FREE

SME STARTUP

encourage you to start your own biz

ISSUE 55 | APRIL 2018

เกตุเสพย์สวัสดิ์ ปาลกะวงศ์ ณ อยุธยา

PASSION FIRST MONEY LATER

Photo : วิภาวดี พิสุทธิ์ศิริอภิญญา

22

23

29

PASSION FIRST MONEY LATER

บ่อยครั้งที่เราจะได้ยินกันมาว่าเริ่มต้นธุรกิจจากสิ่งที่ตัวเองชอบ สิ่งที่ตัวเองรักก่อนแล้วจะไปต่อได้ เพราะการเริ่มต้นทำอะไรจาก Passion จะเป็นเหมือนแรงขับและแรงผลักชั้นดี ทำให้เรามีแรงก้าวข้ามปัญหาอุปสรรคต่างๆ ไม่ว่ามันจะลำบากแค่ไหนก็ตาม แต่ก็นั่นแหละปัญหาของหลายคนคือ ค้นไม่เจอว่า Passion ของตนเองคืออะไร ซึ่งวิธีง่ายๆ ในการหา Passion คือลองเปิดโอกาสให้ตัวเองได้ทำอะไรใหม่ๆ ที่ไม่เคยทำมาก่อน ทำอะไรสักอย่างแบบลองผิดลองถูกแม้ว่าทำแล้วผลลัพธ์ที่ออกมาจะแย่ก็ตาม แต่การได้ลองอะไรไปเรื่อยๆ เชื่อว่าก็จะเจอสิ่งที่เป็น Passion สักวัน และถ้าสามารถเปลี่ยน Passion ให้เป็นธุรกิจได้จริงๆ การเริ่มต้นธุรกิจก็จะก้าวต่อไปได้

สำหรับ "น้าเน็ก" เกตุเสพย์สวัสดิ์ ปาลกะวงศ์ ณ อยุธยา ใครจะคิดว่าเขาเคยผ่านงานเหล่านี้มาแล้ว ไม่ว่าจะเป็นเด็กล้างรถ เด็กแจกใบปลิว ช่างซ่อมเครื่องใช้ไฟฟ้า โปรดิวเซอร์ ครีเอทีฟ นักข่าว ก่อนที่จะมาเป็นพิธีกรแถวหน้าของเมืองไทย ซึ่งทุกงานที่เขาทำล้วนมาจากการพยายามค้นหาตัวตนของตนเองและโชคดีที่เขาค้นพบ และในวันนี้เขายังเปิดโอกาสให้ตัวเองกับบทบาทใหม่ในชีวิต นั่นคือ การก้าวเข้าสู่โลกธุรกิจที่เต็มไปด้วยความท้าทาย ซึ่งเขาเชื่อว่าถ้าทำให้เต็มที่กับสิ่งที่เป็นตัวเรา แล้วความสำเร็จจะตามมาเอง

แล้วคุณล่ะมีความรัก มีความฝันอะไรบ้าง ถ้ามีแต่ไม่ลงมือทำ ฝันนั้นก็จะไม่เกิดเป็นจริงได้!!

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

CONTENTS

8
STARTUP
จากความล้มเหลวสู่บทเรียนชั้นยอดและธุรกิจใหม่ที่ดีต่อใจ

10-11
MARKETING
Real-Time Marketing เทคนิคการตลาดโหนกระแสพาแบรนด์ดัง

12
INTERVIEW
คุยกับ "น้าเน็ก" เกตุเสพย์สวัสดิ์ ปาลกะวงศ์ ณ อยุธยา
Passion First Money Later

17
YOUNG MONEY MAKER
Sweetgreen สลัดบาร์ที่ขายไลฟ์สไตล์ให้คนรุ่นใหม่

20
MONEY
Startup แบบไหนที่ Singha Ventures จะช่วยติดสปีด

22-23
SELF-EMPLOYED
อภิชาติ คชพัฒน์ทรัพย์ กับ Wax Valley Candle Co. เทียนหอม
Two in One จุดที่ได้ ทาก็ดี และ DIFF.แป้งเกลือระงับกลิ่นกาย ไอเดียใหม่
ปั้นธุรกิจ ของ อธิภัทร ปิยกิตติไพบูลย์ และ ณัฐนันต์ พราหมณีโชติ

25
HEALTH
ดูแลผิวในช่วงซัมเมอร์ และออกกำลังกายหน้าร้อนต้องทำอย่างไร

28
LIFESTYLE
The Buffalo Amphawa โรงแรมคูลๆ ในเมืองสายน้ำที่เงียบสงบ และ
Uncle Tigger's ไก่ทอด+วอฟเฟิลฉบับลุงเสือ

ติดตามข่าวสารและข้อมูลที่น่าสนใจได้ใน
SME Startup

Managing Director : Vinai Virojjariyakorn
Editor in Chief : Sujitra Boonyakajorn
Editor : Ratchanee Panrungjitti
Editorial Staff : Kritsana Sangwong
Web Content Editor : Rerai Janiem
Chief Editorial Staff : Nittaya Suriamma
Online Editorial Staff : Yuwadi Siphumma, Wanwisa Ngamsangchaikit
Project Manager : Klaewkla Tadabadin
Chief Coordinator : Suchansa Kaewmungkhun
Coordinator : Niphaphorn Pholcharoen
Photographer in Chief : Wipawadee Pisutsiriapinya
Photographer : Jetsadar Yodsurang, Thanapol Thongpeng
Art Director : Supphathada Numamnuay
Head of Proofreading : Udom Woracharuwan
Proofreader : Woranuch Totob
Director of Advertising and Marketing : Sujitra Boonyakajorn
Senior Account Executive : Thanyawan Kaewnoo, Sirinath Saikrajang
Account Executive : Kanchaporn Kootrakool, Pratthinee Chanaopas
Marketing Officer : Jutiporn Lochaya, Natthaporn Samaki
Subscription Executive : Thanavadee Yathai
Head of Finance and Accounting : Nittaya Sangthip
Finance and Accounting Officer : Sirinart Linjongrat

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

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

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

LABEL PRINTING SOLUTIONS

EPSON
EXCEED YOUR VISION

เกาะติดทุกความสำเร็จในธุรกิจ ด้วยโซลูชั่นงานพิมพ์ฉลากจากเอปสัน

ตอบโจทย์ทุกความต้องการของธุรกิจขนาดเล็กจนถึงงานพิมพ์ระดับอุตสาหกรรม ด้วยเครื่องพิมพ์ฉลากเอปสันคุณภาพสูงหลากหลายรุ่น รองรับการพิมพ์ฉลากทุกประเภท

สมบูรณ์แบบเพื่อธุรกิจ

รองรับการพิมพ์ฉลากขนาด 4, 8 ไปจนถึง 36 นิ้ว ตอบโจทย์ทุกการพิมพ์ของคุณ ด้วยเครื่องพิมพ์ฉลากที่ออกแบบมาให้ทำงานได้สะดวกง่ายดาย สามารถพิมพ์ฉลากได้มากเท่าที่ต้องการอย่างรวดเร็ว

สีสันที่โดดเด่น สะกดทุกสายตา

ด้วยเทคโนโลยีหัวพิมพ์ Micro Piezo และ PrecisionCore ที่ถูกพัฒนาล่าสุด ให้คุณภาพงานพิมพ์ฉลาก ที่คมชัดและสีสันสดใส เพิ่มความโดดเด่นและดึงดูดสายตาบนบรรจุภัณฑ์ของสินค้า

ส่งมอบคุณภาพที่ดีที่สุด

เอปสันมุ่งมั่นที่จะเป็นส่วนหนึ่งในธุรกิจของคุณ ส่งมอบโซลูชั่นงานพิมพ์ฉลากคุณภาพที่ดีที่สุด เพื่อรองรับงานพิมพ์ฉลากทุกประเภท พร้อมเคียงข้างและต่อยอดความสำเร็จในธุรกิจของคุณตลอดไป

SurePress L-4033A/L-4033AW

ColorWorks™ C7510G, C3510, C830

ENGINEERED FOR BUSINESS

EpsonThailand   YouTube EpsonSoutheastAsia   Call Center 0-2685-9899

www.epson.co.th

ธุรกิจดีขึ้น ถ้าไปเที่ยว?

ผู้ประกอบการหลายคนอาจเคยได้ยินวิธีทำให้ธุรกิจดีขึ้นอย่างการพัฒนาสินค้า ใส่ใจลูกค้า และให้ความสำคัญกับการบริการ แต่รู้หรือไม่ การไปเที่ยวก็ช่วยให้ธุรกิจดีขึ้นได้เช่นกัน เพราะการไปยังสถานที่ต่าง ๆ ทำให้ได้พบเจอผู้คน สภาพแวดล้อม วัฒนธรรม และมุมมองใหม่ ๆ ที่นำมาเป็นแรงบันดาลใจในการสร้างสิ่งใหม่ให้กับธุรกิจได้ ทั้งนี้ การท่องเที่ยวที่ไม่เป็นไปตามแผนก็เป็นข้อดี เพราะผู้ประกอบการจะได้คิดหาวิธีแก้ไขกับปัญหาที่ทำให้แผนการท่องเที่ยวสะดุด ซึ่งเหมือนกับการทำธุรกิจที่เมื่อมีปัญหาต้องลงมือแก้ไข อย่าตื่นตระหนกหากแก้ปัญหาในตอนนั้นไม่ได้ จงตั้งสติแล้วคิดหาวิธีการอื่น ซึ่งแน่นอนว่าผู้ประกอบการจะสามารถแก้ปัญหาที่เกิดขึ้นได้ในไม่ช้า

ไม่เพียงเท่านี้ หากเลือกไปเที่ยวต่างประเทศจะได้รู้จักกับภาษาท้องถิ่นและวัฒนธรรมของประเทศนั้น ๆ ซึ่งเป็นประโยชน์ต่อการเข้าไปทำธุรกิจในประเทศนั้น และถ้าไม่มีเวลาเดินทางท่องเที่ยวจริง ๆ ขอแนะนำให้หยิบหนังสือมาอ่าน เพราะการอ่านช่วยเสริมสร้างไอเดียดี ๆ สำหรับใช้ในการทำธุรกิจได้เช่นกัน

แพ็กกระเป๋าแล้วไปเที่ยวกัน

4 แบรนด์ประสบความสำเร็จบน IG ที่ต้อง Fallow

อินสตาแกรมเป็นโซเชียลมีเดียที่แบรนด์น้องใหม่ ตลอดจนแบรนด์ยักษ์ใหญ่ตบเท้าเข้าไปเปิดบัญชีธุรกิจกันมากมาย เพราะมีผู้ใช้งานมากกว่า 800 ล้านคน และมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นเรื่อย ๆ จึงทำให้แบรนด์มองเห็นโอกาสในการสร้างฐานลูกค้าและโอกาสการเติบโตของธุรกิจ

4 แบรนด์ที่จะพูดถึงต่อไปนี้ ผู้ประกอบการต้องไม่พลาดที่จะ Fallow และเรียนรู้วิธีสร้างความสำเร็จบนอินสตาแกรมจากโพสต์ของพวกเขาได้ โดยแบรนด์แรกคือ Oreo ที่มีผู้ติดตามกว่า 2.4 ล้านคน ทุกโพสต์มียอดไลค์ไม่ต่ำกว่า 50,000 ไลค์ และคอมเมนต์อีกนับร้อย วิธีที่ Oreo ใช้ดึงความสนใจของผู้ติดตามคือ โพสต์ภาพที่มีสีฟ้าสลับกับวิดีโอสั้นความยาว 10-15 วินาที ถัดมาคือ FedEx ที่นำภาพถ่ายของลูกค้ามาโพสต์ โดยภาพที่ถูกเลือกจะมียานพาหนะของ FedEx อยู่ในภาพ ผลลัพธ์ที่ได้คือ ลูกค้ารู้สึกเป็นส่วนหนึ่งของแบรนด์ ส่วน Nike เรียกยอดไลค์ด้วยภาพและวิดีโอที่มีคนดังและนักกีฬาเป็นพรีเซนเตอร์ อีกทั้งยังเขียนแคปชันที่กระตุ้นให้ผู้ติดตามต้องคลิกลิงก์ที่แสดงใน Bio เพื่อเรียนรู้เพิ่มเติมเกี่ยวกับเรื่องนั้น

แบรนด์สุดท้ายที่ต้อง Fallow เป็นใครไปไม่ได้นอกจาก Gucci ที่ใช้ภาพเบื้องหลังการทำงานมาเรียกแขกบนอินสตาแกรม โดยภาพเหล่านี้ทำให้ผู้ติดตามรู้สึกถึงความมุ่งมั่นตั้งใจในการสร้างสรรค์สินค้าของแบรนด์

Fallow กันหรือยัง?

5 Startup เอเชียที่ต้องจับตามอง

ตอนนี้ถ้าใครได้ติดตามข่าวสารแวดวง Startup จะเห็นว่า ในเอเชียบ้านเรามี Startup อยู่เยอะมาก ซึ่งแค่ในจีนก็มีมากกว่า 250 รายแล้ว และนี่คือ 5 Startup เอเชียที่น่าจับตามองที่สุดในนาทีนี้

DeNova Sciences กับการสร้างผิวหนังมนุษย์เทียมเพื่อแก้ปัญหาการทดสอบเครื่องสำอางในสัตว์ Carsome ผู้สร้างเว็บไซต์ซื้อ-ขายรถยนต์มือสอง โดยจะมีทีมงานประเมินสภาพรถก่อนเผยแพร่โฆษณาบนเว็บไซต์ และ RedDoorz ผู้ให้บริการจองห้องพักออนไลน์จากโรงแรมราคาประหยัดที่ได้มาตรฐานด้านความสะอาด คุณภาพของเตียง และอื่น ๆ เช่น Wi-Fi

อีก 2 Startup ที่เหลือ คือ Classmiles คอร์สเรียนออนไลน์ที่สื่อสารแบบโต้ตอบระหว่างครูและนักเรียนในการเรียนแต่ละครั้งจะมีนักเรียนเรียนหลายคน บรรยากาศจึงคล้ายกับห้องเรียน และ Upal แพลตฟอร์มช่วยหาช่องทางหารายได้เสริมสำหรับนักศึกษา

Startup เอเชียก็เจ๋งใช่ย่อย

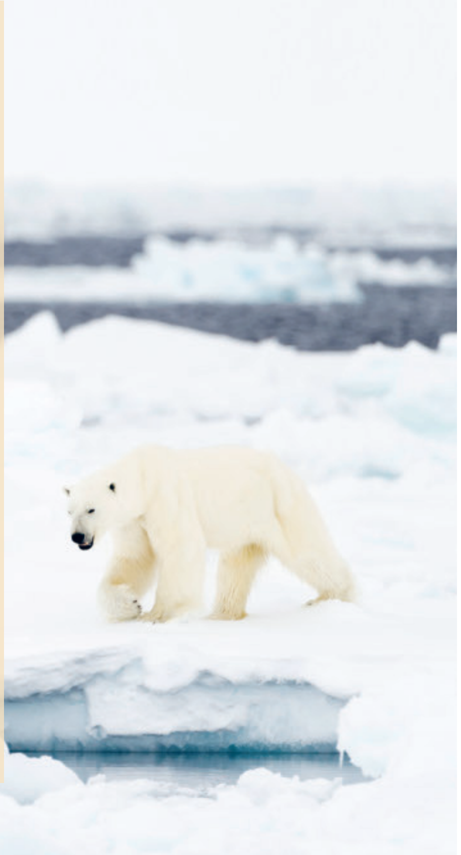
อะไรนะ...Polar Bear Pitching พิทชิ่งในหลุมน้ำแข็ง!

Polar Bear Pitching คือ เวทีพิทชิ่งในฟินแลนด์ที่ไม่จับเวลาในการพูด แต่ผู้เข้าร่วมพิทชิ่งต้องยืนพูดในทะเลบอลติกที่ระดับความลึกระดับเอว พร้อมทั้งต้องต่อสู้กับหิมะ น้ำแข็ง และอุณหภูมิที่ต่ำกว่า 0 องศาเซลเซียส

สำหรับ Polar Bear Pitching 2018 ที่เพิ่งจบไปเมื่อเร็ว ๆ นี้ มี Startup เข้าร่วม 30 ทีมจาก 8 ประเทศ ได้แก่ ฟินแลนด์ เอสโตเนีย ฝรั่งเศส ไอร์แลนด์ เวียดนาม รัสเซีย นอร์เวย์ และลัตเวีย โดย 6 ทีมที่ผ่านเข้ารอบสุดท้ายถูกคัดเลือกโดย Investor Jury ที่ประกอบไปด้วยนักการเงินชั้นนำและบริษัทลงทุนต่าง ๆ ส่วนคณะกรรมการที่ตัดสินหาผู้ชนะคือ นักลงทุนทั้งในฟินแลนด์และต่างประเทศ เช่น DFJ Dragon Fund, 01 Ventures และ Icebreaker VC เป็นต้น

ในส่วนของ 3 ทีมที่ชนะในเวทีนี้ ได้แก่ Artisun จากเอสโตเนีย กับซอฟต์แวร์เพิ่มประสิทธิภาพในเรือนกระจก Cast Print บริษัทจากลัตเวียที่ผลิตอุปกรณ์รักษาอาการกระดูกหักที่มีน้ำหนักเบาและพรินต์สามมิติ และ Cotio จากฟินแลนด์ที่มาพร้อมบริการส่งสัมภาระที่ไม่ผ่านจุดตรวจในสนามบินกลับมายังฟินแลนด์

ร่างกายต้องอึดด้วยถึงจะชนะ



IF YOU CAN DREAM IT, YOU CAN DO IT.

--
Walter Disney
ผู้ก่อตั้ง The Disney Brother Studio และ Disneyland
--

ถ้าคุณฝันถึงมันได้
คุณก็ทำมันได้

SME Thailand magazine

ธนาคารกสิกรไทย
开泰银行 KASIKORNBANK

กลับมาอีกครั้งเป็นปีที่ 7

สำหรับเวทีเฟ้นหาสุดยอดนวัตกรรมธุรกิจเอสเอ็มอี
พร้อมเปิดรับผู้ประกอบการไทย ที่มั่นใจว่ามีนวัตกรรมโดดเด่นไม่ซ้ำใคร
เพื่อเข้าชิงรางวัลใน 10 สาขานวัตกรรม

sme thailand inno awards 2018

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 hp

เปิดโลก CHATBOT

Text : กองบรรณาธิการ

มีแชตบอตบนเฟซบุ๊กเมสเซนเจอร์ มากกว่า 100,000 แชตบอต

60% Gen X และ 59% มิลเลนเนียลส์

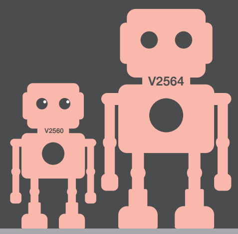
ใช้แชตบอตบนเมสเซนเจอร์แอพพลิเคชัน

ปี 2563

คนทั่วไปจะสนทนากับแชตบอตมากกว่าคู่สมรสของตนเอง

ระหว่างปี 2560-2564

แชตบอตจะเติบโตเฉลี่ย 37.11%



ผู้บริโภคกับแชทบอต

40% ของผู้บริโภคไม่สนใจว่าจะเป็นแชตบอตหรือคนตราบใดที่ได้รับความช่วยเหลือตามที่ต้องการ

21% ของผู้บริโภคเห็นว่าการใช้แชตบอตเป็นช่องทางที่ง่ายในการติดต่อธุรกิจ

>50% ของผู้บริโภคชอบธุรกิจที่ใช้แชตบอต

ธุรกิจกับแชตบอต

63% ของคนส่งข้อความผ่านแชตบอตออนไลน์เพื่อสื่อสารกับธุรกิจหรือแบรนด์

62% ของบริษัทขนาดเล็กจะใช้เทคโนโลยี AI

80% ของธุรกิจต้องการแชตบอตในปี 2563

ธุรกิจสุขภาพและธนาคาร

ธุรกิจสุขภาพและธนาคารเป็นผู้นำในการใช้แชตบอตโดยจะช่วยทำให้ประหยัดเวลามากกว่า 4 นาทีต่อการสอบถาม 1 ครั้ง

75% อัตราความสำเร็จในการใช้แชตบอตในธุรกิจสุขภาพจะสูงกว่า

90% อัตราความสำเร็จในการใช้แชตบอตในธุรกิจธนาคารจะสูงกว่า

ที่มา : https://acuvate.com และ https://blog.ubisend.com

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

|| TURNING POINT ||

NUAN

จากความล้มเหลว สู่บทเรียนชั้นยอด และธุรกิจใหม่ที่ดีต่อใจ

เพราะเคยล้มเหลวมาก่อนกับสองธุรกิจแรกร้านกาแฟเล็กๆ และร้านขายข้าวแกง ดังนั้น ในก้าวย่างของธุรกิจใหม่ครั้งนี้ จึงต้องรอบคอบ ระมัดระวัง และเลือกทำในสิ่งที่รักจริงๆ เพราะอย่างน้อยสิ่งที่ทำก็ดีต่อใจ และเป็นแรงผลักชั้นดี

เพ็ญนภา กรัดทาน ก็เหมือนหลายคนที่อยากจะมีธุรกิจของตนเอง จึงเช่าพื้นที่เล็กๆ หลังการบินไทยเปิดขายกาแฟสินค้าที่มีขายราวดอกเห็ด แต่เมื่อลองไปสักพัก ดูท่าแล้วไม่น่าจะไปรอด จึงตัดสินใจเปลี่ยนมาขายข้าวแกงแทน แต่ก็นั่นแหละ ด้วยความที่ไม่เคยวางแผน คำนวณต้นทุน รายได้เลย ทำให้สุดท้ายก็ขาดทุน เธอจึงถอยกลับไปตั้งหลักด้วยการเป็นมนุษย์เงินเดือนเพื่อหาเงินใช้หนี้เพื่อนๆ

"คิดอยากจะทำก็ทำเลย ไม่ได้เป็นความชอบด้วย ไม่เคยบวกลบดูว่าค่าเช่าที่เท่าไหร่ ค่าวัตถุดิบทำอาหารเท่าไหร่ จะต้องบวกเพิ่มไปเท่าไหร่เพื่อให้เราอยู่รอด ตอนนั้นไม่เคยคิดเรื่องพวกนี้เลย มีเงินเท่าไหร่ก็ลงไปหมด ไม่พอก็ยืมเพื่อนๆ เลยต้องเลิกก่อนที่มันจะไปกันใหญ่ โดยไปทำงานเป็นพนักงานกินเงินเดือน หาเงินใช้หนี้เพื่อนๆ แต่คิดไปว่าสิ่งที่ได้คือบทเรียนชั้นยอดที่ทำให้รู้ว่าทำไมมันถึงไม่รอด"

เมื่อตั้งหลักได้บวกกับได้ประสบการณ์ที่มีค่ามาแล้ว เธอจึงค่อยๆ คิดหาอะไรทำต่อ ในขณะทำงานประจำไปด้วยได้ ซึ่งแน่นอนว่าต้องละเอียด รอบคอบกว่าเดิม ในคราวนี้ เพ็ญนภาเลยขอเลือกทำในสิ่งที่รัก และเป็นตัวตนของเธอมากที่สุด ด้วยการปั้นแบรนด์ nuan เพื่อจำหน่ายสินค้าที่สร้างขยะให้น้อยที่สุด

"รู้แล้วว่าครั้งที่แล้วล้มเหลวเพราะอะไร ฉะนั้นเมื่อคิดใหม่จะระมัดระวังมากขึ้น ปิดจุดอ่อนของตนเอง และขอเลือกทำในสิ่งที่เป็นตัวเราจริงๆ ซึ่งเป็นคนที่ใส่ใจสิ่งแวดล้อมมาตั้งแต่เด็ก ใช้ชีวิตที่ลดการใช้ขยะให้มากที่สุด เช่น ใช้ถุงผ้า ไม่ใช้หลอด เลยมีความคิดว่าของหลายอย่างที่ใช้ในชีวิตประจำวันทำมาจากพลาสติกทั้งนั้น เราอยากทำธุรกิจเกี่ยวกับ Eco-Friendly เพื่อเป็นทางเลือกให้กับคนที่ไม่อยากสร้างขยะให้กับโลก ซึ่งคิดว่ามีคนอีกเยอะที่คิดเหมือนเรา ก็มาลงที่แปรงสีฟัน เพราะแปรงสีฟันเป็นอีกหนึ่งของใช้ที่เป็นขยะมากที่สุด เลยลองหาโรงงานในไทยพบว่าไม่มีใครทำ ทีนี้พอเซิร์ชหาก็เจอว่าที่จีนมีโรงงานทำแปรงสีฟันที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม แล้วเป็นงานกึ่งแฮนด์เมด คือทำจากไม้ไผ่ ซึ่งเป็นไม้ที่เกิดขึ้นตามธรรมชาติ ขึ้นง่าย โตเร็ว ไม่เป็นปัญหาเรื่องการทำลายป่า ขนแปรงที่ทำจากไนลอนปลอดสารบีพีเอที่พบในขวดพลาสติกทำให้เสี่ยงต่อโรคหัวใจ"

แปรงสีฟันไม้ไผ่ nuan นี้ ด้ามแปรงผลิตจากไม้ไผ่เกิดขึ้นตามธรรมชาติ ส่วนขนแปรงมีให้เลือก 2 แบบ คือขนแปรงเป็นไนลอนผสมเยื่อไม้ไผ่ นุ่ม ปลอดภัยกับเหงือกและฟัน สามารถนำไปรีไซเคิลได้ และขนแปรงชาร์โคล เป็นขนแปรงที่มีส่วนผสมของผงถ่านไม้ไผ่ ซึ่งมีคุณสมบัติในการดูดซับพิษและทำให้ฟันค่อยๆ ขาวขึ้น เมื่อใช้อย่างต่อเนื่อง

มากไปกว่านั้นเพื่อให้ทุกขั้นตอนไม่ใช่พลาสติกตามความตั้งใจ ทุกครั้งของการแพ็กของส่งลูกค้า เพ็ญนภาจะใช้กล่องกระดาษเก่าที่มี หรือใช้วัสดุที่ย่อยสลายได้เสมอ ฉะนั้นอย่าแปลกใจที่เมื่อได้รับสินค้าจะไม่มีพลาสติกแรปหรือพลาสติกกันกระแทก ทั้งนี้ก็เพื่อลดการสร้างขยะเพิ่มนั่นเอง S

☎ 08-1494-4299
Nuan Eco-friendly Products

|| HOW TO GUIDE ||

START ธุรกิจอย่างไร ให้ได้ไปต่อ

ด้วยความเป็นมือใหม่ที่เพิ่งเริ่มต้นเป็นเจ้าของธุรกิจ ผู้ประกอบการหลายคนมักประสบปัญหาในการดำเนินธุรกิจ ไม่ว่าจะเป็นเรื่องเงินทุน การไม่มีความรู้การทำธุรกิจ การตัดสินใจที่ไม่ระมัดระวังรอบคอบ บางคนสามารถแก้ปัญหาได้ถูกจุด ก็ทำให้ธุรกิจสามารถไปต่อได้ ขณะที่บางคนอาจต้องสะดุดหยุดระหว่างทาง มาดูกันว่าถ้าอยากเริ่มต้นธุรกิจแล้วไปต่อได้ ต้องทำอย่างไรบ้าง

1
มีไอเดียธุรกิจที่ชัดเจน

คือทำสินค้าอะไร กลุ่มเป้าหมายคือใคร จะใช้ช่องทางการตลาดไหน โครงสร้างต้นทุนมีอะไรบ้าง ต้องใช้ทรัพยากรอะไรบ้าง ฯลฯ ต้องตอบคำถามเหล่านี้ให้ได้ก่อนเพราะนั่นหมายถึงคุณรู้ว่ากำลังทำอะไรอยู่

2
มองคู่แข่งขันบ้างว่าเป็นใคร

เหมือนหรือแตกต่างจากเราตรงไหน บางคนอาจมองว่าการหมกมุ่นอยู่กับการแข่งขันนั้นไม่ใช่เรื่องที่ดี แต่การไม่สนใจในเรื่องนี้เลยจะเป็นอีกปัจจัยทำให้ธุรกิจไปต่อไม่ได้

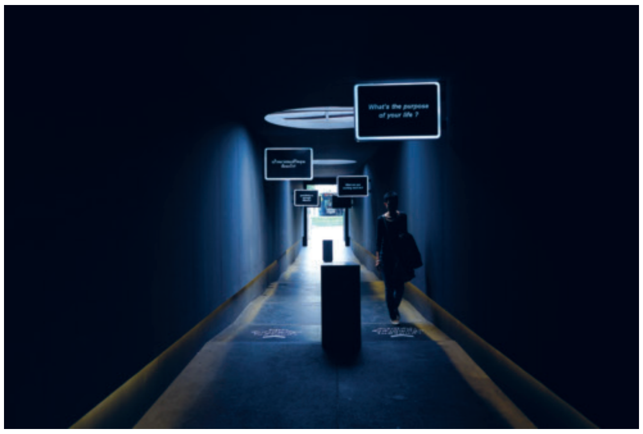
3
วางแผนแบบค่อยเป็นค่อยไป

การวางแผนธุรกิจจะช่วยให้เห็นแนวทางในการดำเนินธุรกิจว่าจะต้องทำอะไรบ้าง และสามารถรับมือกับปัญหาที่อาจเกิดขึ้น นอกจากนี้ ถ้าวางแผนแบบค่อยๆ ก้าวทีละขั้นก็จะช่วยลดความเสี่ยงในการทำธุรกิจได้

4
อย่าถอดใจง่ายๆ

สิ่งนี้เป็นคาถาประจำตัวผู้ประกอบการป้ายแดงก็ว่าได้ เพราะเลี่ยงไม่ได้ที่จะต้องเจอปัญหาในการทำธุรกิจ ซึ่งหลายคนท้อถอยและไม่ยอมเดินต่อ ทำให้ธุรกิจที่ทำมาตั้งแต่ต้นต้องปิดฉากลง

Text : Kritsana S. / Photo : Tumtist



DEATH CAFE

ฉีกกฎ คาเฟ่ สร้างประสบการณ์ความตายให้ลูกค้า

DEATH CAFE หรือในชื่อภาษาไทยว่า มรณานุสติ คาเฟ่ เป็นโลเกชั่นใหม่ในย่านอารีย์ที่เหล่าคนชอบล่าประสบการณ์ใหม่ให้ชีวิตต้องมาเช็กอินให้ได้ ครั้งแรกที่ได้ยินชื่อก็จินตนาการไปแล้วว่า คาเฟ่ต้องมีบรรยากาศหดหู่เป็นแน่ แต่เมื่อได้มีโอกาสพูดคุยกับ **ผศ.ดร.วีรณัฐ โรจนประภา** ผู้อำนวยการสถาบันคิดใหม่ ก็ได้คำตอบว่า แท้จริงแล้วที่แห่งนี้ไม่ใช่คาเฟ่อย่างที่หลายคนคิด หากแต่เป็นพื้นที่จัดแสดงผลการวิจัยเกี่ยวกับมรณานุสติ หรือการระลึกถึงความตาย เครื่องมือทางพระพุทธศาสนาที่เข้ามาช่วยแก้ปัญหาการทุจริตและความรุนแรงในสังคม เพราะเมื่อคนเราตระหนักว่า ความตายอยู่ไม่ไกลตัวก็จะใช้ชีวิตอย่างไม่ประมาท ละความชั่ว เร่งทำความดี โดยได้นำมรณานุสติมาสร้างเป็นวาทกรรมผ่านสินค้าเชิงสัญลักษณ์ของคนรุ่นใหม่อย่างคาเฟ่

ไฮไลต์หลักของที่นี่มีด้วยกัน 3 ไฮไลต์ ไฮไลต์แรกคือ อุโมงค์แห่งชีวิตที่เต็มไปด้วยชุดคำถามชวนให้ย้อนถามตัวเองว่า มีชีวิตอยู่เพื่ออะไร และมีการนำเทคนิคการออกแบบแสงและสีมาใช้ โดยแสงภายในอุโมงค์จะสว่างขึ้นเมื่อมีคนเดินเข้ามา ไฮไลต์ที่สองคือ มรณานุสติ คาเฟ่ ที่มีกิจกรรมทดลองตายก่อนตายให้ร่วมอย่างนอนในโลงศพ เพื่อระลึกถึงวาระสุดท้ายของชีวิต หลังจากขึ้นมาจากโลงจะได้เขียนสารถึงตนเองและเขียนพินัยกรรม ส่วนใครที่อยากทราบข้อมูลที่ถูกต้องเกี่ยวกับการเขียนพินัยกรรมและการบริจาคอวัยวะ ที่นี่ก็มีแฟ้มข้อมูลดังกล่าวให้อ่าน

ไฮไลต์สุดท้ายคือ เครื่องดื่มซิกเนเจอร์ เกิด แก่ เจ็บ ตาย ที่ได้แรงบันดาลใจจากเทวทูตทั้งสี่ โดย เกิด เป็นเครื่องดื่มรสเปรี้ยวซ่า แต่งปากแก้วด้วยน้ำตาลที่เปรียบให้เป็นอุปสรรคที่ต้องเจอในชีวิต แก่ โกโก้ร้อนที่เปรียบถึงการปล่อยวาง ท็อปด้วยมาร์ชเมลโลที่แทนความเสื่อมของอวัยวะ เจ็บ เครื่องดื่มสีช้ำเลือดช้ำหนอง สะท้อนภาพบาดแผลในชีวิต และ ตาย โกโก้ปั่นปักป๊อกกี้ 1 แท่ง ซึ่งป๊อกกี้แท่งนี้สื่อแทนธูปเคารพศพ ไม่เพียงเท่านี้ ประโยคเรียกลูกค้ารับเครื่องดื่มก็สะดุดหูไม่น้อย โดยพนักงานจะเรียกด้วยชื่อของเครื่องดื่มนั้นๆ เช่น ตายได้แล้วค่ะ

แม้จะเป็นคาเฟ่สุดแปลกที่มาที่เดียวได้ทั้งนอนโลง คุยเรื่องความตาย และจิบเครื่องดื่มจากเทวทูตทั้งสี่ แต่เชื่อหรือไม่คอกาแฟก็ไม่พลาดที่จะมาจิบกาแฟในบรรยากาศแบบนี้ และด้วยวัตถุประสงค์คาเฟ่แห่งนี้ที่สะท้อนข้อคิดต่างๆ เอาไว้มากมาย จึงไม่ได้เป็นเพียงความแปลกที่ให้คนมาถ่ายรูปหรือเช็กอินเท่านั้น แต่ยังได้อะไรกลับไปด้วย

นอกจากไฮไลต์หลักที่กล่าวไป ในแต่ละสัปดาห์ตลอดระยะเวลาที่จัดมรณานุสติ คาเฟ่จะมีกิจกรรมพิเศษที่ไม่ซ้ำกันให้ผู้มาเยือนได้ร่วมสนุก เช่น แข่งขันคิดค้นเมนูอาหารที่สะท้อนถึงคุณค่าการมีชีวิต ฟัง Death Talk ทอล์กโชว์จากคนที่เคยผ่านเหตุการณ์การฆ่าตัวตาย และ Death Table ลุ้นเป็นครอบครัวโชคดีรับประทานอาหารที่อยากรับประทานมากที่สุดในชีวิต ซึ่งปรุงโดยเชฟที่เก่งที่สุดในประเทศไทย

ทั้งนี้ DEATH CAFE จัดถึงสิ้นเดือนกรกฎาคมนี้เท่านั้น และในเดือนสิงหาคมจะมี BIRTH CAFE เข้ามาแทนที่ ซึ่งกิจกรรมหลักจะเกี่ยวข้องกับความกตัญญูต่อแม่ จากนั้นจะเปลี่ยนไปจัดแสดงเรื่องราวเกี่ยวกับความแก่และความเจ็บตามลำดับ โดยแต่ละเรื่องราวจัดแสดงเป็นระยะเวลา 3 เดือน

เห็นไหมว่า การสร้างประสบการณ์ที่แปลกใหม่ให้กับลูกค้าก็ช่วยสร้างความสำเร็จให้ธุรกิจได้ แต่อย่างไรก็ดี ผศ.ดร.วีรณัฐแนะนำว่า หากต้องการความสำเร็จที่ยั่งยืน ธุรกิจที่ทำต้องสามารถแก้ปัญหาในสังคมได้ด้วย

ซ.อารีย์ 1
เปิดบริการทุกวัน 09.00-19.00 น.
06-5095-6959
KidMaiDeathAwarenessCafe
@kid-mai.cafe

REAL-TIME MARKETING เทคนิคการตลาดโหนกระแสพาแบรนด์ดัง

Text : Kritsana S.

นาทีนี้ถ้าไม่พูดถึงบุพเพสันนิวาส ละครที่เรตติ้งพุ่งแรงแซงละครทุกเรื่องที่ออนแอร์อยู่ตอนนี้ คงกลายเป็นคนตกกระแสแน่ๆ จากความดังของละครทำให้คำว่า ออเจ้า กลายเป็นคำฮิตที่พูดกันทั่วบ้านทั่วเมือง รวมถึงสิ่งของหรือแม้กระทั่งเมนูอาหารที่ปรากฏในเนื้อเรื่องก็ไม่วายกลายเป็นสิ่งที่ถูกพูดถึงเช่นกัน

จากปรากฏการณ์ความดังที่เกิดขึ้น ทำให้แบรนด์ต่างๆ เลือกที่จะโหนกระแสนี้ด้วยการเชื่อมโยงสินค้าเข้ากับเนื้อหาของละคร เช่น เซเว่น อีเลฟเว่น โพสต์ภาพครีมเทียมข้นหวานแบรนด์ฟอลคอนและมะลิ พร้อมแคปชันแสดงความยินดี เพื่อให้เข้ากับฉากฟอลคอนแต่งงานกับแม่มะลิ ทั้งนี้ เซเว่นฯ ไม่ลืมที่จะพ่วงโปรโมชันแลกซื้อไว้ท้ายแคปชันด้วย เจคิว ปูม้านึ่ง ดิลิเวอรี โพสต์ขายกุ้งแม่น้ำยักษ์ที่เข้ากับฉากแม่การะเกดทำกุ้งเผา และ Tops ซูเปอร์มาร์เก็ตเจ้าดังก็ไม่พลาดที่จะทำคอนเทนต์ขายผ้าเช็ดทำความสะอาดกระจกเพื่อล้อไปกับคันฉ่อง (กระจก) ที่คุณพี่หมื่นพูดถึงในเรื่อง

การทำการตลาดกับกระแสฮิตในสังคมที่กล่าวไปข้างต้นเรียกว่า Real-Time Marketing ซึ่งมีประโยชน์กับแบรนด์ในแง่ของการมีตัวตนสินค้าของแบรนด์เป็นที่รู้จัก แบรนด์เป็นที่พูดถึงในช่วงที่กระแสดัง และลูกค้ามีส่วนร่วมกับแบรนด์มากขึ้นอย่างเห็นได้ชัด เพราะพวกเขารู้สึกอินไปกับคอนเทนต์ของแบรนด์

นี่คือ 4 เทคนิคสำคัญที่ทำให้แบรนด์ประสบความสำเร็จในการทำ Real-Time Marketing

ครีเอตคอนเทนต์ให้เปรี้ยงปัง

สร้างคอนเทนต์ให้มีความเชื่อมโยงกับกระแสมากที่สุด เช่น หยิบประโยคเด็ดของกระแสมาเล่น และต้องเป็นคอนเทนต์ที่สร้างการจดจำได้อย่างการออกแบบชุดของตัวแทนสัญลักษณ์ของแบรนด์ให้เข้ากับกระแส การทำเช่นนี้ส่งผลให้แบรนด์ไม่ได้เป็นแค่ส่วนหนึ่งของกระแสที่เมื่อกระแสหาย แบรนด์ก็หาย แต่ทำให้แบรนด์ยังคงถูกพูดถึงแม้กระแสซาไปแล้ว เนื่องจากคนยังจดจำคอนเทนต์ของแบรนด์ได้

ทั้งนี้ ในส่วนของการเลือกกระแสมาเล่น ควรเลือกเล่นกระแสที่เป็นประโยชน์กับแบรนด์ อย่าเล่นกระแสแง่ลบ เพราะอาจทำให้แบรนด์พัง และระวังการเล่นกับกระแสที่หมิ่นเหม่ หรือมีความละเอียดอ่อน เช่น เพศ การเมือง และศาสนา เป็นต้น

อย่าขายหนัก

พยายามสร้างคอนเทนต์ที่เป็นมิตรกับลูกค้ามากที่สุด เพราะคอนเทนต์ที่เน้นขายอย่างหนักหน่วงมักไม่ถูกแชร์ ซึ่งเป็นผลจากการที่ลูกค้ารู้สึกว่าถูกยัดเยียด และในที่สุดพวกเขาก็จะปิดกั้นตัวเองจากแบรนด์

เสิร์ฟถูกเวลา

ต้องติดตามความเคลื่อนไหวของกระแสอยู่ตลอดและปล่อยคอนเทนต์ออกมาในช่วงที่กระแสกำลังร้อนแรง อย่ารอเวลา เพราะคอนเทนต์อาจถูกเมินได้แม้ปล่อยออกมาช้าแค่วันเดียว ไม่เพียงเท่านี้ต้องเลือกช่องทางปล่อยคอนเทนต์ให้ดี ๆ เพราะถ้าปล่อยคอนเทนต์ในช่องทางที่ต้องผ่านการตรวจสอบจากระบบก่อนเผยแพร่ คอนเทนต์จะถูกเห็นช้า

ทำให้ต่อเนื่อง

เมื่อตัดสินใจทำคอนเทนต์ที่เล่นกับกระแสก็ควรทำต่อเนื่องไปเรื่อย ๆ เพราะทำให้แบรนด์อยู่ในสายตาของลูกค้าตลอดเวลา อีกทั้งยังช่วยส่งเสริมให้แบรนด์มีภาพลักษณ์ที่ทันสมัย ทันต่อกระแสสังคม

BONUS TIP สำหรับแบรนด์ที่ไม่มีสินค้าเกี่ยวข้องกับกระแสเลย แต่อยากเล่นกับกระแสเหมือนแบรนด์อื่นบ้าง แนะนำให้หาจุดเชื่อมโยงระหว่างกระแสกับแบรนด์ให้เจอ และสร้างคอนเทนต์ให้ล้อไปกับกระแสให้ได้

ทำยังไงดี เมื่อแบรนด์บนทวิตเตอร์อยากโหนกระแสบ้าง?

เทคนิคการทำก็คล้าย Real-Time Marketing แค่หยิบแฮชแท็กติดเทรนด์ทวิตเตอร์ในช่วงนั้นๆ มาสร้างคอนเทนต์ และทวิตให้เร็วที่สุด เช่น ทวิตคอนเทนต์ตอนละครฉายฉากที่มีเนื้อหาเชื่อมโยงกับแบรนด์ นอกจากนี้ ด้วยความที่ทวิตเตอร์กำหนดจำนวนตัวอักษรในการทวิตแค่ 280 ตัวอักษร ดังนั้น แบรนด์ต้องทวิตแคปชันที่สั้น แต่โดนใจชวนให้อยากรีทวิต และห้ามลืมติดแฮชแท็กยอดนิยมที่เลือกมาทำคอนเทนต์ ส่วนสำนวนที่ใช้ในทวิตเตอร์ แนะนำให้ใช้สำนวนเหมือนทวิตคุยกับเพื่อนมากกว่าสำนวนที่เป็นทางการและเน้นการขายมากเกินไป

Text : ณัฏฐพัชร กมลพลพัตร Founder & CEO : CEMSHALL

ปั้นยอดขายด้วยการตลาดแบบจริงใจ

ปัจจุบันนี้มี e-Commerce เกิดขึ้นมากมายหลากหลาย Platform ไม่ว่าจะเป็น Website หรือ Application โดยเฉพาะ e-Commerce ในรูปแบบของการค้าปลีกออนไลน์ (Online Retail) ที่หลายเว็บไซต์ทั้งในไทยและต่างประเทศทยอยเปิดตัวออกมาให้ผู้ใช้งานอย่างเราๆ ได้จับจ่ายใช้สอยกันตามพฤติกรรมและเทรนด์ของผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงไป

กลยุทธ์การตลาดหนึ่งที่หลายๆ แบรนด์มักนำมาใช้กันคือ "การจัด Promotion ลดราคา" ซึ่งอาจจะมาในรูปแบบของ "ลดทุกชั่วโมง ลดทุกวันที่...ของเดือน หรือลดตามเทศกาล" ก็ตาม โดยจะพ่วงมากับเงื่อนไขแปลกๆ แหวกๆ ล้ำๆ ให้เราได้ติดตามและเกาะติดกันสำหรับแฟนพันธุ์แท้ของแต่ละแบรนด์

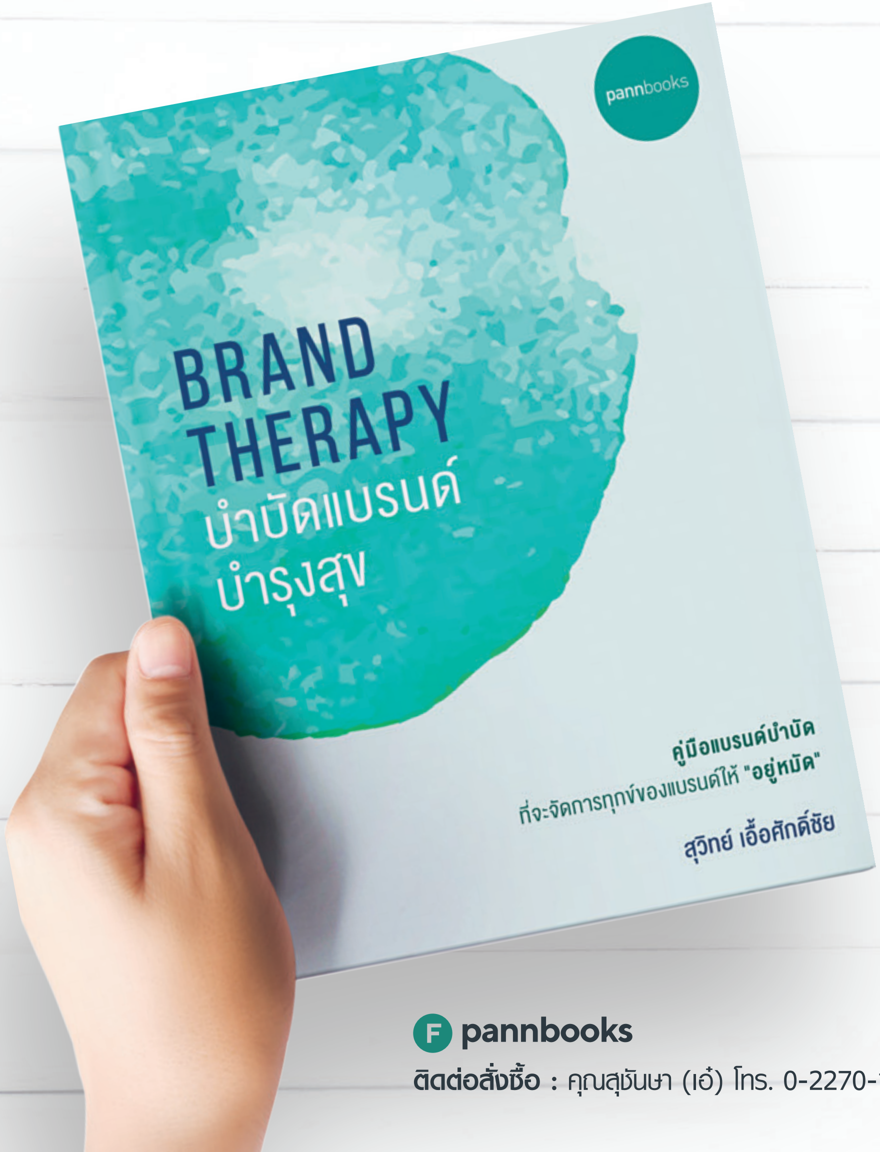
อย่างไรก็ตาม เคยสังเกตไหมว่า เดี๋ยวนี้สินค้าที่มี Promotion ลดราคามักจะ Out of Stock เร็วมากๆ จนอดตั้งข้อสงสัยไม่ได้ว่า Out of Stock จริงหรือเป็นวิธีการขายสินค้าอีกวิธีหนึ่งกันแน่

ยกตัวอย่างเช่น Promotion หนึ่งที่ถูกทำออกมาจากเว็บไซต์ขายสินค้าออนไลน์ที่จะมี Promotion ประจำวันออกมาโดยการให้ส่วนลดมากถึง 50-70 เปอร์เซ็นต์ ในส่วนของการซื้อสินค้าประเภทนาฬิกาตามวันและเวลาที่กำหนด ปรากฏว่าพอจะกดสั่งซื้อนาฬิกาเรือนหนึ่งที่ชื่นชอบกลับต้องไปเจอกับคำว่า "Out of Stock" และไม่ใช่แต่ชิ้นนี้ชิ้นเดียว ชิ้นอื่นๆ ที่ราคาเริ่มต้นหลักร้อยปลายๆ ถึงหลักพันต้นๆ ต่างก็ตกอยู่ในสถานะเดียวกัน ขณะที่สินค้าที่เหลือไว้ให้ได้ช็อปนั้นกลับกลายเป็นสินค้าที่มีราคาเริ่มต้นที่พันปลายๆ ถึงหลักหลายๆ พันบาทแทน

คำถามคือ เมื่อ Promotion บอกว่าเพิ่งจะจัดและลดราคาวันนี้เวลานี้ แล้วทำไมสินค้าหมดเร็วจัง? และเราจะรู้ได้ยังไงว่าสินค้าหมดจริง?

จากตัวอย่างนี้ ทำให้มองเห็นได้ว่า การที่ Promotion ของสินค้าและบริการจะสำเร็จได้ด้วยราคาที่ถูก เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้ง่าย และมอบสิทธิพิเศษมากมายให้ผู้ใช้งาน โดยทุ่มเทงบประมาณและเวลาไปกับสิ่งต่างๆ เหล่านั้น อาจกลายเป็นดาบสองคม ถ้า Promotion นั้น สร้างความกังขา ไม่โปร่งใสจริงใจ ซึ่งสุดท้ายแล้วอาจนำไปสู่การทำลายภาพลักษณ์ของแบรนด์

ขณะเดียวกันการตลาดที่ใช้วิธีการเปิดเผยข้อมูลและความจริงใจก็สามารถทำให้แบรนด์ประสบความสำเร็จได้เช่นกัน อย่างกรณีข้างต้น ถ้ามีการทำข้อมูลหรือสถิติแสดงให้ผู้ใช้งานเห็นชัดๆ กันไปเลยว่า นาฬิกานี้มีกี่เรือนที่ร่วมรายการ? และตอนนี้มีกี่เรือนที่ถูกขายไปแล้ว? เหลืออีกกี่เรือนที่ยังอยู่ในสต็อก? ให้ผู้ใช้งานได้เห็นกันแบบเปิดเผยน่าจะสร้างความประทับใจและน่าเชื่อถือได้ดีกว่า วิธีนี้ย่อมดีกว่าที่ไม่เปิดเผยอะไรเลย และอาจทำให้แบรนด์มีภาพลักษณ์ที่ดีขึ้นด้วยก็ได้ S



pannbooks

BRAND THERAPY

บำบัดแบรนด์ บำรุงสุข

หนังสือที่จะเปิดมุมมองให้เราตระหนักถึงความท้าทาย และประยุกต์ปรับใช้เพื่อให้ธุรกิจหรือแบรนด์รับมือหรือฟื้นตัว อย่างทันท่วงที และคงคุณค่าในแบบของคุณเอง

ผลงานล่าสุด ของ **แมธธ์-สุวิทย์ เอื้อศักดิ์ชัย** ที่จะบอกคุณว่า เมื่อแบรนด์ป่วยได้ ก็มีหนทางบำบัดและรักษาได้เช่นกัน ขอแค่หมั่นดูแลแบรนด์ และตรวจเช็กสุขภาพแบรนด์อย่างต่อเนื่อง เพื่อให้แบรนด์ยังอยู่ในใจของลูกค้า ได้อย่างมั่นคงและถาวร ไม่ว่าต้องเผชิญกับโจทย์หินแค่ไหน

pannbooks
ติดต่อสั่งซื้อ : คุณสุขันษา (เอ๋) โทร. 0-2270-1123-4 ต่อ 115

หนังสือมีจำหน่ายแล้ว ที่ร้านซีเอ็ด นายอินทร์ บีทูเอส คิโนะคูนิยะ และร้านหนังสือชั้นนำทั่วประเทศ

เกตุเสพย์สวัสดิ์ ปาลกะวงศ์ ณ อยุธยา

PASSION FIRST MONEY LATER

Interview

Text : ขวัญดวง แซ่เตีย / Photo : วิภาวดี พิสุทธิ์สิริอภิญญา, เจษฎา ยอดสุรางค์

หลายคนบอกว่า การทำในสิ่งที่รัก
คือสูตรสำเร็จที่จะทำให้เราเดินไปถึง
เป้าหมายได้ไม่ยากนัก
เสียแต่ว่าน้อยคนนักที่จะรู้ว่าตัวเอง
รักอะไร ชอบอะไร
ช่วงต้นของชีวิตเราจึงเสียเวลา
ไปกับการค้นหาตัวตนของตัวเอง
ซึ่งบางครั้งก็ต้องใช้เวลาทั้งชีวิตกว่าจะเจอ

บางคนจึงล้มเลิก แล้วหันไปรักในสิ่งที่ทำแทน แต่สำหรับ **เกตุเสพย์สวัสดิ์ ปาลกะวงศ์ ณ อยุธยา** หรือที่คนทั้งประเทศเรียกเขาจนติดปากว่า "น้าเน็ก" เขาไม่เคยท้อกับการค้นหาในสิ่งรัก ช่วงชีวิตที่ผ่านมาจึงแทบไม่มีอาชีพไหนที่เขายังไม่เคยทำ ตั้งแต่เด็กล้างรถ เด็กแจกใบปลิว ช่างซ่อมเครื่องใช้ไฟฟ้า โปรดิวเซอร์ ครีเอทิฟ นักข่าว จนมาลงเอยที่บทบาทของพิธีกรรับจ้าง ซึ่งไม่เพียงสร้างรายได้ให้เขาได้ใช้ชีวิตอย่างที่อยากเป็น แต่ยังสร้างโอกาสให้เขาได้ต่อยอดการค้นหาสำหรับบทบาทใหม่ในชีวิต นั่นคือการก้าวเข้าสู่โลกธุรกิจ ซึ่งเต็มไปด้วยความท้าทาย

แม้อายุที่มากขึ้น จะทำให้บทบาทใหม่นี้มีเดิมพันกับคำว่าอนาคตที่มั่นคง แต่มุมมองความคิดของน้าเน็กไม่ได้เปลี่ยนแปลงไปเลย เขายังคงเต็มที่กับสิ่งที่เป็นตัวเขา โดยเชื่อว่าทำให้เต็มที่กับสิ่งที่เป็นตัวเรา แล้วความสำเร็จจะตามมาเอง

ธุรกิจที่ทำอยู่ตอนนี้มีอะไรบ้าง

จริง ๆ งานหลักของผมตอนนี้ยังคงเป็นพิธีกรรับจ้าง ซึ่งเป็นอาชีพที่ทำเงินให้ผม 75 เปอร์เซ็นต์ของรายได้ทั้งหมด ตอนนี้ผมทำอยู่ 7-8 รายการ ซึ่งเยอะมาก ส่วนธุรกิจที่ทำจริง ๆ นี่เพิ่งเริ่มเมื่อ 16 มกราคมที่ผ่านมา ก็คือคอนเทนต์ออนไลน์ ผมเปิดแชนนัลที่ชื่อว่า nanake555 ผ่านทางเฟซบุ๊ก และอินสตาแกรม ทวิตเตอร์ เว็บไซต์ ยูทูบ โดยใช้ชื่อเดียวกันหมด แต่จะไลฟ์บนเฟซบุ๊กเยอะที่สุด อะไรที่เหลือจากเฟซบุ๊กก็จะเก็บไปลงในยูทูบ ส่วนอินสตาแกรมทำหน้าที่ในการโปรโมต โดยจะมีรายการสดทุกสัปดาห์ ชื่อรายการสำลักข่าว ลำสาลีนิวส์ เป็นวาไรตี้ทอล์กโชว์ เชิญแขกสัมภาษณ์แขก แล้วก็เล่าข่าวทอล์ก ออฟ เดอะ ทาวน์ แล้วก็มีงานเล็ก ๆ น้อย ๆ แล้วแต่ลูกค้าต้องการ อย่างมีลูกค้ามาจ้างทำคลิปรายการ จ้างทำไวรัล จ้างให้ Tie-in ในรายการ หรือบางทีก็มีลูกค้ามาซื้อไลฟ์สดโปรโมตงานอะไรประมาณนี้

เรียกว่าเปิดแชนนัลนี้มาเพื่อรองรับงานโฆษณาโดยเฉพาะอย่างนั้นหรือเปล่า

เอาจริง ๆ ผมก็ไม่รู้เหมือนกันนะว่า ตัวเองกำลังทำอะไรบนออนไลน์ รู้แต่ว่าที่นี่มีคนดู พฤติกรรมของคนเปลี่ยนไปแล้ว เราไม่ได้นั่งรอคอนเทนต์ก่อนหน้านี้ในวงการทีวีจะมีคำพูดที่ว่าโกโบริตาย เขาทรายต่อย รถจะโล่ง เพราะทุกคนต้องรีบกลับบ้านไปดูโกโบริตาย หรือดูเขาทรายต่อย แต่พฤติกรรมแบบนี้ไม่มีอีกแล้วในยุคนี้ เพราะคนไม่รอคอนเทนต์ ดูหนังดูย้อนหลังก็ได้ ไม่มีทีวีก็ดูในมือถือ เบื่อรายการในทีวีก็เปิดรายการที่ชอบดูในยูทูบ

ขณะที่เครื่องมือเปลี่ยน พฤติกรรมคนเปลี่ยน แต่งานของผมยังเหมือนเดิมคือ เป็นผู้ให้ความบันเทิง แต่ถามว่าคุณจะไปให้ความบันเทิงที่ไหน ก็ต้องเป็นที่ที่มีคนดูเรา ผมมีแค่นี้ก่อน สิ่งที่ตามมาคือ ตั้งแต่ 16 มกราคม จนถึงตอนนี้ผมได้เงินจากงานที่เริ่มต้นด้วยความไร้เดียงสาเกือบจะถึง 5 ล้านบาทแล้ว โดยที่รายจ่ายยังมีไม่ถึง 400,000 บาทเลย แต่ทั้งปีจะเป็นยังไงเดี๋ยวว่ากันอีกที สุดท้ายท้ายสุดแล้วผมเชื่อว่าลูกค้าที่เข้ามาเขาสัมผัสได้ว่า ผมกำลังทำอะไรอยู่ ที่สำคัญผมโชคดีที่โมเดลธุรกิจออนไลน์ของผมมีแต่คนระดับเซียนเข้ามาช่วยงาน คนหนึ่งคือ ปิงปอง (นิติพัฒน์ สุขสวย) ที่ย้ายจากสิ่งพิมพ์มาทำงานข่าวออนไลน์ มีประสบการณ์ในการทำงานออนไลน์มาก่อน ส่วนอีกคนหนึ่งก็เป็นมือออนไลน์อันดับต้น ๆ ของประเทศเลยก็ว่าได้

คิดว่าอะไรที่ทำให้ธุรกิจคอนเทนต์ออนไลน์ของเราได้รับเสียงตอบรับที่ดี

คำตอบคือลูกค้ารออยู่แล้วว่า เมื่อไหร่น้าเน็กจะออนไลน์สักที ทุกคนอยากซื้อน้าเน็ก แต่ในทีวีดิจิทัลราคาสูงมาก ทำให้เขารู้สึกว่าบนออนไลน์เข้าถึงผมได้ง่ายกว่า ในราคาที่ไม่ต้องขนาดนั้น แค่ซื้อนาทีเดียว อาทิตย์เดียว หรือรีวิวเดียวก็ทำได้ แล้วคุยจบเร็วใน 5 นาที ก่อนหน้านี้ลูกค้าอยากซื้อเรา ต้องไปซื้อกับรายการที่มีน้าเน็กเป็นพิธีกรรับจ้าง ต้องติดต่อกับคนหลายชั้นมาก ขณะที่ nanake555 เป็นสื่อที่มีความเป็นเฉพาะตัวสูงมาก ลูกค้าก็ตามกันมา และสิ่งที่เราเป็นก็ตอบสนองกับหลาย ๆ โปรดักต์

ผมจะถามลูกค้าเสมอว่า ทำไมถึงเลือกผม เพราะตอนนี้เพจผมก็ไม่ได้มีคนมาติดตามมากไปกว่าดาราอีกหลาย ๆ คน อย่างไดมอนด์เกรนส์ซื้อผมเป็นล้าน เพราะเขาเห็นประโยชน์ที่จะได้รับเห็นว่าเราไม่ใช่แค่พรีเซนเตอร์ในโฆษณา แต่เราอ้วนจริง และอยากให้เราร่วมโปรเจกต์กับเขา คือใน 3 เดือนให้กินจริง ๆ แล้วให้คนดูผลว่าน้ำหนักลดได้จริง ซึ่งผมว่าสมัยนี้เราต้องพูดกันตรง ๆ การตลาดสมัยนี้หลอกกันไม่ได้ อร่อยต้องอร่อยจริง ดีต้องดีเห็นชัด และพิสูจน์ได้ นโยบายของผมคือหนึ่งต้องดูว่าลูกค้าอยากได้อะไร สิ่งที่คุณอยากได้จะสะท้อนออกมาเป็นราคาที่คุณต้องจ่าย ถ้าอยากได้ยอดขาย วิธีการคุยกับคนเพื่อกระตุ้นให้เขาไปซื้อของ ราคาก็จะเป็นอีกแบบหนึ่ง แต่ถ้าแค่ต้องการให้คนรู้จักแบรนด์ก็จะเป็นอีกแบบหนึ่ง

จากคอนเทนต์ออนไลน์ ก็เลยเป็นโอกาสให้ได้ต่อยอดมาทำเนื้อทอดเทวดาขายหรือเปล่า

เนื้อทอดเทวดานี่ มาจากเพื่อนผมชื่อปิงปอง เห็นเลขาซื้อมากินบ่อย ๆ เห็นบ่อย ๆ เข้าก็เลยขอลองชิม ปรากฏว่าอร่อยมาก ให้ใครชิมทุกคนก็บอกว่าอร่อยเหมือนกันหมด อร่อยชนิดที่ว่าซื้อมา 10 กระป๋องวางลงบนโต๊ะหมดภายในพริบตา จนต้องสั่งเพิ่มขึ้นเรื่อย ๆ ให้เลขาโทรศัพท์สั่ง สั่งไปสั่งมา ปลายสายเป็นเจ้าของรับสายเอง พูดท้าทายกลับมาว่า "ถ้าพี่สั่งเยอะขนาดนี้มาหุ้นกันเลยมั้ย" ผมสนใจก็เลยบอกให้นัดมาคุยกัน เขาทำเนื้อแบบทอดเองขายเอง วันหนึ่งทอดได้เต็มที่ 200 กระป๋อง เอาไปวางโมเดิร์นเทรด แต่ปัญหาคือ ขายได้เท่าไรจ่ายเท่านั้น กลายเป็นงูกินหาง เพราะโมเดิร์นเทรดตัดจีพีเยอะ แล้วก็ขายได้ไม่มาก วันหนึ่งเต็มที่ก็ 100-200 กระป๋องแล้วก็ไม่โต สิ่งที่เขาต้องการคือ อยากได้เงินทุนเพิ่ม

ผมคุยกับเขาแล้วถูกคอ เพราะเราเป็นคนไม่มีนอกมีใน ก็เลยเข้ากันได้ดี ผมไปดูโรงงานเขาคราฟต์มาก คนทอดมีอยู่ 3 คน มีป้าอยู่คนตักเนื้อทอดใส่ถุงวางตาชั่ง อัดไนโตรเจนเข้าไปคือทุกอย่างมีมาตรฐาน มีทั้ง อย. ทั้งฮาลาลครบหมด แต่เป็นงานที่ใช้มนุษย์ทำทั้งหมด ไม่มีเครื่องจักรอุตสาหกรรมเลย ผมกับเพื่อนก็เลยตัดสินใจจดบริษัทเป็นโฮลดิ้งแล้วไปเข้าหุ้นเพื่อเพิ่มทุนให้เขา แล้วตกลงกันว่าให้เขาดูแลเรื่องการผลิต ส่วนผมดูเรื่องงานมาร์เกตติ้งเป็นหลัก

คิดจริงจังกับเรื่องการทำธุรกิจแค่ไหน

> การตลาดสมัยนี้หลอกกันไม่ได้
> อร่อยต้องอร่อยจริง
> ดีต้องดีเห็นชัด และพิสูจน์ได้
> นโยบายของผมคือ
> หนึ่งต้องดูว่าลูกค้าอยากได้อะไร
> สิ่งที่คุณอยากได้จะสะท้อนออกมา
> เป็นราคาที่คุณต้องจ่าย

ผมทำธุรกิจไม่ได้คิดอยากรวยนะ เป้าหมายของผมไม่ใช่รวยเร็ว เพราะสมัยเป็นเด็ก พ่อกับแม่ผมทำฟาร์มไก่ ผมนี่รวยที่สุดในกลุ่มเพื่อน แต่ภาพที่คุ้นตาคือ พ่อแม่ต้องออกจากบ้านแต่เช้ามืด และกลับหลังเที่ยงคืนไปแล้ว กลับมาถึงก็นอนสลบอยู่บนโซฟา ผมต้องลุกขึ้นมาเป็นคนห่มผ้าให้ เป็นอย่างนี้ชั่วนาตาปี ขณะที่พวกเพื่อนๆ ทุกคนมีชีวิตสุขสบายวันๆ ได้เล่นกีตาร์ร้องเพลงกันสนุกสนาน เห็นแล้วทำให้ไม่อยากมีกิจการใหญ่โต ไม่อยากรวย ความคิดนี้ติดตัวผมมาจนโต ไม่ว่าทำอะไรผมจะมองเรื่องเงินเป็นเรื่องสุดท้ายเสมอ สมัยผมหนุ่มๆ อายุ 20 ต้นๆ ผมเลือกทำงานที่ตัวเองชอบโดยไม่ได้คิดเลยว่ารายได้จะเป็นเท่าไร สถานะของงานจะเป็นยังไง ผมเคยถือวุฒิปริญญาตรีเกียรตินิยมไปสมัครเป็นเด็กปั๊มล้างรถที่เชียงใหม่แลกกับเงินเดือน 1,500 บาท เหตุเพียงเพราะผมชอบรถ ผมทำงานเป็นเด็กล้างรถได้สักพักก็เริ่มคิดได้ว่าตัวเองจบมาด้านสื่อสารมวลชน จะมามัวล้างรถอยู่อย่างนี้ได้ยังไง ก็เลยเข้ากรุงเทพฯ มา งานแรกคือ แจกใบปลิว เพราะอยากรู้จักกรุงเทพฯ ทุกซอกซอย และไม่อยากนั่งทำงานในออฟฟิศ แต่ผมไม่คิดว่ามองว่ามันเป็นงานแจกใบปลิว มองว่ามันเป็นงานประชาสัมพันธ์ คนที่ไปทำงานด้วยกันแต่ละคนจะได้คนละ 500 แผ่น ถ้าคิดแบบเด็กแจกใบปลิวคือ ทำยังไงให้ปึกนี้หมดไปให้เร็วที่สุด ก็จะแจกดะไปทั่ว แต่ผมจะเลือกแจกคนที่เป็นเป้าหมายเหมาะสำหรับใบปลิว ใครก็ตามที่ผมแจกใบปลิวให้จะต้องมีเงินจ่าย วันหนึ่งแจกได้ 20-30 คนผมก็เลิกแล้ว แต่พอกลับถึงออฟฟิศ โดนด่าเลย ถ้ามองในฐานะเด็กแจกใบปลิวผมสอบตก เพราะแจกไม่หมด แต่ในฐานะนักประชาสัมพันธ์ผมคิดว่าตัวเองสอบผ่าน สุดท้ายก็คือตลอดหนึ่งอาทิตย์ที่ผมแจกใบปลิว น่าจะมีคนไม่ถึง 200 คนที่ได้รับใบปลิวจากผม ที่ผมจำพวกเขาได้เพราะผมเลือก ผมนั่งเล็งพวกเขาไว้ก่อนที่จะเดินเข้าไปแจก แล้วผมจำได้ว่าในจำนวน 200 คนที่ผมแจกมีเกิน 50 คนที่มาในงานแสดงสินค้า วิธีการทำงานของผมเป็นอย่างนี้มาตลอด ไม่ว่าจะทำอะไร ผมจะนึกถึงหน้าที่ของตัวเองเสมอ

หลักที่ผมใช้ในการเลือกงานมีแค่ 2 ข้อ หนึ่งคือว่างานนี้มันเป็นตัวตนจริงๆ ของเราหรือเปล่า สอง เรารักและมีความสุขกับมันไหม คิดแค่ 2 เรื่องนี้แล้วเรื่องเงินจะตามมาเอง และจะตอบแทนเราอย่างสมน้ำสมเนื้อ เผลอๆ จะเยอะกว่าด้วยซ้ำ แต่ทุกครั้งด้วยความที่ผมให้ความสำคัญ 2 เรื่องแรกมาก พอมันตอบแทนเข้ามาแค่ระดับหนึ่งผมก็พอใจแล้ว เพราะถ้าย้อนกลับไปตั้งแต่แรกความฝันของผมคือ มีกินมีใช้ก็พอ ผมไม่เคยคิดเลยว่าปีนี้ผมจะต้องทำให้ได้เท่านั้นเท่านี้ เพราะผมเชื่อว่าถ้าดำเนินชีวิตแบบนี้ไปจนวันตาย มันก็จะพอดีของมันเอง

ก็เลยเริ่มต้นธุรกิจแบบง่ายๆ ไม่ต้องคิดอะไรมาก

ก็ไม่รู้ว่าจะยุ่งยากไปทำไม เพราะผมรู้สึกว่านี่ละคือของที่ผมอยากจะขายจริงๆ ถ้าเทียบกับก่อนหน้านี้เคยมีคนมาชวนผมขายยาปลูกหนวดให้ช่วยเป็นพรีเซนเตอร์ให้ ยาปลูกหนวดขวดหนึ่ง 450 บาท ต้นทุน 70 บาท ขายได้เท่าไรหักเป็นค่าการตลาด 10 เปอร์เซ็นต์ที่เหลือแบ่งกันคนละครึ่ง แถมให้สิทธิ์ผมเป็นตัวแทนจำหน่ายคนเดียว คิดดูว่าจะทำให้ถึงร้อยล้านนี่แป๊บเดียวเองนะ แต่ผมไม่เอา เพราะพอลองทาแล้วมันไม่เห็นขึ้น แล้วผมก็มองภาพตัวเองขายยาปลูกหนวดไม่ออก ผมไม่ได้ว่าคนที่ขายของพวกนี้ไม่ดีนะ เพียงแต่เป้าหมายของผมไม่ใช่เงิน แล้วทำให้บางทีรู้สึกว่าเสียเวลาถ้าจะมานั่งถกกับคนที่ยืนอยู่บนคนละหลักการกับเราจริงๆ ขายยาปลูกหนวดนี่ทำเงินได้ดีกว่านะ เนื้อทอดนี้เฉพาะทุนก็ตก 130 บาทแล้ว มาร์จินต่อกระป๋องน้อยมาก ถ้าจะขายให้ได้ร้อยล้าน ต้องทอดกันเท่าไร ต้องใช้ผู้คนมากมายแค่ไหน แถมยังต้องมาเล่า Story แบบเต็มสตรีมกันอีก กี่หมื่นกี่แสนครั้ง แต่มันต่างกับยาปลูกหนวดตรงที่มันอร่อยจริง แล้วกินได้เรื่อยๆ ไม่มีเบื่อ ผมกล้าการันตีได้เลยว่าใครก็ตามที่กินเนื้อทอดเทวดา ขอแค่ได้ลองทุกคนจะต้องบอกว่าอร่อย นี่คือ Passion ล้วนๆ ที่ทำให้ผมรู้สึกสนุก และตื่นเต้นที่จะได้ทำ

เป้าหมายของน้าเน็กไม่ใช่เงิน แล้วเป้าหมายของคุณสยามที่เป็นหุ้นส่วนด้วยกันล่ะ

ผมก็ไม่ได้โลกสวยถึงขนาดว่า ไม่ได้คาดหวังรายได้เลยนะ แต่มีความรู้สึกว่ามันจะรวยกับเราไหม มันจะคุ้มไหม มันจะเมกมันนี่ให้เรามีรายได้มหาศาลหรือเปล่า ตรงนั้นไม่ได้คิดเลย แต่ในหลักการของการซื้อมาขายไปมันต้องมีเรื่องของกำไรอยู่แล้วล่ะ และสยามก็คิดแบบนี้เหมือนกัน เพราะเขาก็ทอดของเขาอย่างนั้นมาตั้งแต่แรกแล้ว มันทำเองทุกอย่างดูโรงงานเอง วิ่งส่งของเอง เพียงแต่เขารู้สึกเหนื่อยโดยที่ยังไม่เห็นผลในระดับที่ทำให้มีความสุข แต่สุดท้ายท้ายสุดแล้ว ผมเชื่อว่าสยามเพื่อนผมจะทำในสิ่งที่เขาชอบทำที่สุด เขาชอบที่จะทำเนื้อทอดก็ให้เขาทำไป ส่วนผมก็จะทำหน้าที่ขายให้

อาจจะฟังดูวิธีคิดของผมไม่มีแก่นสารอะไรให้เด็กรุ่นหลังเอาไปคิดต่อยอดได้เหมือนเถ้าแก่น้อยร้อยล้านเลยนะ ชีวิตนักธุรกิจของผมเหมือนชะตาฟ้าลิขิต แต่ผมเป็นอย่างนี้มาทั้งชีวิต ปล่อยให้จังหวะชีวิตมันพัดพาไปเอง แต่ผมก็ไม่ได้ผลักทุกอย่างให้เป็นเหมือนโชคชะตา หรือบุญมาวาสนาส่งทั้งหมดหรอกนะ ผมก็เชื่อว่าท้ายที่สุดแล้วความเป็นตัวเรานั่นแหละ ที่เป็นตัวชักนำพาเราไปเอง ถ้าเราไม่เป็นเราก็อาจจะไม่เป็นผมอย่างวันนี้ก็ได้เหมือนอย่างตอนที่เจ้าของยาปลูกหนวดมาคุยกับผม แล้วสุดท้ายเราก็ลงเอยกันไม่ได้ ผมเชื่อว่ามันมีจังหวะอะไรบางอย่างที่ทำให้ผมกับสยามมาเจอกัน แล้วสุดท้ายเราเป็นเรา มันทำให้เรารู้ว่าเราควรได้หรือไม่ควรได้อะไร

คิดว่าจะทำตลาดยากไหม

แรกๆ ก็กังวลอยู่นะว่าจะทำยังไงให้คนรู้จักเนื้อทอดเทวดา แล้วทำให้สินค้าซื้อง่ายขายคล่องเราจะคุยกับลูกค้า หรือสื่อสารแบรนด์ของเราออกมายังไง แต่สุดท้ายท้ายสุดกลับมาที่หลักการเดิมคือ ทำทุกอย่างให้ดีที่สุดแล้วเดี๋ยวเงินจะมาเอง สิ่งที่ผมกังวลมากกว่าก็คือ เราจะยังคงคุณภาพการผลิตให้งดงามตามเดิมได้ยังไง ผมคุยกับสยามว่าที่ผ่านมาเขาทอดได้วันละ 200 กระป๋อง ถ้าวันหนึ่งต้องทอดวันละ 1,000 กระป๋องจะงดงามแบบนี้เหมือนเดิมไหม พอสเกลงานใหญ่ขึ้นคุณภาพจะลดลงไหม ผมบอกสยามให้เขาโฟกัสกับเรื่องการผลิตให้ได้คุณภาพแบบนี้ให้ได้ ส่วนเรื่องงานขายเดี๋ยวผมจัดการให้เอง แล้วผมก็เชื่ออย่างที่เชื่อเสมอมาว่า สิ่งที่เราทุ่มเทไปมันจะตอบแทนกลับมาเป็นเงินเอง โดยไม่ได้สนใจว่ามันจะเป็นเท่าไร

วางกลยุทธ์การทำตลาดให้กับเนื้อทอดเทวดายังไง

อันดับแรกผมจะทำให้มันเป็นที่รู้จักมากยิ่งขึ้น แผนการตลาดของผมเรียบง่ายมาก ผมไปที่กองบาวยังบลัด เดินไล่ถามเลยว่ามีใครกินเนื้อบ้างแล้วพูดตรงๆ ว่าผมกำลังจะขายเนื้อทอดเทวดาอยากให้ลองชิมดูหน่อย ถ้าไม่อร่อยให้เตะ แล้วถือว่าเรื่องนี้ไม่เคยเกิดขึ้น แต่กินไปแล้วคุณว่ามันอร่อย ผมขอ 1 รูปว่า คุณเป็นคนหนึ่งที่พิสูจน์

แล้วว่ามันอร่อย ผมก็เลยได้รูปเอ๊ะ-จิรากร กับครูอ้วนมา พี่แอ็ด คาราบาว กินแล้วอร่อยเลยขอกลับบ้านอีก 2 กระป๋อง ผมก็เลยได้รูปพี่แอ็ดมาด้วย ผมเลือกแต่เฉพาะคนที่กินจริงๆ บางคนบอกแข็งฟันไม่ดีเคี้ยวไม่ไหว ผมก็ไม่เอา แล้วผมก็จะเอาผู้คนเหล่านี้ช่วยกันบอกว่าเนื้อทอดของผมอร่อยแค่ไหน เพราะถ้าให้คนมาฟังผมพูดคนเดียวคนอาจจะมองว่าผมโม้ ก็อยากให้คนเหล่านี้มาช่วยยืนยันอีกที แล้วก็ใช้สื่อออนไลน์ของผมกระจายออกไป แล้วก็จะมีออฟไลน์ด้วย ผมใช้วิธีแมนนวลมากคือ ปากต่อปากนี่แหละ บอกไปยังกลุ่มเพื่อนผมจนตอนนี้เริ่มมีเสียงขอเป็นตัวแทนกันมาบ้างแล้ว เพราะเขาไปเห็นในอินสตาแกรม และทวิตเตอร์ เพื่อนผมบางคนเป็นหมอ ก็ใช้วิธีแบบเดียวกัน คือเอาไปตั้งไว้กลางกลุ่มเพื่อนแล้วบอกว่า "เอ้า... ลองชิมดู ถ้าไม่อร่อยให้เตะ" ผมบอกเลยว่าโปรดักต์นี้ทำการตลาดง่ายมาก เพราะมันดีจริงๆ ขอแค่ให้คนรู้

ในส่วนของตัวโปรดักต์มีเข้าไปช่วยปรับเปลี่ยนอะไรด้วยไหม ในแง่ของการตลาด

ผมไม่ได้ไปปรับเปลี่ยนอะไรของเขาเลย อะไรที่เป็นความงดงามของเขาอยู่แล้ว ไม่ว่าจะเป็นชื่อแบรนด์ หรือแพ็กเกจจิ้ง ผมไม่แตะเลย เพียงแต่จะเพิ่มในส่วนของสติกเกอร์เป็นรูปผมบนฝาพร้อมกับข้อความ "ไม่อร่อยให้เตะ" ที่ใช้รูปผมนี่ไม่ใช่เพราะอยากใช้ความเป็นน้าเน็กขายนะ เพียงแต่เราอยากรับรองด้วยตัวเองว่า "พี่...มันดีจริงๆ" คือส่วนตัวผมมองว่า ชื่อเสียงเป็นดาบสองคม ถ้าเอะอะเอาเปรียบคนโดยการใช้ความดัง เพื่อให้คนมีความรู้สึกเชื่อใจ ผมรู้สึกว่าอย่างนี้มันไม่แฟร์ เหมือนคุณมีหนวดแล้วไปขายครีมปลูกหนวด ถือว่าหลอกคน เพราะว่าหนวดคุณมันงอกมาเองอยู่แล้ว ยานี่ไม่ได้ช่วยอะไรคุณเลย อย่างนี้ผมไม่เอาด้วย

ช่องทางจำหน่ายที่คิดไว้ ตอนนี้จะเป็นที่ไหนบ้าง

ตอนแรกจะเข้าโมเดิร์นเทรด แล้วก็พวกคอนวีเนียนสโตร์ แต่จากที่คุยกับเพื่อนหลายคนที่ทำธุรกิจแล้วเอาสินค้าไปวางขายในโมเดิร์นเทรดหลายคนจะพูดตรงกันว่าบางทีเราต้องปรับขนาดให้เล็กลง แต่เรามองว่าถ้าปรับขนาดลงแล้วมันจะไม่น่ากินเลย เลยไม่เอาดีกว่า เพราะเรารู้สึกว่าเรารักมันไม่ใช่แค่รสชาติ แต่เราชอบไซส์ ชอบแพ็กเกจที่มันเป็นด้วย ชอบที่เขาถนอมมัน เอาใจใส่กับมันทุกขั้นตอน อัดไนโตรเจนมา ใส่ถุงฟอยล์แล้วใส่ถ้วยมีฝาปิดมาอีกทีสามารถเก็บไว้กินได้นานถึง 8 เดือน แกะถุงกินแล้ว กินไม่หมดก็ปิดฝาไว้กินต่อได้ มันลงตัวมากๆ ในทุกอย่าง ไม่ว่าจะเป็นฟังก์ชันการใช้งาน หรือความสวยงามของแพ็กเกจจิ้ง เล็กกว่านี้ก็คงไม่ดี ใหญ่กว่านี้ก็คงไม่ใช่ ก็เลยไม่ได้สนใจที่จะเอาสินค้าเข้าโมเดิร์นเทรดเท่าไร อาจจะมีวางขายที่วิลล่ามาร์เก็ตสัก 2-3 ที่ แค่ให้คนรู้สึกว่าสินค้าของเราไม่ใช่แค่ไก่กา เพราะการเอาสินค้าเข้าไปวางในห้างสรรพสินค้าก็เหมือนกับเป็นการสร้างการรับรู้แบรนด์ เวลาคนเข้าไปเห็นสินค้าเราในห้าง ส่วนเรื่องของยอดขายผมแทบไม่ได้หวังเลย แล้วเดี๋ยวนี้มีช่องทางในการนำสินค้าไปถึงมือคนได้เยอะมาก ง่ายสุดก็คือ ออนไลน์

วางอนาคตของเนื้อทอดเทวดาไว้ไกลแค่ไหน

จริงๆ ผมคิดไปถึงเรื่องการส่งออกเลยด้วยซ้ำ คิดว่าถ้ามันพีกไปถึงขั้นนั้นได้จริงๆ เราคงจะปล่อยเรื่องนี้ให้เป็นหน้าที่ของคนที่มีความเชี่ยวชาญด้านนี้จริงๆ เพราะเรารู้ว่าเราทำได้ประมาณหนึ่งเท่านั้นเองคือ เข้ามาร่วมทุน และช่วยโปรโมตให้

แต่ถ้าธุรกิจขยายใหญ่โตถึงขั้นส่งออกจริง ๆ จัง ๆ คงต้องให้มืออาชีพมาทำ ส่วนเรื่องการอัพสเกลธุรกิจ มันเป็นเรื่องอุปทานอุปสงค์ที่ง่ายมาก ตอนนี้ 1 กระทะทอดได้ต่อวัน 200 กระป๋อง เพิ่มขึ้นมาอีกกระทะเพื่อให้ได้ 500 กระป๋องต่อวัน เอาแค่นี้ก่อนแต่ผมว่านะ เริ่มต้น 2 เดือนแรกยังเป็นตัวเลขหลอก ๆ เดี๋ยวคนนั้นก็สั่ง คนนี้ก็สั่ง สั่งกันทีเยอะ ๆ แค่ 2 เดือนแรกยอดออร์เดอร์มาจนผลิตไม่ทัน แต่ยังเชื่อไม่ได้ เพราะมันยังใหม่ คนยังเห่อกันอยู่ พอพูดว่าอร่อยทุกคนอยากลองของ คนที่รู้จักผม คนที่รู้จักแบรนด์นี้ ใคร ๆ ก็อยากอุดหนุน เพราะฉะนั้นยอดขาย 2 เดือนแรกยังเชื่อไม่ได้ ต้องรอดูก่อนว่าเขาจะกินครั้งที่สอง ครั้งที่สามตามมาหรือเปล่า

แล้วของกิน เป็นสินค้าที่อยู่ในตลาดทะเลแดงเดือดมาก เนื้อทอดเป็นของกินไม่ต่างอะไรกับเอแคลร์ ลูกชิ้นปิ้ง ข้าวมันไก่ เพราะสุดท้ายมันก็คือของที่ใส่ปากกิน เพราะฉะนั้นพวกเราจะต้องดูให้ชัดก่อนว่าทิศทางจะเป็นยังไง ตัวเลข 2-3 เดือนแรกยังเป็นเพียงตัวเลขหลอก ๆ ที่ยังเอามาคำนวณหรือประเมินอะไรไม่ได้ ไม่ใช่ไปบ้าจี้มียอดออร์เดอร์มาเป็นหมื่นกระป๋องแล้วคิดว่าจะขายดีรีบขยายโรงงานเพื่อขยายกำลังการผลิตทันที พอตัวเลขจริงมาลงฮวบเลย ทีนี้ลำบากแล้ว เราคุยกันว่าเราจะทำธุรกิจนี้ให้เติบโตแบบค่อยเป็นค่อยไป

ถ้ามีออร์เดอร์เข้ามามาก ในช่วงที่ทิศทางยังไม่ใช่ เรามีวิธีในการรับมือกับสถานการณ์ยังไง

เราก็อาจต้องบอกไปตรง ๆ ว่า ของหมด ผลิตไม่ทัน ถ้าพี่ชอบจริง ๆ รอหน่อยแล้วกัน ทำแบบนี้เราก็จะไม่พองกันแบบกลวง ๆ ตอนนี้เรื่องการผลิตผมยังไม่กังวลมากเท่ากับการสื่อสารกับลูกค้า เรามีจัดอบรมพนักงานให้เข้ามาดูแลเรื่องนี้โดยเฉพาะ การตอบไลน์ลูกค้า วิธีที่เราใช้ในการสื่อสารแทนที่จะพูดแบบภาษาพูดทั่ว ๆ ไป อาจจะทำเป็นภาพอินโฟกราฟิกเพื่อใช้ตอบคำถามซ้ำ ๆ เพื่อป้องกันปัญหาจากความผิดพลาดของมนุษย์ อย่างถ้าใช้วิธีพิมพ์ตอบคำว่า "ได้จ้า" แล้วเผลอไปใส่สระอาหลายตัว คนอ่านอาจคิดไปว่าเราประชดหรือเปล่า มันเป็นไปได้ทั้งนั้น เพราะฉะนั้นเราจะไม่เอาอารมณ์คนเข้ามาเกี่ยวข้องเลย แล้วถ้าเราทำภาพอินโฟกราฟิกสวย ๆ ออกแบบดี ๆ คนอาจเก็บเอาไว้หรือส่งต่อได้ด้วย

ฟังดูเป็นงานที่ตื่นเต้นที่สุดในบรรดางานที่ทำมาทั้งหมดเลยนะ

มันต่างจากงานทุกอย่างที่ทำมาโดยสิ้นเชิงเลย มันมีเรื่องของความรับผิดชอบเข้ามาเกี่ยวข้อง ซึ่งเป็นความรับผิดชอบที่มากกว่าการสร้างสินค้าทั่ว ๆ ไป เพราะมันเป็นของที่เอาไว้เข้าปากกิน เราต้องรับผิดชอบต่อความรู้สึกของคนว่าต้องอร่อยจริง รับผิดชอบสุขภาพร่างกาย ทั้งเรื่องความสะอาดและมาตรฐาน เราขอฮาลาลไว้เรียบร้อย พี่น้องมุสลิมไว้วางใจได้ แต่ละกระป๋องต้องผ่านเข้าเครื่องสแกนเพื่อไม่ให้มีโลหะหลุดรอดลงไป เราพิถีพิถันกับมันมาก เพราะรู้สึกว่านี่คือของที่เอาเข้าปาก อะไรที่ถึงปากถึงท้องคนเป็นความท้าทายมากกว่าเราจะทำมันออกมาให้ดีได้ยังไง

ทำธุรกิจสนุกกว่าเป็นพิธีกรไหม

ในฐานะของพิธีกร บางทีผมก็เบื่อเหมือนกันนะ เพราะเป็นสิ่งที่เราทำมาชั่วนาตาปี แล้วรู้สึกอยากหาความท้าทายใหม่ ๆ มาให้ตัวเองรู้สึกกระชุ่มกระชวยขึ้น อย่างมาทำคอนเทนต์ออนไลน์ อันนี้ก็เกิดจากทำเพราะอยากแก้เบื่อ แต่เอาเข้าจริง ๆ ก็ไม่ได้ต่างไปจากงานที่ทำ ๆ มา เพียงแต่เปลี่ยนมีเดียใหม่เท่านั้นเอง ออนไลน์อาจจะเปิดโอกาสให้เราเป็นตัวของตัวเองได้มากขึ้น ตลกโปกฮาได้เต็มที่ แต่เอาเข้าจริง ๆ ผมก็ตลกโปกฮาแบบสุดติ่งอย่างนี้อยู่แล้ว ผมก็อิสระกับตัวเองอยู่แล้วก็เลยไม่ได้รู้สึกว่าบนออนไลน์จะตื่นเต้นอะไรเท่าไร ดาราบางคนอาจรู้สึกว่า การแสดงออกบนออนไลน์ค่อนข้างอิสระ ทำให้เขาเป็นตัวของเขาเองได้มากขึ้น แต่สำหรับผมไม่ได้มีอะไรเปลี่ยนแปลงเลย และเหตุผลที่ทำให้ออนไลน์ทำ 2 เดือนได้เงินมา 4-5 ล้านบาท เพราะออนไลน์มันมีแวลูอยู่ในตัว เพราะลูกค้าอยากซื้อเรา และสามารถซื้อได้โดยตรงกับเรา โดยที่ไม่ต้องใช้เงินเยอะ แสนเดียวก็ได้เป็นคลิปออกมาแล้ว แถมยังเอาคลิปไปใช้ต่อได้อีกด้วย

นิยามคำว่าธุรกิจในความหมายของน้าเน็กคืออะไร

ผมบอกเพื่อน ๆ อยู่เสมอว่า ผมมีสัดส่วนของความเป็นนักธุรกิจอยู่ในตัวน้อยมาก ถ้าลองคิดเป็นตัวเลข ผมคิดว่าผมมีความเป็นนักธุรกิจอยู่ในตัวแค่ 15 เปอร์เซ็นต์ เพื่อนผมบอกว่า ผมเป็นคนที่ใช้อารมณ์สูงมาก ผมต้องการความรัก ความรู้สึก ความคลั่งไคล้ในสิ่งที่ผมทำสูงมาก และเวลาทำอะไรก็ตามที่เกิดมาจากองค์ประกอบเหล่านี้ มันมักจะออกมาดี พอมันดี มันก็มีราคา พอมันมีราคา เงินก็มาเอง ขณะที่บางคนที่มีความเป็น Business Man อยู่ในตัวร้อยเปอร์เซ็นต์ของพวกนี้จะมาก่อนเลย และไม่รู้จบ จะต้องคอยหาวิธีการทำยังไงให้ได้ร้อยล้านพันล้าน ด้วยความสัตย์จริงผมไม่เคยรู้เลยว่าเนื้อทอดเทวดาจะทำเงินให้ผมได้เท่าไร แต่มีความเชื่ออยู่เต็มเปี่ยมว่า เดี๋ยวมันจะทำหน้าที่ของมันเอง เพียงแต่เราจะทำมันด้วยความเป็นตัวเราเท่านั้น เหมือนเราชอบอะไรก็อยากให้เพื่อนได้ลอง

สุดท้ายท้ายสุด อะไรคืออนาคตที่มั่นคงของน้าเน็ก ระหว่างคอนเทนต์ออนไลน์กับเนื้อทอดเทวดา

ก่อนที่ดีเจโจ้ (อัครพล ธนะวิทวิลาศ) จะเสียชีวิต เขาเคยฝันว่าในอนาคตเขาอยากนั่งจัดรายการวิทยุที่บ้าน โดยคิดว่าถึงตอนนั้นเขาคงรวยมากจนสามารถที่จะซื้อเครื่องส่งมาตั้งไว้ที่บ้าน ตื่นเช้ามาหากาแฟจิบ แล้วมานั่งจัดรายการวิทยุอยู่ที่บ้าน เสียดายโจ้ตายก่อน เลยไม่รู้ว่าเดี๋ยวนี้มันง่ายมากในการบรอดคาส โดยที่เราจะอยู่ที่ไหนก็ได้ เพียงแค่ใช้เฟซบุ๊กไลฟ์ สิ่งที่เขาคิดเป็นการคิดแบบโมเดลในวันนั้น ซึ่งต้องใช้เครื่องส่ง และขอสัมปทานคลื่นมาเฉกเช่นเดียวกัน สิ่งที่ผมคิดกับโมเดลในวันนี้ก็คือสุดท้ายท้ายสุดผมก็คงจะแก่ตัวลงจนไปสตูดิโอไม่ไหว ออนไลน์ก็จะเข้ามาตอบโจทย์ให้ผมบรอดคาสที่บ้านได้ แต่ก็จะทำแบบเอาพอแก้คิดถึงแฟน ๆ คิดถึงสิ่งที่ผมเป็นมาทั้งชีวิต ขณะเดียวกันก็มีอะไรบางอย่างที่จะเป็น Passive Income มาเลี้ยงตัวเราให้อยู่รอดในช่วงวัยแก่ โดยที่ Passive Income นี้ต้องมาจากสิ่งที่เรารัก เราชอบ เราภาคภูมิใจ และมันดีต่อผู้คน นั่นละครับคืออนาคตของผม S

“
ชื่อเสียงเป็นดาบสองคม
ถ้าเอะอะเอาเปรียบคนโดยการใช้ความดัง
เพื่อให้คนมีความรู้สึกเชื่อใจ
ผมรู้สึกว่าอย่างนี้มันไม่แฟร์
เหมือนคุณมีหนวดแล้วไปขายครีมปลูกหนวด
ถือว่าหลอกคน
เพราะว่าหนวดคุณมันงอกมาเองอยู่แล้ว
ยานี้ไม่ได้ช่วยอะไรคุณเลย
อย่างนี้ผมไม่เอาด้วย
”

Text : วิมาลี วิวัฒนกุลพาณิชย์

SWEETGREEN สลัดบาร์ ที่ขายไลฟ์สไตล์ให้คนรุ่นใหม่

ในการเปิดร้าน sweetgreen ร่วมกันเมื่อ 11 ปีก่อน หุ้นส่วนทั้ง 3 ประกอบด้วย **นิโคลัส แจมเมท, นาธาเนียล รู** และ **โจนาธาน เนแมน** ไม่ได้คาดหวังว่าธุรกิจสลัดบาร์เล็กๆ ในจอร์จทาวน์ วอชิงตัน ดี.ซี. ที่พวกเขาลงขันกันทำจะเติบโตขยับขยายไปถึง 77 สาขา ในหลายรัฐทั้งฝั่งตะวันออกและตะวันตกของสหรัฐอเมริกา

จากที่คิดว่าจะดูแลร้านเองก็กลายเป็นต้องจ้างพนักงานมากกว่า 3,500 คน ธุรกิจของพวกเขาทำรายได้ปีละหลายสิบล้านดอลลาร์สหรัฐฯ ทั้งยังสามารถระดมทุนราว 130 ล้านดอลลาร์ฯ จากนักลงทุนหรือ VC (Venture Capital) มาต่อยอดธุรกิจ ส่งผลให้ผู้ประกอบการทั้ง 3 ขึ้นแท่นดาวเด่นในวงการ Startup และติดโผยอดผู้ประกอบการรุ่นใหม่อายุน้อยกว่า 30 ปีของนิตยสาร INC

จุดเริ่มต้นมาจากนักศึกษา 3 คนที่คบหาเป็นเพื่อนกันตั้งแต่เรียนปี 1 ที่มหาวิทยาลัยจอร์จทาวน์ นิค เนท และจอนได้ปรึกษากันว่า จะทำอะไรดีหลังจบการศึกษา ทุกคนเห็นพ้องว่าอยากทำร้านอาหารเพื่อสุขภาพเพราะในละแวกที่อาศัยอยู่ร้านฟาสต์ฟู้ดดูจะหาง่ายกว่าร้านเพื่อสุขภาพ เมื่อคิดแล้วก็ลงเอยที่ธุรกิจสลัดบาร์ บัณฑิตใหม่ไฟแรงได้ทำการระดมทุนจากเพื่อนๆ และสมาชิกในครอบครัว ได้มาทั้งสิ้น 375,000 ดอลลาร์ฯ แล้วเดือนสิงหาคม พ.ศ.2550 หรือ 3 เดือนหลังเรียนจบ sweetgreen ร้านสลัดบาร์ภายใต้แนวคิด "จากฟาร์มสู่โต๊ะอาหาร" สาขาแรกก็กำเนิดขึ้น ทำเลคือใกล้มหาวิทยาลัยจอร์จทาวน์ และอยู่ตรงข้ามกับอพาร์ตเมนต์ที่จอนเช่าอยู่

ร้าน sweetgreen ของ 3 หนุ่มแตกต่างจากสลัดบาร์ทั่วไปตรงที่มีการวางคอนเซปต์ชัดเจนว่าเป็นร้านสลัดแบบ From farm to fork นั่นคือการใช้วัตถุดิบที่สดใหม่ส่งตรงจากฟาร์มในท้องถิ่นถึงผู้บริโภคโดยตรง โดยทางร้านคัดเลือกวัตถุดิบแบบออร์แกนิกเท่านั้น ทุกอย่างถูกเตรียมที่ร้าน ทั้งผักโปรตีน (เนื้อสัตว์) และน้ำสลัดที่ปรุงวันต่อวัน ทำให้ได้สลัดที่รสชาติดีสไตล์โฮมเมด ราคาจำหน่ายอยู่ระหว่าง 9-15 ดอลลาร์ฯ ขึ้นอยู่กับชนิดของโปรตีนที่เลือก ปีแรกของการทำร้าน sweetgreen ธุรกิจได้รับการตอบรับจากผู้บริโภคและทำกำไรดี ทำให้สามารถขยายเพิ่มอีก 2 สาขาในระยะเวลาเพียงปีครึ่ง

สิ่งที่เกิดขึ้นชี้ให้เห็นถึงเทรนด์ธุรกิจอาหารในอเมริกามูลค่า 5 ล้านล้านดอลลาร์ฯ ที่ผู้บริโภคเริ่มเมินอาหารฟาสต์ฟู้ดแล้วหันหาอาหารเพื่อสุขภาพ sweetgreen เป็นที่นิยม ธุรกิจเติบโตเพิ่มสาขาเรื่อยๆ ในฝั่งตะวันออก กระทั่งปี 2558 จึงเริ่มรุกไปยังฝั่งตะวันตก เริ่มที่เวสต์ฮอลลีวู้ดในรัฐแคลิฟอร์เนียเป็นสาขาแรก ปัจจุบันเฉพาะในแคลิฟอร์เนีย sweetgreen เปิดบริการ 15 สาขา ชนกับ Tender Greens สลัดบาร์เจ้าถิ่นที่ยึดหัวหาดอยู่ก่อน ถึงกระนั้นปี 2560 ที่ผ่านมา บริษัทขยายสาขารวม 20 แห่ง สำหรับรายได้ซึ่งเป็นตัวเลขล่าสุดที่มีการเปิดเผยคือ ยอดขายปี 2557 ที่ 50 ล้านดอลลาร์ฯ

ส่วนหนึ่งที่ทำให้ sweetgreen ประสบความสำเร็จปฏิเสธไม่ได้ว่ามาจากการวางคอนเซปต์แบรนด์ให้เป็นไลฟ์สไตล์แบรนด์ที่เจาะกลุ่มฮิปสเตอร์ และมิลเลนเนียลส์ ที่ต้องการอะไรที่แตกต่างออกไป แม้จะเป็นสินค้าในหมวดหมู่เดียวกัน ด้วยเหตุนี้ผู้ก่อตั้งจึงกำหนดให้ sweetgreen เป็นสลัดบาร์ประเภท Farm-to-table คือใช้วัตถุดิบจากเกษตรกรในท้องถิ่น ส่วนผสมทุกอย่างปรุงสดใหม่ที่ร้าน หลีกเลี่ยงการใช้วัตถุดิบสำเร็จรูปเท่าที่จะทำได้ ยกตัวอย่าง ถั่วชิกพีที่ร้านส่วนใหญ่เลือกใช้ถั่วกระป๋อง แต่พนักงาน sweetgreen ต้องแช่ถั่วและปรุงให้สุกเอง ทางร้านยังพิถีพิถันไปถึงแพ็กเกจจิ้งหรือถ้วยบรรจุสลัดว่าต้องเป็นแบบรีไซเคิลได้ไม่ทำลายสิ่งแวดล้อม

สิ่งที่แตกต่างอีกอย่างคือ เชนร้านอาหารส่วนใหญ่จะยึดหลักวัตถุดิบและรสชาติเดียวกันไม่ว่าจะซื้อที่สาขาไหน แต่ที่ sweetgreen เมนูเปลี่ยนปีละ 5 ครั้งขึ้นอยู่กับวัตถุดิบที่ได้มาในแต่ละฤดูกาล และในแต่ละภูมิภาคก็เสิร์ฟไม่เหมือนกัน รสชาติก็ต่างกัน นอกจากนั้น sweetgreen ยังมีการปรับและพัฒนาสินค้า เช่น เพิ่มเมนูอาหารเย็นเพื่อสุขภาพให้ลูกค้าได้มีทางเลือกนอกเหนือไปจากสลัด มีการร่วมงานกับเชฟดังหลายคนให้ช่วยออกแบบเมนู

และเพื่อสร้างความผูกพันระหว่างแบรนด์กับลูกค้า sweetgreen ได้จัดกิจกรรม เช่น การจัดเทศกาลดนตรีประจำปี Sweetlife Music and Food Festival ที่มีผู้เข้าร่วมครั้งละไม่ต่ำกว่า 25,000 คน หรือการทำโครงการ sweetgreen in Schools ที่ทำเวิร์กช็อปเพื่อให้ความรู้เด็กนักเรียนเกี่ยวกับการรับประทานอย่างไรให้สุขภาพดี รวมถึงการตั้ง Community Ambassador ในแต่ละเมืองเพื่อประชาสัมพันธ์แบรนด์ โดยจัดกิจกรรม เช่น พาลูกค้าทัวร์ตลาดเกษตรกร และจัดคอร์สฟิตเนสเป็นต้น

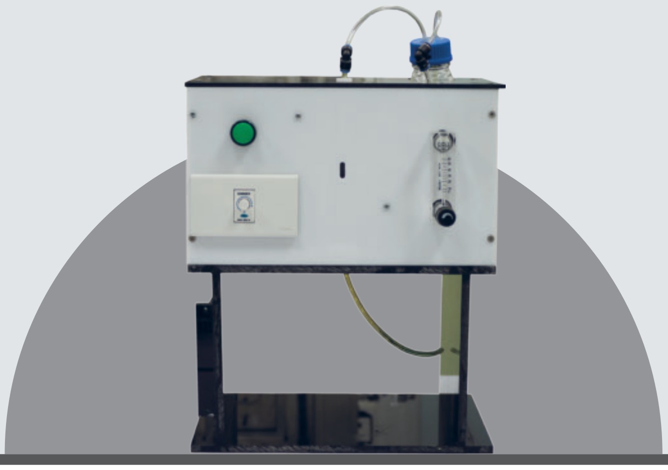
ไม่เพียงเท่านั้น เพื่อรับกระแสดิจิทัล sweetgreen ยังนำเทคโนโลยีมาใช้เพื่ออำนวยความสะดวกแก่ลูกค้าและแก่พนักงานร้าน โดยประกาศให้ sweetgreen เป็นร้านปลอดเงินสดทุกสาขา ยกเว้นสาขาบอสตันที่ยังติดเรื่องกฎหมายที่ระบุให้ผู้บริโภคสามารถชำระด้วยเงินสดได้ ทั้งนี้ sweetgreen ได้พัฒนาแอพพลิเคชันที่ทำให้ลูกค้าสั่งอาหารผ่านสมาร์ทโฟนโดยเข้าไปที่แอพฯ เลือกเมนูที่ต้องการ คลิกจ่ายเงินและระบุเวลาที่จะมารับของที่สั่ง ส่วนลูกค้าที่สั่งที่ร้านก็สามารถจ่ายผ่านแอพฯ หรือบัตรเครดิตก็ได้ ซึ่งหลังจากที่เปิดตัวแอพฯ จำนวนลูกค้าที่หันมาใช้แอพฯ สั่ง sweetgreen ก็เพิ่มขึ้น 95 เปอร์เซ็นต์

เมื่อถามถึงปัจจัยสำคัญที่ทำให้ธุรกิจ sweetgreen ประสบความสำเร็จ เนแมนกล่าวว่า อยู่ที่ทีมเวิร์กดี หุ้นส่วนทั้ง 3 คนมาจากครอบครัวที่ดำเนินธุรกิจ และมีความถนัดคนละอย่าง จึงมีการแบ่งหน้าที่ชัดเจน นาธาเนียล รู บิดาเป็นผู้อพยพจากไต้หวันมาเริ่มธุรกิจนำเข้าสินค้าเอเชียที่แอลเอ เขารับหน้าที่ดูแลงานการตลาดและบริหารแบรนด์ ขณะที่นิโคลัส แจมเมท มาจากครอบครัวที่พ่อแม่เป็นเจ้าของร้านอาหารในนิวยอร์ก ตัวเขาเองเคยฝึกงานกับเชฟดัง เขาจึงดูแลการบริหารการจัดการร้าน รวมไปถึงการออกแบบเมนูอาหาร สำหรับตัวเนแมนเอง พ่อแม่มาจากอิหร่าน และทำธุรกิจสิ่งทอในแอลเอ เขารับผิดชอบการเงินบริษัท หาทุนสนับสนุนจากนักลงทุน ดูแลฝ่ายทรัพยากรบุคคล และงานส่วนที่เกี่ยวข้องกับเทคโนโลยีทั้งหมด

นอกจากทีมเวิร์กในระดับผู้บริหารจะดี ทีมเวิร์กในระดับผู้ปฏิบัติการก็ไม่ถูกมองข้าม sweetgreen ไม่มีตำแหน่งผู้จัดการร้าน มีแต่ Head Coach ที่ทำหน้าที่เดียวกัน เพิ่มเติมคือ มีอิสระในการบริหารและกำหนดวัฒนธรรมการทำงานในสาขาตัวเองที่ sweetgreen พนักงานได้รับค่าแรงโดยเฉลี่ยสูงกว่าค่าแรงขั้นต่ำที่กำหนด และมีการจัดกิจกรรมในหมู่พนักงานเพื่อสร้างขวัญและกำลังใจ เช่น การแจกรางวัลแก่พนักงานที่ทำยอดขายสูง การมอบรองเท้าผ้าใบคอนเวิร์สสีเขียวแก่พนักงานที่ทำงานครบปี ความสำเร็จของ sweetgreen จึงไม่ได้อยู่แค่การวางแนวคิดที่แตกต่าง หากต้องมีทีมงานที่ดีในการขับเคลื่อนธุรกิจให้เคลื่อนไปข้างหน้าด้วย

MICRO PAW SYSTEM

เครื่องกำจัดสารเคมี
ตอบโจทย์คนรักสุขภาพและธุรกิจส่งออกผักผลไม้



จากการสำรวจเรื่องปัญหา
ด้านการเกษตรของเกษตรกรทางภาคเหนือ
พบว่า เกษตรกรบางกลุ่มยังขาด
การป้องกันตนเองจากสารเคมี
ที่ใช้ฉีดพ่นลงบนผักผลไม้
ทำให้ต้องสัมผัสกับสารเคมีโดยตรง
และจากผลสำรวจของโรงพยาบาลสวนดอก
จังหวัดเชียงใหม่ ยังระบุอีกว่า
การสัมผัสสารเคมีโดยตรงส่งผลให้
เกษตรกรภาคเหนือเป็นโรคมะเร็งเพิ่มมากขึ้น

แต่ครั้นจะให้เกษตรกรหยุดฉีดพ่นสารเคมีก็เป็นเรื่องที่ทำได้ยาก เพราะประเทศไทยตั้งอยู่ในเขตร้อนชื้นจึงทำให้มีปัญหาเรื่องแมลงรบกวนอย่างเลี่ยงไม่ได้ เมื่อไม่สามารถแก้ปัญหาที่ต้นตอได้ **นรพนธ์ วิเชียรสาร** และทีม PlasTech จึงพัฒนาเครื่อง Micro PAW System สำหรับกำจัดสารเคมีและจุลินทรีย์ที่ตกค้างบนผัก และผลไม้สดเพื่อผู้บริโภคจะได้รับประทานผักและผลไม้ที่ปลอดภัยจากสารเคมี

นวัตกรรมกำจัดสารเคมีและจุลินทรีย์ Micro PAW System เป็นการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีพลาสมา และไมโคร-นาโนบับเบิ้ลสำหรับการสลายสารเคมีตกค้าง จะมีกระบวนการทำงานคือ เครื่อง Micro PAW System จะสร้างพลาสมาที่แตกตัวก๊าซให้อนุมูลอิสระที่มีประสิทธิภาพสูงอย่างอนุมูลอิสระของไฮดรอกซิลที่สลายพันธะสารเคมีกำจัดศัตรูพืชและเชื้อจุลินทรีย์ตกค้างได้โดยไม่เหลือสารเคมีตกค้างที่ก่อให้เกิดความเสี่ยงต่อการเกิดโรคมะเร็ง โดยเครื่องนี้สามารถกำจัดสารเคมีได้ 2 ประเภท คือ คาร์เบนดาซิมและคลอร์ไพริฟอส ซึ่งนิยมฉีดพ่นในมะม่วงน้ำดอกไม้และคะน้า

ด้วยวิธีการทำงานของเครื่อง Micro PAW System ทำให้นรพนธ์วางกลุ่มลูกค้าไว้ 2 กลุ่ม คือ 1.กลุ่มผู้บริโภคที่รักสุขภาพ และ 2.กลุ่มเจ้าของธุรกิจส่งออกผักและผลไม้สด ที่ต้องการการรับรองมาตรฐานความปลอดภัย

"เครื่องนี้สามารถล้างสารเคมีได้สะอาดปลอดภัย ดังนั้นจึงเหมาะกับกลุ่มผู้บริโภคที่รักสุขภาพต้องการความปลอดภัยจากสารเคมีตกค้างในผักผลไม้ ขณะเดียวกันก็เป็นทางเลือกให้กับกลุ่มเจ้าของธุรกิจส่งออกผักและผลไม้สดที่ต้องผ่านการรับรองเรื่องความปลอดภัยจากกรมวิชาการเกษตรก่อนทำการส่งออก นอกจากนี้ในอนาคตยังตั้งใจส่งเครื่อง Micro PAW System บุกกลุ่มธุรกิจอาหารฮาลาล และกลุ่มเกษตรกรหรือเจ้าของธุรกิจส่งออกผักและผลไม้สดที่อาศัยอยู่ในแถบเส้นศูนย์สูตรซึ่งเป็นพื้นที่ที่มีสภาพอากาศใกล้เคียงประเทศไทย"

ตอนนี้เครื่อง Micro PAW System อยู่ในช่วงของการทดลอง โดยนรพนธ์ได้ให้คณะเกษตรศาสตร์ของมหาวิทยาลัยเชียงใหม่ที่ทำโครงการร่วมกับโครงการหลวงเป็นผู้ทดลองใช้ ซึ่งได้รับผลการตอบรับที่ดีในแง่ของการช่วยกำจัดสารเคมีและจุลินทรีย์ที่ตกค้างในผักและผลไม้สดได้อย่างมีประสิทธิภาพ และเตรียมผลิตเครื่องนี้ให้รองรับการใช้งานในวงการอุตสาหกรรมต่อไป

อย่างไรก็ดี ด้วยความที่ต้องการพัฒนาเครื่อง Micro PAW System ให้ไปสู่เชิงพาณิชย์มากขึ้น การเข้าร่วมโครงการ GSB สุดยอด SMEs Startup ตัวจริง จึงช่วยเพิ่มพูนความรู้ด้านทำธุรกิจให้กับนรพนธ์และทีมได้มากทีเดียว เพราะทั้งเขาและทีมต่างมีความรู้ความถนัดด้านวิทยาศาสตร์มากกว่า

"ก่อนหน้าที่จะตัดสินใจเข้าร่วมโครงการ GSB สุดยอด SMEs Startup ตัวจริง เราได้ส่งเครื่อง Micro PAW System เข้าประกวดในโครงการ Startup Thailand's League โดยสำนักงานนวัตกรรมแห่งชาติ (NIA) และได้รับรางวัลชนะเลิศระดับประเทศ เราจึงเล็งเห็นว่า เครื่องกำจัดสารเคมีและจุลินทรีย์นี้สามารถพัฒนาไปในรูปแบบของธุรกิจได้จึงเข้าร่วมโครงการของธนาคารออมสิน ซึ่งโครงการนี้ช่วยเติมเต็มความรู้ด้านการทำธุรกิจให้กับเรา เพราะมีการจัดอบรมเสริมสร้างทักษะในด้านต่างๆ เพื่อให้สามารถนำความรู้ที่ได้รับไปต่อยอดแนวคิดในการทำธุรกิจได้ เช่น เราได้เรียนรู้ว่าถ้าตัดสินใจทำธุรกิจอย่างจริงจังต้องเตรียมตัวอย่างไรเพื่อให้พร้อมรับมือกับสิ่งต่างๆ ที่ต้องเจอในช่วงระหว่างที่ทำธุรกิจ รวมทั้งได้เปิดมุมมองทางธุรกิจว่าการที่ธุรกิจจะประสบความสำเร็จได้นั้น นอกจากสินค้าต้องดีแล้ว ยังต้องมีองค์ประกอบอื่นๆ ร่วมด้วย เช่น การสื่อสารให้ตรงกลุ่มเป้าหมาย"

นอกจากนี้ การเข้าร่วมโครงการยังทำให้นรพนธ์ได้มีโอกาสพบปะพูดคุยแลกเปลี่ยนแนวคิดการทำธุรกิจกับทีมอื่นๆ ที่เข้าร่วมแข่งขัน ซึ่งแนวคิดการทำธุรกิจของหลายๆ ทีม ทำให้เขาได้เปิดมุมมองการทำธุรกิจที่กว้างขึ้น

สุดท้ายแล้ว นรพนธ์ และทีม PlasTech ได้รับรางวัลชมเชยจากโครงการ GSB สุดยอด SMEs Startup ตัวจริง ซึ่งเป็นก้าวสำคัญในการเริ่มต้นนำนวัตกรรมที่เขามุ่งมั่นสร้างสรรค์มาสู่ตลาดเชิงพาณิชย์ตามเป้าหมายที่วางไว้

ได้เวลาเสือคืนถิ่น พาไอเดียดีๆ กลับไปพัฒนาบ้านเกิด

ธนาคารออมสินพร้อมร่วมลงทุน และให้สินเชื่อ

GSB SMEs STARTUP START ตามรอยพ่อ

www.gsb.or.th Call Center 1115

STARTUP แบบไหน ที่ SINGHA VENTURES จะช่วยติดสปีด

Text : กองบรรณาธิการ / Photo : Vipa Vadi

ณ ชั่วโมงนี้ องค์กรขนาดใหญ่ต่างขยับปรับตัว
เพื่อเตรียมพร้อมสำหรับการเปลี่ยนแปลง
จากคลื่นเทคโนโลยีดิจิทัลกันเป็นทิวแถว
รวมถึงองค์กรยักษ์ใหญ่ระดับประเทศ
ที่ดำเนินธุรกิจมามากกว่า 8 ทศวรรษอย่างเครือบุญรอด
ที่ขยับก้าวใหม่กับการตั้ง สิงห์ เวนเจอร์ส (Singha Ventures)
ธุรกิจเงินร่วมลงทุน เพื่อให้การสนับสนุน
ธุรกิจ Startup ทั่วโลกที่มีโอกาสเติบโต

"ทุกองค์กรไม่ว่าจะเป็นองค์กรไหนก็ตาม ต้องมีการปรับตัวตลอดเวลา สิงห์เองเราก็ตื่นตัวตลอดเวลาเช่นกัน อย่างเรื่องที่พูดกันการ Disrupt ธุรกิจ เราก็ต้องการเปลี่ยนก่อนที่มันจะเข้ามาหาเรา เราคงไม่รอแล้วโดน Disrupt โดยที่ไม่รู้เรื่องอะไรเลย สมมติมองเห็นแล้วว่าตอนนี้มีอะไรเป็นความเสี่ยงที่จะมา Disrupt เรา ถ้ามีเวลาเราก็เลือกว่าจะตั้งรับยังไง จะปรับตัวเองยังไง หรือจะไปร่วมลงทุนกับบริษัทที่จะมา Disrupt เราไปเลย ฉะนั้นถามว่า สิงห์ เวนเจอร์สมีความสำคัญยังไงกับบุญรอด สิงห์ เวนเจอร์สคือเป็นกลไกในการที่จะมองไปข้างหน้าในอนาคตให้รู้ว่าในอีก 3-5 ปี หรือ 10 ปีข้างหน้าจะมีอะไรเกิดขึ้นบ้าง ขณะเดียวกันเราต้องการไปมองหาโอกาสเป็นพาร์ตเนอร์กับธุรกิจอื่นๆ ที่เราสามารถไปช่วยเสริมเขาได้ ช่วยให้เขาโตเร็วยิ่งขึ้น นี่เป็นจุดเริ่มต้นที่ว่าทำไมเราต้องตั้งสิงห์ เวนเจอร์สขึ้นมา" **วรภัทร ชวนะนิกุล** กรรมการผู้จัดการ สิงห์ เวนเจอร์ส เล่าถึงแนวคิดของการตั้งสิงห์ เวนเจอร์ส เพื่อก้าวให้ทันกับการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นอย่างรวดเร็วในปัจจุบัน

จริงๆ แล้ว สิงห์ เวนเจอร์ส เริ่มตั้งกองทุนมาตั้งแต่ปี พ.ศ.2560 จำนวน 25 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ โดยลงทุนกับ 2 Venture Capital คือ Kejora Ventures แพลตฟอร์มบนระบบ Technology Ecosystem ที่ใหญ่ที่สุดในเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ และ Vertex Ventures จากสิงคโปร์ และในตอนนี้วรภัทรบอกว่า อยู่ระหว่างกำลังศึกษาอีก1 VC ในเมืองไทย รวมถึงการพิจารณาลงทุนใน Startup ซึ่งวางเป้าหมายสัดส่วนการลงทุนเอาไว้ว่า จะลงทุนใน VC 50 เปอร์เซ็นต์ และ Startup 50 เปอร์เซ็นต์ โดยกลุ่มอุตสาหกรรมที่สิงห์ เวนเจอร์สให้ความสนใจเป็นพิเศษในการเข้าไปลงทุนด้วยประกอบด้วย 3 กลุ่มอุตสาหกรรมหลักทั้งในประเทศไทย และต่างประเทศ ได้แก่

1 Food and Beverage

โดยจะมองในส่วนผลิตภัณฑ์หรือแพ็กเกจจิ้งใหม่ๆ ที่มีนวัตกรรมหรือเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมมากขึ้น

2 Channel

ซึ่งจะมองแง่ของรีเทลใหม่ๆ รวมถึงช่องทางการจัดจำหน่ายใหม่ๆ ว่าทำยังไงให้สามารถกระจายสินค้าให้มีประสิทธิภาพได้

3 ระบบต่างๆ

ที่จะมาช่วยพัฒนาประสิทธิภาพในองค์กร หรือ Enterprise Solutions ไม่ว่าจะเป็นเรื่องระบบ HR หรือการจ่ายเงิน

"ส่วนใหญ่เราจะลงในซีรีส์ A แต่ถ้าเป็น Seed ต้องเป็นธุรกิจที่เราเข้าใจดี และเราสามารถไปเสริมช่วยเหลือได้ หลักๆ เรามองเรื่อง Strategic Fit และเทคโนโลยีที่จะเอามาใช้ประโยชน์ ถ้ามองว่าเป็น Strategic Fit แต่ในแง่รีเทิร์นไม่ได้ เราอาจจะเป็นลูกค้าดีกว่าไม่ต้องลงทุน แต่ที่ดีที่สุดคือ Strategic Fit ได้ด้วยแล้วมีศักยภาพในการรีเทิร์นเราก็พร้อมที่จะลงทุนในจุดนั้น เราจะโฟกัสในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ แต่ก็เปิดในการที่จะไปหาเทคโนโลยีทั่วโลก สมมติเราไปเจอ Startup ที่น่าสนใจในสหรัฐอเมริกาหรืออิสราเอล สิ่งที่เป็นเป้าหมายคือ สิ่งนั้นต้องมีประโยชน์ต่อธุรกิจในไทย แล้วถ้าเทคโนโลยีนั้นเวิร์กเราก็อยากจะช่วยขยายตลาดในเอเชียให้ด้วย สิ่งที่เราอยากได้จากซิลิคอน วัลเลย์คือ สิ่งที่เป็นอนาคต ส่วนในภูมิภาคส่วนใหญ่ Startup จะเข้ามาเพื่อแก้ปัญหา Pain Point ต่างๆ มากกว่า ฉะนั้นก็จะมีความแตกต่างกัน"

สำหรับการลงทุนใน Startup ไทย วรภัทรบอกว่าเป็นวัตถุประสงค์ของสิงห์ เวนเจอร์สที่ต้องการเป็นส่วนหนึ่งในการช่วยขับเคลื่อน Eco-System ในไทย ดังนั้น การลงทุนใน Startup ไทย จึงเป็นลักษณะการเข้าไปช่วยเสริมให้เติบโตด้วย

"ตอนนี้มีศึกษาอยู่หลายธุรกิจ โดยต้องดูว่ามีศักยภาพแค่ไหน มีประโยชน์กับบริษัทแค่ไหน ที่สำคัญทำยังไงให้เราช่วยสนับสนุนเขาให้โตขึ้นไปได้ ต้องยอมรับว่า Startup ไทยจะเป็นยูนิคอร์นแค่ในไทยลำบากเพราะตลาดไม่ใหญ่พอ เวลาคุยกับเขา เราต้องบอกว่า ถ้าเขาทำสำเร็จในไทย ทำยังไงเขาจะขยายไปต่างประเทศแล้วประสบความสำเร็จเหมือนที่ทำในไทยด้วย ฉะนั้นเราก็ต้องช่วยเขาให้เติบโตในภูมิภาคนี้ เรามีเน็ตเวิร์กหลายส่วนที่ช่วยเขาได้ ซึ่งโอกาสในความล้มเหลวก็จะน้อยลง โดยธุรกิจ Startup ก็เหมือนโมเมนตัม ถ้าสามารถช่วยเขาหมุนไปได้เร็วในช่วงแรก พอเขาติดลมบนไปแล้ว โอกาสที่จะสำเร็จก็ง่ายขึ้น ถ้าลงทุนแล้วนั่งรอแค่รีเทิร์นนั่นคงไม่ใช่วัตถุประสงค์ของเรา"

ทั้งนี้ทั้งนั้น วรภัทรบอกด้วยว่า Startup เองจะต้องมีไอเดียใหม่ๆ ที่ตอบโจทย์ลูกค้าและสังคมด้วย โดยเขาให้ข้อแนะนำเอาไว้ว่า

"ไม่ใช่เฉพาะ Startup แต่เป็นทุกธุรกิจ ควรจะคิดถึงลูกค้าก่อน ลูกค้าคือคนที่ตอบคำถามได้ว่าธุรกิจเรามีอยู่เพื่ออะไร แล้วเราขับเคลื่อนธุรกิจเพื่อตอบสนองอะไรของลูกค้า แล้วจากนั้นจะแก้ Pain Point ไหนของลูกค้า และนั่นจะเป็นโอกาสของ Startup จะเข้ามาช่วยแก้ Pain Point และเติบโตขึ้นมาได้"

Text : กองบรรณาธิการ / Photo : Vipa Vadi

TIMEMINT

HR ยุคดิจิทัล ช่วยบริหารงานบุคคล

ไม่ว่าองค์กรใหญ่หรือเล็กเชื่อว่าการจัดการเวลาเข้า-ออกของพนักงานเป็นปัญหาหนึ่งที่ชวนให้ต้องปวดหัวไม่ใช่น้อย เพราะแม้จะมีเครื่องตอกบัตร สแกนนิ้ว ก็ยังพบปัญหาต่างๆ ตามมาอีกมากมาย หรือบางองค์กรที่มีการทำงานนอกสถานที่ มีหลายสาขาก็ทำให้การจัดการเวลาเข้า-ออกของพนักงานยากลำบากยิ่งขึ้น

แพรวพราย ก้องเกียรติไกร Co-Founder และ CMO ของ TimeMint รู้ซึ้งถึงปัญหานี้ดี จึงพัฒนา TimeMint แอพพลิเคชันจัดการการลงเวลาเข้า-ออกของพนักงานขึ้นมา

"เราเป็นบริษัทพัฒนาแอพฯ ชื่อ Intelspired แล้วเจอปัญหาเรื่องการจัดการเวลาเข้า-ออกของพนักงาน โดยเฉพาะคนรุ่นใหม่ ที่บางทีเขาต้องการการยืดหยุ่นในการทำงาน ขณะที่เราก็พบอีกว่า บางองค์กรเจอปัญหาลืมเอาบัตรพนักงานมา ลืมตอกบัตร ตอกบัตรแทนกัน รวมถึงเวลาใกล้เส้นตายทุกคนจะมายืนออกันเพื่อรอตอกบัตรเข้าหรือออก กลายเป็นเสียภาพลักษณ์องค์กรไปอีก เลยคิดว่าน่าจะมีเครื่องมืออะไรเข้ามาช่วยเรื่องนี้ จึงพัฒนา TimeMint ระบบบันทึกเวลาการจัดการเวลาเข้า-ออกของพนักงานบนมือถือ"

ความสามารถ TimeMint ทำอะไรได้บ้าง ในเรื่องนี้ แพรวพรายอธิบายว่า จะมี QR Code เสมือนเป็นการรูดบัตรการตอกบัตร เพื่อบันทึกเวลาเข้า-ออกของพนักงาน และหากว่าพนักงานไปปฏิบัติงานนอกสถานที่ก็สามารถตรวจสอบว่าพนักงานไปปฏิบัติงานที่สาขาหรือว่าที่ใดบ้าง โดยสามารถยืนยันพิกัดของพนักงานได้ เป็นการบันทึกเวลานอกสถานที่ได้

ในแง่ของฝ่ายบุคคลสามารถออกรายงานดูเวลาเข้า-ออกงานของพนักงานได้แบบเรียลไทม์โดยเฉพาะพนักงานที่ทำงานสาขาต่างๆ รวมถึงความสะดวกสบายของพนักงานที่สามารถลงบันทึกการลาล่วงหน้าผ่านแอพฯ นี้ เพื่อให้หัวหน้างานได้รับทราบด้วย อีกทั้งยังมีบันทึกการลาทั้งหมด ทำให้สามารถดูสิทธิ์การลาที่เหลือได้ด้วย

"หลักการทำงานคือ ช่วย HR เรื่องการบันทึกเวลาเข้า-ออกของพนักงาน การทำงานนอกสถานที่ การทำงานนอกเวลางาน บางบริษัทมีพนักงานที่ต้องทำงานข้างนอกเยอะ หรือมีสาขา หรือยุคนี้คนรุ่นใหม่ต้องการความยืดหยุ่นในการทำงาน สามารถทำงานโดยไม่ต้องเข้าออฟฟิศได้ ปัญหาจะมาตกที่นักทรัพยากรมนุษย์จะทราบได้อย่างไรว่า พนักงานเข้า-ออกทำงานกี่ชั่วโมง หรือได้เข้าทำงานนอกสถานที่จริงหรือไม่ TimeMint มีฟังก์ชันการทำงานที่บันทึกการเข้า-ออกผ่าน GPS ได้ ซึ่งข้อมูลทั้งหมดสามารถดูได้แบบเรียลไทม์บนมือถือ" แพรวพรายกล่าวในตอนท้าย S

PRIVILEGE
SME THAILAND CLUB

WORKSHOP
CHIC and FUN
รวมพลคนรักไอศกรีม

เชิญชวนสมาชิกมาร่วมสนุกกับคอร์สเรียนทำไอศกรีมนานาชนิด สอนโดยอาจารย์ผู้เชี่ยวชาญด้าน GELATO SPECIALIST จากสถาบันทั้งในและต่างประเทศมายาวนาน ที่พร้อมตอบข้อซักถามและให้คำแนะนำในการเรียนได้ทุกขั้นตอนเป็นอย่างดี เรียนรู้การทำไอศกรีมแนวเก๋ๆ รสชาติระดับพรีเมียม ถึง 2 สูตร ซึ่งรับรองว่าอร่อย ทำรับประทานเองที่บ้านก็ได้ หรือจะทำขายเป็นอาชีพก็ได้กำไรดี

โดย คุณนิม-นิมณิชา กรรณเลขา ผู้ก่อตั้ง CLUB SWEETY

สำรองที่นั่ง
ฟรี!

รับเพียง 15 คนเท่านั้น*
กิจกรรม จัดขึ้นในวันเสาร์ ที่ 12 พฤษภาคม 2561
ตั้งแต่เวลา 13.00-16.00 น. (เริ่มลงทะเบียนเวลา 13.00 น.)
ที่ สถาบัน Club Sweety ปากเกร็ด www.clubsweety.com

เงื่อนไขกิจกรรมนี้สำหรับ

- ผู้ถือบัตร PRIVILEGE SME THAILAND CLUB
- สมาชิกนิตยสาร SME THAILAND
- หากลงทะเบียนแล้วไม่เข้าร่วมกิจกรรมตามกำหนดเวลาจะถือว่าท่านสละสิทธิ์

สอบถามรายละเอียดเพิ่มเติมได้ที่
คุณสุชันษา (เอ๋)
โทร. 0-2270-1123-4 ต่อ 115

FB smethailandonline, privilege sme thailand club
www.smethailandclub.com

DIFF.
แป้งเกลือระงับกลิ่นกาย ไอเดียใหม่ปั้นธุรกิจ

Text : Ratchanee / Photo : เจษฎา ยอดสุรางค์

ร้อยทั้งร้อยไม่มีใคร
อยากจะมีกลิ่นกายที่ไม่พึงปรารถนา
ซึ่งแม้ว่าเรื่องกลิ่นกายจะเป็นปัญหาเล็กๆ
แต่ก็สำคัญมิใช่น้อย
เพราะเจ้ากลิ่นนี้ถ้าไม่ระมัดระวังให้ดี
ก็จะกลายเป็นที่รังเกียจของคนรอบข้างโดยไม่รู้ตัว

ทั้ง **อธิภัทร ปิยกิตติไพบูลย์** และ **ณัฐนภันต์ พราหมณีโชติ** เห็นถึงปัญหาดังกล่าว จึงช่วยกันคิดสร้างนวัตกรรมระงับกลิ่นกายจากแป้งเกลือ ซึ่งทำมาจากธรรมชาติ 100 เปอร์เซ็นต์ ภายใต้แบรนด์ DIFF. ขึ้นมา

"เราเห็นปัญหาเรื่องกลิ่นกายนี้จากเพื่อนๆ เลยมีความคิดว่าน่าจะทำอะไรมาแก้ปัญหานี้ ตอนที่เริ่มทำตั้งโจทย์ตั้งแต่แรกเลยว่าอยากจะทำผลิตภัณฑ์ที่มาจากธรรมชาติ ไม่มีสารเคมี เลยศึกษาว่าวัตถุดิบจากธรรมชาติอะไรบ้างที่สามารถฆ่าเชื้อแบคทีเรียระงับกลิ่นกายได้ ปรากฏว่าเกลือซึ่งเป็นวัตถุดิบจากธรรมชาติมีประสิทธิภาพในเรื่องนี้ค่อนข้างดี จากนั้นก็ปรึกษากับผู้มีความรู้ด้านสมุนไพรหลายท่านก็พบว่ามีภูมิปัญญาชาวบ้านที่เอาเกลือมาทำแป้ง ซึ่งเป็นเกลือส่วนที่ชาวนาเกลือจะทิ้งเป็นของเหลือ เราเลยเอามาทำประโยชน์ทำเป็นแป้งเพื่อใช้ระงับกลิ่นกาย" อธิภัทรเล่าถึงที่มาของแป้งเกลือดับกลิ่นกาย

DIFF. แป้งเกลือระงับกลิ่นกายนี้ทำมาจากธรรมชาติ 100 เปอร์เซ็นต์ ไม่มีสารเคมีใดๆ มีคุณสมบัติช่วยยับยั้งแบคทีเรียจึงสามารถระงับกลิ่นกายได้ และจะอยู่เพียงแค่ผิวภายนอกเท่านั้นไม่ซึมเข้าไปในร่างกาย ซึ่งข้อดีของการทำเป็นแป้งคือ ทำให้รู้สึกแห้งสบาย ไม่เหนียวเหนอะหนะ โดยทั้งคู่ใช้เวลาคิดค้นและทดลองนานถึง 2 ปี และด้วยความรู้ที่เก็บสะสมมาตลอด 2 ปี ถัดมาไม่นานทั้งคู่ก็ออกผลิตภัณฑ์ใหม่ตามมา นั่นคือ DIFF. สเปรย์น้ำแร่ระงับกลิ่นกาย ที่ทำจากเกลือหิมาลายันสีชมพู ผสมทานาคา และสมุนไพร ซึ่งนอกจากจะช่วยระงับกลิ่นกายแล้วยังมีคุณสมบัติช่วยบำรุงผิวอีกด้วย

อย่างไรก็ตาม ด้วยความเป็นนวัตกรรมใหม่ที่ยังไม่เคยมีใครผลิตออกขายในตลาดมาก่อน ทำให้ในช่วงแรกต้องเจอสารพัดคำถามจากข้อสงสัยของลูกค้า ซึ่งณัฐนภันต์ยอมรับว่า พวกเขาต้องคอยตอบคำถามเยอะมาก และพยายามอธิบายให้ได้มากที่สุดในทุกข้อสงสัย เพื่อสร้างความมั่นใจให้กับลูกค้า แต่นับเป็นโชคดีที่อยู่ๆ ก็มียูทูบเบอร์ที่มีคนติดตามหลักแสนคน หยิบเอา DIFF. มารีวิวให้เอง โดยที่พวกเขาไม่รู้เรื่องเลย ทำให้ DIFF. เป็นที่รู้จักเพิ่มมากขึ้น

"อย่างแป้งเกลือลูกค้าไม่เคยเห็นก็จะงงว่ามันคืออะไร จะช่วยได้จริงเหรอ ซึ่งบางคนอาจจะแพ้แอลกอฮอล์ สารกันเสีย แต่ DIFF. ไม่ใช่ของพวกนั้นเลยก็จะเป็นทางเลือกให้เขาได้ หรืออย่างตัวน้ำแร่ คนก็ว่าฉีดมาแล้วไม่มีกลิ่น แล้วจะช่วยระงับกลิ่นได้ยังไง คือเขาจะถามหาความหอม เราก็ตอบว่าเราเน้นเรื่องฆ่าเชื้อแบคทีเรียตั้งแต่ต้นเหตุ ไม่ใช่ใช้กลิ่นหอมเพื่อมากลบกลิ่นกาย เราตอบได้ทุกอย่างในระดับหนึ่ง สุดท้ายเราต้องบอกเขาว่าให้มาลองใช้ด้วยตนเอง ซึ่งหลังจากที่ขายมา 2 ปี เราลองสุ่มรายชื่อลูกค้าที่ซื้อของเรามาดูพบว่า เป็นลูกค้าเก่าๆ ที่กลับมาซื้อซ้ำเป็นส่วนใหญ่แสดงว่าเขาใช้แล้วได้ผลจริง"

ในตอนนี้ทั้งคู่ได้จดสิทธิบัตร DIFF. เอาไว้เรียบร้อยแล้ว และใช้ช่องทางจำหน่ายทางเฟซบุ๊ก และร้านขายยา ที่สำคัญยังส่งออกไปตีตลาดเวียดนามแล้วด้วย

"เราเป็นเจ้าเดียวที่ทำแป้งเกลือ เริ่มจากเล็กๆ ทำกันเองผลิตกันเองสองคนในบ้าน จนตอนนี้เราลงทุนสร้างโรงงานเป็นของตนเอง แม้จะวางตลาดมาแล้ว 2 ปี แต่ก็ยังมีช่องวางอีกเยอะ เราจะพยายามตีตลาดไปเรื่อยๆ เหตุผลที่เลือกวางร้านยาก็เพราะร้านยาสมัยนี้เป็นร้านยากึ่งเวชภัณฑ์ มีสินค้าธรรมชาติเยอะ เราเลือกไปวางร้านพวกนี้ ทำให้ได้รับความน่าเชื่อถือมากขึ้น"

ก่อนจากกัน ณัฐนภันต์ได้ทิ้งท้ายเคล็ดลับการเริ่มต้นทำธุรกิจไว้ว่า นอกจากจะต้องมีความกล้าแล้วยังต้องไม่ท้อถอยง่ายๆ อีกด้วย

"ถ้ามีความคิดดีๆ ต้องก้าวออกมาเลย ถ้าคิดเฉยๆ ไม่ก้าวมันไม่เดินแน่ ถามว่าเราออกมาตอนที่พร้อมมั้ย ก็ไม่พร้อม 100 เปอร์เซ็นต์ แต่ถ้ารอให้พร้อมก็ไม่รู้อีกเมื่อไหร่ แล้วคนเรามีความคิดเหมือนกันได้ ถ้ารอให้พร้อมก็อาจจะมีคนทำไปแล้ว ตอนแรกนำสินค้าไปเสนอร้านที่หนึ่งปฏิเสธ ร้านที่สองปฏิเสธ ก็อาจจะรู้สึกท้อ แต่จริงๆ อาจจะมีอีกพันร้านค้าที่อยากจะรับสินค้านี้เข้าไปวางจำหน่ายก็ได้ วันนี้ 8 ร้านปฏิเสธพออีกวันอาจจะได้ 8 ร้านก็มี ฉะนั้นต้องอดทนด้วย" S

06-1542-9889
DIFF.Nature
@diff.nature

WAX VALLEY CANDLE CO.
เทียนหอม Two in One จุดก็ได้ ทาก็ดี

Text : Kritsana S. / Photo : Vipa Vadi

ความน่าอยู่ของบ้านอาจไม่ใช่แค่ว่าอยู่กับใคร
หรือออกแบบตกแต่งแบบไหน
เพราะบรรยากาศที่ดีก็ช่วยได้เหมือนกัน
เทียนหอมเป็นหนึ่งในสิ่งที่ช่วยสร้างบรรยากาศได้ดี
ยิ่งถ้าใช้เทียนหอมที่เป็นมิตรกับสุขภาพของผู้อยู่อาศัยด้วยแล้ว
ยิ่งทำให้บ้านน่าอยู่ยิ่งขึ้น

จากความคิดข้างต้น กอปรกับความว้าวที่เกิดหลังจากได้เห็นเทียนหอมจากไขถั่วเหลืองที่วางขายในตลาด Art Market ที่ประเทศออสเตรเลีย **อภิชาติ คชพัฒน์ทรัพย์** จึงเกิดไอเดียในการทำเทียนหอมแฮนด์คราฟท์ที่โดดเด่นทั้งในเรื่องของวัตถุดิบ กลิ่น และแพ็กเกจจิ้ง ภายใต้ชื่อแบรนด์ Wax Valley Candle Co.

เทียนหอม Wax Valley Candle Co. ผลิตจากไขถั่วเหลืองธรรมชาติ 100 เปอร์เซ็นต์ เป็นมิตรกับธรรมชาติและผู้ใช้ เพราะเผาไหม้สะอาดกว่าพาราฟิน ไม่เป็นเขม่าดำ และน้ำตาเทียนไม่ร้อน เนื่องจากมีจุดหลอมละลายค่อนข้างต่ำ นำมาทาผิวเพื่อเพิ่มความชุ่มชื่นได้ ส่วนไส้เทียนใช้ไส้เทียนแบบถัก เพราะเผาไหม้ได้ดีกว่าไส้เทียนแบบเกลียว และเทียนหอมแต่ละชิ้นติดไส้เทียน 2 เส้นเพื่อเวลาจุดเทียน ผิวหน้าของเทียนจะได้ละลายทั่วทั้งหน้า และทำให้กลิ่นกระจายได้ดี

ทั้งนี้ ด้วยความที่อยากเปลี่ยนมุมมองว่า เทียนหอมเป็นสินค้าไลฟ์สไตล์ที่ไม่ได้จำกัดแค่ว่าผู้ใช้ต้องเป็นวัยผู้ใหญ่เท่านั้น หนุ่มสาวรุ่นใหม่ก็สามารถซื้อไปใช้ได้ อภิชาติจึงตั้งราคาที่เอื้อมถึงง่าย และดีไซน์แพ็กเกจจิ้งให้ทันสมัย โดยดีไซน์ออกมา 3 แบบ คือ Travel Tin สำหรับพกพา Portable Tin ช่วยเพิ่มกลิ่นอาย Industrial Container ให้กับบ้าน (สองแบบแรกบรรจุเทียนในกระป๋องอะลูมิเนียม) และ Jar ที่บรรจุเทียนในแก้ว ผู้ใช้จึงได้เพลิดเพลินกับเลเยอร์ของไขเทียนที่ละลาย

สำหรับเรื่องของกลิ่น เทียนหอมแต่ละกลิ่นมีความชัดเจนในเรื่องของธีมและชื่อเรียก เช่น Bangkok เทียนหอมธีม City กลิ่นลาเวนเดอร์และอบเชยเทศให้ความรู้สึกผ่อนคลายแม้อยู่ในเมืองที่วุ่นวาย Woodland กับธีม Forest กลิ่นของยูคาลิปตัสและไม้จันทน์ชวนให้อยากวิ่งเข้าหาธรรมชาติ และ Siam Disc ธีม Traditional ได้แรงบันดาลใจจากความรู้สึกคิดถึงบ้านเมื่อครั้งที่อภิชาติอาศัยอยู่ต่างประเทศ เทียนจึงมีกลิ่นหอมของมะลิและซิตรัส

"เทียนหอมเป็นสินค้าที่ต้องดมกลิ่นก่อนซื้อ การขายผ่านช่องทางออนไลน์จึงเป็นเรื่องที่ท้าทาย เราใช้ภาพที่สื่อถึงที่มาของเทียนแต่ละกลิ่นมากระตุ้นการตัดสินใจซื้อของลูกค้า เพราะภาพเหล่านี้ทำให้จินตนาการออกว่า เทียนกลิ่นนั้นๆ ให้บรรยากาศแบบไหน เช่น ถ่ายภาพเทียน Roaster กับเมล็ดกาแฟเพื่อสื่อถึงกลิ่นกาแฟ ไม่เพียงเท่านี้ เราอยากให้ลูกค้ามองว่าเราคือเพื่อนมากกว่าคนที่เข้ามาขายของจึงโพสต์คอนเทนต์ไลฟ์สไตล์ร่วมด้วย โดยมีทั้งโค้ดคำพูดสร้างแรงบันดาลใจ ทิปการใช้ชีวิต รวมทั้งเขียนถึงบรรยากาศของร้านกาแฟแต่ละร้านที่เราไป ซึ่งก็เชื่อมโยงกับสินค้าของแบรนด์ที่เกี่ยวกับเรื่องของบรรยากาศ คอนเทนต์มีทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ เพราะอยากให้ลูกค้าต่างชาติเข้าถึงคอนเทนต์ของเราด้วย"

นอกจากนี้ เนื่องจากอภิชาติมองว่า เพลงช่วยสร้างบรรยากาศได้ เขาจึงหยิบเพลงที่เป็นตัวแทนของเทียนแต่ละกลิ่นมารวมเป็นเพลย์ลิสต์แล้วส่งต่อให้กับลูกค้า กิมมิกนี้สร้างความว้าวได้มากทีเดียว เพราะการเปิดเพลงในเพลย์ลิสต์ในระหว่างที่จุดเทียนช่วยให้เข้าถึงบรรยากาศมากยิ่งขึ้น

"อีกหนึ่งช่องทางการขายที่มองข้ามไม่ได้คือ ออกบู๊ธ เพราะ 1.ทำให้ได้เจอลูกค้า 2.ลูกค้าได้เทสต์กลิ่นของเทียน และ 3.ได้เจอกับพาร์ตเนอร์ทางธุรกิจ การออกบู๊ธคือ การเทสต์ตลาด เราไปออกบู๊ธทั้งในงานอีเวนต์ที่มีกลุ่มลูกค้าของแบรนด์และงานที่ไม่มี เพราะอยากศึกษาว่าแต่ละตลาดให้ผลลัพธ์อย่างไร ซึ่งนอกจากได้เห็นยอดขายที่ต่างกันอย่างชัดเจนแล้ว ยังได้เห็นพฤติกรรม ความชอบของลูกค้าของตลาดนั้นๆ ด้วย เช่น The Knack Market แพ็กเกจจิ้งที่เป็นกระป๋องอะลูมิเนียมจะขายดี เพราะลูกค้าส่วนใหญ่เป็นแบ็กแพ็กเกอร์ต่างชาติ ส่วนที่ K-Village แพ็กเกจจิ้งแบบแก้วขายได้มากกว่า เพราะคนแถวนั้นเคยชินกับการใช้เทียนหอมที่บรรจุในแก้ว

"อย่างไรก็ดี อภิชาติได้เพิ่มความพิเศษให้กับแบรนด์ด้วยการรับ Customize เทียนหอม ลูกค้าสามารถเลือกกลิ่นที่สะท้อนตัวตนของตนเองหรือคนที่ได้รับได้ โดยตอนนี้รับ Customize ขั้นต่ำ 30 ชิ้น และใช้เวลารอประมาณ 2 สัปดาห์ ทั้งนี้ ระยะเวลาการรอสินค้าอาจช้าหรือเร็วกว่ากำหนดขึ้นอยู่กับคิวงานในช่วงนั้น"

waxvalleycandleco
waxvalleycandleco
06-3782-6515
imnungkoch

สูตรสำเร็จฉบับสาวเจ้าของอาณาจักรของเล่น
แพรพรรณ ธรรมวัฒนะ

Text : Kritsana S. / Photo : Tumtist

การจะทำธุรกิจให้ประสบความสำเร็จได้นั้น ไม่ใช่เรื่องที่ทำได้ง่าย แต่ก็ไม่ยากเกินความสามารถ ของ **แพรพรรณ ธรรมวัฒนะ** สาวสวยเจ้าของอาณาจักรของเล่น Play House ที่เหล่านักสะสมของเล่นต่างรู้จักกันดี โดยสิ่งที่นำพาความสำเร็จมาสู่อาณาจักรแห่งนี้ ไม่ใช่มาจากนิสัยรักการเรียนรู้ หรือการมีที่ปรึกษาทางธุรกิจที่ดีเท่านั้น แต่ยังเป็นผลจากการนำไอเดียใหม่ๆ ที่ได้จากการเดินทางท่องเที่ยว การอ่านหนังสือ ตลอดจนการติดตามดูรายการ SME ของต่างประเทศมาพัฒนาธุรกิจให้ออกมาโดนใจลูกค้า

บุคคลใกล้ตัว

"บุคคลใกล้ตัวไม่ว่าจะเป็นครอบครัว แฟน หรือเพื่อนล้วนเป็นกำลังใจที่ดีของแพร ครอบครัวเป็นที่ยึดเหนี่ยวที่ดี คอยอยู่เคียงข้างแพรในทุกสถานการณ์ ส่วนเวลามีปัญหาธุรกิจ แพรชอบปรึกษาเพื่อนๆ รุ่นพี่ เพราะพวกเขามีประสบการณ์การทำธุรกิจมากกว่า โดยเขาจะสมมติขึ้นว่าถ้าปัญหานั้นเกิดขึ้นกับธุรกิจของเขา เขาจะแก้ปัญหาอย่างไร และแพรก็จะนำวิธีแก้ปัญหาที่ได้ฟังมาปรับใช้ให้เหมาะสมกับธุรกิจของแพร เช่น ถ้าเกิดปัญหาขึ้นกับลูกค้าให้พนักงานเป็นคนแก้ปัญหาก่อน ถ้าไม่สามารถแก้ปัญหาได้ เราจึงเข้าไป วิธีนี้นอกจากทำให้ลูกค้ารู้สึกดีที่องค์กรมีหลายๆ ฝ่ายคอยรับฟังปัญหาของเขาแล้ว สุขภาพจิตของเราก็ดีขึ้นด้วยเพราะไม่ต้องรับแรงกดดันหนักๆ จากลูกค้า และพนักงานก็มีความรับผิดชอบในหน้าที่ของตนเองมากขึ้น"

การเรียนรู้สิ่งใหม่ๆ

"แพรชอบเข้าคอร์สเรียนหรือไปงานสัมมนาที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับความล้มเหลว เพราะเชื่อว่ากว่าทุกคนจะประสบความสำเร็จได้ต้องเคยล้มเหลวมาก่อน แพรมองว่าเรื่องความสำเร็จใครก็พูดได้ แต่คนที่กล้าออกมาเล่าเรื่องความล้มเหลวของตนเองให้คนอื่นฟังนั้นไม่ค่อยมี การฟังเรื่องล้มเหลวของคนอื่นทำให้รู้ว่าอะไรที่ทำให้เกิดความล้มเหลว เราก็เลี่ยงที่จะทำสิ่งนั้น หรือถ้าเจอความล้มเหลวต้องแก้ความล้มเหลวนั้นอย่างไรเพื่อให้กลับมาลุกได้อีกครั้ง"

การท่องเที่ยว

"ด้วยความที่ร้านของแพรขายของเล่น Disney แพรเลยชอบไป Disney Land ที่ญี่ปุ่น เพราะของเล่น Disney ที่นี่ดีที่สุดในโลกและเหมาะกับคนไทยที่สุด อีกทั้งการมาที่นี่ยังได้อัพเดตเทรนด์ของเล่นที่กำลังฮิตในญี่ปุ่นด้วย นอกจากนี้ แพรชอบไปงาน San Diego Comic-Con งานโชว์ของเล่นและคอนเทนต์การ์ตูนที่ใหญ่ที่สุดในสหรัฐฯ การไปงานนี้ทำให้ได้ไอเดียกลับมาจัดกิจกรรมเพื่อลูกค้าอย่างงาน Play House Pop Day งานสังสรรค์ของนักสะสม ทุกคนที่ซื้อบัตรเข้างานจะได้รับ Welcome Package มูลค่าเท่ากับบัตร ภายในงานมีทั้งการเล่นเกมรับของรางวัล และการประกวดต่างๆ งานนี้จัดมาแล้ว 2 ครั้ง ได้รับการตอบรับดีทุกครั้ง บัตรขายหมดภายในเวลา 10-15 นาที"

รายการโทรทัศน์ หนัง และหนังสือ

"แพรชอบดูรายการ SME ของต่างประเทศ เพราะทำให้เห็นไอเดียธุรกิจใหม่ๆ เช่น รายการ Shark Tank ที่เชิญนักธุรกิจที่ประสบความสำเร็จมานั่งฟังไอเดียธุรกิจของแต่ละบริษัทแล้วเลือกว่าจะลงทุนเท่าไหร่ในบริษัทนั้น ส่วนหนังที่ชอบดูมักมีเนื้อหาเกี่ยวกับการสร้างตัวให้ร่ำรวยและประสบความสำเร็จ อย่างหนังเรื่อง The Founder และ The Social Network หนังประเภทนี้เป็นแรงบันดาลใจให้ต้องทำงานหนัก เพราะไม่มีใครรวยโดยไม่ทำงานหนัก และช่วงหลังๆ แพรรู้สึกว่า ความคิดเริ่มตัน คิดอะไรไม่ออก อยากได้แรงบันดาลใจจึงอ่านหนังสือ หนังสือที่อ่านในช่วงนี้จะเกี่ยวกับการบริหาร และการสต็อกสินค้า ซึ่งทั้งสองเรื่องนี้สำคัญกับธุรกิจของแพรมาก เพราะถ้าบริหารไม่เป็นและสต็อกสินค้าไม่ดี ธุรกิจอาจพังได้"

การฟังเพลง

"การฟังเพลงช่วยสร้างแรงบันดาลใจและทำให้รู้สึกผ่อนคลาย เวลาท้อแล้วฟังเพลงที่ให้กำลังใจจะรู้สึกว่าทุกอย่างไม่ได้แย่อย่างที่คิด เราสามารถทำทุกอย่างให้ดีกว่านี้ได้อีก แพรชอบฟังเพลงชิวชิว สบายๆ สไตล์ LOVEiS อย่างเพลงฤดูที่แตกต่าง อัลบั้ม Rhythm&BOYd เพราะเนื้อหาของเพลงเข้าใจง่าย ฟังแล้วมีความสุข และมีกำลังใจให้ลุกขึ้นมาสู้กับปัญหา"

Text : Morning dew

จัดการกับผิวในช่วงซัมเมอร์

เข้าสู่หน้าแล้งทีไร สิ่งที่จะได้พบเจอคือ ลมที่พัดพาเอาไอร้อนมาปะทะ และเปลวแดดที่แผดเผา ผู้เขียนเพิ่งไปพบแพทย์ด้านผิวหนังตามนัดเพื่อทำการรักษาฝ้าบนใบหน้า และอาจารย์ พญ.เพ็ญวดี พัฒนปรีชากุล ซึ่งประจำที่ภาควิชาตจวิทยา คณะแพทยศาสตร์ศิริราชพยาบาล คุณหมอประจำตัวของผู้เขียนผู้แสนใจดีได้ย้ำแล้วย้ำอีกว่า อย่าลืมทาครีมกันแดดและหลีกเลี่ยงการอยู่ท่ามกลางแดดจัดเป็นเวลานานเพื่อชะลอการเกิดฝ้า

บังเอิญว่าไปเห็นบทความที่อาจารย์เพ็ญวดีเคยเขียนไว้ คิดว่าน่าจะเป็นประโยชน์จึงนำมาเผยแพร่ อาจารย์ระบุว่าช่วงหน้าร้อนที่แดดจ้ามาก ๆ นอกจากทำให้เกิดผิวไหม้จากแสงแดด ผิวคล้ำ และอากาศที่ร้อนอบอ้าวยังเป็นปัจจัยที่ส่งเสริมให้เกิดโรคผิวหนังชนิดต่าง ๆ ได้ ในหน้าร้อนโรคผิวหนังที่พบได้บ่อย ได้แก่ ผดร้อน พบได้บ่อยในเด็กเล็ก ผู้สูงอายุ คนที่เจ้าเนื้อ หรือคนที่ต้องใส่เสื้อผ้าที่รัดแน่น ผดร้อนเกิดจากการอุดตันของการหลั่งเหงื่อ โดยจะเกิดเป็นผื่นตุ่มเล็กสีแดง หรือเป็นตุ่มน้ำใสบริเวณหน้าอก คอ และหลัง

โรคเชื้อราที่ผิวหนัง

มักเกิดในร่มผ้า รักแร้ ซอกพับบริเวณที่มีการอับชื้นหรือบริเวณง่ามนิ้วเท้าหรือฝ่าเท้าในคนที่ต้องใส่รองเท้าหุ้มส้นหรือรองเท้าบูตเป็นประจำ ภาวะติดเชื้อแบคทีเรียที่ผิวหนัง ได้แก่ โรครูขุมขนอักเสบ ฝีที่ผิวหนังโดยเกิดขึ้นตามซอกพับ ขาหนีบ หรือก้น ซึ่งขึ้นอยู่กับหลายปัจจัย เช่น เสื้อผ้าที่รัดแน่น อากาศที่ถ่ายเทไม่สะดวก และเหงื่อที่เพิ่มขึ้น กลิ่นตัว กลิ่นตัวเกิดจากแบคทีเรียที่ผิวหนังทำปฏิกิริยาเปลี่ยนแปลงสารบางอย่างในเหงื่อ ทำให้เกิดกลิ่นขึ้นมา

โรคผิวหนังอักเสบหรือผื่นคัน

เหงื่อที่เพิ่มมากขึ้นอาจทำให้เกิดการระคายเคืองผิว และกระตุ้นให้ผื่นผิวหนังอักเสบกำเริบขึ้นได้ รวมทั้งผื่นผิวหนังอักเสบตามซอกพับที่มีการเสียดสีกัน ในผู้ที่เป็นโรคเอสแอลอี อาการผื่นผิวหนังของโรคเอสแอลอี รวมทั้งอาการในระบบอื่น ๆ จะกำเริบได้เมื่อโดนแสงแดดกระตุ้น ดังนั้น ผู้ที่เป็นโรคเอสแอลอีจึงควรหลีกเลี่ยงการสัมผัสแสงแดดโดยตรง

ฝ้า กระแดด

แสงยูวีจะกระตุ้นให้เซลล์สร้างเม็ดสีทำงานมากขึ้น เกิดฝ้าและกระแดดหรือผิวคล้ำขึ้นในช่วงหน้าร้อน นอกจากนี้ การโดนแดดสะสมเป็นเวลานาน ๆ โดยไม่มีการป้องกัน จะเป็นปัจจัยกระตุ้นให้เกิดมะเร็งผิวหนัง หากเรารู้จักป้องกันผิว ไม่ว่าจะเป็นหน้าร้อนหรือหน้าหนาว ใช้ครีมกันแดดสม่ำเสมอ ก็จะลดปัจจัยที่จะนำไปสู่มะเร็งผิวหนังได้

หากมีความจำเป็นต้องอยู่กลางแจ้งเป็นเวลานาน ๆ ก็ควรใช้ครีมกันแดดทาบริเวณใบหน้า ลำคอ และผิวบริเวณที่ไม่มีเสื้อผ้าปกคลุม สำหรับเด็กหรือวัยรุ่นค่า SPF ประมาณ 15 ผู้ใหญ่วัยทำงานประมาณ 30-50 ก็เพียงพอ หลักการทาครีมกันแดดที่ถูกต้องควรจะทาก่อนออกแดดครึ่งชั่วโมง โดยหลังจากทาไปแล้วและยังต้องอยู่กลางแจ้งหลาย ๆ ชั่วโมงก็ควรจะมีการทาครีมกันแดดซ้ำทุก 2-4 ชั่วโมง นอกจากนี้ ในปัจจุบันมีการผลิตครีมกันแดดสำหรับเด็ก จึงแนะนำให้ผู้ปกครองควรที่จะเริ่มทาครีมกันแดดให้บุตรหลานของท่าน

การแต่งกายเป็นสิ่งที่สำคัญในการช่วยป้องกันแดด ควรใส่เสื้อแขนยาวหรือเสื้อที่มีสีเข้มหรือสีดำ ใส่หมวกที่มีปีกกว้าง และแว่นตากันแดด การสวมใส่เสื้อผ้าหรือเครื่องแบบควรให้หลวมเพื่อช่วยให้ระบายความร้อนได้ดีขึ้น และยังช่วยลดเหงื่อด้วย รวมทั้งควรอาบน้ำบ่อยขึ้นในช่วงหน้าร้อน ในเด็กเล็ก การอาบน้ำทาแป้งและใส่เสื้อผ้าที่โปร่งบางจะช่วยให้ระบายเหงื่อได้ดีขึ้น S

เตรียมตัวอย่างไรเมื่อต้องออกกำลังกายหน้าร้อน

Text : น้ำค้าง

เมื่อบ้านเราเป็นเมืองร้อน โดยเฉพาะช่วงเมษายนที่ถือเป็นเดือนที่อบอ้าวที่สุด แค่เดินออกไปเจอแดดก็แทบละลาย แต่การออกกำลังกายนั้นเป็นกิจวัตรที่ควรทำสม่ำเสมอและต่อเนื่อง แม้จะเป็นฤดูร้อนก็ไม่ควรยกเว้น

การออกกำลังกายท่ามกลางอากาศที่ร้อนมาก ๆ หากไม่มีการเตรียมตัวที่ดีอาจเกิดผลเสียต่อร่างกายได้ เช่น ทำให้เกิดลมแดด (Heat Stroke) เพลียแดด หรือตะคริวแดด เป็นต้น ดังนั้น แม้ไม่หวั่นต่อความระอุของอากาศแต่ก็ควรรับมือด้วยวิธีการต่าง ๆ ดังต่อไปนี้

- **หลีกเลี่ยงการออกกำลังกายช่วง 10.00-15.00 นาฬิกา** ซึ่งเป็นช่วงที่ร้อนที่สุดของวัน ช่วงที่ดีที่สุดในการออกกำลังกายคือช่วงเช้าตรู่ หรือไม่ก็ช่วงเย็น
- **สวมเสื้อผ้าหลวมๆ ไม่รัดรูป** หากเป็นเสื้อผ้าสำหรับออกกำลังกายยิ่งดีเพราะออกแบบมาให้ระบายเหงื่อได้เร็ว ทำให้ร่างกายไม่ร้อน แต่ถ้าไม่มีเลือกเสื้อผ้าทำจากผ้าฝ้ายจะดีกว่าผ้าใยสังเคราะห์ และควรเป็นสีอ่อนเพื่อช่วยสะท้อนความร้อนออกไป
- **ครีมกันแดดขาดไม่ได้** เพื่อปกป้องผิวจากรังสี และลดความเสี่ยงในการเป็นมะเร็งผิวหนัง ครีมกันแดดควรเป็นชนิดกันน้ำ SPF 50 ขึ้นไป และทาทุก 2 ชั่วโมงหากต้องอยู่กลางแจ้งเป็นเวลานาน
- **ก่อนออกกำลังกาย 2 ชั่วโมง ดื่มน้ำให้เพียงพอ** และควรพกขวดน้ำติดตัวไว้คอยจิบทุก 15 นาที หลังออกกำลังกายก็ควรดื่มน้ำตามโดยเฉพาะน้ำเย็นเพื่อลดอุณหภูมิในร่างกายและชดเชยน้ำที่สูญเสียไปกับเหงื่อ หากรู้สึกอ่อนเพลียสามารถจิบเครื่องดื่มเกลือแร่สำหรับนักกีฬาได้
- **แม้จะออกกำลังกายกลางแจ้งแต่พยายามให้อยู่ในที่ร่มหรือใต้แนวร่มไม้** และหลีกเลี่ยงการอยู่กลางแดดนาน ๆ เพราะอาจทำให้เสียเหงื่อมากเกินไปและหน้ามืดเป็นลมได้
- **ก่อนออกกำลังกาย ควรเช็กสภาพอากาศ** หากอุณหภูมิสูงเกินไป เช่น 35 หรือ 40 องศาขึ้นไป ควรงดออกกำลังกายเพราะอาจทำให้ระบายความร้อนออกจากร่างกายไม่ทัน และเกิดภาวะ Heat Stroke ได้
- **ระหว่างออกกำลังกาย หากมีอาการหน้ามืด คลับคล้ายว่าจะเป็นลม** ให้หยุดกิจกรรมทั้งหมดแล้วพัก ไม่ควรฝืนร่างกายโดยเด็ดขาด
- **หลังออกกำลังกายเสร็จสิ้นลง เมื่อ Cool Down** ด้วยการลดการใช้แรงเพื่อให้หัวใจกลับมาเต้นในอัตราปกติแล้ว ความร้อนที่ยังระอุ ทำให้ร่างกายปรับกลไกคือขยายหลอดเลือดเพื่อให้เลือดส่งความร้อนผ่านผิวหนังเราสามารถช่วยได้ด้วยการใช้ผ้าชุบน้ำเย็นประคบบริเวณแขนและคอเพื่อลดอุณหภูมิในเลือดลง เหมือนลดความร้อนในร่างกายเวลามีไข้นั่นแหละ S

Fortune for Biz

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

15 เมษายน -14 พฤษภาคม 2561

ราศีมังกร

สำหรับท่านที่ทำธุรกิจที่ต้องมีหุ้นส่วน ควรจะระมัดระวังเอาไว้บ้าง อาจจะถูกเล่นตุกติกได้ จึงต้องเอาใจใส่เป็นพิเศษ อย่านิ่งนอนใจมากจนเกินไป การเงินใช้จ่ายอย่างฟุ่มเฟือย ควรรู้จักระงับใจไว้บ้าง ความรักมีแต่ความลุ่มหลง เร่าร้อนจนขาดสติ จึงยากจะหารักแท้ได้

ราศีพฤษภ

ต้องระวังปัญหาด้านการเงิน หมุนเงินจนหน้ามืด เข้าซ้ายจ่ายขวา จึงต้องควบคุมดูแลให้ดีๆ ความรักเป็นเรื่องของหน้าที่ หรือพันธะมากกว่าจะเป็นเพราะความรักจริงๆ เหมือนต้องทนอยู่กันไปแบบเฉยเมย จะเลิกก็ยังเลิกไม่ได้ การงานก็ยังไม่ได้ดังใจ ที่เคยเจรจาไว้ก็ยังไม่คืบหน้า เหมือนถูกถ่วงเอาไว้จนล่าช้า

ราศีกันย์

การงานยังไม่มีอะไรคืบหน้า หรือตื่นเต้นท้าทายพอจะทำให้คุณรู้สึกว่าต้องทุ่มเท การเข้าสังคมเป็นอะไรที่น่าเบื่อหน่ายมากสำหรับคุณในช่วงนี้ จึงพยายามที่จะหลีกเลี่ยง สำหรับท่านที่ยังโสด ก็มีเค้าที่จะยังคงต้องครองความเป็นโสดต่อไป เพราะยังไม่มีใครเข้าตาเลยสักคน การเงินอยู่ได้เพราะความประหยัด มัธยัสถ์ ใช้จ่ายอย่างพอเพียง

ราศีกุมภ์

ต้องระมัดระวังในเรื่องของสุขภาพไว้ให้มากๆ อาจถึงขั้นต้องพบแพทย์ หรือนอนโรงพยาบาลกันเลยทีเดียวถ้ายังฝืนต่อไป ทั้งๆ ที่สภาพร่างกายไม่สามารถจะรับได้ไหวอีกแล้ว ความรักเดินมาจนถึงทางตัน จึงทำได้เพียงแค่ตัดใจ และปล่อยมือจากกัน ไม่ควรจะปล่อยให้คาราคาซังอีกต่อไป เพราะมีแต่จะทำให้ทุกข์ทรมานใจทั้งสองฝ่าย

ราศีเมถุน

คุณจะต้องเผชิญกับความลำบากใจเพราะถูกท้าทายจากเพื่อนร่วมงาน หรือแม้แต่ตัวเจ้านายของคุณเอง จึงเหมือนตกกระไดพลอยโจนให้ต้องพิสูจน์ตัวเองอย่างหนัก ความรักระวังปัญหามีปากเสียงกันอย่างรุนแรงจนอาจถึงขั้นต้องห่างกันสักระยะ ในเรื่องการเงินเพราะการใช้จ่ายอย่างไม่ยั้งคิดในอดีตทำให้เกิดปัญหาได้ในวันนี้

ราศีตุลย์

การทำสัญญาในวันนี้จะมีผลเป็นที่น่าพอใจทั้งสองฝ่าย ถึงแม้ว่าจะเป็นการร่วมมือของสองบริษัทที่แตกต่างกันก็ตามที สำหรับท่านที่มีคนรักเป็นชาวต่างชาติ หรือมีคนรักอยู่ที่ต่างประเทศในขณะนี้ ความสัมพันธ์กำลังคืบหน้าไปด้วยดี ความแตกต่างในเรื่องวัฒนธรรมไม่ใช่ปัญหาแต่อย่างไร

ราศีมีน

สำหรับท่านที่เพิ่งหายจากอาการป่วย ยังไม่ควรหักโหมในเรื่องของงานมากจนเกินไป เพราะเป็นช่วงที่ควรจะพักฟื้น ความรักไม่มีความคืบหน้าใดๆ ทั้งสิ้น เผลอๆ จะถอยหลังซะมากกว่า ดังนั้นจึงป่วยการที่จะฉุดรั้งไว้ ปล่อยให้เป็นไปตามครรลองจะดีกว่า การเงินเป็นช่วงที่ควรจะยับยั้งชั่งใจ อย่าตามใจตัวเองมากจนเกินไป เพราะจะทำให้ใช้จ่ายเกินตัวได้

ราศีกรกฎ

เป็นช่วงที่ความรักกำลังเบ่งบาน ความสัมพันธ์มีการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง และเติบโต แต่ก็ไม่ควรชะล่าใจ คุณยังต้องกระตือรือร้นและเดินหน้าต่อไป ธุรกิจการงานจะได้ลูกน้องที่เฉลียวฉลาด แต่ติดจะขี้เล่นไปบ้าง การเงินควรใช้จ่ายแต่พอควร อย่ามือเติบจนเกินไปเพราะความเจ้าสำราญ

ราศีพิจิก

ความมั่นคงทางด้านการเงิน และทรัพย์สิน ทำให้คุณไม่ต้องการจะดิ้นรน หรือไขว่คว้าอะไรให้วุ่นวาย เพราะเหตุนี้ทำให้คุณออกจะเฉยชาในเรื่องของความรักเช่นกัน โดยเฉพาะถ้าเป็นเรื่องของความโรแมนติกยิ่งไม่ใช่แนว แต่ถ้าเป็นการคบหาดูใจกันแบบเพื่อน อาจทำให้คุณเปิดใจยอมรับได้บ้าง

ราศีเมษ

การเงินถึงแม้จะต้องหมุนบ้าง แต่อาศัยไหวพริบเฉพาะตัวของคุณทำให้ผ่านพ้นมาได้ แม้จะแบบฉิวเฉียดก็ตามที ในเรื่องของงานยังมีภาระเรื่องความรับผิดชอบที่แบกเอาไว้อยู่ ความรักต้องหนักแน่น และเชื่อใจในกันและกัน เพราะต่างฝ่ายต่างก็ยุ่งกับเรื่องของงานจนแทบไม่มีเวลาจะพบเจอกัน ได้แต่สื่อสารกันทางไลน์ หรือโทรศัพท์

ราศีสิงห์

ความขัดแย้งที่เกิดขึ้นเนื่องมาจากผู้ที่มีอำนาจเหนือกว่า ทำให้คุณรู้สึกอึดอัด และกดดันมาก แต่ก็ไม่สามารถทำอะไรได้ คุณควรอยู่เฉยๆ รอดูเหตุการณ์ไปก่อน อย่าฝืนดันทุรังทำในสิ่งที่อาจส่งผลร้ายให้กับคุณในอนาคต ความรักต้องลำบากใจเพราะผู้ใหญ่ไม่เห็นชอบด้วย แต่คุณก็ไม่ควรแสดงอาการต่อต้านใดๆ ควรใช้ความสงบ และน้ำเย็นเข้าลูบ

ราศีธนู

จะทำอะไรอย่าใจร้อน ให้ยึดสุภาษิตที่ว่า ช้าๆ ได้พร้าเล่มงามไว้ก่อน ต้องอาศัยความใจเย็นในการที่จะประสบความสำเร็จ อาจต้องใช้เวลาบ้าง แต่ผลที่ได้จะคุ้มค่ามาก เพราะเป็นการฝึกฝนความอดทนด้วย ในขณะเดียวกันมีโอกาสได้เดินทาง หรือท่องเที่ยวทางน้ำ

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
- บ้านอังเล 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 ซดสด

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 ฮิ

ระยอง
- Dollars House
- ราย็อง

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

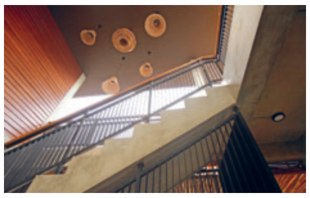
โอนเข้าบัญชี บริษัท เพนนินซูลาร์ แอสโซซิเอทส์ จำกัด

- 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 : The Buffalo Amphawa*



THE BUFFALO AMPHAWA

โรงแรมคูลๆ ในเมืองสายน้ำที่เงียบสงบ

สมุทรสงคราม นับเป็นอีกหนึ่งจุดหมายปลายทางที่นักท่องเที่ยวทั้งไทยและเทศต่างปักหมุดไว้ในแผนที่เดินทางของตนเอง เพราะที่นี่มีครบทั้งบรรยากาศอันเงียบสงบ ธรรมชาติแสนบริสุทธิ์ ตลาดน้ำน่าเดินช้อป และโรงแรมดีไซน์เก๋อย่าง The Buffalo Amphawa ที่ชวนให้อยากทิ้งตัวนอนสักคืนสองคืน

โรงแรมน้องใหม่แห่งนี้ได้หยิบวิถีชีวิตของชาวสมุทรสงครามที่มีความผูกพันกับสายน้ำมาเป็นคอนเซปต์ในการออกแบบตกแต่ง โดยสะท้อนภาพวิถีชีวิตดังกล่าวผ่านโครงสร้าง งานศิลปะ และการตกแต่งที่เน้นงานคราฟต์สุดประณีตจากนักออกแบบท้องถิ่น

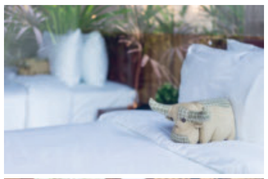
พื้นที่ภายในโรงแรมแบ่งออกเป็น 3 ส่วน ได้แก่ ส่วนของโรงแรมที่ออกแบบในสไตล์ลอฟต์ มีลักษณะเป็น Boutique (Art) Hotel บริเวณล็อบบี้โดดเด่นด้วยผนังไม้ไผ่ลวดลายสายน้ำ สื่อถึงอัตลักษณ์ของเมืองแม่กลองที่ได้ชื่อว่า เมืองสามน้ำ นั่นคือ น้ำจืด น้ำเค็ม และน้ำกร่อย และฝูงปลาทูแม่กลองที่ว่ายวนทิศพาผู้มาเยือนเข้าสู่ห้องพักที่ตกแต่งด้วยภาพจิตรกรรมเสมือนจริง รวมถึงว่าวจุฬาและว่าวปักเป้าเพื่อสะท้อนภูมิปัญญาท้องถิ่น บรรยากาศภายในห้องพักเน้นความเรียบง่าย และแอบซ่อนรายละเอียดวิถีชีวิตของคนในพื้นที่ไว้ตามจุดต่างๆ

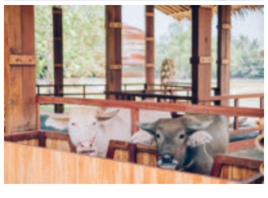
ในส่วนของทางเดินรอบห้องพักล้อมรอบด้วยบ่อน้ำ เพื่อแสดงความเป็นเมืองที่ผู้คนมีความผูกพันกับสายน้ำ สระว่ายน้ำปูด้วยกระเบื้องสีเหลือง ซึ่งเมื่อสะท้อนกับแสงในยามค่ำคืนจะให้บรรยากาศเหมือนคลองอัมพวาในคืนพระจันทร์เต็มดวง

ถัดมาเป็น The Buffalo Café ร้านกาแฟบรรยากาศเรียบง่าย เหมาะแก่การนั่งพักผ่อนและชมบรรยากาศริมคลองแม่กลอง รูปทรงของร้านหากมองจากมุมบนลงมาจะเห็นเป็นรูปหลังควายที่หมอบอยู่ในน้ำ เพดานตกแต่งด้วยกระดาษว่าวลายไทยที่ประยุกต์มาจากภาพจิตรกรรมฝาผนังของวัดอัมพวันเจติยาราม เคาน์เตอร์สะท้อนภาพลายสายน้ำ ซึ่งเป็นงานช่างฝีมือดุนโลหะ (ทองเหลือง) บนโคลนด้วยค้อน ขณะที่ตัวอักษรที่เรียงกันเป็นชื่อร้านเป็นงานลงรักปิดทองคำเปลว ไม่เพียงเท่านี้ แก้วกาแฟเครื่องปั้นดินเผาที่ใช้ภายในร้านก็เป็นงานทำมือด้วย

พื้นที่ส่วนสุดท้ายคือ The Buffalo Restaurant ตัวอาคารของร้านอาหาร The Rusty Rose ทำจากเหล็กที่ทำให้เกิดสนิมแล้วเคลือบ สะท้อนวิถีชีวิตการทำประมงบริเวณปากอ่าวแม่น้ำแม่กลองของชาวสมุทรสงคราม ส่วนภายในอาคารตกแต่งด้วยรายละเอียดของงานไม้ไผ่ สำหรับอาหารที่เสิร์ฟเน้นอาหารไทยและอาหารฝรั่งที่ปรุงจากวัตถุดิบในท้องถิ่น

นอกจากพื้นที่ 3 ส่วนที่พูดถึงไปข้างต้น The Buffalo Amphawa ยังมีอีกสองไฮไลต์เด็ดอย่าง The Buffalo Playground สำหรับจัดกิจกรรมปลูกข้าว บริเวณนี้โดดเด่นด้วยหุ่นไล่การูปหนุมานตอนเกี้ยวพาราสีนางสุพรรณมัจฉา และ The Buffalo House บ้านของสองดาวเด่น คุณกะลา ควายแคระสีดำ และคุณกะทิ ควายแคระเผือกที่มีเพียง 4 ตัวในประเทศไทย ทั้งนี้ ใครที่มองหากิจกรรมทำระหว่างเข้าพักก็ไม่ผิดหวัง เพราะที่นี่รับจัดกิจกรรมตามความต้องการของผู้เข้าพัก เช่น ปั้นดินโคลน หรือเวิร์กช็อปทำว่าวและขนมไทย อีกทั้งยังมีกิจกรรมพิเศษในช่วงเทศกาล เช่น ทำขวัญข้าว และเล่นน้ำสงกรานต์แบบไทย





อ.อัมพวา จ.สมุทรสงคราม
☎ 0-3412-0333, 09-2248-4333
Thebuffaloamphawa
Thebuffaloamphawa

EATING OUT *Text : Duckkiez / Photo : เจษฎา ยอดสุรางค์*

แนะนำ ร้านอาหาร เข้ามาได้ที่ INBOX ของเพจ SME STARTUP

UNCLE TIGGER'S

ไก่ทอด+วอฟเฟิลฉบับลุงเสือ

SAY HELLO

Uncle Tigger's คาเฟ่ไก่ทอดที่ใส่ใจในคุณภาพและความอร่อยของอาหารทุกจานเสมือนคุณลุงที่ทำอาหารดีๆ ให้ลูกหลานรับประทาน ความโดดเด่นของไก่ทอดร้านนี้อยู่ที่การหมักเนื้อไก่ด้วยเครื่องปรุงและเครื่องเทศสูตรลับเฉพาะกว่า 14 ชนิด และหมักอย่างน้อย 12 ชั่วโมงเพื่อให้ได้เนื้อไก่รสชาติกลมกล่อม รสสัมผัสนุ่มชุ่มฉ่ำ และมีกลิ่นอันเป็นเอกลักษณ์ ไม่เพียงเท่านี้ที่นี่ยังเป็นเจ้าแรกที่ขายไก่ทอดหม่าล่า

CHEF RECOMMENDED

Chicken&Waffles ซิกเนเจอร์ดิชที่หน้าตาไม่คุ้น แต่คอนเฟิร์มว่าอร่อยลงตัว สะโพกไก่ทอดคลาสสิกวางบนวอฟเฟิลแป้งกรอบ เนื้อเบา ก่อนรับประทานอย่าลืมราดเมเปิ้ลไซรัปลงบนไก่เพื่อเพิ่มรสหวาน ส่วนใครชอบจิ้มซอส ทางร้านก็มีซิกเนเจอร์ซอสเสิร์ฟให้ **Mahlah Fried Chicken** มีให้เลือกทั้ง **Red Mahlah** ไก่ทอดคลุกผงพริกหม่าล่า รสเผ็ดร้อน ชาลิ้น และ Black Mahlah ไก่ทอดเคลือบซอสหม่าล่า ให้ครบทั้งรสเผ็ด เปรี้ยว หวาน เค็ม และ **MAMA Creamy Tom Yum Ta-Lae** มาม่าต้มยำน้ำข้น รสจัดจ้านถึงเครื่องต้มยำ แต่งหน้าด้วยปลาหมึก กุ้ง และไข่ลวก ส่วนสายผักต้องสั่ง **Caesar Salad** กรีนคอส ผักกาดแก้ว และมะเขือเทศคลุกเคล้าน้ำสลัดซีซาร์สูตรเข้มข้น ท็อปด้วยครูตองส์ เบคอน และพาเมซานชีส

SPECIAL

2 เมนูรับประทานเล่นที่อยากให้ลอง **Calamari** ปลาหมึกวงชิ้นโตชุบแป้งทอด ปรุงรสด้วยเครื่องเทศ เสิร์ฟพร้อมซาร์มาโยและเลม่อน และ **Bacon&Cheese Fries** เฟรนช์ฟรายส์ทอดกรอบราดเชดด้าชีส โรยหน้าด้วยออริกาโน่และพาเมซานชีส ด้านขนมหวานแนะนำ **Friday Waffles** บัตเตอร์มิลค์วอฟเฟิลครึ่งแผ่นอบกรอบ เสิร์ฟพร้อมเมเปิ้ลไซรัปกลิ่นหอมหวาน รับประทานคู่ไอศกรีมโฮมเมดและวานิลลาวิปครีมเนื้อเนียนนุ่ม

LOCATION

ซ.แบริ่ง 23 เปิดบริการทุกวัน 11.30-21.30 น.
☎ 06-2194-9426 uncletiggers uncletiggers @uncletiggers

EAT/DRINK/TRAVEL *Text : Duckkiez*

SERGEANT KITCHEN

ข้าวมันไก่สิงคโปร์สูตรต้นตำรับเสิร์ฟถึงไทยแล้วที่ร้าน Sergeant Kitchen ข้าวหอมมะลิชั้นดีหุงด้วยเครื่องเทศกว่า 14 ชนิดจึงมีกลิ่นและรสชาติที่เป็นเอกลักษณ์ ส่วนเนื้อไก่นุ่มชุ่มฉ่ำ หอมกลิ่นน้ำมันงาและกลิ่นซีอิ๊วอ่อนๆ เสิร์ฟพร้อมน้ำจิ้มแดง ซีอิ๊วดำ และซอสขิงสด

ชั้น 6 โซนลิฟต์แก้ว เซ็นทรัลเวิลด์
☎ 0-2252-2718 SergeantKitchenThailand

LAZY MARY COFFEE

คาเฟ่ไซส์มินิที่ได้แรงบันดาลใจจากเพลงวัยเด็ก Lazy Mary, Will you get up? ภายในร้านมีบาร์ไม้ยาวสำหรับนั่งทำงาน และโซฟายาวพร้อมหมอนใบใหญ่ที่เห็นแล้วอยากงีบหลับเสียจริง นอกจากเครื่องดื่มขึ้นชื่ออย่าง Espresso X Sunkist กาแฟผสมน้ำส้ม และ Mary en Rose กาแฟผสมไซรัปกุหลาบ ทางร้านยังมีเบเกอรีโฮมเมดและสปาเกตตีฟิวชันให้สั่งด้วย

ซ.พญานาค เปิดบริการวันจันทร์-ศุกร์ 08.00-18.00 น. และวันเสาร์-อาทิตย์ 08.00-20.00 น.
☎ 09-5661-8272, 08-1713-7035 lazymarycoffee lazymarycoffee

HAVEN'T MET SILOM

โรงแรมดีไซน์ล้ำภายใต้คอนเซปต์ Lifestyle Hotel เพื่อกลุ่มนักท่องเที่ยว Gen Y ที่ต้องการความคุ้มค่ามากที่สุด ห้องพักทั้ง 70 ห้องแบ่งออกเป็น 2 แบบ 2 สไตล์ ได้แก่ Awesome และ Sensational เน้นการตกแต่งที่ทันสมัยด้วยเฟอร์นิเจอร์และสีสันสไตล์โมเดิร์น ผู้เข้าพักทุกห้องจะได้รับสมาร์ทแท็บเล็ตที่มาพร้อมแอพพลิเคชัน ช่วยอำนวยความสะดวก

ถ.สีลม
☎ 0-2233-4442 www.hotel-hm.com haventmetbangkok

RELAX *Text : Duckkiez*

RARINJINDA WELLNESS SPA

สปาระดับพรีเมียมภายใต้คอนเซปต์ The Ultimate Wellness Experience ทรีตเมนต์มีทั้งนวดแผนไทย นวดศาสตร์อายุรเวทแบบดั้งเดิม นวดศาสตร์ตะวันตกผสมผสาน และทรีตเมนต์พิเศษที่นำเทคโนโลยีเข้ามาผสานกับสปาบำบัด หลังทำทรีตเมนต์สามารถนั่งพักผ่อนได้ที่ Relaxation Lounge เลานจ์หรูที่มีข้าวเหนียวมะม่วง ผลไม้ ชาร้อน และน้ำสมุนไพรให้บริการ

ชั้น 8 โรงแรมแกรนด์ เซ็นเตอร์พ้อยท์ ถ.ราชดำริ
☎ 0-2091-9088 www.rarinjinda.com

I AM YOU

นิทรรศการ I Am You คือการต่อยอดแนวความคิดจากชุดผลงาน I Am You เมื่อปี พ.ศ.2536 ของ วสันต์ สิทธิเขตต์ นิทรรศการนี้นอกจากบอกเล่าแนวคิดของผลงานและชีวิตความเป็นศิลปินนักกิจกรรมของเขาแล้ว ในระหว่างที่จัดนิทรรศการยังมีกิจกรรมการศึกษา "Curator Tour" "Artist Talk" "Critic Talk" และเวิร์กช็อปสำหรับเด็กจัดร่วมด้วย

หอศิลปวัฒนธรรมแห่งกรุงเทพมหานคร ห้องนิทรรศการ ชั้น 8
จัดแสดงตั้งแต่วันนี้-27 พฤษภาคม 2561
www.bacc.or.th

SCB BUSINESS CENTER

SCB BUSINESS CENTER @สยามสแควร์

รวมสูตรลับพลิกธุรกิจอาหาร รับเทรนด์ 4.0

หลังจากที่เปิดตัวมากว่า 4 เดือน SCB Business Center สาขาสยามสแควร์ ก็มีความคึกคักเพิ่มมากขึ้นเรื่อยๆ จากการแวะเวียนกันเข้ามาหาความรู้และปรึกษาธุรกิจของบรรดา SME ซึ่งที่นี่พร้อมสนับสนุน SME ในทุกด้าน ทั้งความรู้และเครื่องมือในการทำธุรกิจต่างๆ เช่น สามารถขอรับคำปรึกษาจากเหล่า Business Coach ที่พร้อมให้คำแนะนำได้อย่างตรงจุดได้ทุกช่วงธุรกิจ การให้คำปรึกษาโดยผู้เชี่ยวชาญ 4 เคาน์เตอร์หลัก ได้แก่ Digital, Logistics, Branding และ Franchise โดยมีคุณพัฒนพงศ์ รานุรักษ์ และ คุณธเนศ จิระเสวกดิลก กรรมการผู้จัดการ บริษัท Divana Spa ผู้ประกอบการด้านธุรกิจสปาและผลิตภัณฑ์อโรมาระดับแนวหน้าของไทย รับหน้าที่ Mentors ประจำศูนย์

นอกจากนี้ SCB Business Center ยังจัดสรรพื้นที่ให้บริการทำกิจกรรมต่างๆ เช่น Co-Working Space พร้อมสิ่งอำนวยความสะดวกครบครัน ให้ SME ได้นั่งทำงานได้อย่างเต็มที่ ห้องประชุมแบบส่วนตัว และสตูดิโอสำหรับใช้ถ่ายภาพสินค้า เพื่อนำไปใช้ในการขายและทำ การตลาด สำหรับผู้ประกอบการที่มีหน้าร้านออนไลน์อีกด้วย

ทั้งหมดนี้เป็นการบริการแบบไม่เสียค่าใช้จ่าย และเปิดให้บริการทุกวัน ผู้ประกอบการ SME ที่ต้องการมาใช้บริการที่ SCB Business Center สยามสแควร์ ซอย 1 สามารถจองทุกกิจกรรมได้ผ่านทาง https://businesscenter.scb.co.th

ติดตามข่าวสารของกิจกรรมต่างๆ จาก SCB BUSINESS CENTER ได้ที่ SCB SME FACEBOOK GROUP

สัมมนาว่าด้วยธุรกิจอาหารแบบเข้มข้น

ธุรกิจอาหารเป็นธุรกิจที่คนสนใจลงทุนเป็นอันดับต้นๆ และมีแนวโน้มการเติบโตอย่างต่อเนื่อง ดังนั้น หากผู้ประกอบการได้รับความรู้ ข้อมูลต่างๆ ย่อมสามารถนำไปสร้างสรรค์สินค้าและบริการใหม่ๆ ที่ตอบโจทย์ผู้บริโภคมากขึ้นได้ SCB Business Center จึงได้จัดสัมมนาว่าด้วยเรื่องธุรกิจอาหารแบบเข้มข้นตลอดทั้งเดือน โดยเชิญเหล่ากูรูธุรกิจชื่อดังมาร่วมแบ่งปันประสบการณ์ แบบรู้ลึกรู้จริงในงานสัมมนาที่จัดขึ้นทุกวันอังคารและวันเสาร์ ได้แก่

คุณโจม พารณจุลกะ ผู้สร้างแบรนด์ร้านอาหารแหลมเกตุให้เป็นที่รู้จักอย่างรวดเร็ว และเป็นอีกหนึ่งร้านอาหารที่ไม่เคยตกเทรนด์ ไม่ว่าในช่วงนั้นมีกระแสอย่างไร และมาร่วมพลิกโอกาสธุรกิจกับแนวคิดใหม่ๆ ในหัวข้อ สร้างแบรนด์อาหารอย่างไรให้ดังไว ไม่ตกเทรนด์

คุณทัดณัฐ ฉันทธรรม์ ผู้ก่อตั้งแบรนด์ผลิตภัณฑ์แมลงอบกรอบไฮโซ มาบอกเล่าว่าอะไรคือ เคล็ดลับความสำเร็จที่กล้าเสี่ยงหยิบเอาแมลงทอดมาบรรจุซองขายในร้านสะดวกซื้อทั่วประเทศ จนมียอดขายเป็นกอบเป็นกำ นอกจากนี้ยังได้มาเปิดช่องทางขายใหม่ๆ ให้กับธุรกิจอาหารด้วยตลาดสดออนไลน์

คุณพงษ์ลดา พะเนียงเวทย์ ผู้ก่อตั้ง Freshket มาเปิดช่องทางขายใหม่ๆ ให้กับธุรกิจอาหารด้วยตลาดสดออนไลน์ Freshket ที่จะช่วยให้มีแผงวางขายผลิตภัณฑ์อาหารต่างๆ ผ่านช่องทางออนไลน์ และมาเรียนรู้ว่าตลาดสดออนไลน์แห่งนี้จะช่วยคุณขายสินค้าได้มากขึ้นและสะดวกแค่ไหน

คุณกมลพฤทธิ์ ชุมพล co-founder แบรนด์ SKOOTAR ได้มาพูดคุยถึงธุรกิจส่งด่วน ตัวช่วย SME เพิ่มโอกาสทางธุรกิจ ซึ่งทำให้ SME ได้ความรู้และแนวคิดใหม่ๆ กลับไปต่อยอดธุรกิจกันอย่างมากมาย

ติวเข้มด้วย WORKSHOP

กิจกรรมดีๆ ที่อัดแน่นความรู้แบบเข้มข้นจาก SCB Business Center คือ กิจกรรมเวิร์กช็อปที่ให้ผู้ประกอบการ SME ได้เรียนรู้แบบลงมือปฏิบัติจริง เช่น เวิร์กช็อปเทคนิคการใช้ Line@ ต่อยอดธุรกิจ ให้ยอดพุ่ง โดยมีผู้เชี่ยวชาญด้าน Digital Marketing อย่าง **อ.ลลิตา สันติวรรักษ์** มาถ่ายทอดความรู้ นอกจากนี้ ยังได้พูดคุยแบบใกล้ชิดกับผู้เชี่ยวชาญด้านธุรกิจไอศกรีม **คุณนิมณิชา กรรณเลขา** เจ้าของแบรนด์ Clubsweety โรงเรียนสอนทำไอศกรีมในกิจกรรม Exclusive Talk ที่จะช่วยสร้างมูลค่าเพิ่มให้แบรนด์มีเอกลักษณ์เป็นที่จดจำและมีสินค้าที่โดดเด่นแตกต่างไม่เหมือนใคร ยิ่งไปกว่านั้น **คุณสุทธิพงษ์ สุริยะ** กรรมการผู้จัดการ บริษัท ขาบสไตล์ จำกัด ยังมาสอนเทคนิคการตลาดผ่าน Foodphoto+ Storytelling ซึ่งงานนี้ผู้ประกอบการ ได้เก็บความรู้ด้านเทคนิคการถ่ายภาพอย่างไรให้ดูแพงไปกันแบบถ้วนหน้า

เจาะลึกกลยุทธ์การตลาดยุค 4.0

ปิดฉากไปเป็นที่เรียบร้อยแล้วกับโครงการอบรม NEXT STEP NEC พัทยา เจาะลึกกลยุทธ์การตลาดยุค 4.0 ที่พัทยา โดยความร่วมมือของสำนักพัฒนาผู้ประกอบการ กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม และศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมภาคที่ 9 จ.ชลบุรี เมื่อเดือนกุมภาพันธ์-มีนาคม

กิจกรรมนี้ ได้รับเกียรติจาก วัชรุน จุ้ยจำลอง ผู้อำนวยการศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมภาคที่ 9 มาเป็นประธานเปิดโครงการ และมอบวุฒิบัตรให้กับผู้ผ่านการอบรมในวันสุดท้าย ณ โรงแรม Pattaya Discovery Beach Hotel โดยมีผู้ประกอบการให้ความสนใจเป็นจำนวนมาก เพื่อรับความรู้จากวิทยากรชั้นนำและเซียนธุรกิจตัวจริง เช่น รวิศ หาญอุตสาหะ แบรนด์ศรีจันทร์, พัฒนพงศ์ รานุรักษ์ แบรนด์ดีวานา สปา, อติรัตน์ ด่านภัทรวรวัฒน์ ผู้บริหารแพ 500 ไร่, แคทลียา ท้วมประถม ผู้บริหารไอเดียเล้าจน์ กรุ๊ป, ธีรินทร์ ธัญญวัฒนกุล แบรนด์ข้าวไก่แจ้, ประสิทธิ์ วรฉัตราวณิช ผู้เชี่ยวชาญด้านดิจิทัล มาร์เกตติ้ง, ไผท ผดุงถิ่น ผู้ก่อตั้งบิลค์ เอเชีย, กิตตินันท์ อนุพันธ์ ผู้ก่อตั้ง Claim di, พิมพ์มาดา พัฒนปรัชญาพงศ์ แบรนด์คางกุ้งทอดกรอบ Okusno, ทัดณัฐ ฉันทธรรม์ แบรนด์แมลงอบกรอบ "ไฮโซ" นภนีรา รักษาสุข ยินดีดีไซน์ และ ดร.เกียรติอนันต์ ล้วนแก้ว อาจารย์ประจำคณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

Thailand Blockchain Community Initiative

วิรไท สันติประภพ ผู้ว่าการธนาคารแห่งประเทศไทย และปรีดี ดาวฉาย ประธานสมาคมธนาคารไทย พร้อมด้วยผู้แทนจาก 14 ธนาคารในไทย และรัฐวิสาหกิจและองค์กรธุรกิจใหญ่ 7 แห่ง เปิดตัวโครงการ Thailand Blockchain Community Initiative เพื่อนำเทคโนโลยีบล็อกเชนมายกระดับประสิทธิภาพและความสามารถในการแข่งขันทางธุรกิจของประเทศ

เปิดโครงการ S.O.S+

บรรจงจิตต์ อังศุสิงห์ รองปลัดกระทรวงพาณิชย์ เป็นประธานเปิดโครงการ ต่อยอดการพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการการค้าออนไลน์ : Smart Online SMEs Plus (S.O.S+) เพื่อขยายโอกาสแก่ ผู้ประกอบการไทยในการขายสินค้าออนไลน์ผ่านการเจรจาธุรกิจร่วมกับ e-Marketplace ต่างชาติ ณ สถาบันผู้ประกอบการค้ายุคใหม่ (NEA) กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ

กรุงศรีฯ ตอกย้ำ
เป็นธนาคารสำหรับ SME

ธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด (มหาชน) โดย สยาม ประสิทธิศิริกุล ประธานคณะเจ้าหน้าที่ด้านลูกค้าธุรกิจ SME ธนาคารกรุงศรีอยุธยา เผยกลยุทธ์กลุ่มงานลูกค้าธุรกิจ SME ปี 2561 ตอกย้ำเป้าหมายการเป็นธนาคารหลักสำหรับลูกค้าธุรกิจ SME โดยการผสานความแข็งแกร่งกับเครือข่ายระดับโลกของมิตซูบิชิ ยูเอฟเจ ไฟแนนเชียล กรุ๊ป (MUFG) ที่มีลูกค้าอยู่ทั่วโลก ช่วยต่อยอดการให้บริการซัพพลายเชนได้อย่างครบวงจรตั้งแต่ต้นน้ำและปลายน้ำ

GIT ออกบู๊ธโชว์ผลงาน

สนธิรัตน์ สนธิจิรวงศ์ รัฐมนตรีว่าการกระทรวงพาณิชย์ เป็นประธานในพิธีเปิดบู๊ธสถาบันวิจัยและพัฒนาอัญมณี และเครื่องประดับแห่งชาติ (องค์การมหาชน) หรือ GIT ในงาน Bangkok Gems and Jewelry Fair ครั้งที่ 61 ซึ่งในงานนี้ GIT ได้เน้นชูผลงานอัตลักษณ์อวดฝีมือช่างไทยในท้องถิ่นต่างๆ ทั่วไทย และเครื่องประดับจากดีไซเนอร์รุ่นใหม่หวังเจาะตลาด AEC+6 พร้อมให้บริการตรวจรับรองอัญมณีภายใน 24 ชั่วโมง

SCB โชว์นวัตกรรม "Credit Scoring"

ธนาคารไทยพาณิชย์ สนองนโยบายรัฐบาลและธนาคารแห่งประเทศไทยเดินหน้าสร้างสังคมไร้เงินสด (Cashless Society) พัฒนานวัตกรรมเพื่อเป็น Digital Platform ให้ผู้ประกอบการได้เข้าถึงสินเชื่อธนาคารได้ง่ายๆ ผ่านระบบ Credit Scoring นำบริการแม่มณีพร้อมสมาชิกร้านค้าแม่มณีเข้าร่วมงาน Bangkok FinTech Fair 2018 : SME and Consumer Financial Solutions ภายใต้แนวคิดแม่มณีชวน ชิม ช้อป ชิล

eBay Thailand Seller Summit 2018

เจสัน ลี กรรมการผู้จัดการ อีเบย์ ภาคพื้นเอเชียตะวันออกเฉียงใต้และตะวันออกกลาง จัดงาน eBay Thailand Seller Summit 2018 เพื่อขอบคุณผู้ขายชาวไทย และมอบรางวัลผู้ขายดีเด่น 3 สาขาประจำปี 2018 ได้แก่ รางวัล Young and Successful Top Seller รางวัล Outstanding Customer Service และ รางวัล Innovative Service เพื่อตอกย้ำความเป็นมาร์เก็ตเพลสที่ใหญ่ที่สุดในโลก และยืนยันความพร้อมในการสนับสนุนผู้ขายไทย

Text : Ratchanee P.

SOLOPRENEUR
เดี่ยวๆ คนเดียวก็เป็นเจ้าของธุรกิจได้

แม้ว่าดิจิทัลจะเป็นสัญลักษณ์ของความก้าวหน้าแบบก้าวกระโดด ที่ทำให้หลายองค์กรต้องลุกขึ้นมา Transform ตัวเองกันเป็นทิวแถว แต่ขณะเดียวกันมันก็เปิดโอกาสให้คนตัวเล็กตัวน้อยได้ลืมตาอ้าปาก เพราะเดี๋ยวนี้ไม่ว่าจะอยู่ในส่วนไหนของโลก ถ้ามีฝีมือ ไอเดียเจ๋ง ๆ และมีจิตใจพร้อมจะประกอบการก็สามารถนำเสนอสินค้าสู่โลกได้ และแม้จะเป็นมดตัวเล็ก ๆ ก็ไม่จำเป็นต้องกลัวยักษ์ใหญ่อีกต่อไปแล้ว

อินเทอร์เน็ตช่วยให้ผู้บริโภคค้นพบคุณเพียงคลิกเท่านั้น จึงเป็นการสร้างโอกาสใหม่ ๆ ไม่ต้องรอให้ลูกค้าเป็นฝ่ายเดินเข้ามาหาอย่างเดียว จะเห็นได้จากการที่มีคนหันมาเปิดร้านค้าบนออนไลน์กันมากขึ้น แสดงว่าการเป็นผู้ประกอบการนั้นไม่ใช่เรื่องยากอีกต่อไป และไม่ว่าใคร ๆ ก็สามารถลุกขึ้นเป็นเจ้าของธุรกิจได้ด้วยตัวเองทั้งนั้น โดยการโซโล่เดี่ยวหรือลุยเดี่ยว แบบที่เรียกกันว่า Solopreneur ที่จะให้พูดเข้าใจกันอย่างง่าย ๆ ก็คือคนที่ทำธุรกิจด้วยตัวคนเดียวทั้งหมด ตั้งแต่ต้นจนจบ ตั้งแต่การพัฒนาสินค้า ถ่ายรูป ทำตลาด ติดต่อ แพ็กของ ฯลฯ

ยกตัวอย่าง หลี-ประภาวี ศิวเวทกุล ฟรีแลนด์กราฟิกดีไซน์ที่ผันตัวเองมาทำสมุนไพรที่มีกลิ่นหอมบำบัด เช่น บาล์มสมุนไพรจากไขผึ้งธรรมชาติ เทียนหอมไขถั่วเหลือง และบีแว๊กซ์หอมเพื่อการตกแต่ง และสร้างกลิ่นหอม ภายใต้แบรนด์ HERBPINESS นอกจากจะเป็นผลงานแฮนด์เมดที่เธอลงมือประดิษฐ์ด้วยตนเองแล้ว ยังลงมือทำเองทุกอย่าง ตั้งแต่ผลิต การออกแบบ การขาย การแพ็กสินค้า ฯลฯ ที่เจ้าตัวยอมรับว่าการทำคนเดียวทุกอย่างอาจทำให้ธุรกิจเติบโตได้ช้า แต่ก็ทำให้เธอได้ดูแลทุก ๆ ส่วนตั้งแต่ต้นน้ำถึงปลายน้ำ ทำให้รู้สึกมั่นใจได้ว่า ทุกขั้นตอนทำออกมาอย่างมีคุณภาพจริง ๆ

ข้อดีของ Solopreneur คือ มักจะเลือกทำในสิ่งที่ตัวเองชอบและถนัดเพียงอย่างเดียว และไม่รีรอที่จะลงมือทำมันในทันทีด้วยตัวเอง ไม่รอพึ่งพาใคร จึงทำให้มีความมุ่งมั่นตั้งใจสูงและมีเป้าหมายที่ชัดเจนของตนเอง ซึ่งนี่น่าจะเป็นลักษณะของคน Gen Y, Gen Z ดังนั้นในอนาคตเชื่อว่าจะมี Solopreneur เพิ่มมากขึ้นเรื่อย ๆ อย่างแน่นอน

อย่างไรก็ตาม เมื่ออินเทอร์เน็ตทำให้ใคร ๆ ก็สามารถเป็นเจ้าของธุรกิจเองได้ทั้งนั้น จึงมีข้อที่ควรระวังสำหรับผู้ประกอบการมือใหม่ด้วย เพราะความง่ายนั้นก็ตามมาด้วยความยากขึ้นและต้องจ่ายแพงขึ้นด้วย อย่างที่รู้กันดีว่าเดี๋ยวนี้มีช่องทางให้เลือกมากมาย ทั้งเฟซบุ๊ก อินสตาแกรม ยูทูบ มาร์เก็ตเพลซ ฯลฯ ที่จะทำให้เข้าถึงผู้บริโภคได้ง่ายขึ้น แต่เมื่อทุกคนในโลกสามารถเข้าถึงเครื่องมือเหล่านี้ได้ ใคร ๆ ก็ย่อมอยากกระโดดเข้ามาได้เช่นเดียวกับเรา คู่แข่งจึงมีเพิ่มมากขึ้นตามไปด้วย ดังนั้น จึงต้องสร้างความแตกต่างให้ผู้บริโภคจดจำได้ง่ายขึ้น และหันมาซื้อสินค้าของเรา นั่นหมายความว่าต้องควักกระเป๋าจ่ายมากขึ้น ต้องลงทุนคิดหาไอเดียใหม่ ๆ มากขึ้น

แต่ไม่ว่าจะอย่างไรเชื่อว่าหลายคนคงไม่พลาดที่อยากจะลองเป็น Solopreneur สักตั้งเป็นแน่

SRTET
S.R.T. Electrified Train Company Limited
ARL

บัตรโดยสารรถไฟฟ้า
AIRPORT RAIL LINK SMART PASS 2018

1690
www.srtet.co.th
website

BANGKOK - MANDALAY

(MON, WED, SAT)

FROM

THB 3,150 (ONE WAY)*

FROM

THB 4,550 (ROUND TRIP) *

*(Fares are inclusive of all applicable taxes)

Booking & ticketing: 10Mar18 – 30Apr18

Travel Period : 11Mar18 – 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