางการจากตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย Houston Technology Center Asia กลุ่มธุรกิจการเงินเกียรตินาคินภัทร วิคเตอร์ และ Money Channel เป็นผู้ร่วมให้การสนับสนุนอีกด้วย

เวิร์กช็อปสนุกๆ ที่ต้องลองกับ MASS STUDIO

Text : กองบรรณาธิการ / Photo : Vipa Vadi

โดยปกติ MASS STUDIO จะเปิดคอร์สเรียนด้านศิลปะและดีไซน์เพื่อเตรียมความพร้อมสู่มหาวิทยาลัย ซึ่งในแต่ละปีมีนักเรียนสามารถสอบเข้ามหาวิทยาลัยได้เป็นจำนวนมาก และด้วยความคุ้นเคยกับนักเรียนเหล่านั้น **สมพล รุ่งยุคันต์** จึงเปิดสอนเวิร์กช็อปแล้วชักชวนนักเรียนที่ได้ไปเติมเต็มวิชาความรู้ต่างๆ ในรั้วมหาวิทยาลัยกลับมาสอนที่ MASS STUDIO ดังนั้น ที่ MASS STUDIO จึงเปิดสอนเวิร์กช็อปที่หลากหลายสลับหมุนเวียนกันไป

“เริ่มจากว่าเราอยากให้วันเสาร์-อาทิตย์มีกิจกรรมสำหรับบุคคลทั่วไปที่ไม่ใช่นักเรียน ตอนแรกเลยเปิดเป็นคอร์สศิลปะ สีน้ำ จากนั้นก็มีคอร์สเกี่ยวกับงานฝีมือตามมาอีกมากมาย รวม ๆ แล้วตอนนี้เรามีเวิร์กช็อปหลายคอร์ส เช่น สีน้ำ สีน้ำมัน จิวเวลรี่ จัดดอกไม้ เซรามิก สมุดทำมือ ปักผ้า เป็นต้น โดยจะเปิดหมุนเวียนสลับกันไปแล้วแต่ตลาดว่าช่วงนั้นคนกำลังสนใจอะไร”

อย่างเช่น **ครูจือ-ชุติกาญจน์ แต่งประกอบ** เป็นครูที่สอนคอร์สปักผ้า ร้อยไหม โดยครูจืออธิบายขั้นตอนการเรียนคร่าว ๆ ให้ฟังว่า การสอนเทคนิคการปักผ้าด้วยมือจะเริ่มต้นตั้งแต่ลายพื้นฐาน จนนำมาสร้างสรรค์ผลงานในรูปแบบของตนเองได้ ซึ่งผู้มาเรียนไม่จำเป็นต้องมีความรู้พื้นฐานมาก่อนก็สามารถมาเรียนได้ เพราะจะสอนพื้นฐานในการขึ้นรูป และ 4 เทคนิคหลักที่ใช้ในการปักผ้า เช่น ถมแบบฟันปลา ถมแบบโซ่ เดินเส้นแบบโซ่ การปักปมฝรั่งเศส เพื่อให้เอาไปปรับใช้ของตนเอง โดยเมื่อเรียนจบคอร์สในวันนั้นแล้วนำกลับไปปักต่อที่บ้านจนแล้วเสร็จ ครูจือจะให้ถ่ายรูปชิ้นงานนั้นแล้วส่งรูปมาให้ดูเพื่อตรวจและคอมเมนต์เพิ่มเติมอีกครั้ง

“การสอนเทคนิคต่าง ๆ จะเดินสอนเป็นรายคน เพราะแต่ละคนต้องการเทคนิคที่ต่างกัน เช่น ถ้าจะปักรูปนี้จะต้องใช้เทคนิคอะไร จะต้องแก้ปัญหาหรือจัดการยังไง แรก ๆ บางคนที่เพิ่งเริ่มมาปักผ้าฝีเข็มก็อาจจะไม่สม่ำเสมอบ้าง ดูไม่เรียบร้อยไปบ้าง ต้องอาศัยการฝึกฝนไปเรื่อย ๆ แต่การทำงานปักผ้าจะไม่มีสูตรตายตัวไม่มีถูกไม่มีผิด ฝีเข็มของแต่ละคนจะเหมือนเป็นลายเซ็นเฉพาะของตนเอง เช่น มีผู้ชายคนหนึ่งที่มาเรียนกับเรา แรก ๆ ที่เขาทำจะดูฝืน ๆ แต่เมื่อปล่อยให้เขาทำไปเรื่อย ๆ เขาก็สามารถทำออกมาได้ งานปักของเขาจะเป็นลายมือผู้ชายดูสเปะสะปะบ้าง แต่ก็ยังดูเป็นงานศิลปะซึ่งจะได้อีกอารมณ์หนึ่ง”

สำหรับคอร์สปักผ้า ร้อยไหมนี้จะรับคอร์สละไม่เกิน 12 คน ใช้เวลาเรียน 10.00-17.00 น. ซึ่งนอกจากปักผ้าบนสะดึงแล้วยังเปิดคอร์สปักบนหมวกอีกด้วย

ขณะที่ **ครูต้า-กีตารัตน์ มโนสมุทร** ซึ่งสอนสมุดเย็บมือ หรือ Bookbinding และการทำสแครปบุ๊ก (Scrapbook) บอกว่า เดี๋ยวนี้คนนิยมทำสมุดเย็บมือมากขึ้น ทั้งเพื่อใช้เป็นสมุดบันทึกของตนเองเป็นของขวัญ และเพื่อนำไปขาย ซึ่งจริง ๆ แล้วเทคนิคการเย็บสันในโลกนี้มีมากถึงร่วม 100 แบบ แต่ในการสอนจะเลือกเย็บสมุดแบบลวดลายที่เข้าใจได้ไม่ยาก ซึ่งผู้มาเรียนจะได้เรียนเทคนิคการเย็บสันและได้ตกแต่งหน้าปกตามสไตล์ตัวเอง อีกทั้งจะได้รับอุปกรณ์การเย็บเบื้องต้น เข็ม เหล็กเจาะกระดาษ เชือกกลับไปด้วยคนละ 1 ชุด

“คนที่มาเรียนทำสมุดเย็บมือ ต้องรู้จักการประดิดประดอยพอสมควร เพราะจะต้องมีการเลือกโน่นนี่มาผสมกัน เป็นอะไรที่ทำเองทุกอย่างตั้งแต่เลือกกระดาษ ตกแต่งหน้าปก เลือกแบบ และต้องชอบงานแฮนด์เมด เพราะบางคนจะรู้สึกว่า สมุดสามารถหาซื้อได้ง่าย ไม่จำเป็นต้องมานั่งทำ แต่นี่กว่าจะได้เล่มหนึ่งต้องใช้เวลา”

สำหรับคอร์สเย็บสัน ทำปกนี้จะรับนักเรียนคอร์สละ 10 คน เท่านั้น และจะมีการเปิดสอนส่วนตัวสำหรับคนที่ต้องการเรียนเดี่ยว ๆ กับครู และไม่ว่างวันเสาร์-อาทิตย์ด้วย S

คอร์สเรียน

ปักผ้า ร้อยไหม

- บนสะดึง 2,000 บาท
- หมวก 2,300 บาท

เย็บสัน ทำปก 1,500-2,000 บาท (กลุ่มและส่วนตัว)

08-9020-0322
MASS STUDIO

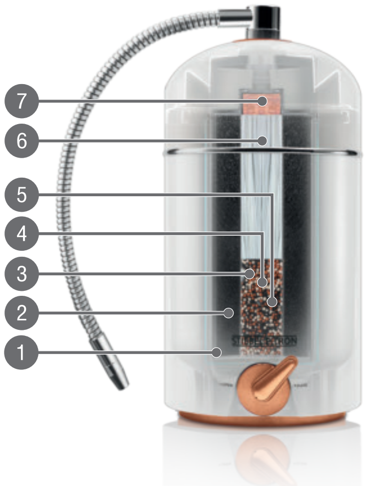
World-Class water filtration system

The healthy drinking water solution for you and your family

STIEBEL ELTRON

FOUNTAIN 7S WATER FILTER

Ultrafiltration Technology 0.01 Micron Water Filter



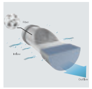
1. วัสดุกรองขั้นต้น ขนาด 5 ไมครอน

2. แอคติเวเต็ดคาร์บอนชนิดแท่ง ขนาด 0.5 ไมครอน

3. เม็ดหินเซรามิกรังสีฟาร์อินฟราเรด

4. เม็ดหินเซรามิกประจุลบ

5. ผงคาร์บอนหยาบอาบด้วยซิลเวอร์



6. เมมเบรน Ultrafiltration (UF) ขนาด 0.01-0.1 ไมครอน

7. หินซิลเวอร์ไลท์

The high quality water filter Stiebel Eltron / Germany www.stiebeleltronasia.com facebook.com/stiebeleltronasia โทร 02-021-9300

Text : Kritsana S. / Photo : Vipa Vadi

LIP LAB เปิดประสบการณ์ใหม่ ให้ลูกค้าครีเอทสี...ในสไตล์ตัวเอง

จากปัญหาการหาลิปสติกสีโดนใจไม่ได้ในเคาน์เตอร์แบรนด์ สาว ๆ จึงเกิดความคิดอยากผสมสีลิปสติกใช้เอง แต่ครั้นจะเข้าคอร์สเรียนจริงจังก็ไม่ใช่ทาง **ติ๊ก-ศรีวรรณ ศรีดา** สาวอารมณ์ดีเจ้าของ CRAFTFETERIA สตูดิโอสอนงานทำมือย่านดุสิต จึงเกิดไอเดียชวนว้าว เปิด Lip Lab ให้สาว ๆ ได้หยิบสีนู้นมาผสมสีนี้จนเกิดเป็นลิปสติกสีเฉพาะตัว

ความตั้งใจแรกที่ทำให้ติ๊กตัดสินใจสร้าง Lip Lab คือ อยากให้ลูกค้ามีส่วนร่วมเล็ก ๆ น้อย ๆ กับสินค้าที่ซื้อไปมากกว่าซื้อสินค้าแล้วกลับบ้าน ซึ่งลิปสติกมีขั้นตอนการทำไม่ยุ่งยากโดยเฉพาะการผสมสี ดังนั้น เธอจึงหยิบกิจกรรมนี้มาให้สาว ๆ ได้ทดลองทำซึ่งใช้เวลาเพียงครึ่งชั่วโมงก็ได้ลิปสติกสีโปรดแล้ว

ก่อนลงมือผสมสีลิปสติก ทุกคนต้องเลือกเนื้อลิปสติกโดยมีให้เลือกทั้งเนื้อแมทท์และกลอส จากนั้นบอกสีและกลิ่นที่ต้องการ เพื่อที่ทีมงานจะได้แนะนำว่าต้องผสมสีและกลิ่นในปริมาณเท่าใดจึงจะได้ลิปสติกที่ต้องการ โดยทางร้านมีแม่สี อย่างสีแดง สีเหลือง และสีน้ำเงิน และกลิ่น 6 กลิ่น ได้แก่ กลิ่นนม กลิ่นกล้วย กลิ่นมัทฉะ กลิ่นสตรอว์เบอร์รี กลิ่นมินต์ และกลิ่นช็อกโกแลต ทั้งนี้สามารถผสม 2 กลิ่นได้ เช่น ผสมกลิ่นกล้วยกับกลิ่นช็อกโกแลตเข้าด้วยกันจะได้กลิ่นกล้วยช็อกโกแลต แต่ไม่แนะนำให้ผสม 3 กลิ่น เพราะจะได้กลิ่นที่ไม่ดี เมื่อได้ลิปสติกสีโดนใจแล้ว โชว์ฝีมือตกแต่งขวดลิปสติกในแบบของตัวเองได้ที่มุม DIY

“Lip Lab ช่วยสร้างประสบการณ์ใหม่ให้กับลูกค้าในเรื่องการทดลองทำในสิ่งที่คิดว่าทำไม่ได้ เพราะถ้าพูดถึงการผสมสีลิปสติก คนส่วนใหญ่จะคิดว่าตัวเองทำไม่ได้ ด้วยมองว่า ขั้นตอนการทำคงยุ่งยากและต้องมีความรู้ในระดับหนึ่ง แต่ถ้าได้มาที่ Lip Lab จะค้นพบว่า ไม่ได้ยากอย่างที่คิด เพราะก่อนลงมือผสมสี เราจะสอนวิธีการใช้อุปกรณ์ และวิธีผสมสีและกลิ่นอย่างง่าย เมื่อลูกค้ารู้สึกว่าทำง่าย ความสนุกในการทำ Lip Lab ก็จะตามมา และนี่จะกลายเป็นจุดเริ่มต้นของการทำงานทำมือประเภทอื่น เพราะพวกเขารู้แล้วว่าตัวเองก็มีความสามารถในการทำงานประเภทนี้เหมือนกัน”

สำหรับใครที่ไม่ถนัดทำ Lip Lab หรืออยากลองทำงานทำมืออื่น ๆ ทางร้านก็มีโซนดอกไม้แห้งและโซนต่างหูให้บริการ โดยโซนดอกไม้แห้งนั้นจะสอนวิธีการจัดช่อดอกไม้แห้งแบบต่าง ๆ ขณะที่โซนต่างหู ทุกคนจะได้สนุกไปกับการทำต่างหูสไตล์ตัวเองด้วยวัสดุตามคอลเลกชันอย่างคอลเลกชัน Colorful วัสดุที่มีให้จะเต็มไปด้วยสีสันที่สดใส

ในวันนี้ที่การขายสินค้าออนไลน์เฟื่องฟู รวมถึงลิปสติกที่มีคู่แข่งมากหน้าหลายตาทั้งเจ้าใหญ่เคาน์เตอร์แบรนด์ และรายเล็กรายน้อย การสร้างความแตกต่างด้วยการสร้างสรรค์การบริการใหม่ผ่านประสบการณ์ของลูกค้า ให้ได้ใช้เวลา ความสนุกสนานไปกับการเลือกสี ผสมสีตามที่ตนเองต้องการ เพื่อให้เป็นลิปสติกที่พิเศษไม่เหมือนใครและถูกใจตนเองที่สุด ก็ทำให้ Lip Lab เป็นธุรกิจบริการที่มีลูกค้าเพิ่มขึ้นจากการบอกต่ออย่างรวดเร็ว

เซ็นทรัลเวิลด์ ชั้น 5 หน้า Zen
Craftfeteria (Facebook)
Craftfeteria (Instagram)
☎ 07-4655-2474, 08-6974-9452

PRIVILEGE
SME THAILAND CLUB

PRIVILEGE SME THAILAND CLUB

สิทธิประโยชน์ที่มากกว่า
สำหรับผู้ประกอบการ

EXCLUSIVE MEMBER
INFO SHARING COMMUNITY
BUSINESS NETWORK

- Consult แบบใกล้ชิดกับผู้เชี่ยวชาญด้านต่างๆ
- หลากหลาย Workshop ที่จะเปิดประสบการณ์ใหม่ๆ ให้คุณ
- Update Trend การทำธุรกิจใหม่ๆ ก่อนใคร
- สิทธิประโยชน์ต่างๆ ที่เอื้อต่อการทำธุรกิจ
- พร้อมรับนิตยสาร SME Thailand อ่านฟรีตลอดอายุสมาชิก

สุดคุ้ม!

โปรโมชันช่วงเปิดรับสมาชิกใหม่
ลดค่าธรรมเนียมรายปีจาก 5,500 บาท
เหลือ 1,990 บาท เท่านั้น!!!

สนใจสอบถามรายละเอียดเพิ่มเติมที่
0-2270-1123-4 #115

Text : กองบรรณาธิการ

นินจา แวน ชูจุดแข็งส่งง่าย เข้าใจทุกความต้องการของลูกค้า

เมื่อตลาดอี-คอมเมิร์ซไทยเติบโตต่อเนื่องไม่หยุด จึงทำให้บริการขนส่งขยายตัวสูงตามไปด้วย และมีหลายแบรนด์ตบเท้าเข้ามาลงทุนในไทย รวมถึง นินจา แวน อีกหนึ่งบริษัทที่ให้บริการด้านโลจิสติกส์จากประเทศสิงคโปร์

วีรชัย ชูสกุลพร หัวหน้าผู้บริหาร นินจา แวน ประจำประเทศไทย บอกว่า ผู้ก่อตั้งนินจา แวน ทำธุรกิจอี-คอมเมิร์ซมาก่อนที่สิงคโปร์ และแม้อี-คอมเมิร์ซจะบูมมาก ๆ แต่ก็ยังมีปัญหาการให้บริการโลจิสติกส์ที่ดีที่ส่งทั่วถึง จึงตัดสินใจทำธุรกิจโลจิสติกส์ นินจา แวนขึ้นมา ฉะนั้นนินจา แวนจึงเข้าใจทุกความต้องการในการส่งพัสดุของผู้บริโภคอย่างแท้จริง โดยนอกจากสิงคโปร์แล้ว ขณะนี้ยังขยายธุรกิจไป 5 ประเทศ ในระยะเวลาเพียง 3 ปี ได้แก่ มาเลเซีย อินโดนีเซีย เวียดนาม ฟิลิปปินส์ และไทย

สำหรับจุดเด่นของนินจา แวนนั้น วีรชัยอธิบายว่าคือ การให้บริการแก้ปัญหาการจัดส่งพัสดุด้วยเทคโนโลยีทันสมัย การบริการเข้ารับและจัดส่งสินค้าที่เหมาะกับทุกธุรกิจตั้งแต่ธุรกิจเล็กจนถึงธุรกิจขนาดใหญ่

“เพื่อให้เราสามารถไล่ตามธุรกิจอี-คอมเมิร์ซที่เติบโตทุกวันทัน ทุกอย่างจะทำอยู่บนเทคโนโลยี อย่างเช่น การติดตามพัสดุ การอัพเดตเรียลไทม์ การส่งต่อที่ตรงเวลา พัสดุไม่เสียหาย เราเข้าใจตรงจุดนี้แล้วเราปรับเทคโนโลยีของเรา ที่สำคัญเราเข้าใจว่า คนไทยยังใช้จ่ายผ่านบัตรเครดิตไม่สูงมาก ส่วนใหญ่อยากเห็นสินค้าก่อนค่อยจ่ายเงิน เราจึงมีบริการเก็บเงินปลายทาง โดยสามารถมองเห็นตัวเลข การโอนเงินคืนที่ถูกต้องแม่นยำภายในเวลาที่เราตกลงกันไว้ผ่านแอพพลิเคชัน”

ทั้งนี้ นินจา แวนมี 2 บริการหลัก ๆ คือ Ninja Easy เป็นแอพพลิเคชันที่ใช้เรียกเข้ารับพัสดุ สำหรับลูกค้ารายเล็กและรายกลาง โดยอาจจะเป็นพ่อค้าแม่ค้าที่ขายของผ่านออนไลน์ และบุคคลทั่วไปที่ต้องการส่งพัสดุ ลูกค้าเหล่านี้สามารถโหลดแล้วกดเรียกผ่านแอพฯ จะมีพนักงานไปรับถึงที่ภายใน 90 นาที โดยบริการเรียกพนักงานไปรับนี้ครอบคลุมกรุงเทพฯ จังหวัดนนทบุรี ปทุมธานี และสมุทรปราการ

ขณะเดียวกัน ด้วยความเข้าใจธุรกิจอี-คอมเมิร์ซ ซึ่งในทุก ๆ วันจะต้องส่งสินค้าจำนวนมาก ๆ นินจา แวนจะมีบริการอีกตัวเรียกว่า Ninja Premium เพื่อรองรับลูกค้าธุรกิจและผู้ประกอบการรายใหญ่ที่จัดส่งสินค้าเป็นประจำทุกวัน หรือมากกว่า 2 ครั้งต่อสัปดาห์ ซึ่งจะสามารถเชื่อมเข้าดูรายละเอียดการจัดส่งสินค้าจำนวนเป็นร้อยเป็นพันชิ้นได้ง่าย ๆ ด้วยตนเอง

“ความที่เราเป็นบริษัทในภูมิภาคที่มีบริการในหลายประเทศ จึงมีความได้เปรียบตรงที่สามารถทำงานอย่างใกล้ชิดกับอี-คอมเมิร์ซในทุก ๆ ประเทศ ซึ่งธุรกิจอี-คอมเมิร์ซเติบโตทั้งในประเทศและนอกประเทศ มีการขนส่งข้ามประเทศกัน ทำให้เราสามารถเข้าไปเสริมธุรกิจอี-คอมเมิร์ซในทุก ๆ ประเทศในภูมิภาคนี้ได้”

อย่างไรก็ตาม เพื่อขยายการบริการให้ครอบคลุมยิ่งขึ้น วีรชัยวางเป้าหมายที่จะเพิ่มจุดรับพัสดุเพิ่มขึ้น 3 เท่าในปีนี้ และขยายการขนส่งไปในจังหวัดใหญ่ ๆ เช่น อุดรธานี เชียงใหม่ สุราษฎร์ธานี ภูเก็ต ฯลฯ รวมกว่า 50 จังหวัดภายใน 8 เดือนนี้ S

เข้าถึงลูกค้าแบบเนียนๆ ด้วยการตลาดเลียนแบบ MOBILE AD

Text : Kritsana S.

แม้ในสหรัฐอเมริกา Mobile Ad จะสร้างรายได้ 70 พันล้านดอลลาร์สหรัฐฯ เพิ่มขึ้นจากปี พ.ศ.2559 ที่มีรายได้เพียง 47 พันล้านดอลลาร์สหรัฐฯ ซึ่งแสดงให้เห็นว่าโฆษณาบนสมาร์ทโฟนกำลังเป็นที่นิยม แต่ก็มีหลายคนที่ไม่ชอบโฆษณาประเภทนี้อาจด้วยการแจ้งเตือนแบบถี่ยิบ หรือแบนเนอร์ที่แสดงบ่อยเหลือเกิน อย่างไรก็ดี หากมองในมุมการตลาด ฟีเจอร์เหล่านี้ของ Mobile Ad ช่วยให้กลุ่มเป้าหมายเห็นแบรนด์บ่อยจึงทำให้จดจำแบรนด์ได้ ผู้ประกอบการเองก็สามารถทำการตลาดเลียนแบบ Mobile Ad ได้ตามเทคนิคต่อไปนี้เพื่อให้แบรนด์เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้แบบเนียน ๆ

1 บอกโปรโมชันหรือข่าวสารของแบรนด์ในรูปแบบแบนเนอร์

แนะนำให้เขียนสั้น ๆ ด้วยคำที่กระตุ้นให้เกิดการคลิกเข้าไปอ่านรายละเอียดเพิ่มเติม และอย่าลืมใช้สีชมพูสดเป็นพื้นหลังแบนเนอร์ เพราะช่วยให้แบนเนอร์เด่นสะดุดตา นอกจากนี้ การใช้แบนเนอร์ในรูปแบบการแสดงข้อความยังไม่ได้อ่านก็กระตุ้นให้เกิดการคลิกได้เช่นกัน และเป็นการตัดสินใจคลิกแบบทันทีด้วย เพราะกลุ่มเป้าหมายเข้าใจว่า มีข้อความเข้ามาจริง ๆ

ต้องรู้ อย่าส่งแบนเนอร์ที่แสดงข้อความเดิมไปให้ลูกค้าคนเดิม เพราะนอกจากจะไม่ถูกคลิกแล้ว ยังทำให้พวกเขาเกิดความรู้สึกรำคาญ และนำไปสู่การบล็อกแบนเนอร์ในที่สุด

2 ทำโฆษณาใน Instagram Stories

ฟีเจอร์นี้นอกจากใช้อัพเดตเรื่องราวรายวันของแบรนด์ได้แล้ว ยังทำโฆษณาผ่านภาพนิ่งหรือวิดีโอที่มีความยาวไม่เกิน 15 วินาทีได้ด้วย ซึ่ง Stories ที่เป็นโฆษณาจะมีคำว่า Sponsored ขึ้นชัดเจน และเมื่อคลิกไปที่คำว่า See More Learn More หรือ Watch More จะลิงก์ไปยังเว็บไซต์ของแบรนด์โดยอัตโนมัติ

ต้องรู้ กระตุ้นให้ลูกค้าคลิก Stories เพื่อลิงก์ไปยังเว็บไซต์ของแบรนด์ด้วยการวางเส้นโค้งที่มีลักษณะคล้ายเส้นผมไว้กลางภาพ วิธีนี้กระตุ้นให้กลุ่มเป้าหมายแตะที่หน้าจอโทรศัพท์ได้อย่างแน่นอน

3 ตั้งค่าให้โฆษณาของแบรนด์โชว์ในเกม และสร้างปุ่ม X ปลอมๆ ที่มุมขวาบน

ซึ่งเมื่อคลิกที่ปุ่มนี้แล้วจะถูกลิงก์ไปที่หน้าเว็บไซต์ของแบรนด์ วิธีนี้ค่อนข้างใช้ได้ผลเพราะคนส่วนใหญ่เมื่อเห็นโฆษณาเด้งในเกมจะคลิกปุ่ม X ทันที เพราะคิดว่าเป็นปุ่มปิดโฆษณา

Text : วิมาลี วิวัฒนกุลพาณิชย์

บทเรียนจากผึ้งสู่ธุรกิจน้ำมะนาว ของซีอีโอวัยอนุบาล

การตั้งโต๊ะขายน้ำมะนาวเมื่อตอน 4 ขวบในงานแฟร์ซึ่งเป็นธุรกิจแรกในชีวิตของสาวน้อย **มิเคล่า อัลเมอร์** เธอไม่คิดหรอกว่ามันจะพาให้เธอมาไกลได้ขนาดนี้กับการนั่งเก้าอี้ซีอีโอ บริษัท Me & the Bee Lemonade ผู้ผลิตเครื่องดื่มรสมะนาวบรรจุขวดที่ส่งขายตามร้านต่างๆ ทั้งร้านอาหาร ร้านโกรเซอรี และ Whole Foods เชนซูเปอร์มาร์เก็ตที่ขึ้นชื่อด้านอาหารออร์แกนิกเพื่อสุขภาพ ปัจจุบันมิเคล่าเป็นเจ้าของผลิตภัณฑ์น้ำมะนาวที่วางจำหน่ายในร้าน Whole Foods กว่า 300 สาขาใน 20 รัฐ รวมถึงเทกซัส โอคลาโฮมา อาร์คันซอ ลุยเซียนา และฟลอริดา

อะไรเป็นจุดเริ่มต้นธุรกิจของสาวน้อยวัย 13 ปีจากเมืองออสติน รัฐเทกซัสผู้นี้ คงต้องย้อนกลับไปเมื่อปี พ.ศ.2552 หรือ 9 ปีที่แล้ว มิเคล่าในวัยอนุบาลโดนผึ้งต่อย 2 ครั้งในช่วงเวลาแค่สัปดาห์เดียว ความเจ็บปวดจากการถูกพิษของเหล็กในเล่นงานทำให้เด็กน้อยอายุ 4 ขวบเกิดความรู้สึกเกลียดกลัวผึ้งอย่างมาก คุณพ่อคุณแม่ของเธอพยายามขจัดความรู้สึกนั้นโดยการแนะนำให้ลูกสาวค้นคว้าข้อมูลเกี่ยวกับผึ้ง เป็นผลให้มิเคล่าเริ่มสนใจแมลงชนิดนี้อย่างจริงจัง

อย่างหนึ่งที่เธอพบคือ ประโยชน์ของผึ้งในการผสมเกสรให้พืชติดผล โดยแต่ละปีผึ้งช่วยผสมเกสรให้พืชกว่า 15,000 ล้านต้น และ 1 ใน 3 ของพืชเหล่านั้นเป็นพืชที่ให้ผล เช่น ผลไม้ต่างๆ แต่ที่น่ากังวลคือ อัตราการตายของผึ้งพุ่งขึ้นรวดเร็ว เกษตรกรที่เลี้ยงผึ้งประสบปัญหาผึ้งตายยกรังถึง 42 เปอร์เซ็นต์ก็มี ซึ่งเชื่อว่าสาเหตุเกิดจากการใช้ยาฆ่าแมลงมากเกินไปในการปลูกพืช เมื่อนึกถึงคำพูดของอัลเบิร์ต ไอน์สไตน์ที่ว่า "หากผึ้งหายไปจากโลกตอนนี้มนุษย์จะมีชีวิตอยู่ได้อีกเพียง 4 ปี" ขณะที่กำลังคิดว่า จะหาทางช่วยเหลือผึ้งอย่างไร คุณทวดของเธอได้ส่งตำราอาหารเก่าแก่ตั้งแต่ทศวรรษ 1940 มาให้ ในตำราเล่มนั้นมีสูตรเครื่องดื่มที่รวมสูตร Flaxseed Lemonade น้ำมะนาวที่มีส่วนผสมของน้ำต้มเมล็ดแฟล็กซ์อยู่ด้วย

ประจวบเหมาะกับเมืองที่เธออาศัยกำลังจะจัดงาน Acton Children's Business Fair และงาน Austin Lemonade Day คุณพ่อคุณแม่จึงชักชวนให้หาอะไรไปขาย ความคิดที่ผุดขึ้นในหัวของมิเคล่าคือ สูตรน้ำมะนาวของคุณทวดที่ใส่น้ำผึ้งแทนน้ำตาลนี่แหละ จากที่คิดว่าจะทำขายครั้งเดียวเป็นกาลเฉพาะกิจ ปรากฏว่าน้ำมะนาวของเธอขายดีมากจนต้องทำขายเรื่อยๆ และมิเคล่าก็ทุ่มเทให้กับการทำน้ำมะนาวขาย ไม่กี่เดือนต่อมาคุณพ่อกับคุณแม่ก็ตั้งบริษัท Bee Sweet Lemonade และให้มิเคล่าครองตำแหน่งซีอีโอโดยหวังแค่ว่าเป็นการเปิดโอกาสให้ลูกสาวตัวน้อยได้เรียนรู้เกี่ยวกับการดำเนินธุรกิจ มิเคล่าจึงกลายเป็นซีอีโอตั้งแต่วัยเพียง 4 ขวบ

แม้จะเป็นเด็กตัวเล็กๆ แต่มิเคล่าจริงจังกับธุรกิจนี้มาก นอกจากตั้งโต๊ะขายให้ลูกค้าทั่วไป เธอยังติดต่อร้านอาหาร ร้านค้าของชำ ร้านกาแฟเพื่อนำน้ำมะนาวไปวางจำหน่าย จากธุรกิจเล็กๆ ก็ขยับขยาย เมื่อซูเปอร์มาร์เก็ตชื่อดัง Whole Foods เลือกผลิตภัณฑ์ของเธอไปวางบนชั้น แถมมิเคล่ายังได้รับเงินกู้ดอกเบี้ยต่ำจากโครงการ Local Producer Loan ของ Whole Foods เพื่อนำมาใช้ต่อยอดธุรกิจ กิจการดำเนินไปด้วยดี กระทั่งพีกสุดในปี พ.ศ.2558 เมื่อมิเคล่าไปออกรายการ Shark Tank ที่เปิดโอกาสให้ผู้ประกอบการนำเสนอแผนธุรกิจกับนักลงทุน 5 คนเพื่อโน้มน้าวให้ลงทุนในธุรกิจของตัวเอง

ผลคือ เดย์มอนด์ จอห์น นักธุรกิจเจ้าของแบรนด์เสื้อผ้า FUBU ซึ่งเป็นหนึ่งในกรรมการร่วมลงขัน 60,000 ดอลลาร์สหรัฐฯ และถือหุ้น 25 เปอร์เซ็นต์ในบริษัทของมิเคล่า นอกจากได้พี่เลี้ยงมืออาชีพคอยชี้แนะ สิ่งที่ตามมาหลังการปรากฏตัวในรายการ Shark Tank คือมิเคล่าและผลิตภัณฑ์น้ำมะนาวของเธอเป็นที่รู้จักมากขึ้น ส่งผลให้ยอดขายพุ่งพรวด 231 เปอร์เซ็นต์ ในระยะ 1 ปี จนเธอสามารถตั้งโรงงานผลิตอย่างเป็นล่ำเป็นสันที่เมืองซานอันโตนิโอ รัฐเทกซัส พร้อมกับพัฒนาเครื่องดื่มรสชาติอื่นๆ เพิ่ม เช่น เครื่องดื่มรสมินต์ รสขิง รสลูกแพร์ และชามะนาว จากนั้นก็ขยายไลน์สินค้าไปยังกระเป๋าผ้า หมวกแก๊ป และชุดของขวัญ

อานิสงส์จาก Shark Tank ยังทำให้มิเคล่าได้รับความสนใจจากสื่อทั้งหนังสือพิมพ์ นิตยสาร และรายการต่างๆ ทางโทรทัศน์ ทั้งยังได้เชิญไปร่วมงานต่างๆ ที่เป็นเกียรติสูงสุดคือ เทียบเชิญจากทำเนียบขาวถึง 2 งาน ได้พบและพูดคุยกับอดีตประธานาธิบดีบารัก โอบามา ซึ่งเธอก็ได้นำผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มของเธอไปเสิร์ฟให้กับแขกกว่าหมื่นคนที่มาร่วมงานในทำเนียบขาวด้วย

อย่างไรก็ตาม บนเส้นทางธุรกิจไม่ได้ราบรื่นเสมอไป บริษัท Bee Sweet Lemonade เผชิญปัญหาการละเมิดเครื่องหมายทางการค้าจึงทำให้ต้องเปลี่ยนชื่อเป็น Me & the Bee Lemonade เมื่อปี พ.ศ.2559 ถึงกระนั้นมิเคล่าก็ยังเป็นนักธุรกิจอายุน้อยดาวเด่นในวงการ จากการจัดอันดับของนิตยสารไทม์ในปี พ.ศ.2560 ได้รับการยกย่องเป็นหนึ่งในวัยรุ่นทรงอิทธิพล และก่อนหน้านั้นเธอก็อยู่ใน 25 รายชื่อ "คลื่นลูกใหม่ที่มีอิทธิพลต่ออนาคตธุรกิจค้าปลีก" ที่จัดอันดับโดยมูลนิธิค้าปลีกแห่งชาติ

ในฐานะซีอีโอบริษัท มิเคล่าตั้งเป้าดันยอดขายเพิ่มปีละ 4 เท่า โดยเพิ่มกำลังการผลิตและเพิ่มจำนวนตัวแทนจำหน่ายพร้อมกับคิดหากลยุทธ์เพื่อแข่งกับผู้ผลิตรายใหญ่ที่มีทุนหนากว่าในการทำการตลาด ขณะเดียวกันมิเคล่าก็ไม่ละทิ้งหมวกอีกใบในการเป็นนักเรียนเกรด 8 วัย 13 ปี สำหรับมิเคล่าแล้ว การเรียนต้องมาก่อน เธอใช้เวลาหลังเลิกเรียนและช่วงวันหยุดในการดูแลธุรกิจที่ถือเป็นธุรกิจครอบครัว โดยมีคุณพ่อดูแลด้านการเงิน คุณแม่ดูแลการตลาด และน้องชายวัย 9 ขวบเป็นช่างภาพคอยถ่ายรูปให้ ส่วนมิเคล่าทำหน้าที่ตัวแทนแบรนด์ และประชาสัมพันธ์ โดยการโพสต์ลงโซเชียลมีเดียและเดินสายออกงาน

เป้าหมายในอนาคตของนักธุรกิจตัวน้อยคนนี้คือ เรียนจบปริญญาตรี ริเริ่มธุรกิจใหม่ และเดินทางให้มาก ล่าสุดเธอกำลังขะมักเขม้นกับการเขียนหนังสือเกี่ยวกับคำแนะนำในการทำธุรกิจสำหรับเด็ก และหลังยึดนโยบายเพื่อสังคมโดยบริจาค 10 เปอร์เซ็นต์ของกำไรบริษัทให้กับองค์กรสาธารณประโยชน์ต่างๆ มานาน ความฝันในการตั้งองค์กรไม่แสวงกำไรก็เป็นจริงเมื่อเธอได้ก่อตั้ง Health Hive องค์กรที่รณรงค์และให้ความรู้ประชาชนเกี่ยวกับการอนุรักษ์ผึ้ง ส่วนคำแนะนำที่เธอทิ้งท้ายสำหรับคนที่ฝันอยากเป็นผู้ประกอบการคือ 1.จงกล้าที่จะฝัน ต่อให้ฝันนั้นดูเหมือนเป็นไปไม่ได้ก็เถอะ 2.ทำในสิ่งที่ชอบ และ 3.ลงมือทำวันนี้ ทั้งนี้ในการเป็นผู้ประกอบการไม่มีคำว่าเด็กหรือแก่เกินไป

SCB BUSI

ครบทุกเรื่อง SME

Text : กองบรรณาธิการ / Photo : Vipa Vadi

ด้วยแรงเหวี่ยงของดิจิทัลที่ทั้งรวดเร็วและรุนแรง จึงได้นำพาความเปลี่ยนแปลงมาสู่โลกใบนี้อย่างมากมาย โดยนอกจากจะทำให้พฤติกรรมการใช้ชีวิตของเราต้องเปลี่ยนไปแล้ว ยังได้แทรกเข้าไปอยู่ในทุกๆ ธุรกิจทั้งใหญ่และเล็กด้วย ซึ่งหากไม่รู้เท่าทันและปรับตัวตามแล้ว ก็อาจจะพ่ายแพ้และหายไปจากตลาดได้

จากการเล็งเห็นความสำคัญของการมาถึงของเทคโนโลยีและดิจิทัล ประกอบกับวิสัยทัศน์ที่มองการณ์ไกลของผู้บริหารธนาคารไทยพาณิชย์จึงเป็นสถาบันการเงินแห่งแรก ๆ ที่ประกาศตัว Transform ทั้งวิธีคิดและวิธีทำงาน เพื่อเร่งปรับตัวรับมือกับความเปลี่ยนแปลงของโลก

อย่างไรก็ตาม การทำ SCB Transformation ในครั้งนี้ SCB ไม่ได้ Transform ลำพังเพียงคนเดียว แต่ยังพาลูกค้า SME ให้ก้าวทันความเปลี่ยนแปลงนี้ไปพร้อมกันอีกด้วย

“ทุกธุรกิจกำลังเผชิญหน้ากับความท้าทาย และทุกธุรกิจมีโอกาสล้มหายไปได้ทั้งสิ้น ต่อให้องค์กรใหญ่แค่ไหนก็ต้องปรับตัว ธนาคารไทยพาณิชย์ยุคนี้เป็นยุคที่มีผลกำไรสูงสุด แต่เราลุกขึ้นมา Transform ตัวเอง ขณะเดียวกัน SME ก็หนีไม่พ้นที่จะต้องเจอกับเรื่องนี้ ซึ่งเราคิดว่า ถ้าเรา Transform แล้วอยู่รอดเพียงคนเดียวก็คงไม่ได้ ดังนั้นจะทำอย่างไรให้ SME อยู่รอดด้วย เราจึงจะขอช่วย SME ในการ Transform ซึ่งการทำเช่นนี้ถือว่าเป็นสิ่งที่แตกต่างจากที่ธนาคารเคยทำมา” **พิกุล ศรีมหันต์** รองผู้จัดการใหญ่อาวุโส ผู้บริหารสูงสุด SME Segment ธนาคารไทยพาณิชย์ กล่าวถึงแนวคิดการช่วย SME ปรับเปลี่ยนตัวเองเพื่อรับมือกับกระแสดิจิทัล

NESS CENTER

และนี่จึงเป็นที่มาของศูนย์ธุรกิจ SCB BUSINESS CENTER ที่เดียวจบครบทุกเรื่องของ SME

เป็นทุกอย่างเพื่อ SME

"เราอยากเป็นทุกอย่างเพื่อ SME" นัยความหมายของประโยคนี้ที่พิกุลเอ่ยเล่าถึงแนวคิดของ SCB คงอธิบายได้เป็นอย่างดีถึงสิ่งต่างๆ ที่ SCB ทำเพื่อ SME โดยเฉพาะอย่างยิ่งศูนย์ SCB BUSINESS CENTER ซึ่งเริ่มทยอยเปิดตัวให้บริการ SME มาตั้งแต่ปลายปี พ.ศ.2560 โดยเริ่มจาก SCB BUSINESS CENTER ศูนย์การค้าเซ็นทรัลเวิลด์, สยามสแควร์ ซอย 1, เซ็นทรัลเฟสติวัล อีสต์วิลล์ สำเพ็ง และที่กำลังจะเปิดตามมาอีก 1 ศูนย์ คือ จตุจักร

"คนชอบบอกว่า ปัญหาของ SME คือเข้าถึงแหล่งเงินทุนยาก แต่เรามองว่า เขาไม่ได้เข้าถึงแหล่งเงินทุนยาก เพราะถ้าเขาทำผลประกอบการดีสถาบันการเงินไหนก็อยากให้สินเชื่อ จริงๆ แล้วปัญหาของ SME เป็นเรื่องการทำมาค้าขายมากกว่า ถ้าเขาประกอบธุรกิจมีผลกำไรที่ดี มีความมั่นคงแข็งแรง แหล่งเงินทุนก็จะเป็นเครื่องมือที่จะส่งให้เขาถึงจุดหมายเอง เราจึงตั้งใจเปิดศูนย์ SCB BUSINESS CENTER สถานที่ที่จะช่วย SME ในการประกอบธุรกิจ แล้วเราจะเป็นทุกอย่างเพื่อ SME ภายในศูนย์แห่งนี้"

ด้วยเหตุนี้ ศูนย์ SCB BUSINESS CENTER จึงเป็นศูนย์ธุรกิจ SME รูปแบบใหม่ที่จะตอบโจทย์ทุกความต้องการของ SME

เริ่มตั้งแต่การมี SME Business Coach ประจำศูนย์ เพื่อให้แนะนำช่วยเหลือ SME แบบตัวต่อตัว โดยผู้เชี่ยวชาญจากเจ้าหน้าที่ธนาคารไทยพาณิชย์ที่ผ่านการอบรมให้มีความรู้ความเข้าใจธุรกิจ SME ในทุกๆ ด้าน

นอกจากนี้ ภายในศูนย์ฯ ยังเสริมความแข็งแกร่งให้กับ SME ด้วย SME GURU ซึ่งเป็นผู้เชี่ยวชาญเฉพาะด้านที่จะมานั่งประจำเคาน์เตอร์หลัก 4 เคาน์เตอร์ คือ แฟรนไชส์ ดิจิทัลมาร์เก็ตติ้ง โลจิสติกส์ และแบรนดิ้งค์

"การที่ SME จะประกอบธุรกิจได้ดีมี 2 เรื่องสำคัญ คือทำอย่างไรให้ขายได้กับการลดต้นทุน เราจึงมีกูรูประจำ 4 เคาน์เตอร์ คือ **ดิจิทัลมาร์เก็ตติ้ง** ซึ่งจะช่วยให้คำปรึกษาทั้งในเรื่องการทำการตลาดดิจิทัล ขณะเดียวกันเรามีเคาน์เตอร์**แบรนดิ้ง** ซึ่งครอบคลุมทั้งการตลาด การออกแบบ บรรจุภัณฑ์ หาก SME ต้องการคำปรึกษาในด้านนี้ก็จะมีกูรูมานั่งประจำ อีกเคาน์เตอร์ที่สำคัญคือ **โลจิกติกส์** โดยจะมี

ปรับ Mindset และสร้าง Eco-System

"มีคนเคยถามว่าธุรกิจ 4.0 เป็นอย่างไร ผมบอกว่าเป็น Fast & Furious คือไม่ใช่แค่เร็วแต่มันพังทลายด้วยแล้วพวกคุณเตรียมตัวแล้วหรือยัง? นี่คือสิ่งที่ศูนย์ฯ จะบอกเราคงไม่ได้มาแค่ช่วยเป็นโค้ชเพื่อบอกว่า คุณควรจะทำอะไรแต่สิ่งที่เราจะทำให้ SME คือ 1.ปรับ Mindset ร่วมกันให้มีความพร้อมรับกับสิ่งใหม่ แล้วไม่ได้มองแค่ตลาดในไทยเท่านั้นแต่มองในระดับภูมิภาคและระดับโลกด้วย และ 2.สร้าง Eco-System ซึ่งถ้ามาที่นี่จะได้เครือข่ายที่ใหญ่และดีที่สุดในการทำธุรกิจ

"หลายคนบอกเศรษฐกิจไม่ดีแล้วทำไมปีที่ผ่านมา Divana ถึงเติบโต 265 เปอร์เซ็นต์ นั่นเป็นเพราะเราปรับ Mindset เตรียมพร้อมสำหรับการเปลี่ยนแปลง และมีการเชื่อมต่อคอนเนกชัน ที่สำคัญเรามองแล้วว่าอนาคตจะเกิดอะไรบ้างซึ่งในปีหน้าจะเป็น 5.0 เรามองภาพเอาไว้ใน 2 ส่วนคือ Macro Trend และ Micro Behavior แล้วเราจะเอา 2 สิ่งนี้มาแชร์ในมุมมองของการเป็นผู้ประกอบการที่ผ่านการทำธุรกิจมาแล้วระดับหนึ่ง ให้ SME ได้เติบโตไปพร้อมๆ กับเรา"

พัฒนพงศ์ ธานุรักษ์ และ ธเนศ จิระเสวกดิลก
กรรมการผู้จัดการ และผู้ก่อตั้ง บริษัท ดีวานา สปา จำกัด
Mentor SCB BUSINESS CENTER สยามสแควร์

กูรูมาให้ความรู้การเลือกบริการขนส่งอย่างไรให้เร็วและประหยัด และเคาน์เตอร์สุดท้าย คือ **แฟรนไชส์** ถ้าอยากลงทุนในแฟรนไชส์ หรือถ้าอยากขยายแฟรนไชส์ของตัวเองจะทำอย่างไร ก็สามารถมาปรึกษาที่นี่ได้ จะมีกูรูให้คำแนะนำ ซึ่งทุกๆ เคาน์เตอร์จะมี Deal สุดพิเศษที่ทาง SCB ได้ทำกับผู้ประกอบการที่เกี่ยวข้องเพื่อให้ SME ได้ใช้บริการในราคาต่ำกว่าตลาดมาให้ด้วย ซึ่งจะช่วยลดต้นทุนของ SME ลงได้อีกทางหนึ่ง"

ไม่เพียงเท่านั้น ในแต่ละศูนย์ฯ ยังมี Mentors ประจำศูนย์ฯ โดย Mentors นี้จะเลือกจากผู้ประกอบการมืออาชีพที่มีประสบการณ์และประสบความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจมาแล้ว ซึ่งพร้อมที่จะให้คำแนะนำทางด้านธุรกิจด้วยประสบการณ์ตรง ได้แก่ SCB BUSINESS CENTER ศูนย์การค้าเซ็นทรัลเวิลด์ จะมี **สุธีรพันธ์ สักรวัตร** ผู้ช่วยผู้จัดการใหญ่ ผู้บริหารสูงสุดการตลาด ธนาคารไทยพาณิชย์ เป็นผู้ดูแล ขณะที่ **พัฒนพงศ์ รานุรักษ์** และ **ธเนศ จิระเสวกดิลก** กรรมการผู้จัดการ บริษัท ดีวานา สปา จำกัด ผู้ประกอบการด้านธุรกิจสปาและผลิตภัณฑ์อโรมาระดับแนวหน้าของไทย รับหน้าที่ดูแลศูนย์สยามสแควร์ ส่วน **นพปฎล พิริยะกุล** กรรมการผู้จัดการ บริษัท พิริยะ อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด มานั่งประจำการที่ศูนย์เซ็นทรัลเฟสติวัล อีสต์วิลล์ ทางด้าน **แคทลียา** และ **นดา ท้วมประถม** กรรมการผู้จัดการ และ Marketing Director บริษัท ดีไซน์ เอสเซนเชียล จำกัด ซึ่งมีความเชี่ยวชาญในธุรกิจค้าส่ง-ค้าปลีก รับหน้าที่ประจำศูนย์สำเพ็ง และสำหรับศูนย์จตุจักรซึ่งจะมีความโดดเด่นด้านดิจิทัล **บุรินทร์ เกล็ดมณี** ประธานเจ้าหน้าที่ฝ่ายปฏิบัติการ บริษัท เรดดี้แพลนเน็ต จำกัด ถูกวางให้ดูแลศูนย์ฯ นี้

SCB BUSINESS CENTER ทั้ง 5 ศูนย์ นี้ จะเปิดให้บริการ 7 วัน แบบไม่มีวันหยุด และในเบื้องต้นจะเป็นเหมือนสนามทดสอบก่อนที่จะขยายสู่ต่างจังหวัดอีก 200 แห่งทั่วประเทศในปีนี้ เรียกได้ว่าที่ไหนมี SME ที่นั่นมี SCB

"ที่ไหนมี SME ที่นั่นก็จะมี SCB BUSINESS CENTER โดยเราจะเปลี่ยนสาขารูปแบบเดิมที่อยู่ใกล้ย่านการค้า ใกล้ SME ให้เป็นศูนย์ธุรกิจแทน เพื่อเข้าไปใกล้ SME ให้ได้มากที่สุด โดยจะสร้าง Mentors ส่วนหนึ่งจากผู้ประกอบการที่เข้าร่วมโครงการ IEP (SCB Intelligent Entrepreneur Program) และ YEP (SCB Young Entrepreneur Program) ให้มาเป็นที่ปรึกษาประจำแต่ละศูนย์ฯ ทั่วประเทศ ซึ่งศูนย์ฯ ในลักษณะนี้จะให้บริการ SME ทุกธุรกิจ แต่เราจะมีเปิดพื้นที่พิเศษเพิ่มขึ้นซึ่งอาจจะเป็นพื้นที่ชั้น 2 ของศูนย์ฯ เพื่อรองรับธุรกิจเฉพาะด้าน เช่น ธุรกิจรับเหมาก่อสร้าง เป็นต้น แล้วเราจะเชื่อมทุกส่วนที่เกี่ยวข้องเพื่อให้เกิดเป็น Eco-System ด้วย"

ทั้งหมดนี้ คือการเป็นทุกอย่างเพื่อ SME ภายในศูนย์ SCB BUSINESS CENTER เพื่อติดอาวุธให้ SME ในการรับมือกับคลื่นความเปลี่ยนแปลง อย่างไรก็ตาม ยังมีผู้ประกอบการอีกกลุ่มที่ SCB ให้ความสำคัญไม่แพ้กัน นั่นคือ กลุ่มธุรกิจ Startup ซึ่งพิกุลกล่าวว่า SCB จะเข้าไปสนับสนุนช่วยเหลือด้วยการเป็นตัวกลางเชื่อมระหว่าง Startup กับลูกค้า

"Startup ใช่ว่าจะไปรอดทุกราย บางทีมีไอเดียเทคโนโลยีดีแต่เขาหาลูกค้าเขาไม่เจอ แล้วแทนที่ Startup จะอยู่ตามลำพัง เราก็อยากจะเป็นตัวกลางให้ Startup ว่า Startup นี้มีประโยชน์อะไรกับ SME แล้วเราจะพาเขาให้ไปเจอกัน Startup ก็จะได้ลูกค้าเพิ่ม ส่วน SME จะได้เครื่องมือเทคโนโลยีดีๆ ไปใช้ที่ทำให้ลดต้นทุนหรือเพิ่มยอดขายได้ ซึ่งเราจะต้องจัดหมวดหมู่ Startup ก่อนว่าเขาทำเรื่องอะไรกันบ้าง เขาคิดเรื่องนี้มาเพื่ออะไร แล้วหา SME อีกฝั่งมาเจอกัน สมมติเป็น Startup ด้านเทคโนโลยีร้านอาหาร เราอาจจะนัดร้านอาหารให้มาเจอกับเขา หรือถ้าเขาเป็น Startup เกี่ยวกับการเพิ่มผลผลิตเราก็จะหาโรงงานมาเจอเขา เป็นต้น"

ทั้งหลายทั้งปวงของการเป็นทุกอย่างเพื่อ SME ในครั้งนี้ พิกุลเชื่อว่าจะทำให้ธนาคารไทยพาณิชย์ และ SME มีความแข็งแกร่งและเติบโตไปด้วยกัน

Key Success ที่นี่คือเพื่อนคุยกับเพื่อนคือความจริงใจ

"ผมเป็นนักธุรกิจที่ Passion คือ Profit ประสบการณ์การทำธุรกิจตลอด 15 ปี ทำให้เข้าใจดีว่าผู้ประกอบการต้องการอะไร เรื่องเงินทุนเป็นเรื่องที่ SME ต้องการอยู่แล้ว แต่ไม่ใช่แค่เรื่องนี้ วิธีการต่างหากที่ SME ต้องการ เพราะในวันที่ผมเริ่มต้นทำธุรกิจ ผมไม่รู้ด้วยซ้ำว่าบัญชีต้องทำแบบนี้ ต้องลดรายจ่ายอย่างไร เริ่มต้นทุกอย่างด้วยตัวเราเองทั้งหมด เพราะฉะนั้นบางเรื่องก็เหมือนเดินหลงทาง แต่วันนี้ด้วยประสบการณ์ และรู้ว่า SME ต้องการอะไร เราจะให้ความรู้ด้านนั้นกับ SME ให้ SME ได้รู้ว่าการทำธุรกิจจริงๆ นั้นต้องทำอย่างไร แล้วถ้าพี่มีปัญหาอะไรพี่มาเลยมาคุยกัน ผมอาจจะตอบพี่ไม่ได้ทุกเรื่อง แต่ผมจะไกด์พี่ได้ว่าต้องทำยังไง และถ้าเป็นเรื่องที่ไม่รู้จะไปหากูรูมาให้พี่ ที่สำคัญฟรี ไม่มีค่าใช้จ่าย เวทีนี้เป็นเวทีที่เขาเปิดให้ SME อยู่แล้ว เพราะคอนเซปต์ของที่นี่คือ การเป็นเพื่อน และ Key Success คือ เพื่อนคุยกับเพื่อน คือความจริงใจ"

นพปฎล พิริยะกุล
กรรมการผู้จัดการ บริษัท พิริยะ อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด
Mentor SCB BUSINESS CENTER เซ็นทรัลเฟสติวัล อีสต์วิลล์

จะเอาความเชี่ยวชาญด้านดิจิทัลแก้ปัญหาให้ SME

"สำหรับ SCB BUSINESS CENTER จตุจักร จะเปิดให้บริการประมาณไตรมาส 2 ปีนี้ ซึ่งที่จตุจักรมีร้านค้ามากกว่าหมื่นร้านค้า แถมรอบๆ ก็มี SME อยู่เต็มไปหมด โดยศูนย์ฯ นี้เราจะเน้นให้ความรู้และไอเดียไปที่เรื่องดิจิทัลเป็นหลัก เช่น จะเอาสินค้าขึ้นมาบนอินเทอร์เน็ต เฟซบุ๊ก ไลน์ อินสตาแกรมได้อย่างไร หรือจะสร้างเว็บไซต์อย่างไรให้ขายได้ไปทั่วโลก ซึ่งปกติร้านค้าจตุจักรจะเปิดร้านขายแค่เสาร์-อาทิตย์ แต่การขายของบนออนไลน์จะทำให้เขาสามารถขยายการขายจาก 2 วันเป็น 7 วันได้ เพราะฉะนั้นร้านค้าหมื่นกว่ารายสามารถเดินเข้ามาปรึกษากับเราได้ ซึ่งในเรื่องดิจิทัลเป็นความเชี่ยวชาญของเรดดี้แพลนเน็ตอยู่แล้ว เราจะเอาความเชี่ยวชาญนี้ไปแก้ปัญหาให้ SME นอกจากนี้ เราจะโชว์เคสสินค้าในจตุจักรซึ่งที่อื่นไม่มีด้วย"

บุรินทร์ เกล็ดมณี
ประธานเจ้าหน้าที่ฝ่ายปฏิบัติการ บริษัท เรดดี้แพลนเน็ต จำกัด
Mentor SCB BUSINESS CENTER จตุจักร

จะสร้างคอมมูนิตี้ SME ขึ้นมาที่สำเพ็ง

"เมื่อก่อนจะเห็นว่า พาหุรัด สำเพ็งเป็นเซ็นเตอร์ของการทำธุรกิจ คนที่อยากทำธุรกิจหรืออยากได้อะไรตั้งแต่ไม้จิ้มฟันยันเรือรบก็วิ่งมาที่นี่ คนที่ทำธุรกิจในแถบนี้จึงอยู่ด้วยความรู้สึกเป็นธุรกิจเชิงรับตลอดเวลา แต่ในวันนี้ไม่สามารถตั้งรอรับลูกค้าแบบนั้นได้ ตอนนี้คู่แข่งสำคัญของร้านในพาหุรัด สำเพ็งไม่ใช่คู่แข่งที่อยู่ข้างๆ ร้าน แต่เป็นคนรุ่นใหม่ที่ไม่มีหน้าร้าน ที่ไม่มีทำเลทองเหมือนคนที่อยู่พาหุรัด สำเพ็ง ดังนั้น ถ้าไม่ปรับตัวจะตาย ศูนย์ฯ ที่สำเพ็งนั้นนอกจากเราจะมีที่ปรึกษาสำหรับ SME แล้วเราจะให้ SME ได้เรียนรู้ได้กว้างไกล และได้เจอกับคนที่ทำธุรกิจเหมือนกันผ่านกิจกรรมสัมมนา แล้วเราจะสร้างเป็นคอมมูนิตี้ขึ้นมา ซึ่งแต่ละคนจะมีความเก่งแตกต่างกันอยู่แล้ว อย่ามองเป็นคู่แข่ง แต่ให้ทำเป็น Synergy เพื่อทำให้เราเก่งขึ้น หรือมีผลประโยชน์ร่วมกันได้ ตรงนี้จะทำให้ SME สามารถเติบโต แข็งแกร่ง และสู้กับคนอื่นได้จริงๆ"

แคทลียา และ นดา ท้วมประถม
กรรมการผู้จัดการ และ Marketing Director
บริษัท ดีไซน์ เอสเซนเชียล จำกัด
Mentor SCB BUSINESS CENTER สำเพ็ง

SME Thailand magazine

pannbooks

BANG! กลับมาแล้ว!

มหกรรมของคนรักการอ่าน

PAH!!

SME Thailand magazine

ลดแหลกแจกแถม

โปรโมชั่นโดนๆ

นิตยสาร SME THAILAND
และหนังสือในเครือ PANNBOOKS

29 มีนาคม-8 เมษายน 2561
10.00-21.00 น.

สัปดาห์หนังสือแห่งชาติ ครั้งที่ 16
โซน C บู๊ธ M37 ณ ศูนย์การประชุมแห่งชาติสิริกิติ์

ว้าว!

FASHION FOOD แชะ ชิม แชร์

Text : กองบรรณาธิการ

ว่ากันว่าสีสันของอาหาร นอกจากจะช่วยสร้างความแปลกใหม่ทำให้บรรดาอาหารดูน่ารับประทานสุดๆ แล้ว ในวันนี้สีสันยังช่วยสร้างมูลค่าเพิ่มทำให้ขายดิบขายดีอีกด้วย

ที่ผ่านมา เทรนด์เกี่ยวกับอาหารมักจะมีอะไรใหม่ๆ มาให้เราได้ร้องว้าว!! กันอยู่ตลอดเวลา หลายคนคงจำได้ว่าในช่วงหนึ่งสีดำๆ อย่างถ่านสีดำหรือชาโคลก็เคยรุกเข้าสู่ธุรกิจอาหาร จนหลายร้านพลิกตำราทำอาหารชาโคลกันแทบไม่ทันมาแล้ว

แต่ ณ ชั่วโมงนี้ ไม่ว่าจะเป็นสีชาโคล หรือสีอะไรก็ตาม คงต้องหลีกทางให้กับสีสายรุ้งซึ่งเป็นสีสันสุดคัลเลอร์ฟูล ที่หลายร้านหยิบเอามาใส่ในขนมและเครื่องดื่มกันเป็นทิวแถว เพื่อเพิ่มความสนุกสนานในการรับประทาน โดยเราจะได้เห็นพาเหรดสีรุ้งนี้ทั้งในเครื่องดื่มที่มีหลายสีสัน ขนมปังชีสสายรุ้ง ขนมโตเกียวสีรุ้ง ไอศกรีมสีรุ้ง ฯลฯ

โดยตามปกติสีของอาหารต่างๆ จะส่งผลทางจิตวิทยาต่อผู้บริโภค เช่น สีแดงส่งผลกับอารมณ์ให้ความรู้สึกตื่นตัว จึงเป็นสีที่กระตุ้นความอยากอาหารขึ้นมา ขณะที่ถ้าเป็นอาหารสีเขียวซึ่งส่วนใหญ่จะมีอยู่ในผักผลไม้จึงให้ความรู้สึกถึงธรรมชาติ สุขภาพ ส่วนสีเหลืองเป็นสีที่ให้ความรู้สึกสดใสร่าเริง เป็นต้น

ดังนั้น การจับอาหารมาแต่งตัวด้วยสีสันสดใสสไตล์แฟชั่นนี้จึงทำให้ผู้บริโภคอย่างเราๆ ตื่นเต้น ไม่เชื่อลองจินตนาการถึงอาหารสีรุ้งฟรุ้งฟริ้งผสมรวมกันสารพัดสี ไม่ว่าจะเป็นสีเหลือง สีชมพู สีฟ้า สีเขียว สีม่วง ฯลฯ สิว่าจะช่วยทำให้เราเกิดความรู้สึกสนุกสนานสดใสเพียงใด ที่สำคัญเจ้าโทนสีสดใสเหล่านี้ยังดึงดูดสายตาของผู้บริโภคให้ต้องอยากลองอยากชิมเป็นอย่างดี แถมสุดท้ายยังนำไปสู่การถ่ายรูปลงโซเชียลมีเดีย ทำให้เกิดกระแสยิ่งขึ้นไปอีก

และอย่างที่รู้กันดีว่า โซเชียลมีเดียทรงอิทธิพลเพียงใด สามารถสร้างกระแสทำให้แบรนด์ที่ไม่มีใครรู้จักโด่งดังในชั่วพริบตามาแล้ว ยิ่งประกอบกับพฤติกรรมของคนไทยที่นิยมถ่ายรูปจากมือถือ ชอบลองสินค้าและบริการใหม่ๆ โดยมักจะอัพเดตหรือบอกเล่าประสบการณ์ รีวิวอาหารผ่านโซเชียลฯ ซึ่งด้วยพฤติกรรมของผู้บริโภคนี้เอง ทำให้ผู้ประกอบการร้านอาหารต้องปรับกลยุทธ์ในการเข้าถึงผู้บริโภค โดยใช้โซเชียลฯ มาเป็นเครื่องมือทางการตลาดที่สร้าง Word of Mouth หรือการบอกกันปากต่อปากในหมู่ผู้บริโภค โดยการพยายามที่จะสร้างสรรค์ความแปลกใหม่ให้กับอาหาร จนทำให้เกิดความว้าว น่าสนใจ กระทั่งอดใจไม่ไหวต้องถ่ายรูปโพสต์ลงโซเชียลฯ ซึ่งผลที่ตามมาคือ เกิดกระแสเพราะความอยากลอง และเพื่อจะได้โพสต์โชว์บนโซเชียลฯ จนทำให้ร้านอาหารแจ้งเกิดมากมายมาแล้วนั่นเอง

แชะแล้วแชร์ปั่นยอดขาย

Mocha Boost, Camouflage Latte, Caramel Macchiato, Multicolor Soda, Silver Bullet ฯลฯ นี่คือเมนูเครื่องดื่มของร้าน KICKS café by Carnival ที่เป็นคีออสเล็กๆ ในร้านรองเท้าชื่อดัง Carnival และเป็นที่มาของการตั้งชื่อเมนูเครื่องดื่มสุดคิวท์ที่ล้อไปกับสีของสนีกเกอร์ แต่ที่พิเศษกว่านั้นนอกจากชื่อเก๋ๆ แล้ว ยังมีความฟรุ้งฟริ้งด้วยสีสันสดใสของน้ำแข็งทรงลูกบาศก์หลากรสชาติอีกด้วย

เชื่อว่าบรรดาสาวกสนีกเกอร์คงรู้จักร้าน Carnival เป็นอย่างดี ร้านมัลติแบรนด์สัญชาติไทยที่ได้รับสิทธิ์ในการขายรองเท้าผ้าใบระดับเอ็กซ์คลูซีฟหายากหลายรุ่น แต่ทำไมร้านที่โด่งดังอยู่แล้วจึงคิดจะมาเปิดคาเฟ่เล็กๆ เพื่อขายเรื่องดื่ม แถมยังขายดิบขายดีอีกด้วย

ปรเมษฐ์ สนธิระติ ซึ่งเป็นหนึ่งในผู้ร่วมก่อตั้ง KICKS café by Carnival เล่าให้ฟังว่า ร้าน Carnival ตั้งอยู่สยามสแควร์เขตร้อน ลูกค้าจะต้องเดินร้อนๆ กว่าจะมาถึงร้านเขาจึงเกิดความคิดที่จะทำเครื่องดื่มที่ช่วยให้รู้สึกสดชื่น เลือกรองเท้าไปด้วยดื่มน้ำคลายร้อนไปด้วย สุดท้ายมาลงตัวที่อิตาเลียนโซดาที่คิดว่าดื่มแล้วน่าจะแก้กระหายดับร้อนได้เป็นอย่างดี แต่โดยส่วนตัวของเขาเป็นคนที่ชอบดื่มอิตาเลียนโซดากับกีวี สตรอว์เบอร์รี และผลไม้อื่นๆ หลายรสชาติมาก จึงคิดต่ออีกว่า ทำยังไงถึงจะรวมรสชาติเหล่านี้ไว้ได้ในแก้วเดียว เลยเกิดความคิดทำเป็นก้อนน้ำแข็งรสชาติผลไม้ซึ่งมีหลายสีหลายรส แล้วให้รสชาติต่างๆ นั้นอยู่ในแก้วเดียวกัน

"สูตรนี้คิดเองทั้งหมดเลย ตอนที่ทดลองทำก็เอารสชาติผลไม้ต่างๆ หลายรสมาลองมิกซ์กันว่า ถ้าเป็นน้ำแข็งแล้วละลายรสชาติที่ผสมกันจะเป็นยังไง แปลกมั้ย เพี้ยนมั้ย ก็ต้องเลือกมิกซ์ในรสชาติที่ไปกันได้ แล้วทีแรกคิดเฉพาะอิตาเลียนโซดาอย่างเดียวที่มีน้ำแข็งพิเศษหลายรสหลายสี แต่ทำออกมาแล้วผลตอบรับดีมาก ก็เลยต่อยอดไปที่เครื่องดื่มอื่นๆ ให้มีน้ำแข็งพิเศษของแต่ละเครื่องดื่มด้วย"

ต้องไปโดน! เมนูสายรุ้งสุดคิวท์ ที่ไม่กินไม่ได้แล้ว

Unicorn Café

ยูนิคอร์นเลิฟเวอร์ต้องมาคาเฟ่นี้ให้ได้ ภายในร้านตกแต่งด้วยตุ๊กตายูนิคอร์นไซส์เล็กไซส์ใหญ่ ให้ความรู้สึกเหมือนหลงเข้าไปอยู่ในโลกของเจ้าม้ายูนิคอร์นยังไงยังงั้น ส่วนเมนูเครื่องดื่มและขนมล้วนแต่มีสีรุ้งน่ารัก เช่น เบอร์เกอร์เนื้อที่อัดแน่นด้วยเรนโบว์ชีส วอฟเฟิลสีรุ้งเสิร์ฟพร้อมไอศกรีม และเครื่องดื่มปั่นสีพาสเทลในแก้วรูปดาว

ซ.สาทร 8
Unicornbrand

Happy Cheese Toast

ไม่กินมีเอาต์กับเมนูสุดฮิตที่พูดสนั่นโซเชียลฯ อย่างขนมปังอบสอดไส้ชีสสีรุ้ง แถมชีสยังยืดได้จริง ไม่โม้ แม้ชีสจะมีสีสันสดใสแต่มั่นใจได้ในเรื่องความปลอดภัย เพราะทางร้านใช้สีผสมอาหารที่ได้มาตรฐานโลก นำเข้าจากประเทศอิตาลีและสหรัฐอเมริกา

ไม่มีหน้าร้าน ติดตามตารางออกบู๊ธได้ที่เพจของร้าน
happycheesetoast.rainbowcheese

ด้วยเหตุนี้เราจึงได้เห็นร้าน Carnival ที่มีสนีกเกอร์มากมาย แต่มีคาเฟ่ที่เป็นเพียงคีออสเล็กๆ อยู่มุมหนึ่ง ซึ่งแน่นอนว่า คนที่มาเลือกซื้อสนีกเกอร์ก็คงอดใจไม่ได้ที่จะลองมาดื่มน้ำสดใสจาก KICKS café ในทางกลับกันบางคนที่มีความตั้งใจจะเข้าหาเครื่องดื่มเพื่อดับกระหายก็คงอดไม่ได้ที่จะเดินดูสนีกเกอร์สวยๆ สักหน่อย นี่จึงเป็นการต่อยอดธุรกิจกันได้อย่างลงตัว

อย่างไรก็ตาม ในการทำการตลาด ปรเมษฐ์เข้าใจดีถึงพลังของโซเชียลฯ จึงใช้โซเชียลฯ เป็นเครื่องมือในการทำการตลาด ทั้งนี้ด้วยเมนูฮิตที่เป็นซิกเนเจอร์ของ KICKS café คือ Multicolor Soda ที่มีน้ำแข็งก้อนเล็กๆ สีฟ้า ชมพู เหลือง เขียว ฯลฯ ดูฟรุ้งฟริ้ง ซึ่งสีสันที่แปลกตา ความแปลกใหม่ที่ไม่เหมือนใคร ทำให้เมนูเครื่องดื่มของ KICKS café นอกจากจะเป็นตัวดึงดูดสายตา ทำให้เครื่องดื่มดูน่าดื่มยิ่งขึ้นแล้ว ยังทำให้เกิดการถ่ายรูปแล้วแชร์บนโซเชียลฯ เป็นการบอกต่อที่แพร่กระจายอย่างรวดเร็ว ช่วยโฆษณาร้านไปในตัว จนทำให้ยอดขายพุ่งพรวด โดยปรเมษฐ์บอกว่า ในช่วงพีกๆ ร้าน KICKS café สามารถขายเครื่องดื่มได้เดือนละเกือบล้านบาททีเดียว

"ตอนที่เราทำก็คิดถึงสิ่งที่ลูกค้าชอบคือ การถ่ายภาพโพสต์ลงโซเชียลฯ คือต้องมีอะไรให้เขาได้ถ่ายรูปได้ ซึ่งด้วยความที่ว่ายังไม่เคยมีใครที่ไหนทำแบบนี้มาก่อน และคงเป็นอะไรที่แปลกใหม่ด้วย ด้วยสีสันก็มีการถ่ายรูปได้แชร์ออกไปเร็วมาก ถือว่าได้รับการตอบรับที่ดี แต่แน่นอนว่า แม้สีสันจะเป็นสิ่งที่ดึงคนให้เข้ามาหาเรา แต่เครื่องดื่มก็ต้องรสชาติดีด้วย ไม่ใช่แค่สวยอย่างเดียว แล้วรสชาติกินไม่ได้ ไม่อย่างนั้นก็จะอยู่ได้ไม่นาน"

ด้วยความสำเร็จดังกล่าว ปรเมษฐ์จึงมีแผนที่ขยายร้านด้วยการเปิดคีออสในห้างสรรพสินค้า และเมื่อร้าน Carnival จะปิดปรับปรุงร้าน เขาจึงจะย้าย KICKS caféไปอยู่ย่านลาดพร้าว 71 ซึ่งสามารถตามไปสนุกสนานกับสีสันของเครื่องดื่มกันต่อได้

สอดรับกับ **ภัทรันดา รัตนแสงสรวง** จากร้าน Rainbow ขนมโตเกียวแป้งนุ่ม ที่บอกว่า เธอใส่สีรุ้งเข้าไปในขนมโตเกียว ทำให้ลูกค้าเกิดความสนใจ ถ่ายรูปและเกิดการแชร์กันอย่างมาก จนกล่าวได้ว่าเป็นจุดเริ่มต้นที่ทำให้คนรู้จัก Rainbow โตเกียวแป้งนุ่มกันเลยทีเดียว

"เพราะว่ากระแสของการถ่ายรูปและแชร์กำลังมาในช่วงนั้น ประกอบกับเทรนด์อาหารสีรุ้งกำลังมาแรง ขนมโตเกียวเราก็ขายดี หรืออย่างขนมครกแป้งฟู ที่ลูกค้าวัยรุ่นให้ความสนใจมาก จะมาถ่ายรูปดูวิธีการทำแล้วก็แชร์กันในโซเชียลฯ"

สำหรับไอเดียการทำขนมโตเกียวสีรุ้ง และขนมอื่นๆ เป็นสีรุ้ง ภัทรันดาบอกว่า เป็นการคิดตั้งแต่แรกที่จะเพิ่มมูลค่าให้กับขนมโตเกียว โดยใส่สีสันที่เป็นสีรุ้งลงไป และเอาจุดด้อยของขนมโตเกียวมาให้เป็นจุดเด่น กล่าวคือ ขนมโตเกียวบ้านเราหากวางทิ้งไว้แป๊บเดียวก็ไม่อร่อยแล้ว จึงคิดเป็นสูตรแป้งนุ่มขึ้นมาที่สามารถเก็บแช่ตู้เย็นได้นาน 3 วัน เมื่อนำมาอุ่นในไมโครเวฟแป้งก็จะกลับมานุ่มเหมือนเดิม

"จริงๆ คือตอนที่เริ่มทำตลาดบ้านเรากระแสอาหารสีรุ้งหรือที่มีสีสันมากๆ ยังไม่ฮิตเท่าไหร่ เราเลยคิดว่า อยากหาลูกเล่นอะไรให้กับขนมของเรา เวลาเดินทางไปต่างประเทศจะเห็นขนมของฝากต่างประเทศมีสีสันสวยงามมาก เลยเคิดว่าน่าจะเอามาดัดแปลงกับขนมบ้านเราได้ เราจับเขามาแต่งตัวให้เข้ากับยุคสมัยด้วยสีสันมากกว่า ซึ่งสีที่ใช้ก็เป็นสีธรรมชาติ เช่น สีเขียวใบเตย สีฟ้าอัญชัน สีดำชาโคล สีชมพูสตรอว์เบอร์รี เป็นต้น"

นอกจากขนมโตเกียวสีรุ้งที่มีให้เลือกถึง 5 สี 9 รสชาติแล้ว ภัทรันดาก็ยังมีขนมอื่นที่เล่นกับสีสันตามคอนเซปต์ของชื่อร้าน Rainbow เช่น ขนมครกแป้งนุ่ม มี 4 รสชาติ ใบเตย อัญชัน สตรอว์เบอร์รี น้ำผึ้ง ขนมแพนเค้กสีรุ้ง

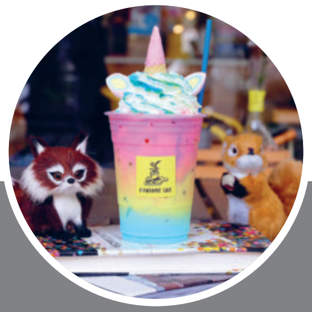
อย่างไรก็ตาม แม้อาหารสีรุ้งจะเป็นเทรนด์ที่กำลังมา และหากวันใดที่เทรนด์สีรุ้งจะหายไป ภัทรันดาก็ไม่หวั่นเพราะเธอคิดว่า ขนมโตเกียวเป็นขนมที่คาบเกี่ยวระหว่างอาหารแฟชั่นฟูดกับขนมโตเกียวดั้งเดิม ซึ่งไม่ว่ายุคสมัยจะเปลี่ยนไปอย่างไร ความเป็นขนมโตเกียวก็ยังมีอยู่ และถ้าเทรนด์อาหารเปลี่ยนแปลงไปเธอก็สามารถปรับเปลี่ยนขนมโตเกียวให้เข้ากับยุคสมัยนั้นๆ ได้ เพราะเธอคิดว่า "รอบตัวเราสามารถจับมาทำธุรกิจได้หมด แต่ว่าเราต้องลองหาไอเดียใหม่ๆ ใส่ความแตกต่างเข้าไป"

ทั้ง KICKS caf และ Rainbow ขนมโตเกียวแป้งนุ่ม เป็นตัวอย่างของผู้ประกอบการที่มองเห็นทั้งเทรนด์ของอาหาร การสร้างความแตกต่างพฤติกรรมของผู้บริโภคในยุคดิจิทัล ที่สำคัญการรู้จักใช้พลังของโซเชียลฯ ในการเป็นเครื่องมือในการทำการตลาด จึงทำให้การก้าวของการเริ่มต้นธุรกิจเป็นก้าวกระโดดที่ไปได้ไกล S

Rainbow Pancake

ร้านขนมโตเกียวสูตรแป้งนุ่ม มีแป้งสีพาสเทล 5 สี ได้แก่ สีเหลือง สีเขียว สีชมพู สีฟ้า และสีดำ ส่วนไส้โตเกียวมีมากถึง 9 ไส้ทั้งคาวและหวาน เช่น ชาไทย นมเย็น หมูหย็องน้ำพริกเผา และแฮมชีส เป็นต้น นอกจากนี้ ยังมีขนมครกเรนโบว์ กรอบนอกนุ่มใน และเรนโบว์ชีสด็อกให้สั่งด้วย

Belle พระราม 9
rainbowpancake.th



Flowerpot Café

คาเฟ่ท่ามกลางสวนสวยที่เสิร์ฟขนมสไตล์การ์เด้นโฮมเมด โดยเมนูที่ทุกโต๊ะต้องสั่ง คือ เค้กซิกเนเจอร์ของร้าน อย่างเค้กกระถางที่มีให้เลือกหลากหลายแบบ และ Unicorn Milky เครื่องดื่มสีรุ้งที่ขายดีสุดๆ ในช่วงนี้ โดยนมยูนิคอร์นแก้วนี้มีหน้าตาน่ารักสุดๆ เห็นแล้วก็อดไม่ได้ที่จะหยิบโทรศัพท์ขึ้นมาถ่ายรูปโพสต์อวดเพื่อนในโซเชียลฯ

ซ.รามคำแหง 21
Flowerpotcafe

KICKS Café by Carnival

KICKS เป็นคีออสเล็กๆ ในร้าน Carnival ร้านนี้มีดีทั้งกาแฟและเครื่องดื่ม โดยเฉพาะอย่างยิ่งที่ไม่ควรพลาด Multicolor Soda ที่มาพร้อมก้อนน้ำแข็งทรงลูกบาศก์สีสันสดใสหลากรสชาติ ซึ่งเหมาะสำหรับอากาศร้อนๆ และทำให้สดชื่นมากๆ

สยามสแควร์ ซ.7
KICKS café by Carnival

คุยกับ

สุริพงษ์ ตันติยานนท์

Text : กองบรรณาธิการ / Photo : เจษฎา ยอดสุรางค์

STARTUP แบบไหนที่พาร์ตเนอร์มองหา

"วันนี้นวัตกรรมไม่ได้มาจากบริษัทบางบริษัท หรือประเทศบางประเทศ แต่เกิดได้จากทุกที่ และถ้าเกิดขึ้นในตลาดเล็กแล้วสามารถสเกลได้เร็ว ตลาดที่ว่าใหญ่อาจจะต้องเอาโซลูชันนี้ไปใช้ด้วยซ้ำไป" **สุริพงษ์ ตันติยานนท์** ผู้จัดการวีซ่า ประจำประเทศไทยกล่าวเช่นนี้ เมื่อถามถึงการจัดการแข่งขัน Visa's Everywhere Initiative ครั้งแรกในประเทศไทย หลังจากที่จัดการแข่งขันมาแล้ว 40 ตลาดทั่วโลก

ไม่เพียงแค่นั้น การจัดการแข่งขัน Visa's Everywhere Initiative ในไทยยังสะท้อนว่า Startup ไทยมีศักยภาพและได้รับการยอมรับ โดยสุริพงษ์บอกเพิ่มเติมว่า ก่อนที่จะตัดสินใจจัดการแข่งขันที่ประเทศไทยช่วง 1-2 ปีที่ผ่านมา วีซ่าสำนักงานใหญ่มาเมืองไทยหลายครั้ง เพื่อมาดู Startup ไทยว่าไปไกลขนาดไหน จึงมีความมั่นใจว่าถ้าทำการแข่งขันนี้ในประเทศไทยน่าจะได้ผลตอบรับที่ดี

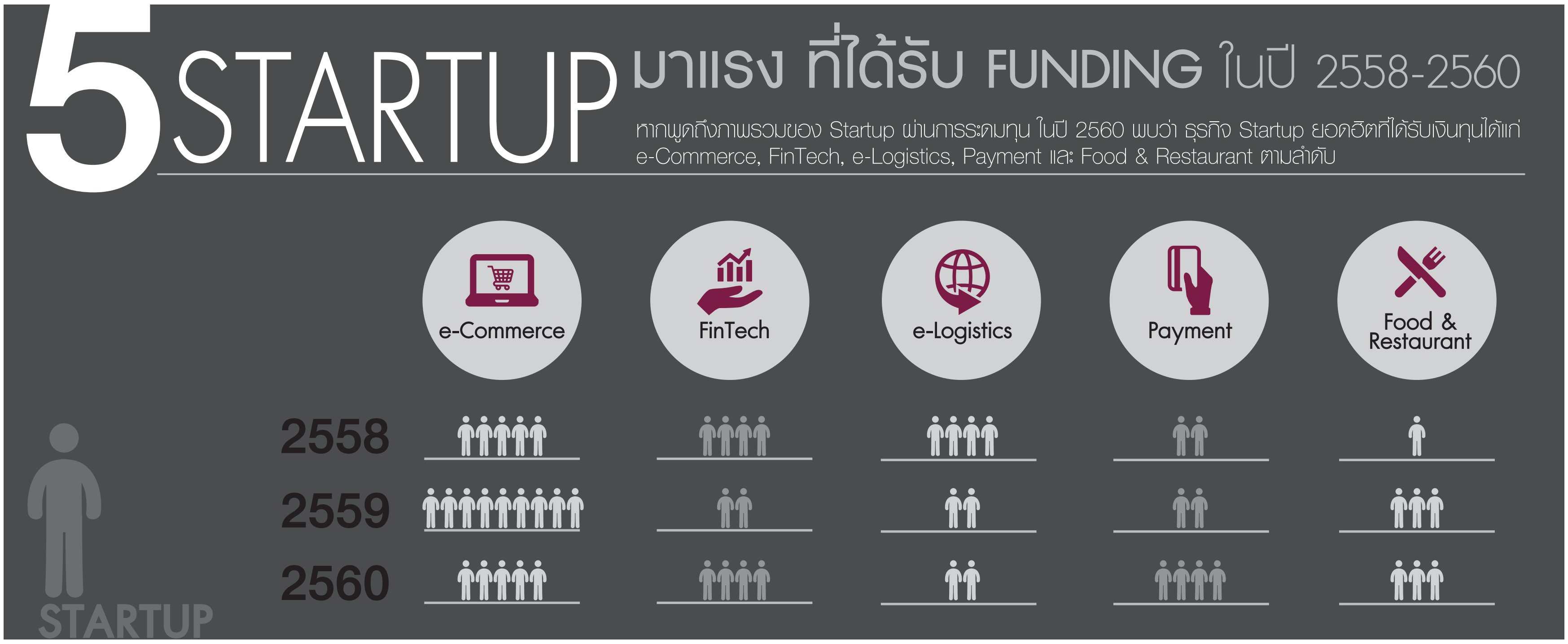
แน่นอนว่าในฐานะเครือข่ายการชำระเงินระดับโลก สิ่งที่ Startup จะได้จากการเข้าร่วมแข่งขันคือ โอกาสที่ได้เจอเพย์เมนต์ระดับโลกที่จะได้มาร่วมงานกัน เพราะทีมที่เป็นผู้ชนะจะถือเป็นพาร์ตเนอร์ของวีซ่า จะได้ทำงานกับทีม Innovation ของวีซ่า โดยหากโซลูชันนั้นสามารถนำไปขยายต่อในประเทศอื่นได้ วีซ่าก็จะพา Startup ที่ชนะไปในหลาย ๆ ตลาด ซึ่งจะช่วยให้ Startup สามารถสเกลขึ้นมาได้ นอกจากนี้ ในวัน Pitching จะมีพาร์ตเนอร์ของวีซ่ามาเป็นจำนวนมาก ดังนั้น แม้จะไม่ได้รางวัลชนะเลิศ แต่ก็มีโอกาสนำเสนอโซลูชันกับคนที่เกี่ยวข้องทั้งหมด เสมือนวีซ่าได้สร้างตลาดขึ้นมาเพื่อให้ Startup ได้มาเจอกับบริษัทต่าง ๆ

อย่างไรก็ตาม ต้องยอมรับว่าในวันนี้ Eco System ของ Startup มีพร้อมเป็นอย่างมาก มีนักลงทุนที่เป็นองค์กรใหญ่หลายรายพร้อมจะให้เงินทุนสนับสนุน เพียงแต่จะเอาเงินมาลงกับ Startup ไทย หรือไปลงทุนกับ Startup ต่างประเทศ ซึ่ง Startup ที่จะเข้าตานักลงทุน สิ่งสำคัญคือ โซลูชันที่คิดนั้นจะต้องสามารถสเกลได้ ฉะนั้นการคิดโซลูชันจึงต้องมองไปถึงการขยายไปต่างประเทศด้วย

"เมื่อจะพัฒนาโซลูชันอะไรต้องคิดถึงโซลูชันที่สามารถสเกลได้ เพราะนักลงทุนที่จะมาลงทุนกับ Startup เขาจะดูอยู่แล้วว่า สามารถสเกลได้ขนาดไหน สเกลได้ยังไง คือจะสเกลในประเทศแบบลึกลงไปเลยว่าเป็นโซลูชันที่ทุกคนต้องใช้ หรือจะเป็นสเกลที่ไปในหลาย ๆ ตลาด ไม่ว่าจะไปแบบไหนก็ตามต้องหาทางที่จะไป ฉะนั้น Startup ต้อง Think Big, Start Small, Move Fast"

สำหรับภาพรวมอี-เพย์เมนต์ในไทยนั้น สุริพงษ์บอกว่า ยังมีโอกาสเติบโตอีกมาก เพราะว่าวันนี้จาก 100 เปอร์เซ็นต์ของการใช้เงินเพื่อซื้อของเป็นของส่วนตัว 25 เปอร์เซ็นต์มาจากอี-เพย์เมนต์ ส่วน 75 เปอร์เซ็นต์เป็นการจ่ายด้วยเงินสด ขณะที่ในประเทศอื่น ๆ สัดส่วนจะอยู่ที่ 50:50

"ใน 25 เปอร์เซ็นต์ที่จ่ายผ่านอี-เพย์เมนต์ถือว่าเป็นกลุ่มที่มีความก้าวหน้ามาก ๆ ในเขตเมืองไม่ต่างจากประเทศพัฒนาแล้ว กลุ่มนี้ในเมืองไทยจึงไม่ต่างจากตลาดสิงคโปร์ ไม่ต่างจากฮ่องกง แต่ขณะเดียวกันก็มีความเป็นตลาดที่ยังไม่พัฒนาในหลายท้องถิ่น ซึ่งยังใช้เงินสดเป็นหลักอยู่ แล้วเมืองไทยเป็นตลาดใหญ่มากมีคนถือบัตรเครดิตถึง 80 ล้านใบ ฉะนั้นประเทศไทยจึงน่าสนุกตรงที่ว่าตลาดไทยเป็นตลาดที่มี 2 บุคลิก ที่สำคัญคือ มีโอกาสสำหรับ Startup อีกเยอะที่จะคิดอะไรใหม่" สุริพงษ์กล่าวในตอนท้าย S



ที่มา : https://techsauce.co.th

Text : เจษฎา ปุรินทวรกุล

5 เคล็ดลับ ปรับนิสัยการใช้เงิน เพื่อความมั่นคงในธุรกิจ

ในชีวิตของการเป็นผู้ประกอบการและการทำธุรกิจ เราจำเป็นต้องมีความสามารถและรอบรู้ในหลายๆ ด้าน เพื่อบริหารจัดการชีวิตส่วนตัว และองค์กรให้สามารถเดินหน้าต่อไปได้อย่างราบรื่น แต่ศาสตร์สาขาหนึ่งที่มักสร้างรอยร้าวให้กับชีวิตส่วนตัวและการดำเนินธุรกิจได้มากที่สุดก็คือ "การเงิน" ซึ่งผู้ประกอบการส่วนใหญ่ดำเนินธุรกิจโดยปราศจากการคิด และการเตรียมความพร้อมสถานภาพด้านการเงินที่ดี

ข้อจำกัดและข้ออ้างที่เด่นชัดก็คือ "ไม่มีเวลา" โดยเฉพาะผู้ประกอบการที่มีครอบครัว เวลาในการวางแผนและบริหารจัดการธุรกิจยิ่งลดน้อยลง แต่ไม่ต้องกังวลไป เพราะนี่คือแนวทางการปรับนิสัยทางการเงินสำหรับผู้ประกอบการยุค 2561 เพื่อให้สามารถดูแลสุขภาพการเงินให้ดีได้มากยิ่งขึ้น เริ่มจาก

ขอใบเสร็จทุกครั้ง

เวลาที่เราไปซื้อสินค้า หรือจ่ายเงินในร้านสะดวกซื้อ พนักงานขายมักถามเราว่า ต้องการใบเสร็จหรือไม่ ซึ่งโดยปกติเรามักตอบว่า "ไม่เป็นไรครับ/ค่ะ" เพราะอาจไม่ต้องการใบเสร็จ ไม่อยากเอาใบเสร็จมาใส่กระเป๋าเงินให้รก ไม่อยากเอามาถือ หรือเหตุผลต่างๆ นานา

แต่ในการทำธุรกิจ ใบเสร็จจะช่วยเตือนความจำเราได้เป็นอย่างดีว่า เราซื้ออะไรไปวันไหน ที่ไหน มีอะไรบ้าง และมูลค่าเท่าไหร่ รวมถึงใช้ตรวจสอบอีกครั้งว่า ทางร้านค้าไม่ได้คิดเงินเราผิด นี่ยังไม่รวมถึงการขอใบกำกับภาษีเพื่อนำไปลดหย่อนภาษีสำหรับธุรกิจที่จดทะเบียนนิติบุคคลด้วย เพราะฉะนั้นการขอใบเสร็จเป็นเรื่องที่ดี เปรียบเสมือนบันทึกช่วยจำในการทำธุรกิจเลยทีเดียว

สรุปงบประมาณในแต่ละเดือน

นิสัยที่ผู้ประกอบการควรมีและพัฒนาให้เกิดเป็นความชำนาญก็คือ การตรวจสอบค่าใช้จ่ายในแต่ละเดือน หลังจากนั้นให้เริ่มต้นประมาณการค่าใช้จ่ายในเดือนต่อไปได้ด้วย เพื่อตรวจสอบรายรับรายจ่าย ยอดขาย และกำไร จะได้มั่นใจว่าเงินไม่รั่วไหลไปไหน มีค่าใช้จ่ายที่ไม่จำเป็นมากเกินไปหรือไม่ หากมีจะลดรายจ่ายที่ไม่จำเป็นนั้นอย่างไร ซึ่งทุกธุรกิจมีค่าใช้จ่ายที่แตกต่างกันไปตามความจำเป็น และช่วงเวลาการจะใช้จ่ายอะไรควรต้องตัดสินใจให้รอบคอบ และเมื่อใช้จ่ายเงินไปกับสิ่งที่มีความสำคัญทางธุรกิจถูกที่ ถูกเวลา ก็จะช่วยสร้างความมั่นคงทางการเงินได้

นอกจากนี้ ยังต้องดูไปถึงยอดขายด้วยว่าส่วนใดลดลงไปบ้าง แล้วจะสามารถ Boost ยอดขายได้อย่างไร และกระแสเงินสดยังเพียงพอที่จะบริหารจัดการธุรกิจต่อไปอีกกี่เดือน ใครที่ยังไม่เริ่มทำสิ่งเหล่านี้ ขอแนะนำว่าควรเริ่มต้นได้แล้วตั้งแต่วันนี้

ตรวจสอบการใช้บัตรเครดิตให้ดี

หนึ่งในปัญหาหลักของผู้ที่ใช้บัตรเครดิตคือ มักจะไม่ทราบว่าใช้เงินไปเท่าไหร่แล้ว เกินวงเงินหรือยัง และจะโดนดอกเบี้ยเท่าไหร่ ซึ่งหากเป็นการใช้บัตรเครดิตเพื่อการทำธุรกิจแล้วต้องจ่ายดอกเบี้ยงานนี้บอกได้เลยว่าไม่คุ้มเท่าไหร่ เพราะฉะนั้นพยายามตรวจสอบวงเงินให้ดี หรือจะใช้วิธีการตัดเงินจากบัญชีโดยเฉพาะแทนก็ได้ เช่น ฝากเงินเข้าบัญชีเอาไว้ 100,000 บาท และให้บัตรเครดิตหักเงินจากบัญชีเงินฝากแทน ก็จะทำให้เราสามารถตรวจสอบค่าใช้จ่าย และยอดคงเหลือรวมถึงทำบัญชีค่าใช้จ่ายได้สะดวกและง่ายขึ้น นอกจากนี้ อย่าลืมตรวจสอบความถูกต้องของรายการสินค้าและจำนวนเงินที่จ่ายผ่านบัตรทุกครั้ง เพื่อป้องกันรายการที่อาจจะเกิดขึ้นโดยที่คุณไม่ได้เป็นผู้ทำรายการนั้นๆ

กำหนดเป้าหมายทางการเงินที่สำคัญขึ้นมา

การกำหนดเป้าหมายการใช้จ่ายที่สำคัญรายปี ไม่ว่าจะเป็นเงินทุน ค่าวัสดุ ค่าอุปกรณ์ ค่าน้ำ ค่าไฟ ค่าแรงลูกจ้าง ค่าแรงตัวเอง ทั้งหมดนี้เพื่อคำนวณหาต้นทุนทางธุรกิจ จะช่วยให้เรารู้ว่าในอนาคตจะต้องใช้เงินเท่าไหร่ และเราจะต้องพยายามเก็บรักษาเงินเอาไว้เท่าไหร่เพื่อให้สามารถบริหารจัดการธุรกิจได้ตามแผน ซึ่งถ้าเราไม่พยายามคิดทบทวนให้ดีในวันนี้ รับรองได้ว่าในอนาคตต้องลำบากและเดือดร้อนกว่าเดิมอีกหลายเท่า

ใช้เงินสดแทนบัตรเครดิต

บัตรเครดิตสามารถตอบสนองความสะดวกสบาย มีโปรโมชันต่างๆ มาล่อลวงให้เราต้องใช้ ซึ่งบางครั้งอาจไม่จำเป็นต้องใช้เลยด้วยซ้ำ แต่เราก็ใช้ ดังนั้น หลังจากนี้ เรามาลองเปลี่ยนวิธีการจ่ายเงินเป็นเงินสดแทน โดยเริ่มจากจำนวนเงินทีละน้อยๆ เป็นการใช้เงินครึ่งหนึ่ง บัตรเครดิตครึ่งหนึ่ง ซึ่งจากผลวิจัยพบว่า เราจะสามารถประหยัดเงินได้มากถึง 15 เปอร์เซ็นต์เลยทีเดียว

ลองปรับเปลี่ยนแนวคิดและวิธีการใช้เงินตั้งแต่วันนี้ เพื่อความสมดุลและมั่นคงทางการเงินในวันข้างหน้า

LIFE FOREST
จานเซรามิกสไตล์วินเทจ ธุรกิจปั้นทำเงินของสาวรักศิลปะ

Text : Ratchanee / Photo : Vipa Vadi

เมื่องานอดิเรกที่เป็นรายได้เสริม
มีทีท่าจะไปได้ดีจนแทบไม่มีเวลามาทำงานประจำ
สองสาวเพื่อนรัก **กอฝ้าย-อรอนงค์ หนุนภักดี**
และ **จูน-ชลภัสสรณ์ วชิระบำรุงเกียรติ**
ที่ร่วมกันรังสรรค์งานเซรามิก จึงตัดสินใจออกจากงาน
มาเปลี่ยนงานอดิเรกที่รักให้เป็นธุรกิจอย่างจริงจัง
ภายใต้แบรนด์ Life Forest

ทั้งกอฝ้ายและจูนต่างหลงรักงานศิลปะ แต่ทั้งคู่มีความถนัดกันคนละด้าน กล่าวคือ กอฝ้ายร่ำเรียนมาทางด้านเซรามิก ส่วนจูนชำนาญการวาดภาพ ขณะเดียวกันทั้งคู่ก็ชื่นชอบธรรมชาติโดยเฉพาะสัตว์และดอกไม้ ทั้งหมดนี้จึงกลายเป็นส่วนผสมที่ลงตัวในการนำภาพวาดของสัตว์มาใส่ไว้ในจานสไตล์วินเทจที่สวยงาม

"ตอนแรกเราทำกระถางต้นไม้ขึ้นมาก่อนเพราะอยากปลูกต้นกระบองเพชร กอฝ้ายเรียนมาทางด้านเซรามิก ส่วนจูนเรียนมาทางศิลปกรรม เริ่มจากความชอบทำเป็นงานอดิเรก และก็ค่อย ๆ เอาไปขายผ่านออนไลน์ ทีนี้ทำไปแล้วรู้สึกว่าเรามีความสุขมากกว่าที่จะทำงานประจำ ที่สำคัญคือ ไม่มีเวลา แล้วเราอยากจะมาลุยกับมันให้เต็มที่ เลยลาออกมาสร้างแบรนด์ Life Forest แต่ตอนแรกก็ล้มลุกคลุกคลานมาก เพราะเราไม่มีเงินทุนเยอะ ใช้เงินตัวเอง ต้องเปิดรับงานออร์เดอร์อื่น เพื่อเอาเงินส่วนนั้นมาต่อยอดทำแบรนด์ของตนเอง"

กอฝ้ายและจูนเริ่มต้นชิ้นงานแรกจากกระถางต้นไม้ ถัดจากนั้นจึงมาทำจานสไตล์วินเทจ ที่มีโทนสีเหมือนของเก่า และมีรูปลายเส้นของต้นไม้และสัตว์ป่านานาชนิด โดยทั้งคู่ชอบเดินทางท่องเที่ยวในผืนป่า และบันทึกสิ่งที่พบเจอลงในสมุด ภาพเขียน ภาพถ่าย ดังนั้น เมื่อมาปั้นจานจึงเปลี่ยนให้จานนั้นเป็นเสมือนสมุดบันทึกเก่า ๆ โดยใช้สีเคลือบออกเหลือง ๆ ดูเป็นวินเทจ และวาดภาพสัตว์แสนสวยเหล่านี้ลงไป เป็นการเก็บความทรงจำไว้ในจาน แถมยังได้ถ่ายทอดสู่ผู้อื่นอีกด้วย และนี่จึงเป็นสไตล์ของ Life Forest ที่ไม่เหมือนใคร

"ทุกคนก็ถามทำไมเป็นสีนี้ เป็นของเก่าหรือเปล่า พอเกิดความสงสัยเลยทำให้เข้ามาถาม แล้วก็ได้พูดคุยซื้อจานของเรา เพราะไม่ค่อยมีคนทำสไตล์แบบนี้ นอกจากที่เราจะทำภายใต้แบรนด์ Life Forest ก็ยังรับ Made to Order ด้วย ลูกค้าจะสั่งลายอื่น ใส่โลโก้ อย่างที่ผ่านมามีร้านอาหารที่สิงคโปร์ ก็มาสั่งให้เราทำจานถึง 2,000 ใบ"

กอฝ้ายอธิบายเพิ่มเติมถึงกรรมวิธีการผลิตที่ค่อนข้างยุ่งยากกว่าจะได้งานที่สมบูรณ์ว่า การทำงานเซรามิกต้องใช้เวลา ต้องใส่ใจ จะลัดขั้นตอนไม่ได้ และถ้าร้าวเพียงนิดเดียวก็ถือเป็นของเสีย ซึ่งบ่อยครั้งที่เจอลูกค้าใจร้อนสั่งวันนี้จะขอสินค้าพรุ่งนี้ เธอจึงต้องพยายามอธิบายให้ลูกค้าเข้าใจ

"เราจะเผาแบบรีดักชั่น คือเผาถึง 1,250 องศา ซึ่งการเผาแบบนี้จะได้เขม่าควัน ที่จะเข้าไปเคลียร์งานทำให้ดูสวย และเผาจากเตาแก๊ส ซึ่งความพิเศษของการเผาด้วยเตาแก๊สคือ จะได้ชิ้นงานออกมาไม่เหมือนกัน ก็จะเป็นเสน่ห์อย่างหนึ่ง แต่จะยากกว่าการใช้เตาไฟฟ้า เพราะเราต้องเฝ้าตลอดเวลา ต้องปรับอุณหภูมิทุกชั่วโมง เซรามิกนี้จะเผาถึง 3 รอบ รอบแรกจะเป็นจากดินปั้น จากนั้นเอาไปจุ่มเคลือบแล้วเผาอีกรอบที่ 1,250 องศา เพ้นต์ลายลงไปแล้วเผาอีกรอบ 800 องศา กระบวนการจะยุ่งยากมาก"

อย่างไรก็ตาม ด้วยความเป็นงานเซรามิก จึงทำให้มีปัญหาตามมาคือ การขนส่งที่ต้องระมัดระวังมากเป็นพิเศษ ซึ่งจูนบอกว่า เธอจะแพ็กอย่างดีหลายชั้น และจะถามลูกค้าว่า จะให้จัดส่งทางไหน โดยจะมีทั้งใช้บริการขนส่ง บริการส่งทางไปรษณีย์ บางทีก็นัดรับในสถานที่ต่าง ๆ ซึ่งที่ผ่านมายังไม่เจอปัญหาสินค้าเสียหายจากการขนส่งแต่อย่างใด

สุดท้ายกอฝ้ายและจูนได้ฝากข้อคิดสำหรับคนที่อยากเริ่มต้นธุรกิจในมุมมองของพวกเธอว่า ต้องมีความอดทนมาก ๆ เพราะจะทำให้สามารถมีความสุขกับสิ่งที่ได้ทำ และสร้างธุรกิจให้เติบโตต่อไปได้

"จริง ๆ พอเริ่มมาทำแบรนด์ Life Forest อย่างจริงจัง พวกเรามีเงินเหลือเก็บมากกว่าตอนทำงานประจำ ตรงนี้ก็ถือว่า ประสบความสำเร็จในขั้นต้น แต่ในช่วงแรกที่ตัดสินใจลาออกจากงาน ก็คิดว่าต้องขายได้ชัวร์ เพราะเราก็ว่าของเราสวย แต่ในความเป็นจริงมันไม่ใช่ ฉะนั้นเราต้องอดทนมาก ๆ แล้วผ่านมันไปให้ได้ แต่ถ้ามันเป็นความฝัน เรายังยืนยันที่จะทำมันต่อ สุดท้ายมันก็จะเดินหน้าต่อไปได้" S

09-9186-9994
Lifeforest
Korfaii_somemile
life.forest

JUDE CASE
จากรองเท้าแตะถึงเคสโทรศัพท์ ไอเดียทำเงิน

Text : Kritsana S. / Photo : Vipa Vadi

ด้วยความที่ชอบใส่รองเท้าแตะเป็นประจำ อีกทั้งยังชอบเปลี่ยนเคสโทรศัพท์อยู่บ่อยๆ **ลฎาภา ยิ้มละมัย** จึงเกิดไอเดียเก๋ หยิบรองเท้าแตะพื้นสีขาว สายยางสีน้ำเงิน **มาเป็นแรงบันดาลใจ** ในการทำเคสที่ชวนว้าว

ก่อนลงมือสร้างแบรนด์จริงจัง เธอลองเอารองเท้าแตะตัดครึ่งมาติดกับเคสแล้วถ่ายรูปโพสต์ลงโซเชียลมีเดียส่วนตัว ผลตอบรับที่ได้คือ เพื่อนๆ ออนไลน์ต่างถามไถ่ถึงที่มาของเคส จากผลที่เกิดขึ้นทำให้เธอมองเห็นโอกาสทางการตลาด เพราะเคสหน้าตาละม้ายคล้ายรองเท้าแตะยังไม่มีให้เห็น

ในช่วงแรกที่ทำแบรนด์ เธอประสบปัญหาสายที่ทำจากยางไม่ยึดติดกับตัวเคสที่เป็นพลาสติกผิวลื่นทั้งที่ใช้กาวตราช้างเป็นตัวยึดติด เธอและคุณพ่อจึงช่วยกันคิดค้นกาวสูตรพิเศษที่ติดพลาสติกกับสายยางได้อย่างถาวร แต่อย่างไรก็ดี ด้วยความที่ JUDE CASE ขายดิบขายดีในเวลาเพียงไม่นาน การจะนั่งติดสายยางกับตัวเคสด้วยกาวเห็นทีจะทำให้กระบวนการการทำงานล่าช้า เธอจึงเลือกผลิตแบบเชื่อมตัวเคสและสายยางเข้าด้วยกัน

JUDE CASE คอลเลกชันแรกที่วางขายในช่องทางออนไลน์คือ คอลเลกชันคลาสสิก เคสรองเท้าแตะพื้นสีขาว มีสายยางให้เลือก 3 สี ได้แก่ สีแดง สีน้ำเงิน และสีเขียว ซึ่งลูกค้าส่วนใหญ่เป็นผู้ชาย แต่เพราะเธออยากเจาะกลุ่มลูกค้าผู้หญิงด้วยจึงทำคอลเลกชันที่สองออกมา โดยตัวเคสเป็นสีพาสเทลอย่างสีชมพู สีเขียว และสีฟ้า ซึ่งเคสสีชมพูและสีฟ้ามักถูกขายออกพร้อมกันหากลูกค้ามาซื้อกับแฟน

สำหรับช่องทางการขาย JUDE CASE หลักๆ ยังเป็นช่องทางออนไลน์ ซึ่งนอกจากโซเชียลฯ อย่างเฟซบุ๊กและอินสตาแกรม เธอได้วางแผนที่จะทำการตลาดบนยูทูบโดยเน้นไปที่การทำวิดีโอรีวิวสินค้า และวิดีโอแนะนำสินค้า เช่น วิดีโอแนะนำสินค้าใหม่ รวมถึงวิดีโอแนะนำฟังก์ชันการใช้งานอย่างสายยางที่ทำให้ตัวเคสตั้งได้ทั้งแนวตั้งและแนวนอน ไม่เพียงเท่านี้ เนื่องจากลูกค้าต่างชาตินิยมซื้อเคสรองเท้าแตะไปฝากคนพิเศษ ร้านขายของฝากจึงเป็นอีกหนึ่งช่องทางการขายที่สำคัญของแบรนด์ เพราะทำให้เข้าถึงลูกค้ากลุ่มนี้ได้โดยตรง

หลังจากขาย JUDE CASE ได้สักระยะและเห็นโอกาสการเติบโตของแบรนด์ เธอได้เริ่มศึกษาระบบตัวแทน เพราะเป็นวิธีกระจายสินค้าที่มีประสิทธิภาพ ทำให้แบรนด์โตเร็ว อีกทั้งทำให้เธอเหนื่อยกับการขายน้อยลง แต่มีเวลาไปพัฒนาสินค้ามากขึ้น เพราะมีคนเข้ามาช่วยขาย

"ในช่วงแรกที่เปิดรับตัวแทนมียอดขายจากตัวแทนน้อยมาก บางเดือนเขาขายได้แค่ 3-5 ชิ้นเท่านั้น เราเลยต้องคิดหาโปรโมชัน เทคนิคการขายที่น่าสนใจ ตลอดทั้งหาช่องทางการขายที่เหมาะสมให้เพื่อที่พวกเขาจะได้ขายสินค้าได้มากขึ้น ทั้งนี้ จากการที่เปิดรับตัวแทนแบบไม่คิดค่าสมัครในช่วงแรกทำให้พบปัญหาว่า บางคนเข้ามาสมัครตัวแทนเพื่อซื้อเคสในราคาถูก ไม่ได้ซื้อเพื่อนำไปขายต่อ เราเลยต้องแก้ปัญหาด้วยการเก็บค่าสมัครตัวแทน"

นอกจากตัวแทนในไทยที่มีกว่า 30 คน ตอนนี้ JUDE CASE ยังมีตัวแทนที่ลาว เหตุผลที่เธอมุ่งไปยังประเทศเพื่อนบ้านคือ การขนส่งที่สะดวก เพราะเพียงแค่วันเดียวสินค้าก็ถูกส่งถึงมือตัวแทนลาวแล้ว นอกจากนี้ JUDE CASE ยังมีตัวแทนในญี่ปุ่นและสหรัฐฯ ซึ่งจากการขายในหลายประเทศทำให้เธอรู้ถึงความต้องการที่ต่างกันของลูกค้า อย่างลูกค้าสหรัฐฯ ชอบเคสรองเท้าแตะคอลเลกชันคลาสสิก ขณะที่ลูกค้าญี่ปุ่นมีความต้องการเคสรองเท้าเกี๊ยะไม้

"สิ่งที่จะทำให้แบรนด์อยู่ได้นานคือ การรักษาคอนเซปต์ ถ้าเราไม่ใช้ยางทำสายหรือเปลี่ยนไปทำเคสรองเท้าเกี๊ยะไม้ คอนเซปต์ที่วางไว้ตั้งแต่เริ่มจะหายไป แบรนด์ก็ไม่มีเอกลักษณ์ และถ้าอยากให้เคสของเราสะดุดตาลูกค้าก็ต้องสร้างความแตกต่างอาจจะแตกต่างด้วยดีไซน์หรือฟังก์ชันการใช้งานก็ได้"

LINE @jude_case

jude_case

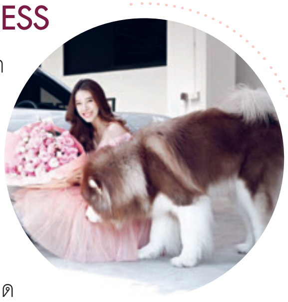
ครอบครัว + ความสุข = ความสำเร็จ
บูบี-วารีนิธิ กันท์ไพบูลย์

Text : Kritsana S. / Photo : Vipa Vadi

บูบี-วารีนิธิ กันท์ไพบูลย์
สาวสวยเจ้าของแบรนด์เสื้อผ้า
Varithorn Boutique
ที่วันนี้ส่งออกไกลถึงประเทศจีน
โดยความโดดเด่นของเสื้อผ้า Varithorn Boutique
อยู่ที่ดีไซน์เรียบง่าย หยิบมาสวมใส่ได้ทุกวัน
ราคาเอื้อมถึงง่าย และทุกชุด
ตัดจากผ้านำเข้าจากต่างประเทศ
จึงมั่นใจได้ในคุณภาพ
สำหรับความสำเร็จของธุรกิจแบรนด์เสื้อผ้า
ของสาวสวยไฟแรงคนนี้
ไม่ได้มาจากการสนับสนุน
ของคนในครอบครัวเท่านั้น
แต่ยังมาจากสิ่งต่างๆ ที่เธอเรียกว่า ความสุข

MY FAMILY

"ครอบครัวเป็นสิ่งสำคัญที่ทำให้บีมีทุกวันนี้ ครอบครัวเป็นทุกอย่างของบี ไม่ว่าจะเป็นแรงบันดาลใจ กำลังใจ หรือแม้กระทั่งที่ปรึกษาในเรื่องการทำงาน และเรื่องอื่นๆ อย่างเรื่องเพื่อนและเรื่องการใช้ชีวิตในด้านต่างๆ คุณพ่อคุณแม่สนับสนุนบีตลอดไม่ว่าจะทำอะไรก็ตาม และเป็นแรงผลักดันให้บีอยากพัฒนาตัวเองให้ดียิ่งขึ้นเพื่อให้ท่านทั้งสองภูมิใจ คุณพ่อมีเวลาให้บีเสมอไม่ว่าจะงานยุ่งแค่ไหน ตอนบีเปิดร้านที่เซ็นทรัล ชิดลม เซ็นทรัล ลาดพร้าว หรือที่อื่นๆ คุณพ่อจะไปให้กำลังใจตลอด ส่วนคุณแม่สามารถเป็นบีคนที่สองได้เลย เวลาบีไม่สบาย ไปต่างประเทศหรือติดธุระ คุณแม่จะเป็นคนที่เข้ามาช่วยงาน ท่านทำแทนบีได้ทุกอย่าง เช่น คุยกับช่างตัดเย็บ และตอบไลน์ลูกค้า"



MY HAPPINESS

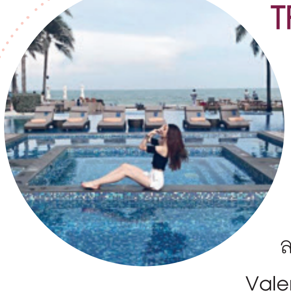
"ความสำเร็จคืออะไร? นี่คือคำถามที่บีถามตัวเองและก็ได้คำตอบว่า ความสำเร็จ คือ ความสุข ถ้ามัวแต่ทำงานจนไม่มีเวลาหาความสุขให้ตัวเอง แล้วจะทำงานไปทำไม ความสุขของบีคือ ได้ทำงานที่รัก บีมี Passion ในงานที่ทำ นั่นคือ มีความสุขทุกครั้งที่ได้ขายของและเห็นลูกค้าใส่เสื้อผ้า Varithorn Boutique บีดูแลลูกค้าทุกคนเหมือนคนในครอบครัว บีตอบไลน์ลูกค้าเองเลย จำได้ว่า ลูกค้าแต่ละคนมีความชอบแบบไหน ส่วนอีกหนึ่งความสุขคือ สุนัขชื่อน้ำตาล น้ำตาลอยู่กับบีตลอดตั้งแต่ตื่นจนเข้านอน น้ำตาลทำให้บีหายเครียด แค่เห็นหน้าก็มีความสุขแล้ว"

EDUCATION

"บีดีใจที่คุณพ่อคุณแม่ส่งให้เรียนโรงเรียนดีๆ ตั้งแต่เด็ก ส่วนตัวบีมองว่า การศึกษาที่ดีทำให้มีพื้นฐานที่ดีที่นำไปใช้ต่อยอดสิ่งต่างๆ ได้ และทำให้ประสบความสำเร็จในสิ่งที่ทำ ตอนนี้บีทำแบรนด์เสื้อผ้าของตัวเอง นอกจากเป็นดีไซเนอร์แล้ว บียังทำการตลาดและบัญชีเองด้วย ซึ่งบีจะทำสิ่งเหล่านี้ไม่ได้ถ้าไม่ได้เรียนด้านการบริหารธุรกิจ และบีจะไม่สามารถติดต่อสื่อสารกับลูกค้าต่างชาติได้ถ้าสื่อสารภาษาอังกฤษไม่ได้ ซึ่งบีสื่อสารได้เพราะคุณพ่อคุณแม่ส่งเรียนโรงเรียนนานาชาติตั้งแต่เด็ก"

PASSION IN FASHION

"แบรนด์ Varithorn Boutique เกิดจากความรักในแฟชั่นและรักในการแต่งตัวของบี ก่อนจะทำแบรนด์ แต่ละเดือนบีจ่ายค่าช้อปปิ้งเยอะมากเลยคิดว่าน่าจะลองออกแบบชุดเอง และส่งให้ช่างตัดเย็บซึ่งจะช่วยประหยัดค่าช้อปปิ้งได้ไม่มากก็น้อย พอช่างตัดเย็บเสื้อผ้าเสร็จ บีก็ใส่ถ่ายรูปโพสต์ลงอินสตาแกรม ปรากฏว่าคนชอบเยอะมากเลยทำให้ตัดสินใจทำแบรนด์เสื้อผ้าที่ค่อนข้างตามเทรนด์และตามใจบี เน้นความเรียบง่ายจึงหยิบมาใส่ได้ทุกวัน ราคาไม่แพง และคุณภาพเกินราคา"



TRAVEL

"เวลาเป็นอีกหนึ่งสิ่งสำคัญของบี ดังนั้น บีจึงต้องทำทุกอย่างให้เป็นระบบเพื่อจะได้มีเวลาให้ตัวเองและคนที่รัก เมื่อมีเวลาว่าง บีเลือกใช้เวลาไปกับการท่องเที่ยว เพราะได้พักผ่อนและได้แรงบันดาลใจดีๆ กลับมาสร้างสรรค์คอลเลกชันใหม่ๆ ของแบรนด์ เช่น ถ้าไปเที่ยวประเทศอังกฤษในช่วงวาเลนไทน์ จะเห็นดอกไม้เยอะมากและเป็นดอกไม้สีแดงส่วนใหญ่ บีก็จะวาดภาพดอกไม้ลงบนกระดาษ กลับมาบ้านก็ให้ช่างพรินต์ภาพลงบนผ้าทำให้ได้คอลเลกชัน Valentine หรือถ้าไปเที่ยวทะเลก็จะหยิบเกลียวคลื่นมาเป็นแรงบันดาลใจในการทำคอลเลกชันที่ชื่อว่า Sea Beach ซึ่งเสื้อผ้าคอลเลกชันนี้จะเป็นลายทะเล ลายคลื่น"

| HEALTHY BODY |

Text : น้ำค้าง

ประโยชน์ของชาจากผลทับทิม

เราคุ้นเคยกันดีกับน้ำทับทิมที่คั้นแล้วบรรจุขวดขาย และเราก็พอจะทราบคุณค่าทางโภชนาการของเครื่องดื่มชนิดนี้ว่า มีวิตามินซีสูง อุดมด้วยสารต้านอนุมูลอิสระ ทับทิมเป็นผลไม้จัดอยู่ในตระกูลเบอร์รีและมีถิ่นกำเนิดในตะวันออกกลาง ผู้เขียนได้มีโอกาสไปเยือนตุรกี ประเทศที่ทับทิมเป็นหนึ่งในพืชเศรษฐกิจที่มีความสำคัญพอๆ กับมะกอก และส้ม ได้มีโอกาสชิมน้ำทับทิมที่คั้นขายกันสดๆ และพบความประหลาดใจว่า การคั้นน้ำทับทิมนั้นจะใช้วิธีผ่าครึ่งผลทับทิมแล้วคั้นทั้งเปลือก รสชาติที่ออกมาจึงเจือรสเฝื่อนฝาด ซึ่งเป็นวิธีที่ทำมานาน และเปลือกทับทิมก็มีสรรพคุณทางยา

เมื่อกลับมาค้นข้อมูลก็พบว่า เปลือกทับทิมที่เราโยนทิ้งนั้นมีประโยชน์ไม่น้อยไปกว่าเนื้อและเมล็ดของมัน อีกทั้งเครื่องดื่มชาทับทิมนั้นก็มีการบริโภคมานานนับพันปีแล้ว ชาทับทิมมักไม่ค่อยมีขาย ถ้าจะมีส่วนใหญ่ทำมาจากดอกทับทิมหรือเมล็ดทับทิม ส่วนเปลือกนั้นมักถูกมองข้ามทิ้งขว้างกลายเป็นขยะ กระทั่งปลายทศวรรษ 1990 นักวิทยาศาสตร์ได้วิจัย และพบสรรพคุณต่างๆ มากมาย มาดูกันว่ามีอะไรบ้าง

● แอนตี้ออกซิแดนซ์สูง

แถมยังมีสารประกอบเข้มข้นที่ต่อต้านอนุมูลอิสระอย่างทรงประสิทธิภาพ นอกจากช่วยเพิ่มภูมิคุ้มกันในร่างกาย ยังส่งผลต่อสุขภาพผิว ทำให้ผิวมีความยืดหยุ่นสูง ลดริ้วรอย และจุดด่างดำต่างๆ และช่วยชะลอวัยได้ด้วย เราจึงเห็นทับทิมถูกนำมาเป็นส่วนผสมในเครื่องสำอางและเครื่องประทินผิวด้วย

● บำรุงหัวใจ

ชาทับทิมมีสรรพคุณคล้ายยาละลายลิ่มเลือด เมื่อดื่มเป็นประจำทุกวันจะป้องกันการเกิดลิ่มในหลอดเลือด และช่วยเพิ่มปริมาณออกซิเจนไปยังหัวใจมากขึ้น นอกจากนั้น สารบางอย่างในทับทิมยังช่วยลดความดันโลหิตและคอเลสเตอรอลจึงเท่ากับลดความเสี่ยงในการเป็นโรคหลอดเลือดแข็ง โรคหลอดเลือดสมอง และโรคหัวใจ

● ต้านการอักเสบในร่างกาย

โดยเฉพาะบริเวณข้อ และปกป้องกระดูกอ่อน ช่วยบรรเทาอาการเจ็บปวดจากโรคเกี่ยวกับข้ออักเสบ และโรคเกาต์ และยังลดภาวะกระดูกพรุนในคนวัยทองอีกด้วย

● ลดความเสี่ยงโรคมะเร็ง

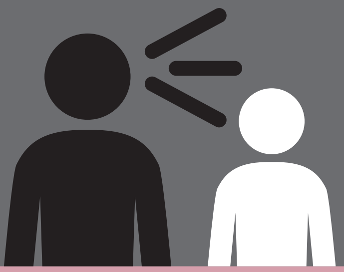
เนื่องจากมีฟลาโวนอยด์และสารต้านอนุมูลอิสระสูงจึงช่วยยับยั้งการเติบโตของเซลล์มะเร็ง

● ล้างพิษและฆ่าเชื้อในระบบทางเดินอาหาร

ว่ากันว่าการจิบชาทับทิมสามารถบรรเทาอาการท้องร่วง ติดเชื้อซาลโมเนลลา และลำไส้อักเสบ

นอกจากนั้น ยังมีสรรพคุณอื่น เช่น ป้องกันอาการสมองเสื่อม ลดความเสี่ยงโรคอัลไซเมอร์ วิธีทำชาจากเปลือกผลทับทิมสามารถทำได้เองด้วยวิธีง่ายๆ กล่าวคือ นำเปลือกทับทิมที่ล้างสะอาดแล้วหั่นเป็นชิ้นก่อนตากแดดให้แห้งสนิทจนแข็ง (เหมือนมะตูมตากแห้ง) หากต้องการลดความขมความเฝื่อน ให้ตัดเยื่อขาวๆ ซึ่งเป็นส่วนที่ห่อหุ้มเนื้อและเมล็ดทับทิมออก ให้เหลือแต่เปลือกแข็งสีแดง หลังจากที่ตากแดดจนแห้งดีสามารถนำมาชงชาในสัดส่วน 10-20 กรัมต่อน้ำ 200 มิลลิลิตร โดยต้มน้ำให้เดือดแล้วเทใส่แก้วที่มีเปลือกทับทิมแห้ง ปิดฝาทิ้งไว้ 25 นาที แล้วจิบโดยไม่ต้องเปิดฝา หรือนำเปลือกทับทิมแห้งมาบดจนเป็นผงละเอียดแล้วชงกับน้ำร้อนดื่มก็ได้ เท่านี้ก็จะได้ "ชาทับทิม" เครื่องดื่มเพื่อสุขภาพที่ถูกมองข้ามมานาน S

| HAPPY MIND |



รับมืออย่างไร เมื่อถูกตะโกนใส่หน้า

Text : Morning dew

ท่ามกลางความสัมพันธ์และการมีปฏิสัมพันธ์ระหว่างมนุษย์ เป็นเรื่องยากที่จะหลีกเลี่ยงการปะทะกัน ไม่ว่าจะเป็นการปะทะจากคนคุ้นเคยหรือจากคนแปลกหน้า

อากัปกิริยาอย่างหนึ่งที่มักนำไปสู่เหตุการณ์ที่เลวร้ายขึ้นคือ การตะคอก ตวาด ตะโกนใส่ ไม่ว่าจะเป็นคำไหน แต่โดยสรุปก็คือ การพูดเสียงดังอย่างมีอารมณ์ด้วยความโมโหหรือไม่พอใจ การกระทำเช่นนั้น ทางจิตวิทยาว่าเป็นการแสดงอำนาจเหนือกว่าเพื่อควบคุมหรือข่มขวัญอีกฝ่าย หรืออาจจะเป็นการข่มขู่เพื่อให้อีกฝ่ายทำตามที่ตนต้องการ

ในการใช้ชีวิตประจำวัน มันมีโอกาสที่เราจะเจอเหตุการณ์แบบนี้ แล้วเราควรต้องรับมืออย่างไรไม่ให้บานปลายไปกว่านั้น มาดูวิธีรับมือดีกว่า เจอเข้าแบบนี้ สิ่งที่ต้องทำคืออะไร

ใช้ความนิ่งสยบความเคลื่อนไหว

เมื่ออีกฝ่ายกำลังร้อน เราต้องเย็นกว่า การสาดคำพูดกลับไป เท่ากับเป็นการราดน้ำมันเข้ากองไฟ เมื่อเห็นคนกำลังฟาดงวงฟาดงา ให้คิดเสียว่าปัญหาอยู่ที่คนคนนั้น ไม่ใช่เรา พยายามนิ่งเข้าไว้ ถ้ายิ่งตอบโต้ก็จะทำให้สถานการณ์แย่หนักกว่าเดิม และนำไปสู่การทะเลาะวิวาทได้

สติมาปัญญามี

ใช้ความสุขุมคัมภีรภาพในการประเมินสถานการณ์ว่าจะเดินเกมอย่างไรจึงจะทำให้เหตุการณ์สงบโดยเร็ว ถ้าฝ่ายตรงข้ามไม่ใช่คนสำคัญในชีวิต ไม่ใช่คนที่เราแคร์ อย่าสนใจ ไม่ต้องต่อล้อต่อเถียง ให้เดินออกไปจากตรงนั้นเพื่อลดแรงปะทะ แต่ถ้าเป็นคนคุ้นเคย คนใกล้ชิด ก็ให้เพิ่มความอดทน และพยายามคุยกันด้วยเหตุผล

ไม่จำเป็นต้องยอมทุกครั้ง

หากการขึ้นเสียง การส่งเสียงดังเป็นการแสดงออกเพื่อเรียกร้องบางสิ่งบางอย่าง แล้วเรายอมทำตาม จะทำให้เกิดการย่ามใจ เป็นการบ่มเพาะนิสัยไม่ดี หากเราคิดว่าเป็นฝ่ายถูกต้อง ควรแสดงออกให้ฝ่ายนั้นรู้ว่าเราไม่โอเค และเรายอมรับไม่ได้ โดยชี้แจงอย่างใจเย็นและสุภาพ

ยอมถอยและเป็นฝ่ายขอโทษ

บางครั้งการใช้ไม้แข็งก็ไม่เป็นประโยชน์ ยอมลดอัตตา ลดทิฐิ และกล่าวคำขอโทษ อาจทำให้อารมณ์ของอีกฝ่ายเย็นลง สงบขึ้น และเหตุการณ์คลี่คลายในทางที่ดี

พักสงบสติอารมณ์

เคสนี้ใช้กับคนที่ใกล้ชิดกันพอสมควร เรียกว่าสนิทพอจะบอกกันตรงๆ ว่า ขอเวลาปรับอารมณ์ ต่างฝ่ายต่างแยกย้ายไปอยู่คนละมุมก่อน เมื่ออยู่ในสภาพที่พร้อมและหัวไม่ร้อนแล้ว ค่อยมานั่งจับเข่าคุยกันในสภาพที่สติสัมปชัญญะครบครัน

เมื่อรับมือกับคนประเภทเวลาโมโหแล้วชอบขึ้นเสียง ตวาด หรือตะคอกแล้ว ก็อย่าลืมสำรวจโดยสอบถามคนรอบข้างว่าตัวเราก็มีพฤติกรรมเช่นนั้นด้วยหรือไม่ ถ้ามี เราพอจะปรับได้ไหม ถ้าคิดว่าแก้ไขไม่ได้ ลองปรึกษาจิตแพทย์ หรือนักจิตวิทยาดู หากจำเป็นอาจต้องบำบัดด้วยการเข้าคอร์ส Anger Management เพื่อจัดการกับความโกรธที่ครอบงำจิตใจจนทำให้เกิดพฤติกรรมที่ไม่น่ารัก S

Fortune for Biz

Text : อ.อ้าย ปุชชญา ying.aiy@gmail.com

15 มีนาคม -15 เมษายน 2561

ราศีมังกร

ธุรกิจกิจการงาน การเจรจามีการตกลงตามเป้าหมาย ส่งผลถึงความสำเร็จที่ตั้งใจไว้ มีโอกาสในเรื่องโปรเจกต์ใหม่ที่นำมาซึ่งการเงิน ผลประโยชน์ และการเติบโตทางการเงินได้ดี การเป็นนายหน้าจะได้รับผลตอบแทนเป็นที่น่าพอดี คนมีคู่แล้วสามารถปรึกษาหารือกันได้ คนรักจะให้คำแนะนำที่ดีได้ ส่วนคนโสดมีคนเข้ามาเป็นเพื่อนพูดคุยได้ แต่ยังไม่พัฒนาถึงเป็นคนรัก

ราศีพฤษภ

ระวังเรื่องข้อผิดพลาดในเรื่องการทำงาน มีข้อผิดพลาดบางอย่างเกิดขึ้นจนคุณกังวล ต้องหาทางแก้ไขปัญหาไปทีละเรื่องก็จะมีทางคลี่คลายได้ การเงินต้องรอบคอบเรื่องรายจ่ายให้มาก ๆ การอุดรูรั่วเรื่องการเงินเป็นสิ่งสำคัญ บางคนระวังเรื่องของคดีความที่ต้องเข้าไปยุ่งเกี่ยว เรื่องความรัก คนรักมักไม่ค่อยใส่ใจ หรือมีเรื่องให้เกิดการมีปากเสียงกันแรง ๆ ได้ พยายามหลีกเลี่ยงดีที่สุด

ราศีกันย์

เป็นช่วงจังหวะที่คุณจะมีการติดต่อประสานงานกับผู้ใหญ่ที่มีอำนาจ หรือได้เข้าไปร่วมงานกับคนเก่ง ๆ ส่วนถ้าใครจะมีปัญหาอย่างไรคุณจะยังอยู่รอด เอาตัวรอดได้ รวมทั้งเรื่องการเงินรายได้ ช่วงนี้ต้องประคับประคองให้มีความสมดุลในเรื่องรายรับ-รายจ่าย ช่วงนี้เรื่องความรัก จะเงียบเหงาสักหน่อย อาจต้องทำใจเวลาไกลห่างกัน จะด้วยเรื่องหน้าที่การงานที่รับผิดชอบมากมาย เป็นเหตุให้ห่างไกลกันบ้าง

ราศีกุมภ์

การงานยังไม่เป็นที่น่าพอใจ เพื่อนร่วมงานจะทำให้เกิดความไม่พอใจกับคุณได้ ระวังเรื่องความขัดแย้งในเรื่องของความคิดเห็นไม่ตรงกัน สำหรับบางคนมีเกณฑ์เรื่องการได้งานใหม่ แต่ผลตอบแทนยังไม่เป็นที่น่าพอใจ การเงินช่วงนี้ควรตกลงให้ดี ๆ และรอบคอบมากที่สุดเพราะจะเสียเปรียบได้ง่าย ๆ ความรักยังไม่ได้ดั่งใจเพราะตัวคุณเองพาลเบื่อหน่ายไปเสียทุกเรื่อง คนโสดมีคนเข้ามาแต่ไม่ตรงสเปก

ราศีเมถุน

ธุรกิจกิจการงาน มีโอกาสที่จะได้รับความช่วยเหลือหรือโอกาสจากผู้ใหญ่ เจ้านาย และอยู่ในช่วงที่คุณจะต้องสะสางงานเก่าที่ค้างคาให้เสร็จสิ้นในช่วงนี้ มิฉะนั้นจะเป็นดินพอกหางหมูได้ ใครที่ทำธุรกิจเกี่ยวกับเด็ก ๆ เสื้อผ้า ของเล่นเด็ก อุปกรณ์สำหรับเด็ก ไปได้ดีในช่วงนี้ การเงินผลตอบแทนได้รับกลับมาจากที่ลงทุนลงแรงไปเป็นที่น่าพอใจมากขึ้น คนรักเก่ามีโอกาสได้กลับมาเจอกันหรือมีบทบาทในช่วงนี้ ที่โกรธจะคืนดี ที่โสดจะเจอเพื่อนเก่าที่ทำให้ประทับใจ หรือมีเหตุการณ์เดจาวูเกิดขึ้นเมื่อเจอหน้าใครสำหรับบางคน

ราศีตุลย์

การเงินอาจจะเหนื่อยและหนักหน่อย แต่ถ้าหวังในการเก็บออมต่าง ๆ คุณก็จะมีช่องทางทำได้ ขอให้คุณตั้งใจทำตามเป้าหมายที่วางไว้อย่างมีวินัย ส่วนในเรื่องการงานจะยังมีปัญหาที่ค้างคาอยู่ หรือพันธนาการที่ทำให้คุณอึดอัดอยู่บ้าง ยังไงก็ต้องอดทนรอ ค่อย ๆ หาทางแก้สถานการณ์ไปตามเหตุและผลก็จะผ่านไปได้ถึงแม้จะใช้เวลา ความรักอารมณ์ของคุณเดี๋ยวดีเดี๋ยวร้าย คนรักก็พลอยเหนื่อยหน่ายตามไปด้วย

ราศีมีน

ระวังเรื่องของธุรกิจการงานที่จะมีความติดขัดในช่วงนี้ บางเรื่องที่คิดว่าน่าจะเป็นไปได้กลับไม่เป็นไปตามนั้น หยุดตั้งหลักสักครู่ คนที่ทำงานประจำยังคงขาดความอิสระในการทำงานด้วยกฎเกณฑ์ข้อบังคับทำให้อึดอัดอยู่บ้าง การเงินผลตอบแทนยังล่าช้า รายได้ที่คิดว่าจะได้รับกลับเบิกจ่ายไม่ได้ ต้องหาทางบริหารกันดี ๆ ความรักความสัมพันธ์มีคำพูดเจ็บ ๆ ให้กัน เพลา ๆ ลงบ้างจะดีมาก

ราศีกรกฎ

เป็นโอกาสที่ดีสำหรับการเริ่มต้นใหม่ในเรื่องของธุรกิจการงาน หรือมีโอกาสได้ทำในสิ่งที่ตัวเองมีความรักและมีความสุข ผลตอบแทนอาจไม่ได้เป็นเงินเสมอไป แต่ก็จะทำให้ชีวิตคุณดีขึ้น และคุณมีความสุขที่จะทำในสิ่งนั้น แต่บางทีคุณก็อดที่จะคิดมากกังวลใจในเรื่องงานไม่ได้ เป็นเวลาที่จะต้องพยายามตั้งหลักมากกว่า ขอให้อดทน ความรักช่วงนี้มีเสน่ห์เป็นพิเศษทั้งคนโสดและไม่โสด

ราศีพิจิก

ความโดดเด่นในเรื่องธุรกิจการงานดี ตำแหน่งหน้าที่การงานของคุณมีคนอยากได้ครอบครอง และมีคนพยายามกำจัดจุดอ่อนของคุณ แต่เพราะจุดแข็งคุณดี เลยไม่สามารถทำอะไรได้ มีการตกลงเซ็นสัญญา มีโอกาสที่จะทำรายได้ให้เป็นอย่างดี เรื่องของหัวใจคุณอาจมีเรื่องหวั่นไหวอยู่ในใจ หรือมีใครที่มีอิทธิพลต่อความรู้สึก ใครมีคู่แล้วก็ได้แค่คิด

ราศีเมษ

มีการเรียนรู้ใหม่ ๆ เพื่อนำมาต่อยอดในเรื่องธุรกิจกิจการงานได้ดี ถ้ามีคอร์สอบรมอะไรอย่าพลาดในช่วงนี้ เข้าไปเรียนรู้เพื่ออัพเดตอินเทรนด์จะทำให้ธุรกิจการงานมีความสำเร็จมากยิ่งขึ้น ส่วนผลงานก็เป็นที่ยอมรับกับคนรอบข้าง การเงินรายได้ดีขึ้นกว่าที่ผ่านมา ลูกค้าคู่ค้าสนับสนุนเป็นไปได้ดี ส่วนความรัก คนรักจะช่วยเหลือ เป็นที่ปรึกษาได้ดี ครอบครัวอบอุ่น

ราศีสิงห์

สำหรับคนที่ทำงานฝีมือต่าง ๆ หรือมีทักษะอาชีพที่จะพัฒนาไปสู่การเป็นเจ้าของธุรกิจได้ ขยับขยายธุรกิจการงานอยู่ในเกณฑ์ที่ดี มีคนเห็นศักยภาพและความเป็นมืออาชีพของคุณ งานที่คุณทำไปจะพาค่าตอบแทนที่พึงพอใจมาให้ ขอให้รักษาคุณภาพของฝีมือของคุณไว้จะนำความสำเร็จมาให้ดีทีเดียว ความรักช่วงนี้เหงาใจสักหน่อยสำหรับคนมีคู่ต้องเติมเต็มความรักให้กันบ้าง ส่วนคนโสดยังครอบครองความเหงาต่อไป ทำใจสักพัก

ราศีธนู

จะมีข่าวดี มีเรื่องน่ายินดีเกิดขึ้น การเงินมักพลิกผันไปในทางที่สวยงาม แม้ว่าความเหนื่อยล้ายุ่งยากจะมาก่อนก็ตาม แต่ดูจากผลตอบแทนแล้วก็น่าชื่นใจ เรื่องงานอาจเป็นช่วงที่คุณต้องคิดว่าจะทำอย่างไรให้ตัวเองมีความมั่นคงทางการงานมากกว่านี้ ลองรอไปก่อนสักระยะสถานการณ์จะมีการเปลี่ยนแปลงที่ดีขึ้น ขอให้ทำหน้าที่ของตัวเองให้ดีที่สุด ไม่ว่าคุณจะทำงานในสายงานไหนก็ตาม คนรักคอยเป็นกำลังใจให้ คนโสดมีเกณฑ์จะเจอคนถูกใจกันในเรื่องงาน

Where to Find

พบกันทุกวันที่ 15 ของเดือน

กรุงเทพฯ/ปริมณฑล

- 10 ml. café gallery
ซ.โชคชัยร่วมมิตร 16/6
- Airport Rail Link
พญาไท / มักกะสัน / หัวหมาก / รามคำแหง
- BANN KAFAÉ
ซ.ท่าข้าม 24
- BICO
The Scene Town In Town
- B Story Café
COCO Walk ราชเทวี
- Café Amazon
- Coffee Cakes
อาคาร 6 ชั้น 1 ทีโอที แจ้งวัฒนะ
- Coffee Corner
มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ (รังสิต)
- Dialogue Coffee and Gallery
แยกผ่านฟ้า
- EL Mello (เอลเมลโล่)
อาคาร Thai Summit Tower
- ES/PE/RO
ซอยสาธร ซอย1
- Espresso Gallery
หน้าคอนโดอิสระ ลาดพร้าว
- Galleria Café
ถ.กาญจนภิเษก บางแค
- Gallery กาแฟดริป
หอศิลป์ฯ กรุงเทพมหานคร
- Gloria Jean’s Coffees
K-Village / Honda Bigwing /
ชั้น 1 ตึกมาลีนนท์
- I-hin Cafe
ซ.ลาดกระบัง 46/3
- INN-Office Coworking Space
โครงการ AQUA สะพานควาย
- Gil Coffee
อาคาร 5 ชั้นใต้ดิน ทีโอที แจ้งวัฒนะ
- White Sheep
ปากซอยลาดปลาเค้า 60
- Lord of Coffee
รามฯ164 / รามฯ112 / รามฯ160
- Mezzo
- MhakBuri Station
ซ.เอกชัย 30 จอมทอง
- Mitte Coffee (มิตเต้)
ซ.แจ้งวัฒนะ-ปากเกร็ด 33
- My Café the Library
Nawamin City Avenue
- One Ounce for Onion
เอกมัย ซ.12
- Size S Coffee & Bakery
พระราม 4
- Staff Coffee
พหลโยธินเพลส ชั้น 1
- Sweet Pista Bangkok
สุขุมวิท 31
- Ta Chance Coffee
เยื้อง ซ.เจริญกรุง 109
- TCDC
อาคารไปรษณีย์กลาง บางรัก
- Think TANK (Third Place)
ถ.นางลิ้นจี่
- Timely Coffee
ซ.เสียบวารี 15 หนองจอก
- TINPRESSO (ตินเพรสโซ่)
ซ.สุขุมวิท101/1
- TRUE INCUBE
4th floor Centerpoint SiamSquare
- Treat Cafe & Hang Out
เสนา 28 (ตรงข้าม รร.สมิทธิโชติ)
- Veganerie
The Mercury Ville Chidlom 4th Fl.
- White Rabbit
ซ.อารีย์สัมพันธ์ 5
- Yannawa Coffee
ที่ทำการไปรษณีย์ ยานนาวา
- Yesterday ’s Tea Room
ปากซอยสะพานยาว ถ.ทรงวาด
- กาแฟนรสิงห์
พระราชวังพญาไท ร.พ.พระมงกุฎ
- โคโค่ กาแฟสด
ซ.สายไหม 84
- หอสมุดและคลังความรู้มหาวิทยาลัยมหิดล
วิทยาเขตราชวิถี
- ห้องสมุดมารวย
อาคารตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย
ถนนรัชดา
- ศูนย์การค้า ZPELL รังสิต
- ศูนย์ให้คำปรึกษาด้านทรัพย์สินทางปัญญาและนวัตกรรม
ชั้น 4 กระทรวงพาณิชย์
อาคารตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย
ถนนรัชดา
- มหาวิทยาลัย หอการค้าไทย
- โรงพยาบาลกรุงเทพ

ภาคเหนือ

เชียงราย
- Chivit Thamma Da Coffee House
- เรียวกังคาเฟ่

เชียงใหม่
- Into the woods
- Neo Café
- โรงแรม Yesterday
ถ.นิมมานเหมินทร์
- อาข่า อ่ามา

แม่ฮ่องสอน
- Coffe In Love
- ร้านกาแฟเข้าท่า ปาย
- ร้านสรวลกาแฟ

แพร่
- CK Coffee
- บ้านฮังเล คอฟฟี่

ลำพูน
- Blacksmith

อุตรดิตถ์
- Amezon งิ้วงาม

ภาคกลาง

ชัยนาท
- Me Ice cream

นครปฐม
- Pak Pink Bistro

นครสวรรค์
- รามเกียรติ์ คอฟฟี่
- แกะดำ Coffee

พิจิตร
- โรสกาแฟสด

พิษณุโลก
- Caffe’ine
- มหาวิทยาลัยนเรศวร
คณะบริหารธุรกิจ เศรษฐศาสตร์และการสื่อสาร

ลพบุรี
- ต.กาแฟ ชดสด

สุโขทัย
- 379 Drip

อยุธยา
- The Barista Café

อุทัยธานี
- I AM Coffee

ภาคอีสาน

กาฬสินธุ์
- Café 2 gether

ขอนแก่น
- Café de’ forest
- BANMORE BAKERY AND COFFEE
- EIGHTS A DAY

นครพนม
- จันทรากาแฟ

นครราชสีมา
- Sweet Café

บุรีรัมย์
- Brom Café

มุกดาหาร
- Bearista Coffee & Bakery

มหาสารคาม
- กาแฟรื่นรมย์

เลย
- กาแฟสด ฮักเลย
- ปล่อยแสง เชียงคาน
ถนนชายโขง ซ.10
- แม่น้ำมีแก่ง เกสเฮ้าส์
ถนนชายโขง ซ.19

สุรินทร์
- Sit in

หนองคาย
- Loft Café NK

อุดรธานี
- วินัยสตูดิโอ
- Dose Espresso

ภาคตะวันออก

จันทบุรี
- กาแฟร้อยตะวัน

ชลบุรี
- r POD Coworking Space

ตราด
- Kaotaa Coffee
- Hotel อิ

ระยอง
- Dollars House
- รายือง

ภาคตะวันตก

ประจวบคีรีขันธ์
- Gallery กาแฟดริป หัวหิน
- โชว์รูมรถ Ford หัวหิน

เพชรบุรี
- ชาปู่ชาย่า
- “JM Cuisine” / “เจ๊กเม้ง”
- ร้านเค้กเมืองเพชร

ราชบุรี
- Morming Glory Resort
- IDYLL@DAMNOENSADUAK

ภาคใต้

กระบี่
- เค้ก ณ นภา

ตรัง
- Deeva Cup

ภูเก็ต
- Love 2 eat
- กล้วยน้ำว้า

สงขลา
- Ma Maison
หาดใหญ่
- ร้าน TUBER

สุราษฎร์ธานี
- MY CUP
- บางใบไม้ คาเฟ่

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 เพนนินซูลาร์ แอสโซซิเอทส์ จำกัด

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

วิธีการสมัคร

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

DECORATION *Text : Duckkiez / Photo : Vipa Vadi*

OAKWOOD

โรงแรม 5 ดาวใน LITTLE OSAKA

หากจู่ๆ เกิดความรู้สึกอยากพักร้อนในช่วงวันหยุดสั้นๆ ศรีราชาจึงเป็นหนึ่งในจุดหมายของหลายคน เพราะใช้เวลาเดินทางไม่นานจากกรุงเทพฯ มีแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติให้เดินเที่ยวเล่นอย่าง สวนสุขภาพขนาดใหญ่ริมทะเล และเกาะลอยที่เดินถึงได้ง่ายๆ เพียงใช้สะพานคอนกรีต นอกจากนี้ ศรีราชายังมีอีกหนึ่งชื่อเรียกอย่าง Little Osaka เพราะมีชาวญี่ปุ่นทั้งที่เข้ามาทำงานและท่องเที่ยวพักผ่อนพักอาศัยในพื้นที่นี้ค่อนข้างมาก ทำให้มีร้านอาหารญี่ปุ่นเปิดอยู่ทั่วเมือง และที่พักอย่างโรงแรม Oakwood Hotel & Residence Sri Racha ก็ได้รับการออกแบบตกแต่งให้มีกลิ่นอายความเป็นญี่ปุ่นเพื่อให้เข้ากับบรรยากาศโดยรอบ

Oakwood โรงแรมสูง 44 ชั้นแห่งนี้ได้รับการออกแบบตกแต่งภายใต้คอนเซปต์ Modern Oriental Style ที่ผสานการตกแต่งแบบวิถีโลกตะวันออก และความทันสมัยแบบวิถีชีวิตคนยุคใหม่เข้าด้วยกันได้อย่างลงตัว พร้อมทั้งเน้นสร้างความประทับใจแรกให้ผู้เข้าพัก เห็นได้จากบริเวณล็อบบี้ที่ออกแบบในสไตล์วิถีโลกตะวันออก เด่นสะดุดตาด้วยภาพเรือประมงที่ติดอยู่บนฝาผนัง ได้กลิ่นอายแดนอาทิตย์อุทัยจากการตกแต่งด้วยไม้และคุมโทนด้วยสีธรรมชาติ เช่น สีน้ำตาลเฉดต่างๆ แต่ถึงอย่างนั้นก็ยังแฝงความหรูหราตามสไตล์โรงแรมหรู 5 ดาวไว้ด้วย

โรงแรมหรูใจกลางศรีราชาแห่งนี้มีห้องพัก 3 แบบ ได้แก่ ห้องพัก Studio ห้องพัก 1 Bedroom และห้องพัก 2 Bedroom แต่ละห้องพักยังมาพร้อมวิวที่ต่างกันโดยมีให้เลือกทั้งวิวเมือง วิวภูเขา และวิวทะเลอ่าวไทยแบบพาโนรามา ทุกห้องตกแต่งด้วยเฟอร์นิเจอร์ไม้เป็นหลัก ให้ความรู้สึกอบอุ่นและผ่อนคลายด้วยผนังที่ทาด้วยสีขาวและสีฟ้า ครบครันด้วยสิ่งอำนวยความสะดวก เช่น โทรทัศน์ที่มาพร้อมช่องรายการจากประเทศญี่ปุ่น อินเทอร์เน็ตความเร็วสูงทำให้ไม่พลาดทุกการติดต่อไม่ว่าจะเดินอยู่ส่วนไหนของโรงแรมก็ตาม เครื่องซักผ้า และอุปกรณ์ปรุงอาหารสำหรับคนที่อยากทำอาหารรับประทานเอง ไม่เพียงเท่านี้ยังมีอ่างอาบน้ำ ระเบียง และกระจกนิรภัยที่ตัดเสียงรบกวนจากภายนอก ผู้เข้าพักจึงพักผ่อนได้อย่างเต็มที่

นอกจากนี้ ด้วยความที่ผู้เข้าพักกลุ่มหนึ่งเป็นชาวญี่ปุ่น และบ้านของคนญี่ปุ่นจะมีเก็งคังหรือบริเวณที่ถอดรองเท้าหลังจากเปิดประตูบ้านเข้าไปเพื่อแยกส่วนของตัวบ้านกับนอกบ้านออกจากกัน ทางโรงแรมจึงออกแบบให้ห้องพักส่วนหนึ่งมีเก็งคังเพื่อให้ผู้เข้าพักได้ซึมซับบรรยากาศบ้านพักญี่ปุ่นและมีพื้นที่สำหรับถอดรองเท้า

ไฮไลต์ของ Oakwood ไม่ได้มีแค่ห้องพักเท่านั้น เพราะที่นี่มีบ่อน้ำร้อนออนเซ็น Silk Bath ความร้อนประมาณ 40 องศา น้ำมีสีขาวขุ่น ช่วยให้ผิวชุ่มชื้นและกระตุ้นการไหลเวียนโลหิต ห้องสมุดบรรยากาศวิวทะเล เพิ่มความเท่ด้วยตู้เก็บหนังสือเหล็กสีดำ มีหนังสือหลากประเภทให้อ่าน หากอยากรับลมทะเลระหว่างอ่านหนังสือเล่มโปรดสามารถออกไปนั่งในโซน Outdoor ได้ และสระว่ายน้ำขนาดใหญ่ 25 เมตรที่มองเห็นวิวทะเลได้ถนัดตา อีกทั้งยังเป็นจุดชมพระอาทิตย์ตกที่สวยที่สุดของศรีราชา S

อ.ศรีราชา จ.ชลบุรี
☎ 0-3832-7999
www.oakwoodasia.com

EATING OUT *Text : Duckkiez / Photo : Tumtist*

Mr.Mala Grill & Chill

บ้านดอกแก้ว

Mala Station

TOP 3

หม่าล่าอารีย์-สะพานควาย เผ็ดชาจนต้องออกล่า

ถ้าถามว่าอาหารยอดฮิตช่วงนี้คืออะไร หนึ่งในคำตอบที่ได้คงเป็นหม่าล่า อาหารเสียบไม้ทาเครื่องปรุงรสเผ็ดชาจากจีนที่เรียกว่า หม่าล่า และปรุงสุกด้วยการปิ้ง โดยก่อนหน้านี้เป็นเมนูที่บูมมาก ๆ ที่เชียงใหม่ แต่ตอนนี้มีขายอยู่ทั่วกรุงเทพฯ แล้ว ซึ่งย่านรถไฟฟ้าอารีย์-สะพานควายเองก็มีร้านหม่าล่าเด็ด ๆ ให้ได้ออกล่าความเผ็ดชา ถ้าพร้อมแล้วก็ลุย!

ร้านแรกที่ต้องมาล่า คือ Mr.Mala Grill & Chill คาเฟ่หม่าล่าที่ตกแต่งในสไตล์ลอฟต์ เมนูหม่าล่ามีให้เลือกทั้งเนื้อหมู เนื้อวัว เนื้อไก่ ซีฟูดอย่างกุ้งและปลาหมึก เบคอนพันไส้กรอก ซาลาเปา ข้าวโพด และบรอกโคลี ทุกไม้เข้าถึงรสชาติเผ็ดชาเพราะทางร้านผสมผงหม่าล่าลงไปในน้ำมัน และเสิร์ฟคู่น้ำจิ้มซีฟูด น้ำจิ้มแจ่ว และผงหม่าล่า นอกจากนี้ ยังมีเมนูขนมหวาน พร้อมทั้งเมนู Side Dish เช่น ข้าวกระเทียม ชีสดิป และไก่นิวออลีนให้สั่ง

ถัดมาเป็นร้านบ้านดอกแก้วในซอยศาสนา ซึ่งบาร์คราฟท์เบียร์ลับในบ้านไม้สักทองอายุกว่า 100 ปีหลังนี้นอกจากเป็นที่พูดถึงในเรื่องคราฟท์เบียร์ที่มีให้เลือกดื่มมากกว่า 10 แบรนด์ ยังมีเมนูเด็ดที่พลาดไม่ได้อย่างหม่าล่าไม้โต โดยมีทั้งหมูสามชั้น สันนอกหมู ไส้กรอก หมูยอ เห็ดออรินจิ และกระเจี๊ยบ หม่าล่าที่นี่ถูกปรับความเผ็ดให้อยู่ระดับกลางเพื่อให้กินง่าย และไม่มีหม่าล่าเครื่องในขาย

ออกจากย่านอารีย์มากันที่สะพานควายเพื่อปิดการล่าที่ Mala Station ร้านหม่าล่าบรรยากาศเป็นกันเอง ซอสหม่าล่าของที่นี่เป็นสูตรเฉพาะที่ปรุงขึ้นเอง หอมเครื่องเทศ และคงความเผ็ดชาไว้เป็นอย่างดี มีเมนูหม่าล่าให้เลือกกว่า 30 เมนู เช่น เนื้อลาย เต้าหู้ปลา เครื่องใน ปีกไก่ พริกหวาน และมะเขือม่วง เป็นต้น ส่วนใครสายหม้อไฟ ทางร้านก็มี Mala Soup หม่าล่าหม้อไฟเสิร์ฟพร้อมผักและเนื้อเสียบไม้ให้ลิ้มลอง Ⓢ

พิกัดล่า

Mr.Mala Grill & Chill
BTS อารีย์ ซ.พหลโยธิน 5
เปิดบริการ 11.00-22.00 น.
☎ 0-2108-9600
Facebook: Malagrillandchill

บ้านดอกแก้ว
BTS อารีย์ ซ.ศาสนา
เปิดบริการ 17.00-23.00 น.
☎ 09-6886-4104
Facebook: DokKaewHouseBar

Mala Station
BTS สะพานควาย
เปิดบริการ 16.00-23.00 น.
☎ 09-4472-8050
Facebook: malastations

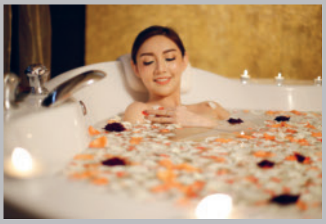
RELAX *Text : Duckkiez*

HOLIDAY INN VANA NAVA HUA HIN

โรงแรมระดับ 4 ดาวที่สูงที่สุดในเมืองหัวหิน ชั้นบนสุดมีสระว่ายน้ำอินฟินิตี้ที่มองเห็นวิวของเมืองหัวหินไปจนถึงเขาเต่า ภายในโรงแรมมีสิ่งอำนวยความสะดวกทั้งร้านอาหาร All Day Dining ล็อบบี้บาร์ ฟิตเนสเปิดบริการ 24 ชั่วโมง สปา และคิดส์คลับ นอกจากนี้ ผู้เข้าพักทุกห้องยังได้รับสิทธิ์เข้าใช้บริการสวนน้ำแบบไม่จำกัดเวลาระหว่างช่วงที่พักในโรงแรม

อ.หัวหิน จ.ประจวบคีรีขันธ์
☎ 0-3280-9999 Facebook: HolidayInnVanaNavaHuaHin

MASSIRA WELLNESS & SPA



สปาที่มาพร้อมเธอราปิสผู้เชี่ยวชาญที่ช่วยปลดปล่อยร่างกายและจิตใจให้เบาสบายด้วยทรีตเมนต์อย่างการนวดน้ำมันอโรมา นวดไทย และ Essential Oil Therapy Bath ในส่วนของผลิตภัณฑ์เลือกใช้ผลิตภัณฑ์ธรรมชาติชั้นดีจาก doTERRA Essential Oil น้ำมันหอมระเหยกลิ่นเบาสบายที่กลั่นอย่างพิถีพิถันจากพืช 100 เปอร์เซ็นต์

โรงแรมแม่น้ำ รามาดาพลาซา เปิดบริการทุกวัน 10.00-22.00 น.
☎ 0-2289-9099

SCB BUSINESS CENTER @สยามสแควร์

เชื่อมความรู้สู่ความสำเร็จให้ SME

SCB Business Center สยามสแควร์ คือ 1 ในศูนย์ธุรกิจ SME แบบครบวงจร ที่ธนาคารไทยพาณิชย์จัดตั้งขึ้น เพื่อเป็นศูนย์ธุรกิจ SME รูปแบบใหม่ที่จะตอบโจทย์ทุกความต้องการของ SME

ภายใน SCB Business Center ประกอบด้วย SME Business Coach ประจำศูนย์ เพื่อให้คำแนะนำช่วยเหลือ SME โดยผู้เชี่ยวชาญจากเจ้าหน้าที่ธนาคารไทยพาณิชย์ นอกจากนี้ยังมี 4 เคาน์เตอร์ คือ การทำการตลาดดิจิทัล (Digital Marketing), การสร้างแบรนด์ (Branding), การขนส่งสินค้า (Logistics) และการทำธุรกิจแฟรนไชส์ (Franchise) โดยจะมี SME GURU ซึ่งเป็นผู้เชี่ยวชาญเฉพาะด้านมานั่งประจำเคาน์เตอร์หลัก เพื่อมาคอยให้คำปรึกษาในเชิงลึกแก่ SME และที่พิเศษคือ จะ Deal ส่วนลดของพาร์ตเนอร์ให้กับ SME เพื่อนำไปใช้ในการลดต้นทุนธุรกิจอีกด้วย

ไม่เพียงเท่านี้ SCB Business Center ยังเปิดให้บริการสตูดิโอสำหรับใช้ถ่ายภาพสินค้า เพื่อนำไปใช้ในการขายและทำการตลาด รวมถึง Co-Working Space พร้อมสิ่งอำนวยความสะดวกครบครัน ให้ SME ได้นั่งทำงานได้อย่างเต็มที่

ตอบโจทย์ความรู้ด้วยสัมมนา

กิจกรรมหนึ่งที่ขาดไม่ได้ใน SCB Business Center คือสัมมนา ซึ่งในเดือนที่ผ่านมามีผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจมาร่วมแบ่งปันประสบการณ์ ความรู้ และสร้างแรงบันดาลใจให้กับ SME มากมาย

เริ่มจากเคาน์เตอร์ Logistics ซึ่งตระหนักถึงความสำคัญของโลจิสติกส์ และการบริหารคลังสินค้าที่จะช่วยให้ SME ขายของได้มากขึ้น จึงได้ชักชวน **คุณปิยะนุช สัมฤทธิ์** ประธานฝ่ายบริหาร บริษัท นิ่มซี่เส็ง โลจิสติกส์ จำกัด มาเผยเคล็ดลับการเพิ่มโอกาสให้ธุรกิจด้วยระบบโลจิสติกส์ในยุค 4.0 และ **คุณเบญจพร ชัยบุรี** ผู้ร่วมก่อตั้ง SOKOCHAN คลังสินค้าออนไลน์ มาเล่าถึงการบริหารคลังสินค้าอย่างไรให้ยอดเพิ่มกำไรพุ่ง ซึ่งสัมมนานี้จะทำให้ผู้ประกอบการได้เรียนรู้และรับทราบถึงเทคนิค การบริหารคลังสินค้าอย่างแท้จริง

ส่วนเคาน์เตอร์ Branding ไม่พลาดที่จะจัดสัมมนาที่จะทำให้ผู้ประกอบการได้รับทราบถึงวิธีและแนวทางในการทำธุรกิจ และการสร้างแบรนด์ โดยมีวิทยากรผู้มากความสามารถ **คุณเจนนิสา คูวินิชกุล** ผู้ก่อตั้งแบรนด์ Candy Crepe มาเปิดเผยกลยุทธ์การสร้างมูลค่าเพิ่มธุรกิจอาหารด้วยนวัตกรรม และส่งเสริมให้แบรนด์เป็นที่รู้จักจดจำได้ง่ายอีกด้วย

ทางด้านเคาน์เตอร์ Digital Marketing ได้ **คุณอาริยะ คำภิโล** ผู้ก่อตั้งร้าน Jones' SALAD อันโด่งดังในโซเชียลมีเดีย มาเจาะลึกถึงวิธีสร้าง Content Marketing ให้โดนใจลูกค้ายุค 4.0

สำหรับผู้ประกอบการที่ต้องการขยายกิจการได้อย่างเป็นระบบ แต่ยังไม่รู้จะเริ่มต้นอย่างไร เคาน์เตอร์ Franchise ก็ได้เชิญ **คุณศิรุวัฒน์ ชัชวาลย์** Head of New Business Zen Corporation Group Co.,Ltd มาเปิดทางลัดขยายธุรกิจได้ด้วยระบบแฟรนไชส์ นอกจากนี้ ยังมี **คุณชลิดา ประทุมรัตน์** กรรมการผู้จัดการ บริษัท ไทคูณ คอร์ปอเรชั่น จำกัดมาเผยเทคนิค ธุรกิจแฟรนไชส์จะสร้างโอกาสและความสำเร็จได้อย่างไร

นอกจากจะมีงานสัมมนาเติมเต็มองค์ความรู้ให้กับ SME แล้ว ผู้มาร่วมสัมมนายังได้มีโอกาสพบปะปรึกษากูรูประจำ 4 เคาน์เตอร์ ซึ่งเป็นหัวใจของการดำเนินธุรกิจที่จะมาช่วยต่อยอดธุรกิจให้เติบโตต่อไปอีกด้วย

เจาะลึกกับเวิร์กช็อปดีๆ

นอกจากงานสัมมนาซึ่งจะได้ฟังประสบการณ์ตรงจากผู้ประกอบการแล้ว ใน SCB Business Center ยังจัดกิจกรรมเวิร์กช็อปหมุนเวียนในหลายหัวข้อ เพื่อให้ SME ได้เรียนรู้แบบเจาะลึก ไม่ว่าจะเป็น e-mail Marketing ที่สามารถต่อยอดให้ทำงานร่วมกับ Social Media ได้ทั้งไปและกลับ รวมทั้งใช้อีเมลในการสร้าง Traffic หรือ Custom Audiences ให้ Facebook หรือ Social Media สร้างยอดขายให้กระโดดอย่างยั่งยืน กับคุณประสิทธิ์ วรฉัตราวณิช ผู้เชี่ยวชาญด้านดิจิทัล มาร์เก็ตติ้ง ขณะที่ อ.ลลิตา สันติวรรักษ์ มาเวิร์กช็อปวิธีสร้าง Content ให้โดดเด่นด้วยโปรแกรมสำเร็จรูปบนออนไลน์ เพื่อให้ SME สามารถนำไปใช้เพิ่มประสิทธิภาพในการทำธุรกิจอีกด้วย

ทั้งหมดนี้เป็นการบริการแบบไม่เสียค่าใช้จ่ายสำหรับลูกค้า SCB และเปิดให้บริการทุกวัน ผู้ประกอบการ SME ที่ต้องการเพิ่มความแกร่งให้กับธุรกิจของตนเองสามารถมาใช้บริการที่ SCB Business Center สยามสแควร์ ซอย 1 โดยสามารถจองทุกกิจกรรมได้ผ่านทาง https://businesscenter.scb.co.th

ทีเอ็มบี เดินหน้าให้ลูกค้า Get MORE with TMB

ปิติ ตัณฑเกษม ประธานเจ้าหน้าที่บริหาร ทีเอ็มบี เผยว่า ทีเอ็มบีจะเดินหน้าเพื่อ Make THE Difference อย่างต่อเนื่อง โดยดำเนินการตามแผนกลยุทธ์และไม่หยุดตั้งคำถามเพื่อทำในสิ่งที่ดีกว่า ตอบโจทย์ความต้องการของลูกค้าด้วยผลิตภัณฑ์และบริการทางการเงินที่ใช้ง่ายและสะดวก (Simple & Easy) สร้างประสบการณ์ใหม่ในการใช้บริการธนาคารที่ตรงกับรูปแบบการประกอบธุรกิจและใช้ชีวิตในยุคดิจิทัลเพื่อให้ลูกค้าทุกกลุ่ม ได้มากกว่า (Get MORE with TMB) โดยตั้งเป้าหมายขึ้นชั้นเป็นธนาคารที่ลูกค้าชื่นชอบ และบอกต่อมากที่สุดในประเทศไทยภายในปี พ.ศ.2565

ฉลองความสำเร็จเดอะทรี ลาดพร้าว

ปิยะ ประยงค์ ประธานเจ้าหน้าที่บริหาร กลุ่มธุรกิจพฤกษา เรียลเอสเตท บริษัท พฤกษา เรียลเอสเตท จำกัด (มหาชน) พร้อมด้วยคณะผู้บริหาร ร่วมฉลองความสำเร็จในการปิดการขายโครงการเดอะทรี ลาดพร้าว 15 หลังเปิดขายในงาน VIP Day เพียง 2 วันสามารถปิดการขายได้ 100 เปอร์เซ็นต์ จำนวน 214 ยูนิต มูลค่าโครงการ 500 ล้านบาท

Techsauce จัดสัมมนานานาชาติ

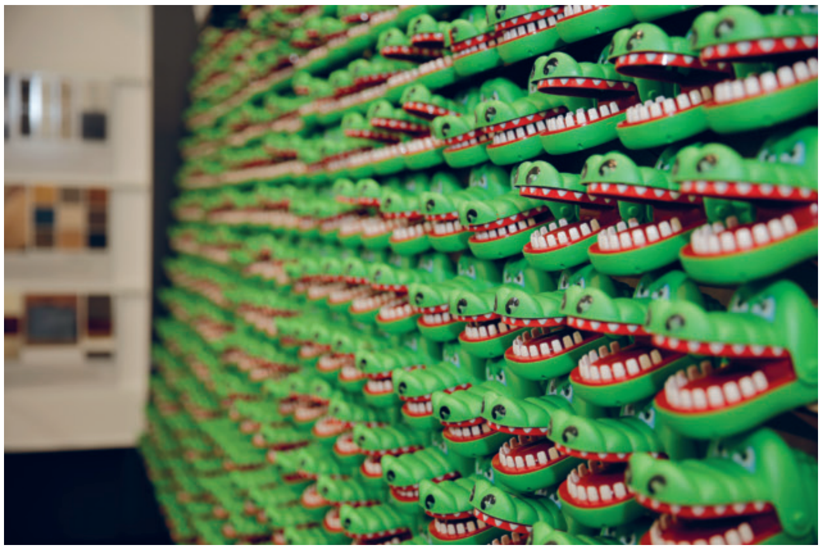
อรนุช เลิศสุวรรณกิจ และ อมฤต เจริญพันธ์ ผู้ร่วมก่อตั้ง บริษัท เทคซอส มีเดีย จำกัด พร้อมด้วยผู้บริหารบริษัทพันธมิตร เช่น บมจ.ปตท. บริษัท แอดวานซ์ อินโฟร์ เซอร์วิส จำกัด ดีแทค แอคเซอเลอเรท บมจ.เมืองไทยประกันชีวิต และ AddVentures by SCG ร่วมแถลงข่าวเตรียมจัดงาน Techsauce Global Summit 2018 งานสัมมนานานาชาติด้านเทคโนโลยีที่ใหญ่ที่สุดในอาเซียน ในวันที่ 22-23 มิถุนายนนี้ ณ โรงแรมเซ็นทาราแกรนด์ แอท เซ็นทรัลเวิลด์

เอไอเอส เปิด 3 แพลตฟอร์มใหม่

เอไอเอส ประกาศวิสัยทัศน์ชัดเจน พร้อมก้าวสู่การเป็น Digital Platform for Thais ด้วยการเปิดตัว 3 แพลตฟอร์ม คือ AIS IoT Alliance Program (AIAP) VDO Platform Play365 และ VR Content Platform เชื่อมั่นว่าเป็นหนทางสร้างการเติบโตอย่างยั่งยืน และช่วยสนับสนุนเป้าหมายของภาครัฐในการนำพาประเทศไทยสู่ไทยแลนด์ 4.0 พร้อมขีดความสามารถทางการแข่งขันที่มีเทคโนโลยีดิจิทัลเป็นเครื่องมือ

เคทีซี ผนึก วีซ่า ให้บริการโกอินเตอร์

เคทีซี จับมือ วีซ่า ผลักดันสังคมไร้เงินสดให้เกิดขึ้นด้วยการให้บริการรับชำระทั่วโลกเป็นรายแรกด้วยบัตรเครดิตผ่านคิวอาร์โค้ด KTC Scan to Pay Cross Border พร้อมมอบสิทธิพิเศษเพื่อการใช้จ่ายที่คุ้มค่าด้วยความเสี่ยงการแปลงสกุลเงินต่างประเทศไม่เกิน 2 เปอร์เซ็นต์ ซึ่งต่ำที่สุดในวงการบัตรเครดิต พร้อมรับเครดิตเงินคืนสูงสุด 1.5 เปอร์เซ็นต์ทุกการใช้จ่าย และปลอดภัยใช้ได้ทั่วโลกตามมาตรฐานเครือข่ายวีซ่า



Bangkok Design Week 2018

เทศกาลงานออกแบบกรุงเทพฯ 2561 หรือ Bangkok Design Week 2018 คือ เทศกาลที่มุ่งนำเสนองานออกแบบและงานสร้างสรรค์ในพื้นที่จัดเป็น Creative District ต่างๆ ของเมืองภายใต้ธีม The NEW-ist Vibes...ออกแบบไปข้างหน้า เปิดโอกาสให้ชุมชนนักออกแบบและนักสร้างสรรค์ไทยได้แบ่งปันวิสัยทัศน์ที่มีต่อกรุงเทพฯ สำหรับไฮไลต์ของงานมีทั้งสิ้น 10 ไฮไลต์ เช่น Symposium & Talk (Creativities Unfold 2018) งานชุมนุมระดับอินเตอร์ Creativities Unfold และการบรรยายมากมายจากผู้เชี่ยวชาญด้านต่างๆ Floating Park ต้นแบบสวนสาธารณะลอยน้ำครั้งแรกของไทย ณ ท่าเรือ CAT ริมแม่น้ำเจ้าพระยา และ Creative Market ตลาดนัดจำหน่ายผลงานออกแบบ เป็นต้น

ศรีกรุงโบรคเกอร์ เปิดสาขาที่เชียงใหม่

บริษัท ศรีกรุงโบรคเกอร์ จำกัด เปิดตัวศูนย์บริการด้านประกันภัยแบบครบวงจร สาขาเชียงใหม่อย่างเป็นทางการ บนพื้นที่กว่า 1,000 ตารางเมตร ซึ่งเป็นสาขาที่ใหญ่ที่สุด ให้บริการแบบ One Stop Service พร้อมห้องประชุมสัมมนา ขนาดใหญ่เพื่อพัฒนาคุณภาพของนายหน้าให้มีความรู้ที่ทันสมัยตลอดเวลา รองรับทิศทางธุรกิจในยุคดิจิทัลที่ลูกค้านิยมการซื้อ-ขายผ่านช่องทางโซเชียลมีเดีย

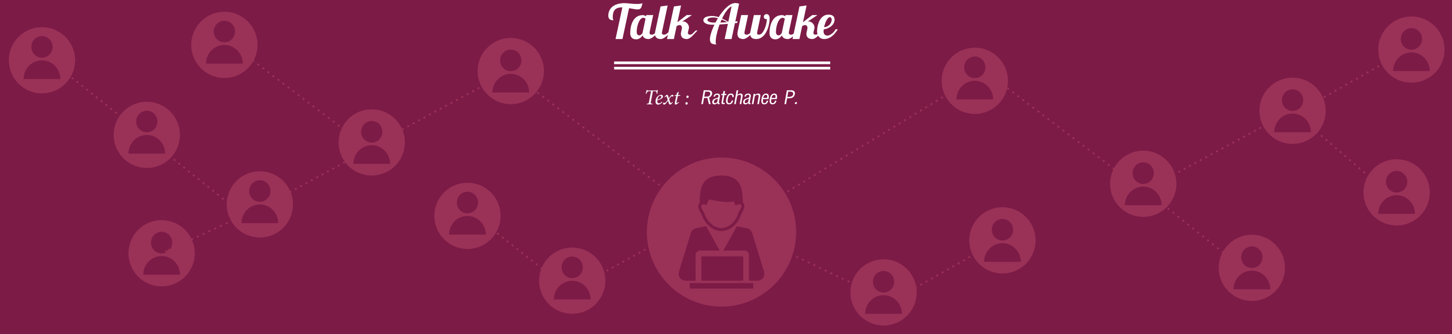
มาสเตอร์คูล โชว์เทคโนโลยี เย็นไล่ยุง

มาสเตอร์คูล เปิดตัว MIK-28EX พัดลมไอเย็นรุ่นใหม่ที่ผสานเทคโนโลยีความเย็นสบาย ป้องกันยุง ไร้สารเคมี ด้วยการเพิ่มระบบไล่ยุงด้วยคลื่นความถี่สูงอัลตราโซนิค พัฒนานวัตกรรมใบพัดลมพิเศษที่ให้กำลังแรงลมมากกว่าเดิม พร้อมทั้งออกแบบระบบปุ่มควบคุมการใช้งานสำหรับการเปิด-ปิดฟังก์ชันต่างๆ ที่ง่ายและสะดวกต่อผู้ใช้ทุกกลุ่ม

เยี่ยมชม Plant Factory ญี่ปุ่น

ดร.สุวิทย์ เมษินทรีย์ รัฐมนตรีว่าการกระทรวงวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี พร้อมด้วย ดร.ณรงค์ ศิริเลิศวรกุล ผู้อำนวยการสำนักงานพัฒนาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งชาติ (สวทช.) ดร.สมวงษ์ ตระกูลรุ่ง ผู้อำนวยการศูนย์พันธุวิศวกรรมและเทคโนโลยีชีวภาพแห่งชาติ (ไบโอเทค) ผู้บริหาร สวทช. และหน่วยงานภาครัฐและเอกชน เข้าเยี่ยมชม Plant Factory ของบริษัท 808 Factory ณ เมืองชิชิโอกะ ประเทศญี่ปุ่น

Text : Ratchanee P.



CUSTOM MADE โอกาสของ SME ไซส์เล็ก

ไม่รู้ล่ะว่าเป็นเพราะพฤติกรรมของผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงไปหรือเพราะพลังของดิจิทัล จึงทำให้การตลาดแบบเหมาโหล หรือ Mass Market ต้องหลีกทางให้กับ Custom Made ที่สร้างสรรค์ขึ้นมาเฉพาะบุคคล ไม่ซ้ำแบบกับใคร

ในอดีตแบรนด์จะผลิตสินค้าอะไรออกมาสักอย่าง ก็จะต้องเน้นการผลิตครั้งละมาก ๆ (Mass Products) เพื่อให้ต้นทุนต่ำและสามารถบริหารจัดการได้มีประสิทธิภาพกว่าการผลิตแบบไม่กี่ชิ้นหรือเฉพาะเจาะจง แต่ในวันนี้จะเห็นว่า เราสามารถสั่งซื้อสินค้า ไม่ว่าจะเป็นตัดเสื้อ ตัดรองเท้า หรือจะสั่งเย็บกระเป๋าตามแบบที่ต้องการได้ ตั้งแต่การเลือกแบบ วัสดุ สี พร้อมปักสลักชื่อของตัวเองได้กับผู้ผลิตที่ไม่เคยเจอหน้ากันมาก่อน จนทำให้รู้สึกเหมือนได้รับการบริการแบบพิเศษกันเลยทีเดียว

นั่นเป็นเพราะพลังของอินเทอร์เน็ต และโซเชียลมีเดียที่ทำให้ผู้บริโภคสามารถค้นพบผู้ผลิตรายเล็กรายน้อยได้โดยตรง จนเกิดการเข้าถึงตลาดได้ทั่วโลก ซึ่งเดี๋ยวนี้ ไม่ว่าจะทอดตาไปทางใดก็จะเจอ SME ไซส์เล็กหน้าใหม่ ๆ ที่ใช้ทักษะของตนเองผลิตสินค้าประเภทแฮนด์เมด ไม่ว่าจะเป็นกระเป๋า เครื่องประดับ รองเท้า ฯลฯ มากมาย

ขณะเดียวกัน เนื่องจากผู้บริโภคยุคใหม่มีความช่างเลือกมากขึ้นเรื่อย ๆ โดยจะเลือกหาสิ่งที่มีความเฉพาะตัว หากเป็นอะไรที่ไม่ซ้ำแบบกับใคร ก็จะยิ่งชื่นชอบมากเป็นพิเศษ โดยยอมที่จะจ่ายแพงกว่าเพื่อแลกกับสินค้าและบริการที่ถูกผลิตขึ้นมาเฉพาะแค่คนเดียว ดังนั้น Custom Made จึงกลายเป็นทางเลือกที่น่าสนใจสำหรับผู้บริโภคกลุ่มนี้ที่แม้จะเป็นกลุ่มเล็กแต่ก็มีกำลังซื้อสูงไม่ใช่น้อย

สิ่งที่เกิดขึ้นจึงกลายเป็นโอกาสของ SME ที่ปกติจะมีข้อจำกัดเรื่องเงินทุนและทรัพยากรอยู่แล้ว ด้วยการใช้ทักษะ ฝีมือ และความมีใจรักที่มีอยู่ ในการผลิตงานแฮนด์เมดที่มีความประณีตละเอียดให้เป็นประโยชน์ โดยเปิดโอกาสให้ลูกค้าได้มีส่วนเข้ามาเติมความเป็นตัวของตัวเองในการผลิตชิ้นงานนั้น รวมถึงอาศัยความได้เปรียบจากไซส์ที่เล็ก ซึ่งทำให้มีความคล่องตัวในการทำธุรกิจมาตอบสนองความต้องการเฉพาะของผู้บริโภคได้อย่างรวดเร็ว

ขอยกตัวอย่าง แบรนด์ Gokudera เครื่องประดับจิ๋วแฮนด์เมดที่แม้จะไม่ได้รับความนิยมมากนักในไทย แต่กลับขายดิบขายดีใน Pinkoi ซึ่งเป็นเว็บไซต์ซื้อ-ขายงานดีไซน์ออนไลน์จากประเทศไต้หวันที่ใหญ่ที่สุดในเอเชีย โดยนอกจากผลิตงานขายแล้ว ยังเปิดรับ Custom Made โดยลูกค้าจะส่งรูปภาพหรือระบุสิ่งที่อยากได้มาให้ จึงเป็นโอกาสที่ทำให้มีออร์เดอร์เพิ่มมากขึ้น

หรือ NAMETAG กระเป๋าปักชื่อเจ้าของกระเป๋าใบเดียวในโลกที่มาได้ถูกจังหวะเวลาพอดี เพราะเป็นกระเป๋าใบเดียวในโลก โดยทุกฝีเข็มที่ปักชื่อเจ้าของกระเป๋า ทำให้กระเป๋าของ NAMETAG เป็นสินค้าที่มีความพิเศษระดับบุคคลมากขึ้น และทำให้แบรนด์ NAMETAG เข้าไปอยู่ในใจของคนที่ชอบความพิเศษเฉพาะตัวอย่างแท้จริง

นี่จึงเป็นโอกาสที่สำคัญยิ่งของ SME ยุคนี้ที่จะฉกฉวยประโยชน์จากพลังของอินเทอร์เน็ต และเทรนด์ที่กำลังเกิดนี้ S

SRTET
S.R.T. Electrified Train Company Limited

บัตรโดยสารรถไฟฟ้า
AIRPORT RAIL LINK SMART PASS 2018

1690
www.srtet.co.th
website

FROM
THB 3,100 (ONE WAY)

FROM
THB 4,500 (ROUND TRIP) *

*(Fares are inclusive of all applicable taxes)

Booking & ticketing: 04JAN18 – 31MAR18
Travel Period : 04JAN18 – 30APR18

*Terms and conditions applied

*Free refreshment meal onboard

*Free Baggage Allowance : **30KG**

Domestic Airline Partner :

AIR KBZ
FLYING BEYOND EXPECTATIONS

Please contact your nearest travel agents or MAI Bangkok Office.

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

www.facebook.com/8Mofficial