

SME *encourage you to start your own biz* STARTUP

FREE

ISSUE 56 | MAY 2018

ดร.ลักษมี ปลั่งแสงมาศ

ผู้ว่าการ วว.

55 ปี วว.

บนเส้นทาง
วิจัยและบริการ
วิทยาศาสตร์ เทคโนโลยี
และนวัตกรรม
เคียงข้างความสำเร็จ
SMEs ไทย





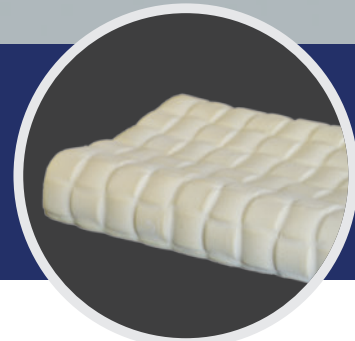
ดร.ลักขมิ ปลั่งแสงมาศ

ผู้ว่าการ วว.

55 ปี วว.

บนเส้นทางวิจัยและบริการ วิทยาศาสตร์ เทคโนโลยี และนวัตกรรม เคียงข้างความสำเร็จ SMEs ไทย

สถาบันวิจัยวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งประเทศไทย หรือ วว. ถือได้ว่าเป็นหน่วยงานหลักในการพัฒนาและผลักดันผลงานวิจัย รวมถึงงานบริการด้านวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี เพื่อพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมของประเทศ โดยในช่วงที่ผ่านมามีประเด็นที่ว่า หนึ่งในการกิจหลักขององค์กรแห่งนี้ คือการวิจัยและพัฒนาด้านวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี และถ่ายทอดองค์ความรู้นี้ไปสู่การใช้ประโยชน์ทั้งในภาคอุตสาหกรรม ผู้ประกอบการ และชุมชน



ซึ่งในเรื่องนี้ ดร.ลักขมิ ปลั่งแสงมาศ ผู้ว่าการ สถาบันวิจัยวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งประเทศไทย (วว.) พร้อมทั้งจะขยายความให้เห็นถึงการทำงานและทิศทางของ วว. เพื่อที่จะทำให้ภารกิจบรรลุเป้าหมาย

“ปีนี้เรามี 4 โครงการสำคัญๆ คือ 1.โครงการหนึ่งตำบลหนึ่งนวัตกรรมเกษตร ซึ่งเป็นโครงการที่มีวัตถุประสงค์ในการนำภูมิปัญญาของเกษตรกรไทยที่มีอยู่มาต่อยอดให้เป็นนวัตกรรมแล้วนำไปสู่การใช้งานจริง เพื่อสร้างอาชีพสร้างรายได้ให้กับเกษตรกร ซึ่ง วว. ดำเนินการร่วมกับสภาเกษตรกรแห่งชาติ โดยในปีนี้มีเป้าหมาย 878 อำเภอ 2.โครงการยกระดับโอท็อป (OTOP) ด้วยวิทยาศาสตร์ เทคโนโลยี และนวัตกรรม ใน 10 จังหวัดเป้าหมาย เพื่อให้ชุมชนที่มีรายได้น้อยมีรายได้เพิ่มขึ้น มีคุณภาพชีวิตดีขึ้น โดย วว.ดำเนินการร่วมกับกรมวิทยาศาสตร์บริการ ในการลงพื้นที่เพื่อช่วยพัฒนาผลิตภัณฑ์โดยใช้ตลาดนำซึ่งได้รับความร่วมมือจากบริษัทประชารัฐรักสามัคคี 3.โครงการพัฒนาสายการผลิตด้านอาหารและเครื่องดื่ม ซึ่งพร้อมจะเปิดให้ SMEs ใช้บริการเดือนมิถุนายนนี้ ข้อดีคือเราจะมีทีมวิศวกร และนักวิจัยเป็นพี่เลี้ยงคอยให้คำแนะนำแก่ SMEs ด้วย และ 4.โครงการจัดสร้างอาคารเฉลิมพระเกียรติเรือนกระจก หลังที่ 1 ณ สถาบันวิจัยลำตะคอง ซึ่ง วว. ได้พัฒนาให้เป็นพิพิธภัณฑ์สำหรับเก็บพืชพรรณไม้หายาก ชนิดที่หายากเพื่อเป็นแหล่งเรียนรู้ความหลากหลายทางชีวภาพ ซึ่งจะเปิดให้เข้าชมและเรียนรู้ได้ประมาณ สิงหาคมปีนี้”

อย่างไรก็ตาม ในช่วงที่ผ่านมารัฐบาลมีนโยบายนำพาประเทศเข้าสู่โมเดล “ประเทศไทย 4.0” ดังนั้น วว.จึงมีการปรับทิศทางการวิจัยฯ ให้สอดคล้องไปกับกลุ่มเป้าหมายที่รัฐบาลให้ความสำคัญ ด้วยการมุ่งเน้นการวิจัยทางด้านอาหาร เพื่อสุขภาพเป็นหลัก โดยมองถึงกลุ่มเป้าหมายในอนาคตนั้นคือกลุ่มผู้สูงอายุ งานวิจัยของ วว.จึงมีลักษณะเป็นฟังก์ชันนำผู้สูงอายุในหลากหลายกลุ่ม เช่น อาหารกลุ่มที่จะป้องกันโรคต่างๆ ที่เกิดขึ้นในกลุ่มผู้สูงอายุ หรือการทำผลิตภัณฑ์เสริมอาหารต่างๆ จากสมุนไพรหรือพืชในท้องถิ่น เป็นต้น

สำหรับแผนการดำเนินงานในส่วนของกลุ่ม SMEs ที่มีการดำเนินกิจการอยู่แล้ว ผู้ว่าการ วว. กล่าวว่าเป้าหมายที่จะเข้าไปช่วย SMEs ผ่านโครงการต่างๆ เช่น โครงการพัฒนาตลาดวิทยาศาสตร์ เทคโนโลยีและนวัตกรรม เพื่อการถ่ายทอดเทคโนโลยีสู่วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (STIM for SMEs) และโครงการพัฒนาบรรจภัณฑ์

“เรามีโครงการ STIM เพื่อเอสเอ็มอี เป็นการสนับสนุนการวิจัยและพัฒนา โดย วว. และหน่วยงานเครือข่าย เราจะช่วยในเรื่องส่งนักวิจัยลงไปทำงาน

ร่วมกับ SMEs ขณะที่ SMEs อาจจะออกค่าใช้จ่ายวัตถุดิบที่ใช้ในการทดสอบทดลอง เพื่อให้เกิดเป็นนวัตกรรม นอกจากนั้น เรายังร่วมมือกับสถาบันการศึกษาในพื้นที่พัฒนาหลักสูตรอบรมนักออกแบบบรรจุภัณฑ์ เพื่อสร้างนักออกแบบบรรจุภัณฑ์ในพื้นที่ให้เพิ่มมากขึ้น เป็นต้น ขณะเดียวกันสำหรับคนที่เพิ่งเริ่มต้นจริงๆ มีแค่ไอเดียแล้วไม่รู้ว่าจะทำอะไร ก็อยากให้มาคุยกับนักวิจัยดูถึงความเป็นไปได้ เช่น ที่ผ่านมามี SMEs มาคุยกับเราว่ามีคนขายกาแฟอยู่จำนวนมากทำให้มีกากกาแฟเหลือเยอะ ก็มาร่วมกันพัฒนาจนเป็นสครับผิว หรือมีคนขายแมงกะพรุน มีเศษที่ต้องตัดทิ้ง ถามว่าทำอะไรได้ ก็มีการศึกษาวิจัยว่ามามีสารออกฤทธิ์ ในที่สุดก็พัฒนาเป็นครีมเครื่องสำอางขึ้นมา”

ขณะเดียวกันในทุกๆ ปี วว.จะจัดการสัมมนานานาชาติขึ้น เพื่อยกระดับงานวิจัยทางวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี และแสดงศักยภาพด้านผลงานวิจัยของ วว. ในปีนี้ก็เช่นเดียวกัน ทาง วว.ได้จัดงานสัมมนานานาชาติในเดือนมิถุนายน ภายใต้ชื่อ TISTR's From Local to Global with Thailand 4.0

“งานนี้มีเป้าหมายสำคัญ 2 ส่วนคือ การยกระดับนักวิจัยไทยสู่เวทีสากล ทำอย่างไรเราจะมีผลงานหรือได้รับการยอมรับระดับสากลผ่านการเป็นพันธมิตร การร่วมมือกับต่างประเทศ ดังนั้น ในงานนี้จะมี Speaker ระดับแนวหน้าจากต่างประเทศมาขึ้นเวทีด้วย อีกส่วนที่สำคัญมาก คือทำอย่างไรให้ผลงานของ วว.ช่วย SMEs ให้สามารถยกระดับจาก Local สู่ Global ไปแข่งขันได้ในเวทีโลก ในส่วนนี้ก็จะมีการเสวนาเส้นทางความสำเร็จของ SMEs”

ทั้งหมดนี้ ผู้ว่าการ วว.ย้ำด้วยว่า ทุกภารกิจที่กล่าวมานี้ต้องดูแลและดำเนินการไปพร้อมๆ กัน เพื่อให้การวิจัยและพัฒนาด้านวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีสามารถนำไปสู่การใช้ประโยชน์ได้อย่างแท้จริง

“เวลาที่นักวิจัยของ วว.ลงไปในพื้นที่เขาทำความเข้าใจพูดกับชาวบ้านได้ ทำให้ชาวบ้านรู้สึกว่ามีวิทยาศาสตร์ไม่ใช่เรื่องไกลตัว ไม่ใช่เรื่องยาก สามารถนำเอาไปใช้ประโยชน์ได้ ตลอดเวลาที่ผ่านมามี เราจะประทับใจเมื่อได้เห็นเกษตรกร หรือชาวบ้านที่เราเข้าไปส่งเสริมสนับสนุน พูดว่า สินค้าของเขาที่เคยขายได้ไม่กี่สตางค์สามารถขายได้ดีขึ้นสามารถไปวางขายในห้างได้ เขาเข้าใจแล้วว่าวิทยาศาสตร์ เทคโนโลยีสมัยใหม่ช่วยเขาได้จริงๆ เราจะรู้สึกดีใจที่เป็นส่วนหนึ่งของความสำเร็จให้พี่น้องประชาชนสามารถที่จะมีความเป็นอยู่ดีขึ้น”

นี่คือความภาคภูมิใจของผู้ว่าการ วว. และชาว วว. ตลอดเวลา 55 ปี ของการก่อตั้งหน่วยงานที่ภารกิจหน้าที่พัฒนาและผลักดันผลงานวิจัย ถ่ายทอดเทคโนโลยี รวมถึงงานบริการด้านวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีเพื่อประเทศชาติ





Photo : วิภาวดี พิสุทธิศรีอภิญา

เมื่อปัญหานำพาให้เกิดธุรกิจ

คนส่วนใหญ่เมื่อคิดเริ่มต้นทำธุรกิจ มักคิดถึงสิ่งที่ตัวเองชอบเป็นอันดับแรก ขณะที่อีกหลายคนเลือกทำในสิ่งที่ตนเองถนัดมีทักษะความรู้ความสามารถ เพราะคิดว่าการทำในสิ่งที่เชี่ยวชาญและรักแล้ว จะทำให้การเริ่มต้นธุรกิจมีรากฐานที่มั่นคงแข็งแรงทำให้ธุรกิจอยู่รอดและเติบโตไปได้ แต่กระนั้นแม้จะใช้ความรักเป็นเครื่องนำทาง แต่หากไม่สามารถทำให้สินค้าหรือบริการแตกต่างไปจากที่มีอยู่ในตลาดแล้วละก็ โอกาสที่ธุรกิจจะเจอทางตันไปไม่รอดก็มีสูงมาก เพราะอย่างที่เห็นๆ กันว่ามีสินค้าและบริการใหม่ๆ เกิดขึ้นทุกวันทั้งจากผู้ประกอบการหน้าเก่าและใหม่

แทนการมองหาโอกาสทำในสิ่งที่ถนัดและรัก มีหลายคนเลือกใช้เวลาไปกับการค้นหาวิธีแก้ปัญหา หรือ Pain Point ทั้งที่เจอกับตนเองและเห็นจากสังคมรอบข้าง เพราะหลายๆ ครั้งของการเผชิญหน้ากับปัญหา เป็นแรงผลักดันขั้นดีที่ทำให้อยากลุกขึ้นมาลงมือทำเพื่อแก้ปัญหาเหล่านั้นๆ ซึ่งพอถึงตอนนั้นก็ทำให้ค้นพบหนทางและเริ่มต้นธุรกิจขึ้นมาได้ ที่สำคัญเพราะการเริ่มต้นธุรกิจที่มีการแก้ปัญหาโดยเฉพาะปัญหาของคนในสังคม มักจะมีความต้องการจริงๆ จึงทำให้ธุรกิจมีโอกาสไปรอด ดังตัวอย่างของ 5 ธุรกิจที่เริ่มต้นธุรกิจจากการค้นหาวิธีแก้ปัญหาให้กับตนเอง PIGGIPO, Botangle, Thank God It's Organic, WC Plus+ และ daddythumb.com

แล้วคุณละมองเห็น ปัญหาหรือ Pain Point บ้างหรือยัง

ธันนี่ พันธุ์รุ่งจัดดี
บรรณาธิการ
nee_pan@hotmail.com

ติดตามข่าวสารและข้อมูลที่น่าสนใจได้ใน
f SME Startup v @Sme start_up w www.smethailandclub.com/startups.html

Managing Director : Vinai Virojariyakom
Editor in Chief : Sujitra Boonyakajom
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 Kaewmungkhum
Coordinator : Niphaphorn Pholcharoen
Photographer in Chief : Wipawadee Pisutsiripiny
Photographer : Jetsadar Yodsurang, Thanapol Thongpeng
Art Director : Supphathada Numamnuay
Head of Proofreading : Udom Woracharuan
Proofreader : Woranuch Totob
Director of Advertising and Marketing : Sujitra Boonyakajom
Senior Account Executive : Thanyawan Kaewnoo, Sirinath Saikrajang
Account Executive : Kanchapom Kootrakool, Prathinee 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 แอสโซซิเอตส์ จำกัด
100/6 ซอยอารีย์สัมพันธ์ 3 ถนนพหลโยธิน แขวงสามเสนใน เขตพญาไท กรุงเทพฯ 10400
โทร. : 0-2270-1123-4 โทรสาร 0-2270-1125
e-mail : smestartupfreecopy@gmail.com
Facebook : SME Startup

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

บทความ และรูปภาพใน SME STARTUP สงวนลิขสิทธิ์ตามกฎหมาย การจะนำไปเผยแพร่ต่อต้องได้รับอนุญาตเป็นลายลักษณ์อักษรจากบริษัท เพนนินซูลาร์ แอสโซซิเอตส์ จำกัดเท่านั้น และขอเขียน บทความ รวมทั้งข้อคิดเห็นใดๆ ที่ตีพิมพ์ในนิตยสาร SME STARTUP เป็นความคิดเห็นส่วนบุคคล บริษัท เพนนินซูลาร์ แอสโซซิเอตส์ จำกัดไม่จำเป็นต้องเห็นด้วย



CONTENTS

10 CREATIVE&IDEA

Better moon café&Refill station
คาเฟ่รักษ์โลก กลัวยะเพิ่มมากกว่าขาดทุน!!

11 MARKETING

อยากรวยบน EBAY ไม่ยาก ทำตามนี้!
และคอนเทนต์หลากหลาย ลูกค้าออนไลน์ชอบ

12 SCOOP

จาก Pain Point สู่ Gain Point
เปลี่ยนปัญหาให้เป็นโอกาส กับ 5 ธุรกิจดัง

15 TECH STARTUP

Sellsuki ผู้ช่วยร้านค้าเชื่อมออนไลน์สู่ออฟไลน์
และวิธีรับมือเมื่อเว็บไซต์โดนโจมตีด้วย DDoS

16 MONEY

7 เหตุผลหลักที่ธุรกิจถูกปฏิเสธเงินกู้

18-19 SELF-EMPLOYED

Purrcraft ปลอกคอบนักรบสำหรับเหมียว ชนแคโทบก็ขายหัวง
ของจอบใจ ละอองแก้ว และ CHEW GREEN พลไม้อบแห้ง
ไม้ตีหมอน ตอนโจกยักษ์รักสุขภาพ ของธันยธร ชาติละออง

21 HEALTH

“เกลือก็มาลายัน” ในอีกทศวรรษ: และโซเดียมมีเดียกับปวดหัวใจ

22 LIFESTYLE

The terrace@72 บูทวฟต์บนเขาในบวรภาคตะวันตกริมเจ้าพระยา

What's up



เห็นปั๊บ สะดุดปั๊บกับการตลาดแบบ visual marketing

คอนเทนต์ตอนนี้มีเยอะมาก แต่เพื่อให้คอนเทนต์ของแบรนด์โดดเด่นและโดนใจลูกค้า การทำ Visual Marketing ด้วยภาพจึงจำเป็นมาก เพราะข้อมูลจาก iScribblers ผู้ให้บริการด้าน Content Marketing ระบุ คอนเทนต์ประเภทภาพ ช่วยเพิ่มการจดจำได้มากถึง 650 เปอร์เซ็นต์ โดยภาพจริงดึงดูดความสนใจได้ดีกว่าภาพสต็อก 35 เปอร์เซ็นต์ นอกจากนี้ สีของภาพมีผลต่อความน่าสนใจเช่นกัน ซึ่งภาพที่มีสีเพิ่มความน่าสนใจให้คอนเทนต์ได้ 80 เปอร์เซ็นต์ และโฆษณาที่มีสีได้รับความสนใจมากกว่าโฆษณาที่ไม่มีสีถึง 42 เปอร์เซ็นต์

ไม่เพียงเท่านั้น 323 เปอร์เซ็นต์ของผู้คนทำตามคำแนะนำที่นำเสนอผ่านข้อความและภาพประกอบได้ดีกว่าคำแนะนำที่มีเฉพาะข้อความ เพราะภาพทำให้คนเข้าใจสิ่งที่แบรนด์ต้องการสื่อในทันที และถ้าเวลาผ่านไป 3 วัน ผู้คนจดจำคอนเทนต์ที่มีภาพประกอบได้ 65 เปอร์เซ็นต์ แต่จำคอนเทนต์ที่มีเพียงข้อความได้แค่ 10 เปอร์เซ็นต์

อย่าลืมว่า ภาพที่ใช้ต้องสอดคล้องกับข้อความด้วย

คอนเทนต์ยุคใหม่ ยาวไว้เป็นดี

ก่อนหน้านี้หลายๆ บทความแนะนำว่า คอนเทนต์ที่ดึงดูดความสนใจของลูกค้าได้นั้นต้องสั้น กระชับ เข้าใจง่าย แต่ล่าสุด SerpLogin ผู้เชี่ยวชาญด้านการทำ SEO เผยว่า คอนเทนต์ที่มีความยาวประมาณ 2,000 ตัวอักษร และเป็นคอนเทนต์ที่มีคุณภาพถูกแชร์บนโลกอินเทอร์เน็ตมากกว่าคอนเทนต์สั้น

ในส่วนขอเทคนิคทำคอนเทนต์ยาวให้ประสบความสำเร็จ เริ่มต้นจากตั้งเป้าหมายให้ชัดเจนว่า ทำไมจึงเขียนคอนเทนต์นี้ และอะไรคือตัววัดความสำเร็จ ถัดมา กำหนดว่าใครมีสิทธิ์ได้อ่านคอนเทนต์ ถ้าเฉพาะลูกค้า ส่งคอนเทนต์ให้พวกเขาทางอีเมล หรือช่องทางติดต่อต่างๆ ที่พวกเขาให้กับแบรนด์ แต่ถ้ากำหนดให้คนทั่วไปอ่านได้ให้โพสต์คอนเทนต์ลงบนโซเชียลมีเดียหรือเว็บไซต์ จากนั้นตัดสินใจว่าจะเขียนคอนเทนต์เรื่องใด โดยต้องเป็นเรื่องที่มีประโยชน์ต่อลูกค้า ก่อนเผยแพร่อย่าลืมเช็คความถูกต้องของเนื้อหาให้เรียบร้อย สุดท้าย ทำการโปรโมทคอนเทนต์อย่างสร้างสรรค์ เช่น โพสต์บนโซเชียลฯ ต่างๆ แล้วทำการซื้อโฆษณาโพสต์นั้น ส่งคอนเทนต์ให้กับลูกค้าผ่านทางอีเมล และให้ Influencer ช่วยรีวิว เป็นต้น

เขียนยาวไม่พอ ต้องมีสาระด้วย



**WHAT DO YOU NEED
TO START A BUSINESS?
THREE SIMPLE THINGS :
KNOW YOUR PRODUCT BETTER
THAN ANYONE, KNOW YOUR
CUSTOMER, AND HAVE
A BURNING DESIRE TO SUCCEED.**

--
Dave Thomas

ผู้ก่อตั้ง Wendy's ร้านฟาสต์ฟู้ดชื่อดังจากสหรัฐฯ

**3 สิ่งต้องทำเมื่อเริ่มต้นทำธุรกิจ
รู้สินค้าดีกว่าใคร
รู้จักลูกค้าและปรารถนา
ความสำเร็จ**



Marvel พาเข้าจักรวาลธุรกิจประสบความสำเร็จ

ช่วงนี้ถ้าไม่พูดถึงภาพยนตร์จาก Marvel Studios อย่างเรื่อง Avengers : Infinity War คงจะเขยสุดๆ โดยภาพยนตร์เรื่องนี้ใช้ทุนสร้างประมาณ 300-400 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ แต่ไทยรายได้ได้มากกว่า 250 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ และมีแนวโน้มจะทำรายได้เพิ่มขึ้นไปอีก จากความสำเร็จที่เกิดขึ้นกับ Marvel สามารถถอดเป็น 3 บทเรียนทางธุรกิจให้ผู้ประกอบการเรียนรู้ดังนี้

บทเรียนแรก สร้างสินค้าที่ดีที่สุดเท่าที่จะทำได้ และแม้สินค้าแรกได้รับความนิยมเป็นอย่างมาก ผู้ประกอบการก็ต้องไม่หยุดพัฒนาสินค้าอย่างเด็ดขาด เพราะลูกค้าคาดหวังเสมอว่า สินค้าถัดไปของแบรนด์ต้องดีขึ้นจากเดิม บทเรียนที่สอง อย่างลัวที่จะทิ้งบางสิ่งเพื่อเริ่มต้นสิ่งที่ดีกว่า โดย Kevin Feige ประธานบริษัท Marvel Studios ให้สัมภาษณ์ว่า ถ้าใครมีความคิดดีๆ เกี่ยวกับการสร้างภาพยนตร์ เขาพร้อมสนับสนุนเต็มที่ แต่ถ้าความคตินั้นไม่ดีก็พร้อมทิ้งมันไป เมื่อมองในมุมธุรกิจ ผู้ประกอบการควรเปิดรับความคิดใหม่ ถ้ามองแล้วส่งผลดีต่อธุรกิจให้ลองทำตามความคตินั้น แต่ถ้ามองยังไม่เห็นว่าจะช่วยให้ธุรกิจดีขึ้น ให้ทิ้งความคตินั้นไปแล้วมองหาความคิดใหม่ บทเรียนที่สาม ไว้ใจทีมงาน ธุรกิจไม่อาจโตได้หากไม่มีทีมงานที่มีศักยภาพ ดังนั้น ผู้ประกอบการจึงควรไว้ใจและให้อิสระทีมงานได้แสดงความสามารถของพวกเขาอย่างเต็มที่ ซึ่งนอกจากทำให้ธุรกิจได้งานที่มีประสิทธิภาพแล้วพวกเขายังได้แสดงศักยภาพของตนเองด้วย

ลองดู เมื่อได้อยู่จักรวาลเดียวกัน

แค่รู้จักก็สร้างธุรกิจในวันมหาวิทยาลัยได้

นักศึกษาหลายคนที่ยากทำธุรกิจตั้งแต่ตอนเรียนคงมี Mark Zuckerberg ผู้ก่อตั้งเฟซบุ๊ก เป็นไอดอลหรือไม่ก็ Michael Dell ผู้ก่อตั้ง Dell และ Larry Page ผู้ร่วมก่อตั้งกูเกิล ซึ่งการทำธุรกิจไปพร้อมกับการเรียนแม้จะเป็นเรื่องยาก แต่ก็สามารถทำได้เพียงรู้จักเล็กๆ น้อยๆ อย่างการมองหาทุนสนับสนุน Startup จากทางมหาวิทยาลัย จากนั้นคำนวณทุนในการทำธุรกิจและเขียนหนังสือยื่นขอเงินทุน ทั้งนี้ หากทุนที่ขอไปต้องใช้หนี้คืน อย่าลืมอ่านรายละเอียดการใช้หนี้ให้ดี

ทริคถัดมา เข้าร่วมกิจกรรมของมหาวิทยาลัย เพราะทำให้ได้พบปะผู้คนมากมายและมีโอกาสได้พูดคุยแลกเปลี่ยนความคิดเรื่องธุรกิจกับคนที่มีความสนใจเหมือนกัน ซึ่งเขาอาจกลายเป็นที่ปรึกษาที่ดีสำหรับธุรกิจที่ทำอยู่ก็ได้ และทริคสุดท้ายเข้าหาอาจารย์ที่เชี่ยวชาญด้านการทำธุรกิจ เพราะท่านให้คำปรึกษาเรื่องการทำธุรกิจได้เป็นอย่างดี นอกจากนี้ ให้ขอการสนับสนุนจากท่าน เพราะเมื่อออกไปสู่โลกความเป็นจริง การหาผู้สนับสนุนที่จริงใจนั้นเป็นเรื่องทำได้ยาก

เริ่มธุรกิจก่อนได้เปรียบ



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!

โปรโมชั่นช่วงเปิดรับสมัครใหม่
ลดค่าธรรมเนียมรายปีจาก 5,500 บาท
เหลือ **1,990 บาท** เท่านั้น!!!

สนใจสอบถามรายละเอียดเพิ่มเติมที่
0-2270-1123-4 #115



ความสนใจ
ของผู้บริโภคต่อแบรนด์
และโปรดักต์ใน Twitter



มีความสนใจกับแบรนด์หรือโปรดักต์คอนเทนต์หลังจากเห็นบน Twitter



จะค้นหาต่อหลังจากเห็นคอนเทนต์บน Twitter



ซื้อหรือตั้งใจจะซื้อ



หนึ่งในปัญหาของนักท่องเที่ยว คือกระเป๋าเดินทางที่กลายเป็นอุปสรรค ทั้งก่อนที่จะเช็คอินและหลังเช็คอินออกจากที่พัก เพราะในบางครั้งถ้ามาถึงก่อนเวลาเช็คอินเข้าที่พัก หรือเมื่อต้องเช็คอินออกจากที่พักก่อนเวลาเดินทาง ซึ่งมีเวลาเหลือมากพอที่จะเดินเที่ยวต่อ ก็จะมีปัญหาตามมาว่า แล้วจะเอากระเป๋าไว้ที่ไหนดี? ปัญหาดังกล่าวทำให้ **อานันท์ ประเสริฐรุ่งเรือง** ผู้คิดไอเดียพัฒนาธุรกิจใหม่ “AIRPORTELS” บริการรับฝากและการขนส่งกระเป๋าระหว่างที่พักกับสนามบิน เพื่อสร้างความสะดวกสบายให้กับนักท่องเที่ยว

“ตอนนั้นเพิ่งเรียนจบจากวิศวกรรมศาสตร์ จุฬาฯ ใหม่ ๆ ก็เริ่มหาอะไรที่จะสร้างรายได้ เช่น เล่นหุ้น ลงทุน พอดี Airbnb กำลังเข้ามา แล้วมีโอกาสเจอเพื่อนก็คุยกันว่า เรามีห้องว่างอยู่ เอาปล่อยพักรายวันดีมั๊ย ก็เริ่มจากหนึ่งห้อง สองห้อง สามห้อง เลยไปหานักลงทุนที่มีห้องอยู่แล้วในมือ แต่ไม่ได้ปล่อยเช่า เราก็เอามาปล่อยเช่า ซึ่งถือว่าดีมาก ๆ เพราะลูกค้าออกวันนี้ ตอนเที่ยง บ่ายสองก็มีเข้ามาอีกแล้ว แต่มีปัญหา คือลูกค้าคนแรกจะถามว่าฝากกระเป๋าได้ที่ไหนบ้าง เลยมานั่งคิดว่าต่างประเทศจะมีล็อกเกอร์รับฝากกระเป๋า เราจึงทำล็อกเกอร์เพื่อเก็บกระเป๋าใช้ชื่อว่า Lock Box โดยเปิดให้บริการที่สถานี MRT มักกะสัน ทำให้ท่ามาเห็นความลำบากของนักท่องเที่ยวอีกว่า เขาต้องเอากระเป๋าไปฝากไปเที่ยวกันต่อแล้วต้องกลับมาที่ล็อกเกอร์เพื่อมาเอากระเป๋าอีก เลยคิดหาโซลูชันที่ดีสำหรับนักท่องเที่ยวคือ รับส่งกระเป๋าจากโรงแรมไปสนามบินเลย”

AIRPORTELS ถือเป็นเจ้าแรกในไทยที่ทำบริการรับฝากกระเป๋าและขนส่งไปสนามบิน ซึ่งเป็นผู้ประกอบการรายที่ 8 ของโลก โดยหลังจากเปิดให้บริการมาประมาณ 2 ปีกว่า ในวันนี้มีลูกค้ามาฝากกระเป๋าประมาณ 500 ใบต่อวัน และเปิดจุดรับบริการฝากกระเป๋า 5 จุด คือ สนามบินดอนเมือง สนามบินสุวรรณภูมิ MBK เซ็นทรัลเวิลด์ และเทอร์มินอล 21

“AIRPORTELS เป็นบริการที่เข้าไปเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว ฉะนั้นต้องใช้เวลาในการทำให้นักท่องเที่ยวมาใช้บริการ การแข่งขันในธุรกิจนี้ไม่สูง แต่เราต้องแข่งกับตัวเองมากกว่า เพราะเป็นบริการใหม่ ไม่มีตัวอย่าง ไม่มีใครมาบอกว่าควรทำอย่างนี้ และแม้จะเป็นธุรกิจแบบเดียวกัน แต่ก็มีความต่างกันไปในแต่ละประเทศ จากสภาพการจราจร ค่าขนส่ง พนักงาน ฯลฯ ฉะนั้นทุกอย่างต้องพัฒนาขึ้นมาใหม่ แต่มองว่าการทำธุรกิจคือ การแก้ไขปัญหา ปัญหาแรกคือ ลูกค้า เมื่อเรามีปัญหาให้ลูกค้าได้ ลูกค้าจ่ายเงินเรา ปัญหาถัดมาคือ ปัญหาภายใน จะทำให้บริการของเราดีขึ้นยังบ้าง ไม่ว่าจะเป็น

เรื่องการพัฒนาคอน รูปแบบการบริการ การสื่อสาร เราอาจจะพูดอังกฤษได้แต่เราพูดภาษาจีน ญี่ปุ่น ไม่ได้ ก็ต้องเติมเต็มทีม”

อานันท์อธิบายเพิ่มเติมว่า AIRPORTELS มีบริการ 2 รูปแบบคือ ลูกค้าจองบริการผ่านเว็บไซต์ <https://th.airportels.asia> ซึ่งจะมีพนักงานไปรับกระเป๋าที่ที่พักและนำไปส่งรถที่สนามบิน โดยลูกค้าสามารถเช็คอินสถานะกระเป๋าได้ตลอดว่าอยู่ที่ไหนแล้ว ขณะที่บริการอีกรูปแบบคือนักท่องเที่ยวเดินทางมาที่เคาน์เตอร์เซอร์วิสเพื่อมาฝากกระเป๋า ซึ่งบางคนอาจจะแค่ฝาก ขณะที่บางคนให้นำไปส่งที่สนามบิน แล้วนักท่องเที่ยวก็เดินซื้อป๊อปคอร์นไปขึ้นเครื่องบินได้เลย

ทั้งนี้ จุดเด่นของ AIRPORTELS ซึ่งมีความแตกต่างจากแบรนด์อื่น คือ การสามารถจัดส่งกระเป๋าได้ตลอดเวลาที่ลูกค้าต้องการ และการการันตีว่าสามารถจัดส่งได้ภายในเวลาที่กำหนด โดยหากช้าเพียงนาทีเดียว ก็สามารถเรียกเงินคืนได้ทันที “สิ่งที่เราทำคือ การสร้างความเชื่อมั่นให้กับลูกค้า เรานำเสนอบริการส่งกระเป๋า ซึ่งไม่เหมือนการส่งพัสดุทั่วๆ ไปที่ถ้าส่งช้าหน่อย ลูกค้าก็อาจจะแค่มองแล้วจิบ แต่กระเป๋าถ้าเข้าไปชั่วโมงหนึ่งนั่นหมายถึงลูกค้าอาจจะตกเครื่องได้ Co-Founder ของผมมีความเชี่ยวชาญด้านโลจิสติกส์มาก เติบโตมาในธุรกิจการจัดการการขนส่ง แล้วเราพัฒนาระบบการจัดการของเราขึ้นมาเอง สมมติมีกระเป๋า 100 ใบที่จะต้องถูกจัดส่ง จะมีจัดการหมดเลยไม่ต้องใช้รถก็คัน คันละก็ไปทุกอย่างเป็นออโตะหมดเลย โดยเราใช้รถที่บริการโลจิสติกส์เจ้าอื่น แต่การจัดการเส้นทางต่างๆ เป็นของเราเอง และนี่คือจุดแข็งของเรา”

สำหรับในปีนี้อานันท์วางแผนเอาไว้ว่าจะพัฒนาแอปพลิเคชัน และขยายการบริการให้ครอบคลุมทั้งประเทศไทย เพื่อทั้งให้บริการกับคนไทยที่เดินทางในประเทศ และจับกลุ่มนักท่องเที่ยวต่างประเทศที่เดินทางในประเทศมากขึ้น จากนั้นในปีหน้าจะเริ่มขยายการบริการออกสู่ต่างประเทศ ในภูมิภาคเอเชีย ไม่ว่าจะเป็น จีน ญี่ปุ่น ไต้หวัน เกาหลีฮ่องกง และสิงคโปร์ และตั้งใจที่จะขยายไปทั่วโลกในท้ายที่สุดด้วย โดยอานันท์บอกว่าเขายกให้คนเดินทางทั่วโลก เดินทางแบบแฮนด์ฟรีได้อย่างสบายใจ

ด้วยแนวคิดธุรกิจของ AIRPORTELS ที่มีความแปลกใหม่และสามารถแก้ปัญหาให้กับนักท่องเที่ยวได้จริง ส่งผลให้ AIRPORTELS ได้รับเลือกให้เข้าร่วม 10 ทีมสุดท้ายจากโครงการ GSB สุดยอด SMEs Startup ตัวจริงจากธนาคารออมสิน ซึ่งทำให้อานันท์ได้รับโอกาสที่ดีในการรับคำแนะนำดีๆ จากคณะกรรมการที่นำไปปรับเปลี่ยนการทำธุรกิจ และได้สร้างการรับรู้แบรนด์ AIRPORTELS มากยิ่งขึ้น

AIRPORTELS

ธุรกิจรับฝากกระเป๋า

ตอบใจแก่นักท่องเที่ยว



|| TURNING POINT ||



HOTDOT CURRY

จากความรัก สู่นวัตกรรมเครื่องแกง

ใครจะเชื่อว่าเพียงเพราะ
น้องหญิงลูกสาวคนเล็กของครอบครัว
ต้องข้ามน้ำข้ามทะเลไปเรียนต่อต่างประเทศ
จะกลายเป็นจุดเริ่มต้นธุรกิจ
ของครอบครัวขึ้นมาได้
แถมยังต่อยอดสร้างสรรค์นวัตกรรม
น้ำพริกแบบผงขึ้นมามากมาย



ภานุภัทร กิตติพันธ์ เล่าให้ฟังถึงจุดพลิกที่ทำให้ครอบครัวลุกขึ้นมาทำธุรกิจว่า เกิดจากการที่น้องสาวไปเรียนต่อที่สหรัฐอเมริกา แล้วอยากรับประทานอาหารไทย แต่หาวัตถุดิบได้ยาก ไม่ได้โดยเฉพาะพวกเครื่องพริกแกง ซึ่งปกติครอบครัวจะชอบทำอาหารรับประทานเองอยู่แล้ว จึงทำพริกแกงเผือกส่งไปให้น้องสาวเรื่อยๆ แต่ก็มีปัญหาตามมาว่า จะต้องแพ็คเกจห่อดี ๆ ไม่นั่นนั้นจะรั่ว แหกเลอะเทอะ เสียหายได้ ก็เลยต้องหาวิธีที่จะทำเครื่องพริกแกงที่ถึงรสชาติไทย ๆ สะดวกทั้งการส่งและรับประทานขึ้นมานะ

“จากการไปค้นหาวิธีการทางอินเทอร์เน็ต ก็พบว่าวิธีหนึ่งคือไล่ความชื้นออก เราก็ทำ เอาพริกแกงที่ทำมาบดให้เป็นผง ซึ่งอันนี้จะแตกต่างจากผงปรุงรสในตลาดบางยี่ห้อ ที่นำวัตถุดิบมาทำเป็นผงก่อนแล้วนำมาผสมกันที่หลัง แต่การที่เราใช้วิธีผสมส่วนผสมก่อนแล้วค่อยบด ทำให้เกิดการเข้าเนื้อของรสชาติดีกว่า จากนั้นก็นำมาทำแห้งด้วยการอบ ซึ่งจะใช้เวลานานและยากกว่า แต่ได้รสชาติคงความเป็นไทยแบบเดิม ๆ โดยกว่าที่จะคิดกันออกมาได้ ต้องทดลองทำนานมากเพราะการอบเพื่อให้แห้งก็จะทำให้รสชาติเปลี่ยนไป เราต้องทดลองทำซ้ำปรับส่วนผสมไปเรื่อยจนได้รสชาติที่เหมือนกับรับประทานสด จากนั้นก็ส่งไปให้น้องสาวที่สหรัฐฯ ซึ่งเขาชอบมากๆ เพราะรสชาติเหมือนแกงที่ไทยและยังใช้งานง่ายแค่ละลายน้ำเท่านั้น แล้วพอเริ่มส่งไปให้เพื่อนๆ น้องสาวเห็นก็อยากเอาไปปรุงอาหารเองบ้าง เริ่มมีการฝากซื้อฝากส่ง เราเลยคิดกันว่ามันเปลืองสิ่งที่เราทำถูกปากถูกใจคนต่างชาติด้วยเลยทำเป็นธุรกิจใช้ชื่อว่า HOTDOT CURRY ผงแกงปรุงรสก็สำเร็จรูป”

ปัจจุบันนี้ HOTDOT CURRY ผงแกงปรุงรสก็สำเร็จรูปมีรสชาติหลักๆ 5 รสชาติของอาหารไทย นั่นคือแกงเขียวหวาน แกงป่า แกงเผ็ด แกงเลียง และแกงส้ม โดยมีความโดดเด่นอยู่ที่รสชาติเป็นไทยแท้ สะดวกในการนำไปปรุงอาหารคือเพียงแค่เติมน้ำ ใส่เนื้อสัตว์ ใส่ผักแล้วเอาเข้าไมโครเวฟเท่านั้น รวมถึงไม่ใส่สารกันบูดและผงชูรส

มากไปกว่านั้น เมื่อเครื่องแกงมีที่หาไปได้ดี ครอบครัวก็เริ่มต่อยอดออกไปอีกด้วยสร้างนวัตกรรมน้ำพริกแบบผงขึ้นมาบ้าง โดยมีทั้งน้ำพริกกะปิ น้ำพริกปลาทุ่น น้ำพริกปลาร้าแห้ง เวลาจะรับประทานก็แสนง่ายเพียงแค่ใส่น้ำเท่านั้น ซึ่งเข้ากับไลฟ์สไตล์ของคนรุ่นใหม่ที่ชอบความสะดวกสบายเป็นอย่างมาก

ด้วยเครื่อง HOTDOT CURRY เป็นผงแกงปรุงรสก็สำเร็จรูป เป็นนวัตกรรมที่ทำให้การปรุงอาหารง่ายขึ้น สะดวกขึ้น จึงทำให้การตอบรับจากตลาดเป็นไปได้ดี โดยเร็ว ๆ นี้ ภานุภัทรจะขยายตลาดด้วยการส่งออกไปต่างประเทศอีกด้วย

|| HOW TO GUIDE ||

4 แรงผลักดันธุรกิจ ไปถึงเป้าหมาย

เป้าหมายมีไว้พุ่งชน ธุรกิจก็เช่นเดียวกัน
หลายคนทำธุรกิจโดยไม่มีความหมาย
หวังทำงานแค่ให้ผ่านไปวันๆ ธุรกิจจึงย่ำอยู่กับที่
ไม่ไปไหนไกล แต่หากเราตั้งเป้าหมายทางธุรกิจ
เอาไว้แล้วละก็ จะทำให้มีแรงจูงใจในการทำ
ไปถึงเป้าหมายนั้น เหนือสิ่งอื่นใดถ้ามี
4 แรงผลักดันต่อไปนี้ เชื่อว่าจะทำให้
เข้าใกล้เป้าหมายทางธุรกิจได้เร็วกว่าเดิม

1

มีเป้าหมายและวิสัยทัศน์ที่ชัดเจน

ก่อนที่จะลงมือทำธุรกิจอะไรก็ตาม ต้องรู้ก่อนว่าเป้าหมายทางธุรกิจของเรานั้นคืออะไร เพราะถ้าไม่มีเป้าหมายที่ชัดเจนอาจจะทำให้ขาดแรงจูงใจที่จะเดินบนเส้นทางธุรกิจต่อไป โดยอาจจะตั้งเป้าหมายทั้งในระยะสั้นและระยะยาวเอาไว้ แล้วค่อยๆ พยายามทำให้เป้าหมายในระยะสั้นสำเร็จก่อน เพื่อจะได้ไม่รู้สึกว่าการทำเป้าหมายนั้นไกลเกินกำลัง

2

ประเมินธุรกิจตัวเองตลอดเวลา

ทุกครั้งที่เราทำงานเสร็จแล้วลองย้อนกลับมาดูสิ่งที่ทำไปแล้วด้วยว่าดีหรือไม่ดีอย่างไร มีอะไรตรงไหนที่ต้องปรับปรุงอีกบ้าง โดยเฉพาะการมองหาความผิดพลาด เพื่อจะได้รู้สาเหตุของความผิดพลาดนั้น แล้วนำมาปรับปรุงแก้ไขไม่ให้เกิดขึ้นได้อีก และถ้ามีเป้าหมายระยะสั้น ลองเปรียบเทียบกับผลงานด้วยว่ามีอะไรบ้างที่สำเร็จและไม่สำเร็จ ซึ่งถ้าเรารู้จักแก้ไขปรับปรุงตนเองก็จะทำให้เดินไปถึงเป้าหมายทางธุรกิจได้

3

รู้จักบริหารเวลาอย่างมีประสิทธิภาพ

ทุกคนในโลกนี้มีเวลา 24 ชั่วโมงเท่ากันหมด แต่สิ่งที่ทำให้เกิดความแตกต่างคือใครจะใช้เวลาได้คุ้มค่ากว่ากัน ดังนั้น เมื่อมีเป้าหมายทางธุรกิจแล้วก็อย่าลืมหุ้มเวลาไปกับการทำธุรกิจด้วย

4

อย่าหนีปัญหา

เพราะในโลกของธุรกิจมีการแข่งขันสูงและไม่มีใครยอมใคร ฉะนั้นต้องกล้าที่จะเผชิญหน้ากับปัญหา และเรียนรู้เตรียมรับมือกับปัญหาที่อาจจะเกิดขึ้นได้ตลอดเวลา ซึ่งในบางครั้งการทำธุรกิจอาจไม่เป็นไปตามที่ตั้งใจเอาไว้ ก็ควรมีความยืดหยุ่น พร้อมปรับเปลี่ยน ที่สำคัญถ้ามีปัญหาใดๆ เกิดขึ้นต้องกล้าที่จะเผชิญหน้ากับปัญหา ถ้าหากจะตัดสินใจแก้ปัญหาอย่างรอบคอบและรวดเร็วด้วย

BELLA WEEMS



เปลี่ยนงานอดิเรกให้เป็นธุรกิจเงินล้าน

Text : วันวิสา ขามแสงชัยกิจ

ใครที่อยากเป็นผู้ประกอบการตั้งแต่อายุน้อย แต่ยังไม่รู้ว่าจะเริ่มต้นยังไงลองมาดูวิธีคิดที่หยิบเรื่องเล็กๆ มาพลิกเป็นโอกาสสร้างรายได้เงินล้านของ **Bella Weems** สาววัยเกินจากเมืองแซนคลอรัลรัฐแอริโซนา ประเทศสหรัฐอเมริกา เจ้าของแบรนด์เครื่องประดับแบบ Custom Made อย่าง Origami Owl กัน

ย้อนกลับไปเมื่อ Bella Weems อายุได้ 14 ปี เธอได้เปลี่ยนความหลงใหลในงานกราฟฟิคที่มีต่อสร้อยคอลูกเกตและกำไลข้อมือให้เป็นเงิน ซึ่งสาเหตุที่เธอต้องเริ่มทำธุรกิจนั้นก็มาจากการที่ต้องเก็บเงินเพื่อเอาไปซื้อรถนั่นเอง เพราะพ่อและแม่ของเธอ ยินกรานว่า ถ้าเธออยากจะมีรถขับเองก็ต้องหาเงินเอามาซื้อเอง

ดังนั้น เธอจึงเปลี่ยนงานอดิเรกเล็กๆ มาทำเป็นธุรกิจ และไม่แน่ว่าถ้าถดถอยจากนั้นอีก 2 ปี แบรินด์ Origami Owl ของเธอก็สามารถทำเงินได้หลายล้านดอลลาร์สหรัฐฯ

สิ่งหนึ่งที่ทำให้แบรนด์ของเธอประสบความสำเร็จมาจากการรู้ว่าลูกค้ายแต่ละคนนั้นมีความชอบที่ไม่เหมือนกันและสินค้าของเธอก็ตอบโจทย์ตรงนี้ได้ โดยเฉพาะอย่างยิ่งกับโปรดักต์รุ่นเรือธงอย่าง Living Locket ที่เปิดโอกาสให้ลูกค้ายสามารถเป็นดีไซน์เนอร์ด้วยการออกแบบเครื่องประดับที่ขอบได้โดยการเลือกโซ่ ขาเข็ม และลูกเกตด้วยตัวเอง โดยเครื่องประดับบางชิ้นนั้น ตกแต่งด้วยคริสตัลของ Swarovski ส่วนตัวลูกเกตก็เป็นแบบโปร่งใสและมีขาเข็มโลหะเล็กๆ ที่สามารถแสดงถึงบุคลิกและงานอดิเรกของผู้สวมใส่ได้ นอกจากนี้ ทางบริษัทยังขายต่างหู กำไลข้อมือ และเครื่องประดับอื่นๆ อีกด้วย

แน่นอนว่าด้วยความที่เธอประสบความสำเร็จตั้งแต่อายุน้อย และทำรายได้มากมาย ทำให้เธอแทบจะไม่มีเวลาว่าง แต่ถึงแม้จะ

ยุ่งมากแค่ไหนก็ไม่เคยลืมที่จะตอบแทนสังคม โดยผู้ประกอบการรุ่นเยาว์รายนี้ได้ใช้เวลาไปกับการให้คำแนะนำคนที่อยากจะเป็นผู้ประกอบการที่มีอายุตั้งแต่ 12-17 ปี โดยเธอได้แชร์ประสบการณ์ทางธุรกิจและทักษะการเป็นผู้นำที่เธอใช้และทำให้ประสบความสำเร็จจนทุกวันนี้

จากการที่ Bella Weems ก้าวเข้ามาเป็นนักธุรกิจตั้งแต่อายุน้อยนั้น ทำให้เธอมีมุมมองว่า ข้อดีของการเริ่มทำธุรกิจตั้งแต่นั่นๆ คือ การได้ช่วยสนับสนุนเด็กทุกวัยให้ไม่กลัวการเดินทางความฝันของตัวเอง และไม่ยอมให้ใครมาบอกว่า พวกเขานั้นยังดีไม่พอหรือโอเคเพียงมีนั้นยังไม่โดน

“หากคุณอยากเริ่มทำธุรกิจตั้งแต่อายุน้อย ขอให้มีความเชื่อมั่น อยู่ท่ามกลางคนที่เชื่อในตัวคุณ ทำตามหัวใจ และจำไว้ว่าคุณไม่ได้เด็กเกินไปที่จะบรรลุความฝันที่ยิ่งใหญ่ นอกจากนี้ ต้องคิดบวก อย่าลืมนึกว่าทุกอย่างนั้นไม่ได้เป็นไปตามแผนที่วางไว้เสมอไป และไม่ว่าจะเกิดอะไรขึ้น ยิ้มสู้เข้าไปและสนุกไปกับมัน”



ชื่อหลักสูตร :
เหมาะสำหรับ :
ระยะเวลาเรียน :
เวลาเรียน :
จำนวนผู้เข้าอบรม :

Workshop Chic and Fun (ชิค แอนด์ ฟัน)
ทำที่บ้าน หรือผู้ที่ต้องการลองทำไอศกรีม
ครึ่งวัน
13:00 น.-16:00 น.
6-10 ท่าน

สวรรค์ของคนรักไอศกรีม! Club Sweetie ขอต้อนรับคุณเข้าสู่ถิ่นแดนชุ่มฉ่ำอันแสนหวาน กับไอศกรีมสไตล์อิตาเลียนแบบหลากหลายรสชาติหลากหลาย ทั้งผลไม้ เชอร์เบต แววจาลาโต้ ฯลฯ สร้างกับมิกจนเป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัว ด้วยการเลือกผสมผสานวัตถุดิบต่างๆ เพื่อความแปลกใหม่ในรสชาติไอศกรีม หลักสูตรครึ่งวัน สำหรับผู้ที่ต้องการเรียนรู้การทำไอศกรีมแบบสนุกสนานและอร่อย สนุกกับคอร์สเรียนทำไอศกรีมนานาชาติที่สอนโดยอาจารย์ผู้เชี่ยวชาญ ผู้มีประสบการณ์ด้าน Gelato Specialist จากสถาบันทั้งในและต่างประเทศมาอย่างยาวนาน ซึ่งสามารถตอบข้อซักถาม และให้คำแนะนำในการเรียนได้ทุกขั้นตอนเป็นอย่างดี เรียนรู้การทำไอศกรีมแบบเก่าๆ สรศาสตร์ระดับพรีเมียม หลากๆ คนจะเข้าใจว่า การทำไอศกรีมเป็นเรื่องยาก บางคนลองทำตามสูตรในตำรา หรือในอินเทอร์เน็ตแล้วไม่สำเร็จเรียนกับเราเข้าใจหลักพื้นฐานได้แบบง่ายๆ ก็ทำได้ มาเรียนได้ทำไอศกรีมทั้งหมด 2 สูตร ซึ่งรับรองว่าอร่อย ทำรับประทานเองที่บ้านก็ได้ ทำขายได้กำไรดี สัมผัสบรรยากาศการเรียนที่เป็นกันเอง โดยการแบ่งกลุ่มผู้เรียนออกเป็นกลุ่มย่อยๆ ทำให้อาจารย์ผู้สอนสามารถดูแลได้อย่างทั่วถึง จนสามารถฝึกปฎิบัติเพื่อนำไปต่อยอดได้อย่างง่ายดายตามต้นฉบับกับไอศกรีมรสชาติหลากหลาย เช่น ทiramisu บิวรี่ เบียร์ กุหลาบชอร์เบต ลาเวนเดอร์ มินต์ช็อกชิลล์ ผงถั่วญี่ปุ่น เกล็ดนมสด กล้วยชีส บิกากั้นเจลลี่ และอีกมากมาย ผู้เรียนไม่จำเป็นต้องมีความรู้เรื่องอะไรมาก่อน สามารถมาเรียนได้ง่ายๆ

- 🍦 แนะนำสูตรและส่วนผสมต่างๆ
- 🍦 แนะนำอุปกรณ์และเทคนิคต่างๆ
- 🍦 สอนวิธีการทำไอศกรีม 2 สูตร และลงมือปฏิบัติ
- 🍦 ถาม-ตอบข้อสงสัย

เครื่องทำ
ไอศกรีม
รุ่น Cube

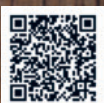
Made in Italy



กระแสไฟ	50-60 HZ
กำลังไฟ	400 W
อุณหภูมิที่ทำไอศกรีมได้	- 9 C
ถัง	2.5 ลิตร
ปริมาณของส่วนผสมได้ต่อรอบ	1.5 ลิตร
ระบบน้ำยา	R404A
ระยะเวลาปั่น	15-20 นาที
วัสดุตัวเครื่อง	สเตนเลส
ขนาด (กว้างxยาวxสูง)	35x35x35 ซม.
น้ำหนัก	25 กก.

บริษัท เอ็นทูไอซ์ จำกัด

288/24 หมู่ 5 ต.ปากเกร็ด อ.ปากเกร็ด จ.นนทบุรี 11120



@clubsweetie

clubsweetieicecreams

0-2964-0110 | 08-8896-8083 | 08-1436-9998

www.n2-icecream.com | www.clubsweetie.com

n2ice2@gmail.com | n2iceclubsweetie@gmail.com



BETTER MOON CAFÉ&REFILL STATION



กาแฟรักษ์โลก กลัวขยะเพิ่มมากกว่าขาดทุน



ช.สุบวิท 77/1 เปิดบริการทุกวัน 08.00-22.00 น.
09-5802-9574
www.bettermoonshop.com
bettermoonshop

จะเป็นยังไงเมื่อคาเฟ่อนุญาตให้ลูกค้านำอาหารจากร้านข้างเคียงมารับประทานในร้านได้ แต่มีข้อแม้ว่าต้องนำจานจากที่ร้านไปใส่เท่านั้น ห้ามใส่ถุงหรือกล่องโฟมมาเด็ดขาด...มีคาเฟ่แห่งหนึ่งทำเช่นนี้ด้วยหัวใจรักษ์โลก

แพร์-ปภาวี พงศ์นารานนท์ แห่งร้าน Better Moon Café&Refill Station คาเฟ่ที่เดียวในย่านอ่อนนุชที่นำไอเดียรักษ์โลกมาเรียกแขกได้เล่าถึงที่มาของไอเดียว่า ด้วยความที่ตระหนักถึงขยะพลาสติกที่เพิ่มปริมาณมากขึ้นในแต่ละวัน จึงผูกไอเดียในการทำคาเฟ่ที่ให้ความสำคัญเรื่องการลดการใช้พลาสติกที่ไม่จำเป็นหรือพลาสติกแบบใช้แล้วทิ้ง ดังนั้น จึงจะเห็นว่าแก้วและภาชนะที่ใช้ภายในร้านล้วนแต่เป็นแบบที่ใช้ซ้ำได้ นอกจากนี้ เพื่อให้ลูกค้าได้มีส่วนร่วมกับการลดขยะพลาสติก จึงมีเกมมิกที่ติดต่อกับการนำอาหารจากร้านข้างเคียงมารับประทานภายในร้านได้ แต่มีเงื่อนไขว่าต้องนำจานจากที่ร้านไปใส่หรือถ้าอยากนำอาหารจากที่บ้านมารับประทานก็สามารถทำได้ โดยต้องใส่อาหารในทิปเปอร์แวร์หรือภาชนะที่ไม่ใช่พลาสติกที่ใช้แล้วทิ้ง และใครที่พกแก้วส่วนตัวมาใส่เครื่องดื่มจะได้รับส่วนลดราคาเครื่องดื่มนั้นๆ

"เกมมิกเรื่องให้ลูกค้าเอจานไปใส่อาหารจากร้านข้างๆ มารับประทานในร้านได้นั้น ตอนแรกโดนคัดค้านจากคนรอบข้าง เพราะพวกเขากลัวขาดทุน กลัวไม่ได้ขายอาหาร แต่เรากลับมองว่า ทำเช่นนี้แล้วทุกคนได้ประโยชน์ โดยในส่วนของลูกค้าจะได้รับประทานอาหารตามชอบ แม้ร้านข้างเคียงไม่ต้องใช้ถุงหรือกล่องพลาสติกใส่อาหาร ทำให้ขยะลด และร้านเราเองอย่างน้อยก็ยังขายเครื่องดื่มได้ อีกทั้งยังเป็นที่พักพิงด้วย"

สำหรับอีกหนึ่งโซนภายในร้านที่โดนใจใครหลายคนเป็นอย่างมาก คือ Refill Station ที่ทุกคนพกขวดจากบ้านมาปั๊มน้ำยาที่ต้องการได้ สำหรับน้ำยาที่นำมาขายมีตั้งแต่ น้ำยาล้างจาน น้ำยาถูพื้น ไปจนถึงสบู่ แชมพู และโลชั่น ทุกน้ำยาไม่มีสารเคมีอันตราย ไม่ก่อให้เกิดมะเร็ง และมาจากแบรนด์ในท้องถิ่น

นอกจากนี้ บริเวณชั้น 2-4 ของตึกยังเป็นเกสต์เฮาส์คอนเซ็ปต์ไม่ต้องซื้อของใหม่ ไม่ต้องทิ้งของเก่า ทำให้ประหยัดงบประมาณและไม่ต้องทำให้เกิดขยะเพิ่ม เห็นได้จากการคงโครงสร้างเดิมของตึกไว้ให้มากที่สุด ส่วนเฟอร์นิเจอร์เป็นเฟอร์นิเจอร์เก่าจากบ้านแพร์ แต่ละห้องพักได้แรงบันดาลใจจากรถตกแต่งจากคนในครอบครัว เช่น Ama's Room ที่ตกแต่งด้วยเฟอร์นิเจอร์เก่าของอาม่า Par's Room เพิ่มความแปลกตาด้วยเตียง 2 ชั้นแบบไขว้ และ Pear's Room ที่ภายในห้องมีแคนวาสผืนใหญ่ให้ลูกค้าได้โชว์ฝีมือศิลปะ

นี่แหละธุรกิจวนวนววน ที่ไม่เพียงสร้างความแปลกใหม่แต่ยังดีต่อโลกอีกด้วย ที่สำคัญยังเป็นการสร้างประสบการณ์ใหม่สามารถเรียกความสนใจจากลูกค้าได้จริง แต่ทั้งนี้การจะดึงลูกค้าเข้าใช้บริการได้ทุกวัน แพร์บอกว่าต้องตั้งราคาที่เป็นมิตรด้วย เพราะไม่มีลูกค้าคนไหนที่ไม่โอเคกับราคาที่เอื้อมถึงได้ และเป็นราคาที่สมเหตุสมผลกับคุณภาพสินค้า

อย่ากรวย

บน

EBAY

ไม่ยาก ทำตามซี!

ถ้ากำลังมองหาช่องทางออนไลน์เพื่อส่งสินค้าไปขายยังต่างประเทศ เว็บไซต์อี-คอมเมิร์ซชื่อดังอย่าง ebay เป็นอีกหนึ่งช่องทางที่ตอบโจทย์ผู้ประกอบการได้แน่นอน ซึ่ง วุฒินันท์ สังข์อ่อง ซีอีโอ FastShip.co ผู้ให้บริการการขนส่งระหว่างประเทศ เผยถึง 3 กลุ่มสินค้าขายดีใน ebay ว่ามีกลุ่มสินค้าขึ้นส่วนรถยนต์ กลุ่มสินค้าความงามและสุขภาพ และกลุ่มสินค้าจิวเวลรี่ ส่วนเทคนิคสร้างยอดขายในตลาดออนไลน์ชื่อดังนี้ เขาแนะนำว่า

● สินค้าต้องมีจุดแข็ง มีความโดดเด่น

แตกต่างจากสินค้าในท้องถิ่นของผู้ซื้อ และสามารถตัดสินใจซื้อได้ทันทีหลังจากอ่านรายละเอียดสินค้าจบ ที่สำคัญสินค้าต้องเป็นมิตรกับการขนส่ง นั่นคือ ขนส่งง่าย ไม่ยุ่งยากเรื่องใบอนุญาตการขนส่งระหว่างประเทศ และค่าขนส่งไม่แพงเกินไป

● ให้ข้อมูลสินค้าครบถ้วน

รวมถึงไม่มองข้าม Item Specifics หรือการลงข้อมูลเพิ่มเติมอื่นๆ เกี่ยวกับสินค้า เช่น ยี่ห้อ รุ่น และสี เป็นต้น การลงข้อมูลใน Item Specifics มีผลต่อการค้นหาอย่างมาก เพราะทำให้ค้นเจอสินค้าได้ง่ายกว่าการค้นหาด้วยข้อมูลกว้างๆ ไม่เพียงเท่านั้น การเขียนคอนเทนต์ประเภท Story Telling ก็จำเป็น เพราะช่วยดึงดูดความสนใจของลูกค้าได้ ทำให้พวกเขาตัดสินใจซื้อง่ายขึ้น และหากต้องการขยายกลุ่มลูกค้าไปประเทศใดให้ลงขายสินค้าใน ebay ประเทศนั้น เช่น ถ้าต้องการเจาะกลุ่มลูกค้าฝรั่งเศสให้ลงสินค้าใน ebay.fr และเขียนข้อมูลเป็นภาษาฝรั่งเศส

● ต้องมีฟีลแบ็กจากลูกค้า

สิ่งที่ ebay ใช้ประกอบการเลือกร้านค้าให้ขึ้นลำดับต้นๆ ของเว็บไซต์ คือ รีวิวจากลูกค้า ยิ่งได้รีวิวเชิงบวกมากเท่าไร คะแนนร้านค้าก็เพิ่มขึ้นเท่านั้น สำหรับเคล็ดลับเชิญชวนลูกค้าให้กลับมาซื้อคือ แคมเปญที่มีข้อความชวนให้รีวิว เช่น ถ้ามีความสุขกับสินค้าที่ได้รับ อย่าลืมกลับมาซื้อให้เรากับสินค้าแทนการส่งอีเมลไปแจ้งเตือนให้รีวิวก่อนที่สินค้าจะถึงมือพวกเขา

● จัดโปรโมชัน

เพราะ ebay มักใช้สินค้าจากร้านที่จัดโปรโมชันในลำดับต้นๆ ซึ่งแน่นอนว่าช่วยเพิ่มยอดขายมองเห็นได้อย่างแน่นอน ทั้งนี้ เพื่อให้สินค้าราคาเต็มถูกขายในช่วงจัดโปรโมชันลดราคา ผู้ประกอบการอาจจัดโปรโมชันเสริมอย่างซื้อชิ้นที่ 2 ส่งฟรี

● ขนส่งต้องเร็ว

การส่งสินค้าตรงตามระยะเวลาที่ระบุไว้มีผลต่อคะแนนร้านค้า ฉะนั้นผู้ประกอบการต้องเลือกใช้บริษัทขนส่งที่ส่งของเร็วและราคามิตรภาพ นอกจากนี้ ถ้ารู้ว่าสินค้าขึ้นไหนขายดีในประเทศนั้นๆ แนะนำให้ส่งสินค้าไปสต็อกที่คลังเก็บสินค้าในประเทศนั้น เพราะช่วยลดค่าขนส่งเนื่องจากการขนส่งภายในประเทศ และร้านค้ายังถูกแสดงใน Item Location เพราะ ebay ให้ความสำคัญกับร้านค้าภายในประเทศที่ลูกค้าอาศัยอยู่มากกว่าร้านค้านอกประเทศ ๕



คอนเทนต์หลากหลาย

ลูกค้าออนไลน์ชอบ

จากการที่ใครๆ ก็เปิดเพจร้านค้าออนไลน์ได้ ทำให้ตอนนี้บนโลกออนไลน์มีจำนวนเพจธุรกิจมากมาย ผู้ประกอบการจึงต้องคิดหากลยุทธ์ต่างๆ มาใช้เพื่อให้เพจตนเองได้รับความสนใจมากกว่าเพจอื่น ซึ่ง Andrew Raso ผู้ร่วมก่อตั้ง The Online Marketing Gurus ดิจิทัล มาร์เก็ตติ้ง เอเจนซี บอกว่า การโพสต์คอนเทนต์ให้หลากหลายรูปแบบสร้างความโดดเด่นให้เพจของแบรนด์ได้ และเป็นสิ่งที่ลูกค้าต้องการ โดย 7 รูปแบบคอนเทนต์ที่จะพูดถึงต่อไปนี้ ผู้ประกอบการนำไปโพสต์สลับสับเปลี่ยนกันได้ทุกวัน

①

ถามคำถาม

ผู้คนในโซเชียลมีเดีย ล้วนอยากแบ่งปันความคิดเห็นของตนเองกับแบรนด์ที่ชื่นชอบ ดังนั้น การโพสต์คำถามจึงเป็นอีกหนึ่งตัวเลือกที่ผู้ประกอบการควรนำมาใช้ ซึ่งโพสต์คำถามเพิ่มยอดคอมเมนต์ได้ 100 เปอร์เซ็นต์ แต่ยอดไลค์และยอดแชร์อาจไม่มากเท่า ทั้งนี้ ถ้าต้องการคำตอบอย่างละเอียดให้ตั้งคำถามแบบเต็มคำในช่องว่าง เช่น การให้บริการที่แย่ที่สุดของแบรนด์ที่เคยได้รับคือ....

②

แบ่งแฟนเป็นสองค่าย

การโพสต์ให้ลูกค้าเลือกค่ายกระตุ้นให้เกิดการมีส่วนร่วมได้อย่างมีประสิทธิภาพ วิธีการนี้ทำให้ผู้ประกอบการรู้ว่า ความต้องการของลูกค้าคืออะไร และนำไปเป็นข้อมูลในการปรับปรุงกลยุทธ์ทางการตลาดได้ ตัวอย่าง การแบ่งค่าย เช่น ระหว่าง Twitter กับ Facebook ชอบโซเชียลไหนมากกว่ากัน

③

เขียนเรื่องราวเกี่ยวกับแบรนด์

เทรนด์ที่ได้รับความนิยมเกี่ยวกับธุรกิจที่ทำ เช่น ถ้าทำธุรกิจอาหาร อาจเขียนถึงแบรนด์ Food Truck ที่มาสร้างประสบการณ์ใหม่ให้กับลูกค้า นอกจากนี้ อย่าลืมติดแฮชแท็กที่เกี่ยวข้องลงไปด้วย เพราะทำให้เนื้อหาถูกค้นเจอง่ายขึ้น และเพิ่มการมีส่วนร่วมได้ 21 เปอร์เซ็นต์

④

เนื้อหาจากลูกค้า

ผู้คนกว่า 90 เปอร์เซ็นต์ให้ความสำคัญกับเนื้อหาและความคิดเห็นจากเพื่อนหรือคนรอบข้างที่รู้จัก ซึ่งการเปิดโอกาสให้ลูกค้ามีส่วนร่วมในการเขียนเนื้อหาเกี่ยวกับสินค้าหรือบริการของแบรนด์นอกจากทำให้ได้คอนเทนต์ใหม่ๆ แล้ว ยังทำให้โพสต์นั้นได้รับความนิยมอย่างเห็นได้ชัด

⑤

โพสต์วิดีโอและรูปภาพ

จากการศึกษาพบว่า 92 เปอร์เซ็นต์ของผู้ที่ดูวิดีโอในมือถือชอบแบร์วิดีโอที่ดูให้เพื่อน และผู้ที่ดูวิดีโอสินค้ามีโอกาสซื้อสินค้า 2 เท่า ส่วนรูปภาพเพิ่มยอดไลค์ได้ 53 เปอร์เซ็นต์ ยอดคอมเมนต์ 104 เปอร์เซ็นต์ และยอดการคลิกลิงก์ 84 เปอร์เซ็นต์

⑥

โปรโมชัน

ลูกค้า 35 เปอร์เซ็นต์ติดตามเพจของแบรนด์เพื่ออัปเดตโปรโมชั่นใหม่ๆ และ 42 เปอร์เซ็นต์ติดตามเพราะต้องการส่วนลดและข้อเสนอพิเศษต่างๆ ดังนั้น ควรโพสต์โปรโมชั่นลงในเพจบ้าง แต่อย่างไรก็ดี อย่าโพสต์บ่อยจนลูกค้ารู้สึกว่าคุณยัดเยียด เพราะเมื่อใดก็ตามที่รู้สึกอย่างนั้น พวกเขาจะกดสแปมเพจทันที

⑦

เล่นกับความคิดถึง

ลูกค้าที่ติดตามแบรนด์มานานมักมีความรู้สึกคิดถึงสินค้าเก่าๆ ของแบรนด์ที่เลิกผลิตไปแล้ว เช่นนั้นแบรนด์อาจหยิบเรื่องราวในวันวานกลับมาเล่าอีกครั้งเพื่อให้พวกเขาหวนคิดถึง

เปลี่ยนปัญหา ให้เป็นโอกาส

กับ 5 ธุรกิจดัง

Text : กอบสุวรรณการ

หากสังเกตให้ดีดีๆ
มักมีจุดเริ่มต้นจากปัญหาที่เผชิญ
ก็ใครบ้างไม่เคยเจอปัญหา
หรือความยุ่งยากในการใช้ชีวิต
ทั้งกับตัวเองและที่เกิดจากคนรอบข้าง

แต่กระนั้นหลายคนเห็นปัญหาแล้วอาจปล่อยผ่านด้วยความ
คุ้นชินกับปัญหานั้นๆ ขณะที่คนอีกกลุ่มหนึ่งกลับเกิดการตั้งคำถาม
ขึ้นมาว่า จะแก้ปัญหานี้ได้อย่างไร แล้วเปลี่ยนปัญหานั้นมาเป็น
โอกาส ดังจะเห็นว่าผู้ประกอบการหลายรายเริ่มต้นธุรกิจจากปัญหา
ที่ประสบด้วยตัวเอง เช่น ไม่มีโปรดักต์หรือบริการที่จะมาตอบโจทย์
แก้ปัญหานั้นๆ หรือแม้จะมีวางจำหน่ายอยู่แต่ก็ยังไม่ถูกใจ
อย่างกระนั้นเลย ลงมือทำเองดีกว่า และจากที่ทำเพื่อใช้เองก็ขยาย
ไปเป็นธุรกิจสร้างรายได้เป็นเรื่องเป็นราว

และนี่คือตัวอย่างของผู้ประกอบการที่เริ่มต้นธุรกิจจาก Pain Point
หรือปัญหาความยุ่งยากที่เกิดขึ้นจริงในชีวิตประจำวันของผู้คน
แล้วนำมาต่อยอดให้กลายเป็นธุรกิจ

1

พลิกปัญหารูดเพลนเกินห้ามใจ
มาเป็นจุดเริ่มต้นของ PIGGIPO

คุณมีบัตรเครดิตใบไหนกระเป๋?
ร้อยทั้งร้อยจะต้องมีมากกว่า 1 ใบ แล้วเคยเจอปัญหาเหล่านี้
หรือไม่? ตกใจกับใบแจ้งหนี้ เพราะว่ารูดเยอะเสียจนจำไม่ได้ว่า
ใช้บัตรเครดิตใบไหนจ่ายอะไรไปบ้าง และที่แย่ไปกว่านั้นคือ
ใช้บัตรเครดิตหลายใบหมุนไปหมุนมาจนลืมตัวใช้เงินเกินรายได้
ที่มีจนกระทั่งจ่ายไม่ไหว แถมบางทียังลืมจ่ายเมื่อถึงกำหนด
อีกด้วยหาก

เชื่อว่าปัญหาเหล่านี้ นักรูดบัตรเครดิตทั้งหลายต้อง
เคยเจมาแล้วทั้งสิ้น รวมถึง กิ๊ก-สุพิชญา สุรพันธุ์ ซีอีโอ PIGGIPO
“ตอนที่เรียนปริญญาโทแล้วก็ทำงานไปด้วย ใช้บัตรเครดิต
ของพ่อแม่รวม 4 ใบ ข้อดีคือเหมือนมีเงินเต็มกระเป๋าตลอดเวลา
เดือนนี้ใช้เงินเกินก็สามารถไปจ่ายคืนในเดือนหน้าได้ รู้สึกว่า
มีอำนาจการใช้เงิน บางเดือนมีใช้มากกว่าปกติ ทำให้เงินไม่พอจ่าย
เราก็อายๆ เลยจ่ายขั้นต่ำ ยอมเสียดอกเบี้ย ทำอย่างนี้ไปเรื่อยๆ
จนก้าวเข้าสู่การเป็นหนี้จากหลักพันสู่หลักหมื่น เลยเริ่มรู้สึกไม่ดี
สำหรับตัวเอง แล้วก็เริ่มกังวล พอดิเห็นญาติคนหนึ่งเขาเป็นหนี้
บัตรเครดิตเกือบล้านบาท เขาทุกข์ใจมาก ทำให้เรารู้ว่าการมี
บัตรเครดิตหลายใบมันจัดการยาก ปลายเดือนต้องมาดูแลสลัปว่า
บัตรไหนใช้ไปเท่าไร ถึงกำหนดชำระเงินวันที่เท่าไร คือการที่เรา
ไม่เห็นภาพรวมการใช้บัตรเครดิต ทำให้เราจัดการการใช้จ่ายลำบาก
เลยคิดว่าควรมีเครื่องมือมาช่วยให้เราเห็นภาพรวมเพื่อจะได้
จัดการได้ง่ายขึ้น”

สุพิชญาเข้าใจ Pain Point ของผู้ใช้บัตรเครดิตเพราะ
ประสบปัญหามาด้วยตัวเอง จึงทำให้เธอถึงกับลงทุนไปเรียนการ
เขียนโปรแกรมโดยตั้งใจว่าจะพัฒนาเพื่อไว้ใช้งานเองหลังจากที่ได้
ลองหาแอปพลิเคชันที่จะมาช่วยแล้วไม่มี และสุดท้ายเธอก็กับเพื่อนๆ
จึงร่วมกันพัฒนาแอปฯ PIGGIPO (พิกกิโปะ) ขึ้นเพื่อเป็นเครื่องมือ
ในการจัดการหนี้บัตรเครดิต โดยวิธีการทำงานของแอปฯ นี้ ก็จะ
บันทึกและวิเคราะห์รายการใช้จ่ายผ่านบัตรเครดิตแต่ละใบ
แสดงผลในรูปแบบกราฟที่ดูง่าย ช่วยคำนวณดอกเบี้ยและวางแผน
การผ่อนชำระหนี้บัตรเครดิตให้กับผู้ใช้งานได้ ซึ่งปัจจุบันมีผู้ใช้งาน
PIGGIPO แล้ว 360,000 คน

2

เอริก ฟินแมน
เปลี่ยนความเลวร้ายให้กลายเป็นโอกาส

ใครๆ ก็อยากเรียนในโรงเรียนที่แวดล้อมไปด้วยเพื่อนที่น่ารัก
และครูที่ดี แต่บางคนโชคไม่ดีโดนรังแกกลั่นแกล้งจากเพื่อนๆ
จนทำให้ไม่อยากไปโรงเรียน ซึ่งถ้าไม่เจอปัญหานี้กับตัวเองก็รับรู้
หรือกว่าเป็นยังงี้ แต่ เอริก ฟินแมน (Erik Finman) รู้ดีเพราะ
เป็นหนึ่งในเด็กนักเรียนที่โชคไม่ดี เขามักถูกเพื่อนๆ กลั่นแกล้งเป็น
ประจำ จนถึงกับต้องย้ายโรงเรียนหนีมาแล้ว และแม้แต่คนที่ได้ชื่อว่า
เป็นครูก็ยังเคยถึงกับเเย่ปากบอกลให้เขาลาออกจากโรงเรียนแล้ว
ไปทำงานที่ร้าน McDonald's ซะ เพราะเขานั้นไม่เคยมีค่าอะไรเลย

ที่สุดแล้วเอริกก็ลาออกจากโรงเรียนจริงๆ แต่นั่นไม่ได้หมายความว่า
การลาออกจากการศึกษา เพราะเขาได้สร้างสภาพแวดล้อมการเรียนรู้
ด้วยตนเองจากที่บ้าน โดยใช้คอมพิวเตอร์และการเชื่อมต่ออินเทอร์เน็ต
ซึ่งเขาเรียกมันว่า Botangle ที่มาจากการรวมกันของคำว่า Robotics
และ Angle

“ผมทำโปรเจกต์นี้ขึ้นมากเพื่อเซฟตัวเอง โดยมีภารกิจคือการ
เข้าไปแทนที่ระบบการศึกษาของรัฐเพราะเป็นสถานที่ที่สร้าง
ประสบการณ์อันเลวร้ายให้กับผม”

เมื่อเอริกอายุได้ 15 ปี เขาได้ทำให้โปรเจกต์ Botangle ขยับ
ขึ้นไปอีกขั้นด้วยการเปิดบริการสอนหรือติวเตอร์แบบวิดีโอออนไลน์
ที่ต้องจ่ายค่าธรรมเนียม เพื่อเป็นอีกช่องทางของการศึกษาที่ไม่ได้
ถูกจำกัดแค่ในห้องเรียน โดยใช้เงินตัวเองจำนวน 100,000 ดอลลาร์

สหรัฐฯ ที่ได้จากการลงทุนบิตคอยน์ก่อนหน้านี้ ทุกวันนี้เขานั้นไม่ได้ดูแลแค่ทีมโปรแกรมเมอร์ของ Botangle เท่านั้น แต่ยังดูแลในส่วนของบริษัทอื่นๆ อีกด้วย

3

Thank God It's Organic สร้างธุรกิจจากปัญหาสุขภาพ

ชีวิตคนเมืองโดยเฉพาะชีวิตของมนุษย์เงินเดือน ที่วันๆ ก้มหน้าก้มตาทำงาน ทำให้หลายคนละเลยไม่ดูแลสุขภาพตัวเอง ทั้งอาหารการกิน การพักผ่อน การออกกำลังกาย ซึ่งกว่าจะรู้ตัวอีกทีก็เมื่อมีปัญหาสุขภาพมารุมเร้า

กฤตยา สันทมาศ มนุษย์ออฟฟิศก็เจอปัญหาดังกล่าว เพียงแต่เธอสามารถพลิกปัญหาสุขภาพมาสร้างสรรค์สินค้า ที่ตอบสนองความต้องการของทั้งตนเองและคนอื่นได้ นั่นคือธุรกิจ Thank God It's Organic บริการเครื่องดื่มผักผลไม้ปั่นออร์แกนิก

“ทำงานด้านโฆษณา ซึ่งจะทำงานไม่ค่อยเป็นเวลา ทำให้ไม่มีเวลาดูแลเรื่องอาหาร การพักผ่อน เราใช้ชีวิตอย่างนั้นจนสุขภาพเริ่มแย่ เริ่มต้นคือเป็นภูมิแพ้ตามมาด้วยไม่เกรน ต้องพกยาติดกระเป๋ตลอดเวลา จนสุดท้ายเป็นไทรอยด์เป็นพิษ ซึ่งคุณหมอแนะนำให้ตัดทิ้งและต้องกินยาตลอดชีวิต เลยมาศึกษาว่ามันเกิดอะไรขึ้นกับตัวเรา พบว่าเราละเลยการดูแลสุขภาพตัวเองไปทุกอย่างจึงทำให้มาถึงจุดนี้ เราใช้ชีวิตหมกมุ่นเรื่องอื่น แต่ชีวิตพื้นฐานเราไม่สนใจเลยพยายามปรับเปลี่ยนตัวเองใหม่ ออกกำลังกาย กินอาหาร จนเพื่อนแนะนำหนังสือ น้ำผักผลไม้ปั่นต้านโรคภัย-ตำรับธรรมชาติ ช่วยชีวิตของ ดร.ทอม อู๋ เราก็เลยลองมาทำกินเอง แต่พอศึกษาต่อไปก็พบว่า ผักผลไม้มียาฆ่าแมลงเยอะมาก เลยเริ่มสนใจออร์แกนิก ก็ซื้อผักผลไม้มาทำกินเอง แต่ความที่ต้องทำงานทุกวันทำให้ไม่มีเวลา หรือทำให้ตัวเองกินคนเดียว หั่นผักอะไรไว้บางทีก็จะเหลือ ก็คิดว่าควรทำขาย น่าจะมีกลุ่มลูกค้าที่ต้องการสิ่งนี้เหมือนกัน เป็นเหมือนที่เราทำกินเองแล้วแบ่งปันให้คนอื่นด้วยมากกว่า”

กฤตยาจึงลองทำเป็นธุรกิจเล็กๆ Thank God It's Organic เครื่องดื่มผักผลไม้ปั่นออร์แกนิก ซึ่งปรากฏว่าได้รับการตอบรับเป็นอย่างดี จึงเริ่มหาแหล่งวัตถุดิบที่ปลูกแบบออร์แกนิก ทั้งรับซื้อตรงจากเกษตรกรและผ่านตัวแทนต่างๆ ที่สำคัญสุขภาพของเธอก็ดีขึ้น พังพาน้อยลง

4

เปลี่ยนความยุ่งยากของคุณสุขภาพสตรี ให้คล่องตัวด้วยธุรกิจห้องน้ำพกพา

เชื่อว่าผู้หญิงหลายคนต้องเคยเจอภาวะปวดปัสสาวะจนกลั้นแทบไม่อยู่ โดยเฉพาะในวันที่สภาพการจราจรหนักหนาแสนสาหัส หรือเมื่อต้องเดินทางไกลๆ แต่เมื่อเห็นสภาพห้องน้ำแล้วก็ไม่กล้าเข้าไปใช้บริการ

ด้วยความเป็นคนเมืองที่เห็นสภาพการจราจรทุกวัน จึงได้เห็น Pain Point ของเมืองในยามที่ต้องเผชิญกับสภาพการจราจร สุธิณี กิตติภัทรกุล จึงพัฒนาห้องน้ำพกพา WC Plus+ เพื่อแก้ปัญหา

ความเจ็บปวดของคนเมือง

“ต้องเจอบ่อยๆ ตอนรถติด คือ อยากเข้าห้องน้ำกะทันหัน แต่ไม่สามารถทำได้ จึงต้องกลั้นปัสสาวะไว้ ซึ่งอาจก่อให้เกิดปัญหาสุขภาพอย่างกระเพาะปัสสาวะอักเสบและกรวยไตอักเสบ หรือแม้แต่ตอนเดินทางไปต่าง ๆ แล้วจำเป็นต้องใช้ห้องน้ำสาธารณะ หลายต่อหลายครั้งก็ไม่กล้าใช้งานด้วยไม่มั่นใจในความสะอาด เลยเกิดไอเดียทำห้องน้ำพกพา WC Plus+ เพื่อช่วยแก้ปัญหาข้างต้นให้กับคุณผู้หญิงทุกคน ห้องน้ำพกพาได้รับการตอบรับดีมากจากผู้หญิงที่ต้องขับรถหรือเดินทางเป็นประจำ เพราะพกพาง่าย น้ำหนักเบา และวิธีการใช้งานไม่ยุ่งยาก ไม่ต้องกังวลว่าจะหกเลอะเทอะ เพราะมีนวัตกรรม Liquidop TM ล็อกของเหลวทันที ไม่มีกลิ่น จูได้มากถึง 1 ลิตร หลังจากใช้งานครั้งแรกสามารถเก็บไว้ใช้ซ้ำได้ 7 วัน หรือจนกว่าของเหลวจะเต็ม โดยการใช้ซ้ำครั้งถัดไปแนะนำให้ใช้ Alcohol Pad ที่แนบมาด้วยเช็ดทำความสะอาดก่อน และถ้าเงินอายุที่จะใช้ในรถสามารถใช้ควบคู่กับผ้าคลุมของเราได้”

ห้องน้ำพกพา WC Plus+ ไม่เพียงแต่ใช้ได้เฉพาะคุณผู้หญิงเท่านั้น คุณผู้ชายเองก็ใช้ได้ ขณะเดียวกันผู้สูงอายุก็ให้การตอบรับที่ดี เพราะสามารถยืนปัสสาวะได้ไม่ต้องนั่งอ่อๆ ทำให้ไม่เกิดอาการปวดเข่า จากผลการตอบรับที่ดีจากลูกค้าทำให้เธอคิดพัฒนาห้องน้ำพกพาสำหรับการถ่ายหนัก ซึ่งเป็นสินค้าใหม่ของแบรนด์ในอนาคตอีกด้วย

5

เริ่มจากปัญหาคุณแม่มือใหม่ สู่เว็บไซต์ความรู้ daddythumb.com

ผู้ชายก็อยากเลี้ยงลูกนะ แต่ด้วยภาระหน้าที่ ทำให้บ่อยครั้งทำได้ไม่เต็มที่ แต่ถ้ามีโอกาสแล้วละก็คุณพ่อมือใหม่จะไม่พลาดอย่างแน่นอน **เอส-อัคนันท์ ชันตรีจิตรานนท์** เป็นหนึ่งในคุณพ่อมือใหม่ ที่ทำงานส่วนใหญ่อยู่ต่างจังหวัด ทำให้มีเวลาให้ครอบครัวแค่วันหยุด เสาร์-อาทิตย์เท่านั้น แต่ด้วยความที่อยากจะช่วยแบ่งเบาภาระของภรรยา จึงชวนภรรยาหาความรู้ รวมถึงไปอบรมการเลี้ยงลูกด้วยตนเอง

“เราเป็นครอบครัวเลี้ยงเดี่ยว พอมีลูกก็ตั้งใจจะเลี้ยงลูกให้ดี แต่ตัวเองทำงานต่างจังหวัด วันหยุดกลับมาบ้านเห็นภรรยาเลี้ยงลูกเหนื่อยก็จะเข้าไปช่วย คิดว่าอยากทำให้ อยากให้เวลากับลูกเต็มที่เลยพยายามไปศึกษาเพิ่มเติมเกี่ยวกับการเลี้ยงเด็กจากแหล่งต่างๆ พอได้ศึกษาได้เลี้ยงเอง ก็มีความคิดอยากจะแบ่งปันความรู้ประสบการณ์ของเราไปให้คนอื่น เพราะคิดว่าต้องมีคุณพ่อแบบเราที่อยากเลี้ยงลูก แต่อาจจะไม่รู้ว่าจะต้องทำอย่างไรบ้าง เลยเขียนบล็อกบอกเล่าเรื่องราวการเลี้ยงลูกในแบบของเรา และขยายเปิดเป็นพื้นที่ออนไลน์ให้เหล่าคุณพ่อมือใหม่ได้มาค้นหาข้อมูลและแชร์เรื่องราวระหว่างกัน ผ่านเว็บไซต์ daddythumb.com”

ใครจะเชื่อจากปัญหาของตนเอง นำมาซึ่งเรื่องสนุกๆ ในการเลี้ยงลูกแบ่งปันในหมู่คุณพ่อ จะกลับกลายเป็นโอกาสทางธุรกิจ เมื่อ DaddyThumb กลายเป็น Tech Startup ด้านการศึกษา โดยเว็บไซต์ <http://www.daddythumb.com> ให้ความรู้กับคุณพ่อและครอบครัว เป็นช่องทางพูดคุย ช่วยเหลือ และปรึกษาปัญหา ร่วมกัน โดยหารายได้จากสปอนเซอร์ ไม่เพียงเท่านั้นยังต่อยอดธุรกิจออกมาสู่การบรรยาย และให้คำปรึกษาคุณพ่อคุณแม่มือใหม่แบบส่วนตัว รวมไปถึงปรึกษาปัญหาชีวิตครอบครัว

นี่แหละโมเดลหารายได้ ที่สร้างสรรค์ขึ้นจาก Pain Point หรือความยุ่งยากของครอบครัวเลี้ยงเดี่ยว **S**

1

สุพิชญา สุรพันธ์



2

เริศ ฝันเบน



3

กฤตยา สันทมาศ



4

สุธิณี กิตติภัทรกุล



5

อัคนันท์ ชันตรีจิตรานนท์





STITCH FIX

มิติใหม่แห่งการช้อปปิ้ง สไตล์ส่วนตัวออนไลน์

หลายคนอาจเคยได้ยินเกี่ยวกับ Personal Shopper หรือ Personal Stylist ที่รับให้บริการบ้างแล้วในบ้านเราตามห้างสรรพสินค้าและในรูปของแบรนด์สินค้าแฟชั่นต่างแบรนด์ แต่บริการนี้เป็นที่นิยมในต่างประเทศมานานแล้ว Personal Stylist หรือ Personal Shopper เป็นบริการให้คำปรึกษาส่วนตัวด้านเครื่องแต่งกายให้สอดคล้องกับบุคลิกภาพ รสนิยม อาชีพ และการใช้ชีวิตประจำวันโดยผู้เชี่ยวชาญด้านแฟชั่น ซึ่งรูปแบบการให้บริการนอกจากการพบปะพูดคุยกับสไตล์ิสต์แบบตัวต่อตัวหรือต่อสายคุยทางโทรศัพท์แล้ว ปัจจุบันยังมีการผ่านออนไลน์อีกด้วย โดย Tech Startup ที่ชื่อ Stitch Fix



ธุรกิจนี้เกิดขึ้นเมื่อ 7 ปีก่อน โดย แคทรินา เลค บัณฑิตสาขาบริหารธุรกิจจากฮาร์วาร์ดที่มองว่า หากจะทำธุรกิจ เธอต้องมองไกลไปอีก 20 ปีข้างหน้า เล็งว่าพฤติกรรมของผู้บริโภคจะเปลี่ยนไปอย่างไร ธุรกิจที่ออกแบบมาควรตอบโจทย์หรือสนองตอบความต้องการของผู้บริโภค ไอเดียที่เป็นที่มาของ Stitch Fix มาจาก 3 แรงบันดาลใจคือ 1.ที่สาวเป็นฝ่ายจัดซื้อสินค้าแฟชั่นของห้างสรรพสินค้าในนิวยอร์กมักส่งเสื้อผ้ามาให้ลอง 2.การเป็นสมาชิก Community Supported Agriculture ที่ให้บริการจัดส่งกล่องบรรจุผักผลไม้ตามฤดูกาลให้ลูกค้า และ 3.การเห็นโมเดลธุรกิจของ Netflix บริการสื่อบันเทิงออนไลน์แบบเหมาจ่าย

จากความคิดที่ว่าเวลาเลือกซื้อเสื้อผ้าออนไลน์ ปัญหาที่พบเจอคือ จำนวนผู้ขายและจำนวนสินค้าซึ่งมีมากมายมหาศาลทำให้ลูกค้าเลือกไม่ถูก บางทีก็ดูได้ไม่ทั่วถึง แคทรินาได้นำแรงบันดาลใจเหล่านั้นมาเขียนเป็นแผนธุรกิจในช่วงที่เรียนฮาร์วาร์ด รูปแบบคือการให้บริการจัดส่งเสื้อผ้าเครื่องแต่งกายที่ตรงตามบุคลิกของลูกค้าไปให้เลือก โดยลูกค้าจ่าย 20 ดอลลาร์สหรัฐ และทำแบบสอบถามผ่านทางอินเทอร์เน็ตหรือแอปพลิเคชันประมาณ 10-15 นาทีเพื่อเก็บเป็น Profile Style เป็นการรวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับสไตล์แฟชั่นที่ชอบ ขนาดที่สวมใส่ แบรินด์โปรด และงบประมาณในการช้อปปิ้ง

ข้อมูลเหล่านี้จะถูกนำมาวิเคราะห์ด้วยระบบอัลกอริทึมโดยการเปรียบเทียบข้อมูลลูกค้ากับสินค้าที่มีอยู่ในคลัง จากนั้น สไตลิสต์ทำการคัดเลือกสินค้าจำนวน 5 ชิ้นจัดส่งกล่องส่งถึงบ้านลูกค้าให้เลือก ขึ้นไหนลูกค้าลองแล้วชอบก็จ่ายเงินซื้อ ถ้าไม่ชอบก็จัดส่งคืนโดยไม่เสียค่าส่งลูกค้าจะได้รับกล่องเสื้อผ้าที่คัดเลือกโดยสไตลิสต์ในอัตราความถี่เดือนละครั้ง โดยสามารถเลือกวันที่ต้องการให้จัดส่งสินค้าได้

แคทรินาเริ่มธุรกิจตั้งแต่ช่วงยังเรียนที่ฮาร์วาร์ดร่วมกับหุ้นส่วนที่เคยทำงานกับแบรนด์เสื้อผ้า J.Crew ของอเมริกา โดยแคทรินาทำตัวเป็นสไตลิสต์จัดหาเสื้อผ้าส่งลูกค้าเอง หลังเรียนจบ เธอย้ายออฟฟิศไปซานฟรานซิสโกและยังมุ่งมั่นกับการปลุกปั้นธุรกิจภายใต้

ชื่อ Stitch Fix และลงทุนจ้างมืออาชีพอย่าง ไมค์ สมิธ ซึ่งเคยทำงานที่วอลล์สตรีตมาร่วมงานด้วย ทั้งคู่คุยกันเกี่ยวกับเรื่องว่าจะทำอย่างไรจึงนำข้อมูลเกี่ยวกับลูกค้ามาใช้ประโยชน์ให้ได้มากที่สุด เธอเล่าถึงความรู้สึกช่วงนั้นว่า “เวลาเราทำอะไรที่คนอื่นไม่ทำ มันให้ความรู้สึกว้าวถ้าเราไม่ใช่คนที่ฉลาดที่สุดก็คงเป็นคนที่โง่ที่สุด เป็นเวลาหลายปีเลยที่เดียวที่ฉันไม่รู้ว้าวสิ่งที่ทำอยู่นี้เรียกว่าโง่หรือฉลาด”

พร้อมๆ กับการเฟ้นหาผู้ร่วมงานจากวงการต่างๆ แคทรินาก็นำโปรเจกต์ธุรกิจ Stitch Fix ไปเสนอบรรดานักลงทุนอิสระเพื่อหาผู้ร่วมทุนด้วย ช่วง 2-3 ปีแรก Stitch Fix ไม่มีมีการตลาด อาศัยการบอกกันปากต่อปากจนทำให้จำนวนลูกค้าค่อยๆ เพิ่มขึ้น ธุรกิจเริ่มเติบโตใหญ่ จากที่ให้บริการเฉพาะผู้หญิงวัยทำงานก็ขยายกลุ่มไปยังสาวอวบพลัสไซส์ คุณแม่กำลังตั้งครรภ์ เด็กเล็ก และผู้ชาย สินค้าที่ให้บริการมีตั้งแต่เชิ้ต แจ็กเก็ต สูท เสื้อกันหนาว เลกกิ้ง กางเกงกระโปรง เสื้อกั๊ก ผ้าพันคอ ยีนส์ บูต แวนดา รองเท้า เรียกว่าครบครันในเรื่องแฟชั่น ขณะที่จำนวนซัพพลายเออร์เพิ่มขึ้น Stitch Fix เองก็เริ่มผลิตเสื้อผ้าแบรนด์ของตัวเองเพื่อเป็นทางเลือกให้ลูกค้าเพิ่มด้วย

จากปี พ.ศ.2554 ที่ริเริ่มธุรกิจ ปัจจุบัน Stitch Fix มีลูกค้าที่ใช้บริการราว 2.5 ล้านคน และในบรรดาพนักงานทั้งหมด 5,800 คนมากถึง 3,500 คนทำหน้าที่สไตลิสต์หรือผู้เชี่ยวชาญด้านแฟชั่น และเมื่อเดือนพฤศจิกายน 2560 ที่ผ่านมานี้ แคทรินาก็ขึ้นแท่นนักธุรกิจหญิงวัยไม่ถึง 40 ที่ประสบความสำเร็จมากที่สุดคนหนึ่งจากการนำพา Stitch Fix เข้าจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แนสแด็ก เปิดตลาดการซื้อขายในราคาหุ้นละ 16.90 ดอลลาร์ฯ ในการเปิดตลาดวันแรกสามารถระดมทุนได้กว่า 100 ล้านดอลลาร์ฯ ส่งผลให้มูลค่า Stitch Fix ในตลาดพุ่งไปอยู่ที่ 1,600 ล้านดอลลาร์ฯ และกลายเป็นกว่า 2,000 ล้านดอลลาร์ฯ ในต้นปี 2561

ในโลกของ Tech Startup ที่ส่วนใหญ่ผู้บริหารชายกุมบังเหียน แคทรินาเป็นนักธุรกิจหญิงที่โดดเด่นและได้รับการจดจำในฐานะผู้บริหาร Tech Startup หญิงรายเดียวและอายุน้อยสุดที่สามารถ

นำบริษัทของเธอเข้าตลาดหุ้น ผลประกอบการล่าสุดเมื่อไตรมาส 2 ซึ่งสิ้นสุดเมื่อ 27 มกราคม 2561 Stitch Fix ทำยอดขาย 296 ล้านดอลลาร์ฯ และอัตราการเติบโตของธุรกิจอยู่ที่ 24.4 เปอร์เซ็นต์เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อนหน้า

แคทรินากล่าวว่า ส่วนหนึ่งที่ทำให้ Stitch Fix ประสบความสำเร็จคือการพัฒนาบริการตลอดเวลา เช่น การเพิ่มแบรนด์สินค้าให้เลือกล่าสุดเพิ่งเปิดบริการ Extra เพิ่มสินค้าตัวเลือกอย่างชุดชั้นใน กางเกงใน และถุงเท้าเข้ามาให้ครบวงจรยิ่งขึ้น เป็นการรักษาลูกค้าไว้ไม่ให้ซื้อเจ้าอื่น นอกจากนั้น ยังให้ความสำคัญต่อข้อคิดเห็นหรือคำติชมจากลูกค้าเพื่อนำมาปรับปรุงบริการให้ดียิ่งขึ้น รวมถึงการให้ความสำคัญร่วมกับพันธมิตรที่เป็นบรรดาซัพพลายเออร์ทั้งหลาย เพราะหากแบรนด์ขายได้ Stitch Fix ก็พลอยได้ประโยชน์ไปด้วย

ภารกิจของบริษัทคือ การเปลี่ยนวิธีการซื้อสินค้าของผู้คนโดยรวมเอาเทคโนโลยีและการเลือกเสื้อผ้าแบบมีสไตลิสต์แนะนำเข้ามาด้วยกัน ทำให้ลูกค้าประหยัดเวลาไม่ต้องเดินทางไปหาซื้อเอง ซึ่งสิ่งที่ Stitch Fix นำมาใช้คือ Data Science หรือการวิเคราะห์ข้อมูลขนาดใหญ่ให้ออกมาเป็นข้อมูลที่เป็นประโยชน์สามารถนำไปอำนวยความสะดวกในการทำงานของสไตลิสต์คือ ระบบอัลกอริทึม ทำให้สามารถประเมินพฤติกรรมซื้อ คาดการณ์ความต้องการ บริหารคลังสินค้าให้สมดุล และออกแบบเสื้อผ้าใหม่ๆ ตอบโจทย์ลูกค้าได้

โดยสรุปความสำเร็จของ Stitch Fix มาจากการมีวิสัยทัศน์ล่วงหน้า 20 ปีของแคทรินา เลคที่มองว่า รูปแบบการจับจ่ายซื้อสินค้าแฟชั่นจะเปลี่ยนไป และเธอสามารถตอบโจทย์ตรงนี้ได้โดยนำเทคโนโลยี เช่น การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับลูกค้าจำนวนมาก เพื่อให้ทราบรสนิยมของลูกค้าแต่ละราย ทำให้การบริการนั้นมีความเป็นพิเศษและเป็นส่วนตัว นอกจากนั้น การไม่หยุดนิ่งกับที่ พัฒนาทั้งสินค้าและบริการอยู่ตลอดเวลาเพื่อสร้างความพึงพอใจให้ลูกค้าจนท้ายที่สุด Stitch Fix ก็ไต่ระดับไปสู่การเป็น Tech Startup ระดับยูนิคอร์น และเข้าสู่ตลาดเป็นบริษัทมหาชนในที่สุด ๕



Text : กองบรรณาธิการ / Photo : เอกภพ ยอดสุรพงศ์

ความท้าทายของธุรกิจออนไลน์ในวันนี้ คือทำอย่างไรจึงจะเข้าถึงลูกค้าได้มากที่สุดในทุกช่องทาง ไม่ว่าจะเป็นโซเชียลมีเดีย เว็บไซต์ รวมถึงช่องทางออฟไลน์ เพราะหากเลือกเพียงช่องทางใดช่องทางหนึ่งในการเข้าถึงลูกค้าก็จะต้องเสียเปรียบอย่างแน่นอน ขณะเดียวกันแม้จะขายดิบขายดีจริง แต่ถ้าไม่มีระบบที่ดีมารองรับ เมื่อธุรกิจโตถึงระดับหนึ่งก็จะเติบโตต่อไปได้ยาก ผู้ประกอบการจึงควรมีระบบการบริหารจัดการร้านค้าเข้ามาเป็นผู้ช่วยข้างกาย

หลายคนอาจจะเคยได้ยิน Sellsuki โดยเฉพาะพ่อค้าแม่ค้าที่เปิดการขายอยู่บนโซเชียลมีเดีย ด้วยเพราะ Sellsuki เป็นโซลูชันแรกๆ ที่เข้ามาช่วยร้านค้าบนโซเชียลมีเดียให้สามารถบริหารงานหลังบ้านได้อย่างมีประสิทธิภาพ จนมาวันนี้ Sellsuki ได้ขยายโซลูชันมาสู่ทุกช่องทางของการค้าขาย ซึ่ง เลอศักดิ์ สุกติติก Co-Founder ของ Sellsuki บอกว่า จุดมุ่งหมายของ Sellsuki คือต้องการให้ร้านค้าเติบโต ฉะนั้นแกนหลักของธุรกิจคือระบบการค้าขาย

“เรามองว่า SME ไม่ควรมาวุ่นกับเรื่องหลังบ้าน จุดขายของแต่ละร้านควรเป็นเรื่องของแบรนด์ การพัฒนาโปรดักต์ ทำการตลาด การรักษาลูกค้าให้ดี ฉะนั้นความยุ่งยากซับซ้อนของหลังบ้านเราจัดการให้ Sellsuki จะช่วยเพิ่มประสิทธิภาพการทำงาน ลดต้นทุน ออร์เดอร์ไม่ตกหล่น บางคนขายจนไม่รู้ว่าจะไร้เกิดขึ้นกับธุรกิจ สดุดีหาย โดนพนักงานโกง อย่างแค่การแซ่ดวันหนึ่งคนขาย 1 คนเต็มที่จะทำได้ 20 ออร์เดอร์แต่พอมี Sellsuki เขาสามารถขายได้วันละ 100 ออร์เดอร์ เราเชื่อว่าคนที่ขายดี และคนที่ต้องการจะเติบโต ไม่ว่าจะเป็น SME หรือบริษัทล้วนต้องการระบบมาช่วยจัดการ แล้วเรามองอีกเรื่องหนึ่งว่า ทุกอย่างต้องลิงก์เข้าหากัน การขายเดียวนั้นมีหลายช่องทาง เราอยากเข้าสู่ตลาดขายปลีกที่ไม่ใช่แค่ขายผ่านโซเชียลมีเดีย เมื่อก่อน 100 เปอร์เซ็นต์เป็นโซเชียลมีเดีย เดียวนี้เราเอาแค่ 70 เปอร์เซ็นต์ อีก 30 เปอร์เซ็นต์เป็นช่องทางใหม่ๆ เช่น เว็บไซต์ ออฟไลน์ หรือขายผ่านตัวแทน ฉะนั้นจุดเด่นของ Sellsuki คือไม่ว่าจะซื้อผ่านช่องทางไหนเราเชื่อมกันหมด”

ปัจจุบัน Sellsuki แพลตฟอร์มที่ผสานช่องทางค้าปลีกและโซลูชันทั้งหมดไว้ด้วยกัน มีพันธมิตรซึ่งเป็นผู้ประกอบการออนไลน์ที่ใช้ระบบของบริษัทมากถึง 1,000 ร้านค้า โดยมีโซลูชันและบริการที่หลากหลายกว่า 10 ประเภท เพื่อรองรับทุกความต้องการของลูกค้า เช่น ระบบจัดการออร์เดอร์ การชำระเงิน และการขนส่ง ระบบการบริหารบทสนทนาจากเฟซบุ๊ก เป็นต้น โดยเลอศักดิ์ตั้งใจอยากให้การสตาร์ทธุรกิจที่แม้จะมีคนแค่ 1-2 คน ก็สามารถทำธุรกิจและเติบโตต่อไปได้ และขยายไปต่างประเทศ

“ตอนนี้มีร้านค้าต่างประเทศที่อยู่ในระบบ เช่น ลาว เวียดนาม อินโดนีเซีย แต่เรายังไม่ได้ทำการตลาดตรงนั้นจริงจัง เรายังมีความใฝ่ฝันว่าอยากสร้างผลิตภัณฑ์ที่มันสเกล ซึ่งต้องเตรียมความพร้อม ภาษา กฎหมาย การหาพาร์ทเนอร์ต่างๆ คิดว่าเร็วๆ นี้เราต้องไปต่างประเทศ”

วิธีรับมือ

เมื่อเว็บไซต์โดนโจมตีด้วย



Text : ภัฏฐพิชฌ กบพณพัฒน์ Founder & CEO : CEMSHALL

นอกจาก Startup จะต้องเผชิญกับการแข่งขันในธุรกิจจากปัจจัยที่ยากลำบากแล้ว อีกสิ่งหนึ่งที่สำคัญไม่แพ้กัน นั่นคือเรื่องของ “ความปลอดภัยในโลกไซเบอร์ หรือ Cybersecurity” โดยเฉพาะ Startup สาย Tech Startup ที่มักจะมีโปรดัคต์ที่เกี่ยวข้องกับเทคโนโลยีและระบบออนไลน์ซึ่งเป็นเป้าหมายสำหรับผู้ไม่หวังดีอย่างแฮกเกอร์ หรือ คู่แข่งทางธุรกิจที่อาจหาทางจู่โจมได้ตลอดเวลา ซึ่งหนึ่งในปัญหาที่จะขอยกพูดถึงคือการถูกโจมตีจากวิธีการที่เรียกว่า “DDoS Attack”

DDoS (Distributed Denial of Service) คือการยิงแพ็กเก็ตออกไปจำนวนมากๆ โดยมีเป้าหมายหลักเพื่อทำลายการเข้าถึงเว็บไซต์ของผู้ใช้งานและผู้ที่เกี่ยวข้อง ซึ่งมีผลทำให้ท่อ Network เต็ม ซึ่งเมื่อ Bandwidth เต็มก็จะส่งผลให้เว็บไซต์เข้าใช้งานไม่ได้ เมื่อใดที่โดนการโจมตีแบบนี้ธุรกิจที่ไม่มีบุคลากรที่มีประสบการณ์และไม่ได้เตรียมการป้องกันไว้อาจเกิดความเสียหายจากการเข้าใช้งานเว็บไซต์ไม่ได้จนส่งผลต่อความน่าเชื่อถือของธุรกิจได้

สำหรับการป้องกันและแก้ปัญหาเมื่อถูกโจมตีโดย DDoS ทำได้ค่อนข้างยาก แต่มีวิธีการทั่วไปที่แนะนำคือ

1

แก้ไขแบบง่ายที่สุด

คือ เมื่อ Network เต็มจนทำให้เว็บไซต์ไม่แสดงผลก็ทำการเพิ่มพื้นที่ให้มากขึ้น เช่น ทำการเพิ่ม Bandwidth เพื่อรองรับการส่งข้อมูลจำนวนมหาศาลที่เข้ามาจากการถูกโจมตีโดย DDoS วิธีนี้แม้จะแก้ไขปัญหาก็ได้จริงแต่จะต้องแลกมาด้วยการใช้งบประมาณมหาศาลที่ต้องจ่ายเพิ่มแม้จะมี Server เป็นของตนเอง หรือการเช่า Server กับ Hosting ก็ตาม

2

ใช้บริการ “DDoS Protection” หรือ “DDoS Mitigation”

จากผู้ให้บริการด้าน Cybersecurity หรือ ISP (Internet Service Provider) เพื่อเป็นการกรองข้อมูลที่เข้ามาจำนวนมหาศาล ซึ่งจะช่วยให้ Network มีการกรองข้อมูลที่ดีเท่านั้น ซึ่งวิธีนี้จะเป็นการแก้ปัญหาในเชิงป้องกันตั้งแต่เริ่มแรกแม้ไม่สามารถยืนยันได้ว่า จะไม่ถูกโจมตีโดยวิธีการ DDoS อีกในอนาคตก็ตาม ข้อดีอีกอย่างหนึ่งคือเมื่อเกิดปัญหาถูกโจมตีจะสามารถติดต่อผู้ให้บริการด้าน Cybersecurity เพื่อรับความช่วยเหลือได้ทันที

การจัดการด้าน Cybersecurity ที่เป็นการป้องกันการถูกโจมตีในโลกไซเบอร์ มักถูกละเลยจากผู้ประกอบการ Startup ส่วนใหญ่มักจะรอให้เกิดปัญหาก่อนแล้วค่อยหาวิธีการจัดการ ซึ่งในบางครั้งอาจส่งผลร้ายให้ธุรกิจหยุดชะงักและเสียหายได้ นอกจากนี้ยังเป็นการเพิ่มโอกาสในการพบกับการโจมตีด้านไซเบอร์อื่นๆ ที่รุนแรงกว่า เช่น “การเข้ายึดเว็บไซต์” หรือ “การเข้าไปเปลี่ยนแปลงข้อมูลใน Server” ของธุรกิจ เป็นต้น



7

เหตุผลหลัก

ที่ธุรกิจถูกปฏิเสธเงินกู้

Text : เจษฎา ปุรินทวรกุล

การเริ่มต้นธุรกิจพร้อมกับคอยประคับประคองสถานะทางการเงินไปด้วย นับว่าเป็นเรื่องที่ยากแล้ว แต่การทำความเข้าใจเรื่องการกู้เงิน โดยเฉพาะการกู้เงินครั้งแรกและจำเป็นต้องกู้ในช่วงเวลาที่เรามีปัญหานั้น ถือเป็นเรื่องที่ยากยิ่งกว่า

เพราะถ้าเราไม่เตรียมพร้อม ไม่รู้ขั้นตอน ไม่มีการเก็บข้อมูลไว้ ย่อมเป็นไปได้ที่ธนาคารจะปล่อยเงินกู้ที่มีความเสี่ยงต่อการกลายเป็นหนี้เสียอย่างแน่นอน

โดยจากผลสำรวจธุรกิจขนาดเล็กในสหรัฐอเมริกา พบว่า ธุรกิจ 45 เปอร์เซ็นต์ถูกปฏิเสธการกู้เงินมากกว่า 1 ครั้ง และอีก 23 เปอร์เซ็นต์ ไม่รู้ว่าทำไมธุรกิจของตนเองจึงถูกปฏิเสธ ดังนั้น เพื่อรับรู้ สร้างแนวทาง และเตรียมความพร้อม (ในกรณีที่จำเป็น) ในการกู้เงิน เรามาทำความเข้าใจสาเหตุหลักที่ทำให้ธุรกิจของเรา ถูกปฏิเสธการกู้ยืมเงินกันดีกว่า



ไม่มีแผนธุรกิจ

ถ้าเราเดินเข้าไปคุยกับธนาคารตัวเปล่าโดยปราศจากแผนธุรกิจ รับรองได้เลยว่าเราจะกลับมามือเปล่าเช่นเดียวกัน เพราะแผนธุรกิจสามารถบ่งบอกอะไรได้หลายอย่าง ตั้งแต่เงินทุนของเรา ธุรกิจวิเคราะห์กลุ่มเป้าหมายถูกต้องหรือยัง สินค้าและบริการจะตอบสนองความต้องการให้กับตลาดได้อย่างไร ธุรกิจตั้งเป้าหมายอย่างไร ช่องทางการจำหน่าย รวมถึงแนวทางการทำกำไรของเรา ยอดขายโดยประมาณซึ่งมีแนวโน้มว่าธุรกิจจะประสบความสำเร็จ ไม่ขาดทุน และสามารถนำเงินมาคืนให้กับธนาคารได้มากน้อยแค่ไหน



ขาดเงินทุนหมุนเวียนธุรกิจ (Cash Flow)

นอกจากแผนธุรกิจแล้ว สิ่งที่คุณต้องมีเงินต้องวิเคราะห์ และพิจารณาอย่างละเอียดก็คือ ความสามารถในการชำระหนี้คืนของเราในแต่ละเดือน ดังนั้น ถ้าดูแล้วธุรกิจของเรามีปัญหาสภาพคล่องด้านการเงิน มีเงินหมุนเวียนเพียงไม่กี่เดือน บริหารจัดการสินค้าไปขายไม่ได้ มีสินค้าในสต็อกเต็มไปหมด ซึ่งการมีสินค้า

ในสต็อกหมายความว่า ไม่สามารถสร้างรายได้ให้กับองค์กร และเป็นเงินจม ก็มีโอกาสดูถูกปฏิเสธสูงตามไปด้วย



ขาดหลักประกัน

ยังคงเป็นเรื่องเงินอยู่ดี เพราะผู้ให้กู้ย่อมไม่เต็มใจเสี่ยงต่อการให้ยืมเงินแล้วปราศจากสิ่งยืนยันว่า เราจะสามารถชำระหนี้คืนได้ ดังนั้น ผู้ให้กู้มักมองหาหลักทรัพย์ในการค้ำประกัน เช่น ที่ดิน บ้านเดี่ยว ทาวน์เฮาส์ คอนโดมิเนียม เป็นต้น หรือรวบรวมทรัพย์สินที่เป็นทั้งส่วนตัวและทรัพย์สินในการประกอบธุรกิจมานำเสนอเป็นหลักประกันก็ได้ ซึ่งการมีเอกสารหลักทรัพย์ค้ำประกันจะช่วยให้ธุรกิจของเรามีโอกาสกู้เงินได้ประสบความสำเร็จสูงขึ้น



ธุรกิจของเราเป็นน้องใหม่ หรือเพิ่งเริ่มต้นไม่กี่เดือน

ความจริงที่โหดร้ายของแวดวงธุรกิจก็คือ ผู้ที่ให้กู้เงิน ต้องการเห็นความต่อเนื่องของรายได้ เห็นความตั้งใจที่อดทนฟันฝ่าธุรกิจมาอย่างยาวนาน หรืออย่างน้อยก็ต้องมีประสบการณ์อยู่ในตลาดมาบ้าง เพราะฉะนั้นถ้าเราเป็นน้องใหม่ในวงการธุรกิจ โอกาสได้รับเงินทุนจะน้อยลงอย่างมาก อาจต้องมองหาการระดมทุนด้วยวิธีอื่น เช่น Crowdfunding เป็นต้น ยกเว้นว่าเราเป็นธุรกิจใหม่ดาวรุ่งพุ่งแรงที่ได้รับการจับตามองจากหลายๆ หน่วยงาน มีโครงการสนับสนุนจากภาครัฐอย่างเต็มที่ ก็จะช่วยให้ภาษีและหน้าตาของธุรกิจเราดีขึ้น



มีหนี้สินพะรุงพะรัง

หากธุรกิจของเราหรือเจ้าของธุรกิจ มีหนี้สินอยู่มากมาย หรือ

เสียประวัติติดแบล็กลิสต์อยู่จนถึงปัจจุบัน ผู้ให้กู้เงินจะมีความกังวลเป็นอย่างมาก ดังนั้น พยายามบริหารและใช้เงินอย่างเป็นระบบ เพื่อไม่ให้องค์กรและตัวเองอยู่ในความเสี่ยง



เหตุผลในการกู้เงิน ไม่สมเหตุผล

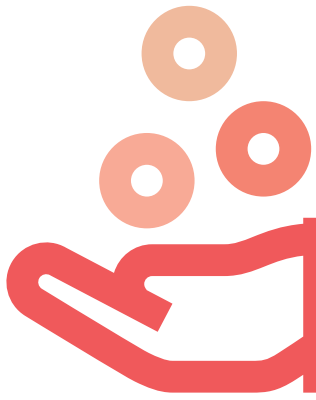
คำถามหลักเลยก็คือ คุณกู้เงินเพราะอะไร เป็นเพราะคุณต้องการซื้ออุปกรณ์สำนักงานที่ฟุ่มเฟือย หรือสร้างบาร์มีให้กับตัวเอง และพนักงานในองค์กรด้วย Apple Watch หรือเปล่า ในความคิดของเราอาจเป็นเรื่องดี อาจทำให้หลายๆ คนสนใจจนกลายเป็นกระแสทางโซเชียลมีเดีย แล้วยอดขายอาจจะตามมา แต่คำว่า “อาจ” ย่อมไม่สามารถใช้เป็นเหตุผล หรือแรงจูงใจในการอนุมัติเงินกู้ให้กับเรา เพราะผู้ให้กู้ยืมเงิน ต้องการมั่นใจเพียงแค่ว่าเราสามารถหาเงินมาคืนให้กับเขาได้หรือไม่เท่านั้นเอง

ดังนั้น วัตถุประสงค์หลักในการกู้ยืมเงิน จึงควรเป็นเรื่องของการซื้อที่ดินเพิ่มเพื่อขยายธุรกิจและซื้ออุปกรณ์การผลิตที่สำคัญ ตัวอย่างเช่น เครื่องซีลสุญญากาศ หม้อนึ่งความดัน ซอฟต์แวร์ที่ช่วยพัฒนาระบบบริหารจัดการและเงินลงทุนเพื่อพัฒนาบรรจุภัณฑ์ ฯลฯ เป็นต้น



ปัจจัยภายนอกมีความเสี่ยงสูง

เรื่องนี้อยู่นอกเหนือการควบคุมของเราแล้วละ เพราะบางครั้งเงื่อนไขภายนอก เช่น สภาวะเศรษฐกิจ ค่าเงินบาท หรือเราอาจทำบริการขนส่ง แต่ช่วงเวลานั้น ค่าเชื้อเพลิง และก๊าซที่ใช้สำหรับขนส่งกลับขยับราคาสูงขึ้นและมีแนวโน้มสูงอย่างต่อเนื่อง เป็นเรื่องที่เราไม่สามารถควบคุมได้ และหากผู้ให้กู้เงินเห็นว่าไม่ควรให้กู้ในช่วงเวลาดังกล่าว ค่าขอของเราย่อมถูกปฏิเสธไปโดยปริยาย ☹



เทคนิค เก็บเงินให้รวย ช่วยเป็นธุรกิจ

เพื่อให้การเงินของเรามีสภาพคล่องและมีเงินทุนสำรองไว้ใช้เวลาฉุกเฉิน การนำเงินที่เหลือจ่ายไปเก็บรักษาในธนาคารเพียงอย่างเดียวไม่เพียงพอ จึงต้องมีแนวทางการเก็บเงินที่เป็นระบบมากกว่าเดิม เพื่อสร้างนิสัยและพื้นฐานการออมให้กับตัวเราเอง และสร้างบัญชีเงินสำรองในกรณีฉุกเฉินขึ้นมา ดังนี้

1

ค่าใช้จ่ายส่วนตัวรายเดือน

สำหรับค่าใช้จ่ายรายเดือนของแต่ละคนนั้น มากน้อยแตกต่างกันไป ที่สำคัญเราควรคิดว่าค่าใช้จ่ายในแต่ละเดือนนั้นมีความผันผวน ไม่แน่นอน บางเดือนจ่ายมาก บางเดือนจ่ายน้อย ดังนั้นการมีเงินติดกระเป๋าเอาไว้เยอะๆ ต้องเป็นตัวเลือกที่ถูกต้องแต่ในความเป็นจริงแล้ว “ไม่ควรทำแบบนี้”

แนวทางการประหยัดเงินก็คือ ควรนับเฉพาะค่าครองชีพที่จำเป็นในแต่ละเดือน แล้วนำไปหักลบกับเงินเดือน หรือรายได้จากการทำธุรกิจ ก็จะทราบตัวเลขคร่าวๆ ว่าจะเหลือเงินประมาณเดือนละกี่บาท จากนั้น หักเงินออกไป 1,500 บาท หรือ 10,000 บาท ก็แล้วแต่รายรับหรือเงินเหลือจ่าย โดยนำไปเข้าบัญชีอื่นเพื่อเก็บรักษาเอาไว้โดยไม่ต้องกังวลกับอัตราดอกเบี้ย หรือ

ความคุ้มค่าจากการลงทุนแต่อย่างใด เพราะการนำเงินไปฝากธนาคารมีความปลอดภัยกว่าอยู่ในกระเป๋าตังของเราอยู่แล้ว อยู่ในกระเป๋าตังคั่นออกจากไม่ติดอกเนี่ย ยังมีโอกาสสูญหายไปโดยเปล่าประโยชน์อีกต่างหาก แต่ถ้าอยู่ในธนาคารจะมีโอกาสให้เรานำมาใช้ประโยชน์ได้ในอนาคต

2

ค่าใช้จ่ายส่วนตัวราย 2 เดือน

สำหรับเงินที่จะนำไปฝากในบัญชีธนาคารตามหัวข้อนี้ ไม่ต่างจากข้อแรก เพียงแต่เป็นเงินที่เราต้องตัดออกจากเงินเหลือเก็บปกติของทุก 2 เดือน เพื่อนำไปเข้าบัญชีอื่น หลายคนอาจคิดว่าเป็นไปได้ยาก เพราะค่าใช้จ่ายในปัจจุบันสูงมาก โหนจะต้องหักไปฝากบัญชีออมทรัพย์ปกติ บัญชีรายเดือน แต่เชื่อเถอะว่า มนุษย์เราทุกคนแท้ที่จริงแล้ว มีความสามารถในการคำนวณการใช้เงินได้อย่างลงตัว บางคนประหยัดช่วงต้นเดือน ไปฟุ้งเฟ้อตอนปลายเดือน บางคนกินหรืออยู่สบายตอนเงินเดือนออก แล้วไปใช้ชีวิตให้แห้งตอนสิ้นเดือน ขณะที่บางคนจัดสรรการใช้เงินอย่างลงตัวตลอดเดือน ฉะนั้นการออมเงินส่วนหนึ่งหรือตัดเงินออกไปเข้าบัญชีธนาคารตั้งแต่ต้นเดือนย่อมไม่ส่งผลกระทบต่อหลักเท่าไร

3

เงินทุนสำรอง

เงินในกองนี้จะเงินที่มีความสำคัญมากๆ ไม่ว่าเจ็บไข้ได้ป่วยก็สามารถดึงออกมาใช้ได้ หรือถ้าเป็นการทำธุรกิจ ก็ควรเป็นเงินทุนเวียนทางธุรกิจสำรองที่เป็นสายป่านหรือเชือกเส้นสุดท้ายที่หล่อเลี้ยงธุรกิจได้อีก 6-8 เดือนเป็นอย่างน้อย การจะมีเงินทุนสำรองที่มากมายมหาศาลได้ ต้องค่อยๆ เก็บสะสม มีระเบียบวินัยในการออมและไม่สุรุ่ยสุร่าย

4

เงินหยอดกระปุก

อย่าทำเป็นเล่นไป เงินหยอดกระปุกที่ว่ามีประโยชน์เงินเดือนมีเงินถุงเงินถึง และเป็นทุนเริ่มต้นธุรกิจกันมากมายนับไม่ถ้วนแล้ว ใครที่กำลังไม่เห็นด้วยลองคิดง่ายๆ ว่า เราเลิกดื่มกาแฟวันละแก้วเท่านั้นก็จะเก็บเงินส่วนนี้ได้แล้วละ ไม่ยากจริงๆ

ไม่ว่าจะเป็นการออมเงินเพื่อธุรกิจหรือเพื่อตัวเอง ก็มีความสำคัญทั้งสิ้น ๕

honestbee



- honestbee บริการซื้อ-จัดส่งอาหารและของใช้ถึงบ้าน เมาใจคนเมือง! ด้วยพฤติกรรมของผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงไป หลายคนชอบความสะดวกสบาย และไม่อยากฝ่าการจราจรที่ติดพันๆ เพื่อออกไปช้อปปิ้ง ดังนั้น บริการดีลเลอร์ต่างๆ จึงเติบโตขึ้นอย่างรวดเร็ว รวมทั้งธุรกิจการให้บริการซูเปอร์มาร์เก็ตออนไลน์ที่กำลังตอบโต้อย่างมีประสิทธิภาพของคนเมืองอย่าง Honestbee (ฮอนเนสบี)



honestbee คือบริการที่จะช่วยซื้อและจัดส่งสินค้าในซูเปอร์มาร์เก็ตผ่านช่องทางออนไลน์ โดยสินค้าทุกชิ้นจะถูกเลือกโดยพนักงานเลือกสินค้า หรือช็อปเปอร์ที่ได้รับการฝึกฝนมาอย่างดี เพื่อให้เลือกซื้อสินค้าที่สดใหม่และมีคุณภาพสำหรับลูกค้า

ทั้งนี้ หัวใจหลักของธุรกิจบริการช่วยซื้อและจัดส่งสินค้าในซูเปอร์มาร์เก็ต คือการบริการ ดังนั้น honestbee จึงมุ่งเน้นที่จะพัฒนาในทุกๆ ด้านเพื่อให้ลูกค้าได้รับการบริการที่ดีที่สุด ไม่ว่าจะเป็น ระบบการขนส่ง ซึ่งถือเป็นจุดเด่นของ honestbee ด้วยทีมงานที่มีความชำนาญเส้นทางในกรุงเทพฯ และระบบข้อมูลที่มีแม่นยำ จึงทำให้สามารถจัดส่งสินค้าถึงที่หมายอย่างรวดเร็ว และมีประสิทธิภาพ การเพิ่มพันธมิตรร้านอาหารเพื่อให้ลูกค้าได้รับความสะดวกสบายและประหยัดเวลาได้มากที่สุด โดยการเจาะกลุ่มเป้าหมายไปที่กลุ่มครอบครัวสมัยใหม่ วัยรุ่น และพนักงานออฟฟิศที่ไม่ต้องการเผชิญปัญหาการติดขัด จึงได้จับมือกับพันธมิตรร้านอาหารทั้งไทยและต่างชาติระดับพรีเมียม เปิดบริการส่งอาหาร

ออนไลน์ ไม่ว่าจะเป็น Coco-ichibanya, KOI milk tea, BonChonChicken, Wine Connection, Wishbeer และอื่นๆ อีกมาก ซึ่งจากข้อมูลเชิงสถิติที่ผ่านมา พบว่ามียอดการสั่งอาหารออนไลน์ผ่านแพลตฟอร์มเพิ่มขึ้นมากถึง 40 เปอร์เซ็นต์ โดยลูกค้าในเขตกรุงเทพฯ 50 เปอร์เซ็นต์เป็นชาวต่างชาติ อีก 45 เปอร์เซ็นต์เป็นคนไทย และอีก 5 เปอร์เซ็นต์เป็นชาวญี่ปุ่น นั่นหมายถึงพฤติกรรมของลูกค้าในปัจจุบันได้เปลี่ยนไปใช้บริการผ่านออนไลน์สูงขึ้นเกือบ 100 เปอร์เซ็นต์แล้ว

ปัจจุบัน honestbee มีพันธมิตรหลักคือ วิลล่า มาร์เก็ต และร้านอาหารชื่อดังกว่าอีก 100 ร้านค้า และยังคงเดินหน้าเพิ่มร้านใหม่ๆ ทุกสัปดาห์เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าให้มากที่สุด ด้วยความเชื่อและแนวคิดของ honestbee ที่ว่าจะต้องคืนสิ่งดีๆ ให้กับสังคม ธุรกิจของ honestbee จึงเป็นการเปิดโอกาสในการสร้างรายได้ที่ยั่งยืนให้กับธุรกิจที่ร่วมเป็นพันธมิตร และช่วยให้ทุกคนได้มีเวลาในการใช้ชีวิตเพิ่มมากขึ้นโดยใช้เทคโนโลยี เข้ามาเป็นเครื่องมือ

PURRCRAFT

ปลอกคอกันรภัยสำหรับเหมียว ชนแค้ไหนก็หายห่วง

Text : Kritsana S. / Photo : Vipa Vadi

คนรักแมวคงอุ่นใจไม่น้อย
หากปลอกคอกที่เจ้าเหมียวสวมใส่อยู่
ไม่ใช่แค่สวยงามหรือไม่ทำให้รู้สึกรำคาญเวลาใส่
แต่ปลอดภัยต่อชีวิต
ด้วยเป็นปลอกคอกันรภัย
เจ้าของจึงหายกังวลหากแมวเหมียวชอบซุกซนบ้าง



จอมใจ ละอองแก้ว เจ้าของแบรนด์ Purrcraft เล่าจุดเริ่มต้นให้ฟังว่า เกิดจากการที่เธอมีความฝันอยากทำแบรนด์สินค้าเกี่ยวกับแมว แรกเริ่มคิดจะทำเฟอร์นิเจอร์แมว แต่ด้วยต้องใช้เงินทุนค่อนข้างเยอะจึงเปลี่ยนความสนใจไปที่ปลอกคอกแมวที่มีขั้นตอนการทำที่ง่ายและใช้เงินทุนไม่มาก จากนั้นก็เริ่มลงมือเย็บปลอกคอกแมว โดยวางแผนว่า หากได้สินค้าจำนวนหนึ่งแล้วจะวางขายในช่องทางออนไลน์ เมื่อคนที่รู้จักเห็นสินค้าและมองว่าสามารถขายได้จึงชักชวนมาออกอีเวนต์ก่อนวางขายในช่องทางที่ตั้งใจไว้

“ตอนนั้นทำสินค้าโดยไม่นึกถึงความชอบของลูกค้า คิดแค่จะทำตามความชอบของตัวเอง เราชอบผ้า ชอบงานฝีมือ ชอบสีธรรมชาติ ปลอกคอกแมวคอลเลกชันแรกเลยเป็นสีเอิร์ธโทน เน้นความเรียบง่ายสไตล์มินิมอล ส่วนตัวล็อกก็เป็นตัวล็อกธรรมดา จนเมื่อได้สินค้าตามหนึ่งจากพี่ที่รู้จักว่า ปลอกคอกันรภัยหรือเปล่า ก็ถูกคิดขึ้นได้ว่า ปลอกคอกแมวที่ติดนอกจากสวยงามและไม่ทำให้ระคายเคืองแล้ว ต้องเซฟชีวิตด้วย ตัวล็อกกันรภัยช่วยให้แมวไม่เสียชีวิตหรือบาดเจ็บหากปลอกคอกเกี่ยวกับสิ่งต่างๆ ตอนเป็นป้าย เพราะแมวสามารถปลดล็อกตัวล็อกได้ด้วยน้ำหนักของตัวเอง ปลอกคอกทุกชิ้นจึงถูกเปลี่ยนตัวล็อกใหม่ เรามองว่าเป็นหนึ่งในความรับผิดชอบที่แบรนด์ควรมีต่อผู้ซื้อ และเป็นการสร้างจุดขายให้แบรนด์ด้วย”

หลังจากอีเวนต์แรกจบลง จอมใจบอกว่า พี่ดแบ็กที่ได้ดีเกินคาดหมาย เธอจึงหันมาทำตลาดออนไลน์อย่างจริงจัง เพราะเป็นช่องทางให้ลูกค้าจากอีเวนต์ใช้สั่งซื้อสินค้าในครั้งถัดไปและทำให้เจอลูกค้าใหม่ โดยลูกค้าไทยมาจากโซเชียลมีเดียอย่างเฟสบุ๊ก ขณะที่ลูกค้ายุโรปและสหรัฐอเมริกามาจากอินสตาแกรม ส่วนลูกค้าเอเชียอย่างฮ่องกงและไต้หวันมาจากเว็บไซต์ขายของแฮนด์เมดอย่าง Pinkoi ซึ่งเธอแชร์เทคนิคเพิ่มโอกาสให้ลูกค้าในเว็บไซต์นี้มองเห็นแบรนด์ว่า ภาพสินค้าที่โพสต์ลงต้องสวย เพราะทีมงาน Pinkoi เลือกแบรนด์ขึ้นฟิวเจอร์ร้านค้าแนะนำจากภาพสินค้า

“งานแฮนด์เมดในต่างประเทศได้รับความนิยมอย่างมากจนกลายเป็นสินค้าแมส แต่ในเมืองไทยยังเป็นตลาดค่อนข้างเล็ก กลุ่มลูกค้าที่มองไว้จึงไม่ได้จำกัดแค่ลูกค้าไทย แต่มองไกลถึงลูกค้าต่างประเทศ ซึ่งการเปิดร้านในโซเชียลฯ และเว็บไซต์ขายของของต่างประเทศช่วยเราในเรื่องนี้ได้มาก”

อย่างที่กล่าวไปข้างต้น แม้ตอนเริ่มต้นแบรนด์ จอมใจจะเน้นทำปลอกคอกแมวตามความชอบของตัวเอง แต่เมื่อเปิดตลาดออนไลน์ก็พบว่า กลุ่มคนเลี้ยงแมวที่ชอบซื้อปลอกคอสีสันฉูดฉาดก็สนใจปลอกคอกันรภัยของแบรนด์เช่นกัน หากแต่แบรนด์ไม่มีสินค้ารองรับความต้องการของพวกเขา ฉะนั้นเพื่อเป็นการเพิ่มฐานลูกค้าใหม่ เธอจึงออกคอลเลกชันเอาใจลูกค้ากลุ่มนี้บ้าง

ตอนนี้ Purrcraft มีปลอกคอกันรภัยสำหรับแมวให้เลือกมากกว่า 10 คอลเลกชัน โดยมีทั้งคอลเลกชันสีเอิร์ธโทน คอลเลกชันสีสดใส รวมทั้งคอลเลกชันพิเศษเฉพาะเทศกาล นอกจากนี้ ยังมีคอลเลกชันลับที่ทำขายเฉพาะอีเวนต์ที่ไปออกบูธ คนที่มาเดินอีเวนต์เท่านั้นจึงได้เห็นสินค้า วิธีการนี้กระตุ้นให้ลูกค้าต้องคอยติดตามแบรนด์อยู่ตลอดถ้าไม่พลาดพลาดคอลเลกชันใดไป

“ไม่ว่าเทรนด์จะเป็นอย่างไร จะอยากทำแค่นั้นก็ต้องห้ามใจไว้ถ้าไม่ใช่คอนเซ็ปต์ของแบรนด์ แบรนด์เราแม้มีคอลเลกชันเยอะ แต่ก็ควบคุมไม่ให้หลุดจากคอนเซ็ปต์ที่ตั้งไว้ว่า Craft&Organic for The Cat Lovers สินค้าทุกชิ้นต้องเป็นงานแฮนด์เมด เราตั้งใจใช้คำว่า Organic เพื่อสื่อว่าสินค้าเป็นมิตรกับแมว และลูกค้าที่ใช้สินค้าของแบรนด์ยังมีภาพลักษณ์ที่ดี เพราะแสดงให้เห็นว่าห่วงใยความปลอดภัยของแมว ไม่เพียงเท่านั้น เราดีใจทุกครั้งที่ลูกค้าส่งรูปมาให้ดู หรือมีคอมเมนต์ให้หลังจากใช้สินค้า เพราะคอมเมนต์เป็นข้อมูลที่ทำให้เราพัฒนาสินค้าออกมาตรงใจลูกค้ามากที่สุด” **S**



CHEW GREEN

ผลไม้อบแห้งไม่เติมหวาน ตอบโจทย์คนรักสุขภาพ

Text : Ratchanee / Photo : Vipa Vadi

ถ้าผลไม้อบแห้งต้องมีน้ำตาล
ในเมื่อตัวผลไม้เอง
ก็มีความหวานตามธรรมชาติอยู่แล้ว
และเชื่อว่าน่าจะมีคนชอบ

ผลไม้อบแห้งที่หวานธรรมชาติเหมือนกัน

แพร-ธัญธร ชาติละออ
จึงตัดสินใจทำเป็นธุรกิจเสียเลย



ก่อนจะเป็นแบรนด์ CHEW GREEN ผลไม้อบแห้งนั้น ธัญธรเริ่มต้นจากกล้วยน้ำว้าตากแห้งฝีมือคุณแม่ที่ทำกินกันเองที่บ้านบ่อยๆ ซึ่งจะเป็นสูตรกล้วยน้ำว้าตากแห้งแบบดั้งเดิมไม่ใส่น้ำผึ้ง น้ำตาลอะไรเพิ่มทั้งสิ้น จากนั้นก็คิดกันในกลุ่มเพื่อนว่าน่าจะลองทำขายดู เพราะในช่วงนั้นร้านค้าเพื่อสุขภาพทยอยเปิดเพิ่มมากขึ้น CHEW GREEN จึงเริ่มต้นจากการทำกล้วยน้ำว้าอบแห้งโฮมเมดที่ทำกินในครัวที่บ้าน ก่อนที่จะขยายไปเป็นผลไม้อื่นๆ เช่น มะม่วง สับปะรด สตรอว์เบอร์รี ลำไย แก้วมังกร และขยายการผลิตสู่การทำในโรงงานที่ได้มาตรฐาน

CHEW GREEN มีคอนเซ็ปต์ชัดเจนว่าเป็นผลไม้อบแห้งที่คงความเป็นธรรมชาติมากที่สุด ไม่ใส่น้ำผึ้ง น้ำตาลเพิ่ม ดังนั้น โดยกระบวนการผลิตจึงมีความยากกว่าทั่วไป และการเลือกวัตถุดิบหรือผลไม้จึงมีความสำคัญมาก

“ด้วยหลักการของแบรนด์คือ อยากให้เป็นธรรมชาติมากที่สุดเท่าที่จะเป็นไปได้ คือต้องการคงรสผลไม้ตอนสุกเหมือนรับประทานสดให้ได้ ประเด็นให้น้อยที่สุด จะมีบ้างบางผลไม้ เช่น สตรอว์เบอร์รีที่เราใส่น้ำตาลเพิ่ม แต่จะมีแค่ 1 เปอร์เซ็นต์เท่านั้นเพื่อให้คงรูป ตอนที่เรากลับมากล้วยน้ำว้าเป็นผลไม้แรก ทำให้เรารู้ว่ากล้วยจากแต่ละพื้นที่จะให้รสชาติที่ไม่เหมือนกัน การตัดกล้วยเร็วหรือช้าเกินไป ขนาดเล็กหรือใหญ่ ล้วนมีผลทำให้รสชาติที่ได้ไม่เหมือนกัน เราถึงขนาดเคยทิ้งกล้วยเป็น 100 หวีไปแล้วด้วยเรื่องพวกนี้ แต่ก็ทำให้เรารู้ว่าถ้าได้วัตถุดิบที่ดีจะช่วยได้เยอะ”

ดังนั้น เพื่อให้ได้วัตถุดิบตั้งแต่ต้นที่ดี ธัญธรจึงลงพื้นที่ไปเสาะหาและรับซื้อผลไม้จากเกษตรกรโดยตรง ไม่ผ่านพ่อค้าคนกลาง โดยจะเลือกวัตถุดิบที่มีทั้งขนาดและความสุกกำลังดี รวมถึงการเลือกผลไม้ที่เป็นออร์แกนิกอีกด้วย ขณะเดียวกันเนื่องจากคนไทยมีทัศนคติต่อผลไม้อบแห้งไปในทางลบ กล่าวคือจะคิดว่าผลไม้อบแห้งมีรสชาติที่หวานมาก จึงเป็นอีกหนึ่งภารกิจที่ทำให้เธอต้องให้ข้อมูลของแบรนด์ CHEW GREEN กับผู้บริโภคอย่างต่อเนื่อง

“เราพิถีพิถันตั้งแต่การคัดเลือกวัตถุดิบตั้งแต่ต้นน้ำยันปลายน้ำ โดยเราเวิร์กไปกับเกษตรกรที่เป็นชาวสวนจริงๆ เพราะเราต้องการของดี ผลไม้หลายประเภทที่เราเอามากเป็นอินทรีย์แล้ว อย่างกล้วยเป็นกล้วยอินทรีย์แล้วแต่ยังไม่ได้นำไปรับรอง เพราะเราใช้สวนที่เกษตรกรรายย่อยจริงๆ ซึ่งการขอใบรับรองจะต้องมีค่าใช้จ่ายในการมาตรวจ เราก็พยายามเวิร์กอยู่ว่าถ้าสามารถสร้างดีมานด์ให้ได้มากพอ ก็จะสามารถช่วยสนับสนุนในส่วนนี้ให้เกษตรกรได้”

นอกจากการให้ความสำคัญกับวัตถุดิบแล้ว ธัญธรรยังให้ความสำคัญกับแพ็คเกจจิ้งไม่แพ้กัน เพราะรู้ว่าแพ็คเกจจิ้งจะช่วยส่งเสริมภาพลักษณ์ของสินค้าให้ดูโดดเด่น รวมไปถึงการเป็นช่องทางสื่อสารเรื่องราวของสินค้าออกไปให้ผู้บริโภคได้รับรู้และเข้าใจ ด้วยเหตุนี้เธอจึงตัดสินใจเปลี่ยนแพ็คเกจจิ้งจากถุงกระดาษสีน้ำตาลธรรมดา มาเป็นแพ็คเกจจิ้งใหม่ที่ดึงดูดสายตาและมีเอกลักษณ์เฉพาะตัว ที่สำคัญคือมีถึง 4 ภาษา คือ ไทย จีน ญี่ปุ่น และอังกฤษ

“ผลไม้อบแห้งถ้ามีแพ็คเกจจิ้งที่ไม่ดึงดูดก็จะทำให้การตัดสินใจซื้อง่ายมาก ที่นี้ทำยังไงที่จะทำให้ได้เห็นแล้วดึงดูดเพื่อให้ลองชิม เพราะถ้าลองชิมแล้วจะรู้ว่ามันต่างจากผลไม้อบแห้งทั่วไป ซึ่งข้อดีของการเปลี่ยนแพ็คเกจจิ้งคือ ทำให้เราได้ลูกค้าที่เป็นกลุ่มเป้าหมายที่กว้างขึ้นจากกลุ่มรักสุขภาพ เพราะเรามองว่าไม่ได้แค่เรื่องสุขภาพ แต่ CHEW GREEN คือขนมชนิดหนึ่งที่กินได้ทุกวัน นอกจากนี้ยังได้ลูกค้าต่างชาติเพิ่มขึ้นด้วย ซึ่งจริงๆ แล้วเราตั้งเป้าหมายที่จะส่งออกด้วย ผลไม้จากบ้านเราอร่อยที่นี้ถ้าเราคงความอร่อยไว้ได้เราก็อยากให้คนอื่นได้ลองด้วย” ธัญธรรกล่าวในตอนท้าย



Chew Green



08-1647-0836



www.chewgreen.com



Text : Kritsana S. / Photo : Tumtist



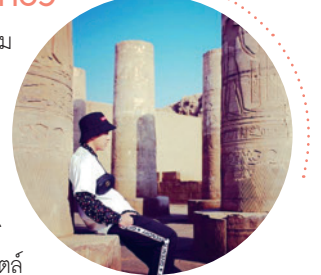
5 แรบบันดาลใจของหนุ่มมากความสามารถ เจษฎา สุวรรณากัย

ครอบครัว



“เราทำธุรกิจมาตั้งแต่เด็ก สิ่งหนึ่งที่เป็นแรงผลักดันให้ธุรกิจล้มไม่ได้ ต้องทำให้เติบโตขึ้นเรื่อยๆ คือ ครอบครัวที่เป็นกำลังใจที่ดีให้เสมอมา ด้วยความที่มีคนข้างหลังให้ดูแล จึงต้องคิดหาวิธีจัดการความเสี่ยงให้รอบคอบที่สุด คนในครอบครัวไม่ได้สอนเรื่องการทำธุรกิจกับเราโดยตรง แต่จะสอนแบบอ้อมๆ มากกว่า เช่น สอนเรื่องการกระทำที่อาจก่อให้เกิดปัญหาต่างๆ ตามมา การเข้าสังคม การเงิน และคู่แข่งทั้งหลาย เรื่องที่ได้เรียนรู้สามารถนำมาปรับใช้กับธุรกิจที่ทำได้”

ท่องเที่ยว



“เรามีความสุขกับการได้ออกไปท่องเที่ยว ดังนั้น เพื่อให้มีเวลาท่องเที่ยวตามต้องการจึงต้องวางแผนการทำธุรกิจให้ดี เวลาไปเที่ยวจะได้เห็นอะไรใหม่ๆ ได้เปิดโลกทัศน์ ล่าสุดไปไอร์แลนด์ก็ได้ความรู้เรื่องแร่ธาตุ ซึ่งเป็นประโยชน์กับธุรกิจสถาบันความงาม และมีโอกาสได้เข้าใช้บริการสปาของที่นี่ ทำให้เห็นว่าเขาให้ความสำคัญกับลูกค้าเป็นอย่างมาก เขาทำให้ลูกค้าทุกคนรู้สึกตัวตัวเองคือคนพิเศษ เราจึงนำสิ่งที่ได้พบเจอนี้มาปรับใช้กับงานส่วนการบริการของธุรกิจ สำหรับประเทศที่ชอบไปที่สุดคือ ญี่ปุ่น ไปทุกๆ 2 เดือน เราชอบไลฟ์สไตล์ของคนญี่ปุ่น การใช้ชีวิตที่เรียบง่าย มีระเบียบ และยังชอบอาหารของเขาด้วย”

ทีมงาน



“ตอนนี้มีทีมงานในความดูแลประมาณ 200 คนจากทุกธุรกิจที่ทำ เราให้ความสำคัญกับทุกคนเหมือนคนในครอบครัว ทุกคนจะได้ทำงานตามความถนัดของตัวเอง ซึ่งนอกจากเป็นการต่อยอดความสามารถแล้ว ยังทำให้พวกเขารู้สึกว่าตัวเองมีคุณค่า ส่วนเราในฐานะเจ้าของธุรกิจก็ได้ผลลัพธ์ของงานที่มีประสิทธิภาพ เราเชื่อเสมอว่าเงินซื้อคนไม่ได้ ถ้าเงินหมด เขาก็ไม่อยู่ แต่ใจซื้อคนได้ ดังนั้น จึงใส่ใจและแคร์ความรู้สึกของทีมงานทุกคน”

แฟชั่น



“จากความชอบในแฟชั่น ชอบติดตามเทรนด์ของต่างประเทศ จึงตัดสินใจเปิดร้านชุดแต่งงานที่มีจุดเด่นที่การนำเทรนด์แฟชั่นมาใส่ในชุด และจากที่สังเกตในตลาดเห็นว่า ทุกร้านชุดแต่งงานมีช่างเสื้อมากประสบการณ์ แต่ไม่ใช่ทุกร้านจะมีดีไซน์เนอร์ที่มากความรู้เรื่องเทรนด์ เราจึงมองเห็นโอกาสทางการตลาดมากขึ้น สำหรับเทรนด์ที่หยิบมาเป็นแรงบันดาลใจในการออกแบบชุดแต่งงานเป็นเทรนด์ต่างประเทศ อย่างเมื่อต้นปีที่ผ่านมาเราเปิด Grand Opening ด้วยชุดแต่งงานชีทู ซึ่งเป็นเทรนด์ฮิตในต่างประเทศ ณ ขณะนั้น โดยชุดแต่งงานจะไม่มีซับใน แต่ใช้เลเยอร์ผ้ามาทำให้มีมิติมากขึ้น ส่วนดีไซน์เนอร์ที่เป็นไอดอลด้านแนวคิด คือ Hedi Slimane โดยเขาเป็นคนที่ยกเลิกเปลี่ยนแปลงเพื่อสิ่งที่ดีกว่า ไม่ยึดติดกับสิ่งเดิม”

ดิจิทัล มาร์เก็ตติ้ง



“เนื่องจากเรามีทักษะด้านดิจิทัล มาร์เก็ตติ้ง จึงทำดิจิทัล มาร์เก็ตติ้งของทุกธุรกิจด้วยตัวเอง ซึ่งสิ่งที่เราให้ความสำคัญเป็นอย่างมากคือ คอนเทนต์อย่างเพชรของร้านชุดแต่งงาน Mirror Mirror จะไม่ใช่คอนเทนต์ที่บอกว่า ชุดแต่งงานของเราสวยมาก ใช้เวลาในการปักงานเท่าไร หรือปักด้วยเพชรอะไร แต่จะใช้คอนเทนต์ที่เล่าถึงปัญหาของลูกค้า โดยลูกค้ากว่า 80 เปอร์เซ็นต์ของร้านมาจากสื่อสังคมออนไลน์ทั้งสิ้น ทั้งนี้ โดยส่วนตัวมองว่า ดิจิทัล มาร์เก็ตติ้งมีอะไรใหม่ๆ ให้เรียนรู้อยู่ตลอด ดังนั้น จึงไม่หยุดที่จะเรียนรู้ด้านนี้ เพราะเป็นประโยชน์กับการทำธุรกิจในยุคนี้มาก”

ถ้าช่วงนี้ได้ติดตามข่าวสารวงการชุดแต่งงานเมืองไทย

มั่นใจว่าต้องรู้จักกับ Mirror Mirror

ร้านชุดแต่งงานของ **เจษฎา สุวรรณากัย**

หนุ่มรุ่นใหม่วัยเพียง 25 ปี

โดยชุดแต่งงานร้านนี้ได้โดดเด่นที่การนำเทรนด์แฟชั่น

มาใส่ไว้ในชุด เจ้าสาวจึงได้ลูกแซ่ๆ

ตามสไตล์สาวแฟชั่นนิสต้า

ไม่เพียงเท่านั้น หนุ่มไฟแรงคนนี้

ยังสวมหมวกเจ้าของสถาบันความงาม

Majestic Health&Wellness

รวมถึงบริษัทที่ปรึกษาด้านดิจิทัล มาร์เก็ตติ้ง

Think First Advertising co., Ltd

และนี่คือ 5 แรบบันดาลใจที่นำความสำเร็จทางธุรกิจมาให้กับเขา



เกลือหิมาลายันในอีกทัศนะ

บางเจ้าก็อวดอ้างสรรพคุณว่ารักษาโรคต่างๆ ได้ จึงทำให้เกิดความสงสัยว่า สารพัดประโยชน์ที่มีการกล่าวถึงเกี่ยวกับเกลือหิมาลายันนั้นแฝงความจริงมากน้อยแค่ไหน ไปดูความเห็นอีกด้านของคนที่ไม่ได้มีส่วนได้ส่วนเสียกับธุรกิจซื้อ-ขายเกลื่อดังกล่าวกัน

แอดมินเพจ “เคมีพิลึกของสิ่งรอบตัว อาหาร และของรอบตัว” อธิบายว่า “องค์ประกอบของเกลือหิมาลายันนั้นก็มีโซเดียมคลอไรด์ (NaCl) ที่เป็นเกลือเค็มๆ ถึงประมาณ 98 เปอร์เซ็นต์เลยทีเดียว และจะมีแร่ธาตุอื่นปะปนอยู่บ้าง เช่น โครเมียม (Cr), เหล็ก (Fe), สังกะสี (Zn), ตะกั่ว (Pb) และทองแดง (Cu) เลยทำให้มีสีชมพู ซึ่งก็มีบทความโฆษณาว่าดีต่อสุขภาพมากกว่าเกลือธรรมดาอย่างมากมาย แต่ปรากฏว่าแทบจะไม่พบหลักฐานทางวิทยาศาสตร์เลยว่า แร่ธาตุที่ปะปนมานั้นจะดีต่อสุขภาพกว่าการบริโภคเกลือราคาถูกๆ กันเลย

“นอกจากนั้น ยังพบว่า แร่ธาตุหลายๆ ชนิดที่ปะปนในเกลือหิมาลายันนั้นอาจจะเป็นอันตรายต่อสุขภาพได้ โดยเฉพาะตะกั่วที่ปะปนมา ทำให้เกลือที่ดูดซับได้บางแหล่งไม่สามารถบริโภคได้อย่างปลอดภัยหากว่าไม่กำจัดสิ่งเจือปนอย่างละเอียดก่อนหน้านั้นก่อน ซึ่งในงานวิจัยหลายๆ งานนั้นถึงกับเคลมว่า แม้ว่าเกลือหิมาลายันที่กำลังจัดสิ่งเจือปนที่เป็นอันตรายออกแล้วนั้นจะสามารถใช้ปรุงอาหารได้รสชาติดี เนื่องจากมีรสชาติที่ไม่เค็มจัดเท่าเกลือบริสุทธิ์ แต่ก็ไม่ค่อยต่างจากเกลือสินเธาว์/เกลือสมุทรบ้านเรา แล้วถามว่ามีหลักฐานว่า จะดีต่อสุขภาพกว่าเกลือราคาถูกธรรมดาอย่างที่มีโฆษณา”

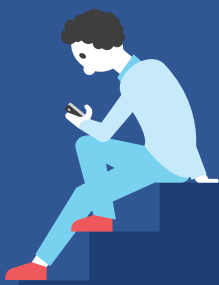
ขณะที่ “บังก้อง” เจ้าของเพจ Schwedakong อติตคนดังแห่ง

ห้องกันครัวพันทิปผู้เฝ้าศึกษาเกี่ยวกับอาหารและเครื่องปรุงรสพูดถึงเกลือหิมาลายันว่า “เกือบๆ 100 เปอร์เซ็นต์ มันเป็นโซเดียมนั่นแหละ มันไม่ได้สุขภาพอะไร มันอัปราคา ที่เกลือมันองค์ประกอบย่อยทั้งขนาดผลึก ทั้งการยิงประจุให้ผลึกแตกตัว มันเลยทำให้เค็มช้าเร็วไม่เท่ากัน น้ำที่ใช้ทำก็มีส่วนเยอะ โซเดียมอะไรจะใช้ก็ใช้ผมคนหนึ่งที่ไม่ได้อะไรจะมันมาก เลือกเกลือดตามขนาดที่เหมาะสมกับอาหารก็พอแล้ว”

ด้านจำพิชิตเจ้าของเพจ Drama Addict ที่ตัวจริงเสียงจริงมีตึกกรีนเป็นนายแพทย์เขียนถึงเกลือหิมาลายันดังนี้ “ส่วนคนที่เปโรโรคความดันแล้วอยากเอาเกลือหิมาลายันมาใช้ ลองดูเปอร์เซ็นต์ โซเดียมในเกลือกปกติจะมีโซเดียม 39.1 เปอร์เซ็นต์ ก็ประมาณเกลือ 6 กรัม มีโซเดียมประมาณ 2,400 มิลลิกรัม ส่วนเกลือหิมาลายัน มีโซเดียม 36.8 เปอร์เซ็นต์ ก็ประมาณว่า ถ้าเกลือ 6 กรัม มีโซเดียม 2,200 กรัม น้อยกว่าพอสมควร ถ้าเอามาใช้แทนเกลือกปกติ ในการทำอาหารตามปกติ ในปริมาณปกติ ก็สามารถลดโซเดียมได้นิดหน่อย ถือว่าเป็นตัวเลือกที่ช่วยคุมปริมาณโซเดียมได้อีกนิดหนึ่ง แต่ไม่ใช่กินอาหารตามปกติแล้วเอาเกลือหิมาลายันมากินเสริมเพราะเชื่อว่ามันลดความดันได้ แบบนั้นโซเดียมเกินนะ”

โดยสรุปเกลือหิมาลายันอาจจะอุดมด้วยแร่ธาตุ มีความเค็มน้อยกว่าเกลืออื่นจึงทำให้รสชาติดี แต่เกลือกก็เค็มเกลือ เพื่อสุขภาพที่ดีตามที่ทางการแพทย์ “ลดเค็ม ลดโรค” คำแนะนำคือวันหนึ่งไม่ควรกินโซเดียมเกิน 2.4 กรัม เทียบเป็นเกลือกแกง 6 กรัม หรือเท่ากับ 1 ช้อนชาพูน ๕

ช่วงหลายปีมานี้จะเห็นกระแสเกลือหิมาลายันหรือเกลือสีชมพูเป็นที่นิยมและใช้กันแพร่หลาย เกลือหิมาลายันมีต้นกำเนิดจากเทือกเขาคิมาลัยในประเทศปากีสถาน ซึ่งกว่าจะได้น้ำนั้นต้องผ่านการระเหยของน้ำทะเลเป็นเวลากว่า 250 ล้านปีก่อน จนกลายเป็นผลึกเกลือสีชมพูที่ประกอบด้วยแร่ธาตุถึง 84 ชนิด จึงถูกชูจุดขายว่าเกลือเพื่อสุขภาพ



โซเชียลมีเดียกับผลต่อใจ

Text : Morning dew

ปฏิเสธไม่ได้ว่าโซเชียลมีเดียเป็นเครื่องมือที่ทำให้ผู้คนเชื่อมโยงถึงกันมากกว่าที่เคยเป็น อย่างไรก็ตาม การเสพติดหรือกระทั่งพึ่งพาโซเชียลมีเดียมากเกินไปก็ส่งผลต่อจิตใจเช่นกัน

ผลด้านลบของการเสพติดโซเชียลมีเดียมีมากมายที่หลายคนอาจเผลอตัวไม่ทัน เป็นต้นว่า

- **ความภูมิใจในตัวเองหรือการนับถือตัวเองต่ำลง**
อันเป็นผลมาจากการสอดส่องชีวิตผู้อื่นทั้งตั้งใจและไม่ตั้งใจเท่านี้ยังไม่พอยังเปรียบเทียบกับเพื่อนในเฟซบุ๊กที่มีชีวิตเหนือกว่า ทำให้เกิดอาการที่เรียกว่า Facebook Envy หรืออิจฉาชีวิตผู้อื่นนั่นเอง

- **สื่อสารกันน้อยลง**
มีข้อสังเกตว่าโซเชียลมีเดียอาจทำให้คนที่อยู่ใกล้สื่อสารกันง่ายขึ้น แต่สำหรับคนใกล้ชิดและคนรอบข้าง กลับทำให้ห่างไกลกว่าเดิม

- **เฟซบุ๊กอาจมีข้อดีตรงที่ผูกภาพเก่าเพื่อเตือนความทรงจำในอดีต**
แต่สิ่งหนึ่งที่อาจตกหล่นไปคือ การไม่อยู่กับปัจจุบันขณะ ระหว่างที่กำลังเล็งหามุมสวยๆ ในการถ่ายภาพ เราอาจพลาดไม่ได้สังเกตความเป็นไปของสิ่งต่างๆ รอบข้าง

- **อดหลับอดนอน**
คนจำนวนมากก่อนนอนมักหยิบมือถือหรือไอแพดมาลัดอ่านจนเลยเวลา แทนที่จะได้พักผ่อนเต็มที่ ก็กลายเป็นลดทอนเวลานอนไป เมื่อตื่นมาสมองก็ไม่แจ่มใสเท่าที่ควร ที่สำคัญแสงจากหน้าจอยังส่งผลต่อสุขภาพตาอีกด้วย

- **สมาธิสั้นลง**
อันนี้อาจเป็นผลจากการที่เราถูกป้อนด้วยข้อมูลมหาศาลในโลก

โซเชียลมีเดีย และการเข้าถึงข้อมูลอย่างรวดเร็วเพียงปลายนิ้วสัมผัสทำให้หันเหความสนใจได้โดยง่าย

โซเชียลมีเดียอาจจะมีประโยชน์แต่ก็มีโทษเช่นกัน หลายคนทึ่งว่าทำไมถึงติดใจลาขาดจากโซเชียลมีเดียไปเลย แล้วก็พบว่า ความสงบคืนกลับสู่ชีวิต แต่ความจริงแล้ว ไม่จำเป็นต้องถึงขั้นนั้นก็ได้ เอาแค่ว่าเมื่อใดที่เริ่มรู้สึกโซเชียลมีเดียเริ่มกระทบต่อสภาวะจิตใจหรือส่งผลต่อร่างกาย ก็สามารถจำกัดการเสพให้น้อยลง เช่น กำหนดตัวเองให้เข้าเฟซบุ๊กวันละครั้ง ครั้งละไม่เกินครึ่งชั่วโมง เป็นต้น การเปลี่ยนแปลงเพียงแค่นี้ก็น้อยแบบนั้นก็ทำให้ชีวิตสมดุลขึ้นได้ ๕

EATING OUT Text : Duckkiez / Photo : เฉษฐา ยอดสุราษฎร์



THE TERRACE@72

บุฟเฟต์นานาชาติในบรรยากาศ
ตะวันตกริมเจ้าพระยา



The Terrace@72 ห้องอาหารดีไซน์ทันสมัยที่ให้ความรู้สึกโปร่งโล่ง สบายตาด้วยผนังหน้าต่างกระจก และด้วยความสะดวกสบายที่ห้องอาหารตั้งอยู่ริมแม่น้ำเจ้าพระยาจึงมองเห็นวิวพระอาทิตย์ตกดินได้งดงาม สำหรับอาหารที่เสิร์ฟเป็นบุฟเฟต์นานาชาติทั้งไทย จีน อินเดีย ยุโรป และญี่ปุ่น ดูแลคุณภาพอาหารและความอร่อยโดยทีมพ่อครัวผู้เชี่ยวชาญการปรุงอาหารทุกสไตล์



บุฟเฟต์นานาชาติมีอาหารหลากหลายเมนูอาหารให้เลือกอร่อย ไม่ว่าจะเป็นเมนูอาหารไทย-จีน-ยุโรป มุมซีฟู้ดประกอบด้วย กุ้ง กุ้ง ปู และหอยนางรม เมนูอาหารญี่ปุ่นที่มีซูชิและมากินี่ต่างๆ ซาชิมิมีให้เลือกทั้งแซลมอน หนวดปลาหมึกยักษ์ ไข่หวาน และปูอัด เมนูอาหารอินเดียปรุงโดยพ่อครัวชาวอินเดีย เมนูแนะนำคือ Chicken Tikka ไก่หมักเครื่องเทศอินเดียย่างสุกกำลังดีรับประทานคู่ Papadum ข้าวเกรียบอินเดียแผ่นบางกรอบ เมนูบาร์บีคิวที่มาพร้อมเนื้อต่างๆ เช่น เนื้อวัวชิ้นดี เนื้อแกะ กุ้งกุลาล่า แซลมอน และปลากระพง ส่วนคนรักสุขภาพพลาดไม่ได้กับผลไม้สดและสลัดบาร์ โดยมีผักสดและน้ำสลัดให้เลือกตามชอบ



เมนูตามสั่ง อีกหนึ่งเมนูที่น่าสนใจไม่แพ้เมนูอื่น โดยมีขั้นตอนง่ายๆ คือ เลือกวัตถุดิบและเลือกเมนูที่ต้องการ เช่น กุ้งทอดกระเทียม ปลานึ่งมะนาว ยำ ต้มยำ ผัดไทย สดก และพาสต้า เมื่อพ่อครัวปรุงอาหารเสร็จเรียบร้อย พนักงานจะเดินมาเสิร์ฟให้ค่ะ



โรงแรมแม่น้ำ รามาดาพลาซ่า ก.เจริญกรุง
เปิดบริการ 18.00-22.00 น. มีเรือรับ-ส่งจากท่าเรือสาทร-โรงแรมทุก 30 นาที
☎ 0-2688-1000 🌐 www.ramadaplazamenamriverside.com

EAT | DRINK | TRAVEL Text : Duckkiez

HUKBAR ORIGINAL

คาเฟ่บาร์สไตล์เวสเทิร์น
วินเทจที่เสิร์ฟอาหารหลากหลาย
เมนู เช่น สันคอกหมูย่างไข่ม้วน
ราดชีส สันคอกหมูย่างจิ้มแจ่ว
และยำแซลมอนวาซาบิ ในส่วน
ของเครื่องดื่มมีค็อกเทลที่เป็น
ซิกเนเจอร์ของร้าน รวมถึง
คราฟต์เบียร์ไทยและนอกมากกว่า



40 ชนิด นอกจากนี้ บริเวณชั้น 2 ของร้านยังสามารถจัดปาร์ตี้ส่วนตัวได้ด้วย

ก.พระรามที่ 6 ช.30 เปิดบริการ 17.00-24.00 น.

☎ 09-3923-4941 📱 [hukbaroriginal](https://www.hukbaroriginal.com) 🌐 [hukbar_original](https://www.hukbaroriginal.com)

SULBING



คาเฟ่ปังๆจากเกาหลีที่ใครๆ ต่าง
รู้จักพร้อมนำเสนอเมนูใหม่ Crunchy
Monster Sulbing น้ำแข็งใสเกล็ดหิมะ
สอดไส้ไอศกรีมรสสตอร์เบอร์รี่ ไอริช
กรุปกรอบ และวิปครีม ท็อปปิ้งด้วย
ไอริชไอศกรีมรสสตอร์เบอร์รี่ และ Oreo Choco
Monster Sulbing น้ำแข็งใสที่อัดแน่น
ด้วยไอริชและผงช็อกโกแลตเข้มข้น

สยามสแควร์ ช.2 เปิดบริการ 10.00-23.00 น.

🌐 www.sulbinginternational.com 📱 [sulbinginternational](https://www.sulbinginternational.com) 🌐 [sulbinginternational](https://www.sulbinginternational.com)

MUTHI MAYA

ฟอเรส วิลล่าแห่งเดียว
ในเขาใหญ่ที่จะพาทุกคน
ผ่อนคลายไปกับบรรยากาศ
สุดเก๋ไก๋ที่ผสมผสานการใช้ชีวิต
ร่วมสมัยเข้ากับธรรมชาติได้อย่างลงตัว
พื้นที่ใช้สอยของแต่ละห้องพัก
ประกอบด้วย สระว่ายน้ำ
ส่วนตัวพร้อมชานกระเบื้องไม้ เตียนนอนริมสระน้ำสำหรับพักผ่อนและชมทิวทัศน์
ห้องนั่งเล่น และห้องนอนพร้อมอ่างอาบน้ำ



อ.ปากช่อง จ.นครราชสีมา

☎ 0-4442-6000 🌐 www.muthimaya.com

RELAX Text : Duckkiez

FITNESS24SEVEN



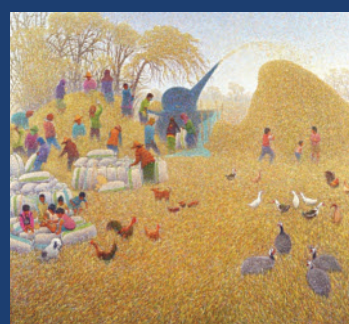
ฟิตเนสจากสวีเดนที่เปิดให้บริการ
ทุกวันตลอด 24 ชั่วโมง มีอุปกรณ์
ออกกำลังกายมากมายและคลาส
ออกกำลังกายที่หลากหลาย เช่น RPM
คลาสออกกำลังกายจักรยานไปพร้อมกับ
เพลงกระตุ้น และ Bodypump คลาส
ออกกำลังกายด้วย Barbell ไม่เพียงเท่านั้น

ที่นี่ยังมี Women Gym ห้องออกกำลังกายสำหรับผู้หญิงโดยเฉพาะ

โครงการข้ามเบอร์ฮิลล์ ใกล้ BTS พระโขนง

🌐 fitness24seven-thailand.com/th 📱 [Fitness24SevenThailand](https://www.fitness24seven-thailand.com/th)

แรงบันดาลใจจากทุกคน เพื่อชุมชนที่ยั่งยืน



นิทรรศการศิลปะกรรมทางเผือกครั้งที่ 7 หัวข้อ แรงบันดาลใจ
จากทุกคน เพื่อชุมชนที่ยั่งยืน นำเสนอผลงานจิตรกรรม
ประติมากรรม ภาพพิมพ์ และสื่อผสมในรูปแบบผลงาน
เหมือนจริงและศิลปะสัญลักษณ์ที่ได้รับรางวัลจากการ
ประกวดศิลปกรรมช้างเผือก ครั้งที่ 7 ประจำปี พ.ศ.2561
นิทรรศการนี้มีผลงานจัดแสดงทั้งสิ้น 57 ชิ้นงาน

หอศิลปวัฒนธรรมแห่งกรุงเทพมหานคร
นิทรรศการจัดแสดงตั้งแต่วันที่ 24 มิถุนายน 2561
📱 [TheWhiteElephantArtAward](https://www.thewhiteelephantartaward.com)



2 TIMES DAILY FLIGHTS BANGKOK - YANGON

Sector	Days	Flight	Departure	Arrival
Bangkok-Yangon	DAILY	8M336	1015	1100
Bangkok-Yangon	DAILY	8M332	1920	2005
Yangon-Bangkok	DAILY	8M335	0730	0915
Yangon-Bangkok	DAILY	8M331	1630	1815

Now connected to domestic destinations : AIR KBZ
to serve you more convenience than ever.

Welcoming onboard !!



Domestic Airline Partner :



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

Fortune for Biz

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

15 พฤษภาคม-14 มิถุนายน 2561



ราศีมังกร

เรื่องธุรกิจการงานจะมีเรื่องจุกจิกที่ต้องแก้ปัญหาย่อยๆ แต่มีคนเข้ามาช่วยเหลือให้หาทางออกได้ การไวใจใครมากเกินไปจะทำให้เกิดความเสียหายกับคุณได้อย่างไม่คาดคิด ควรระวังขอบเขตในการไว้วางใจ การเงินการลงทุนราบรื่นดี คู่ค้าคู่สัญญาให้การเกื้อกูลกันดี ความรักที่มีความขัดแย้งกันจะมีความเข้าใจกันมากขึ้น แต่ยังคงมีที่รู้ด้วยเรื่องเก่าๆ ไม่ได้ สุขภาพดีมีน้ำเยอะๆ จะทำให้ระบบหมุนเวียนเลือดลมดีขึ้น



ราศีกุมภ์

งานที่เกี่ยวข้องงานโฆษณา งานเครือข่ายไปได้ดีมีลูกค้าทั้งเก่าและใหม่ที่มีมองว่าคุณมีความเป็นมืออาชีพ เข้ามาให้คุณได้สร้างสรรค์งานดีๆ ให้ ซึ่งคุณก็ทำได้ดี ส่วนธุรกิจการงานอื่นๆ การใช้ไอเดียใหม่ๆ เข้ามาปรับในการทำงานจะทำให้งานมีความโดดเด่นขึ้น การเงินการลงทุนได้ใช้จ่ายไปกับสิ่งที่ถูกใจ การลงทุนเพื่อปรับปรุงเติมแต่งของเดิมที่มีอยู่ จะเป็นการเพิ่มมูลค่าได้ดี กับคนรักตนเองลดความเผด็จการบางอย่างลงบ้างจะทำความรักราบรื่นกว่านี้ สุขภาพระวังปวดแขนจากการยกของหนัก



ราศีมีน

เรื่องการทำงานที่มีการรอคอยการตอบรับยังไม่ได้เร็วๆ นี้ และควรระวังเรื่องของการสื่อสารที่ผิดพลาดที่จะทำให้เกิดความเสียหายเจ้านายเกิดความไม่พอใจได้ ถ้าคุณเป็นเจ้านายของกิจการจะทำให้เกิดความเสียหายต่อธุรกิจได้ง่ายๆ ควรระมัดระวังอย่างยิ่ง การเงินการลงทุนยังไม่ได้ตั้งใจ ควรละเอียดรอบคอบทั้งรายรับ-รายจ่าย ช่วงนี้อาจมีเครียดเกี่ยวกับการเงินการลงทุน ระวังจะส่งผลถึงสุขภาพได้ คนรักช่วยเหลือแนะนำเป็นกำลังได้บ้าง



ราศีเมษ

การทำงาน ธุรกิจรวมถึงการเงินการลงทุน ควรเจรจาตกลงกันให้ชัดเจนจะได้ไม่มีปัญหาตามมาทั้งคู่ค้าคู่สัญญาและกับหุ้นส่วนในธุรกิจการงาน บางอย่างอาจไม่เป็นตามข้อตกลง ควรเคลียร์สิ่งที่ค้างคาใจ จะทำให้ทุกอย่างลงตัว ความรักมีการมองอนาคตสร้างอนาคตร่วมกัน ใครที่วางแผนการทำงานร่วมกันจะมีความก้าวหน้าได้ดี สุขภาพท้องผูก ระบบขับถ่ายไม่ปกติ ระวังเรื่องริดสีดวง



ราศีพฤษภ

ธุรกิจการงานมีการวางแผนในระยะยาว และมีโอกาสมองเห็นเรื่องของการเงินการลงทุน ช่องทางเรื่องธุรกิจการงานได้ดี บางคนอาจมีนายทุนมาสนับสนุนในสิ่งที่คุณอยากจะทำมานาน ขอให้ตั้งใจวางแผนงานดีๆ มีความสำเร็จแน่นอน การแบ่งปันผลประโยชน์ต่างๆ ค่อนข้างลงตัว ความรักมีความมั่นคง ครอบครัวอบอุ่น มีเกณฑ์ซื้อสังหาริมทรัพย์ร่วมกัน สุขภาพระวังเรื่องภูมิแพ้ ผื่นคัน



ราศีเมถุน

ธุรกิจการงานที่เกี่ยวกับสังหาริมทรัพย์ไปได้ดี มีการขยายขยายธุรกิจการงานที่มั่นคง การเงินการลงทุนจะได้ผลตอบแทนเป็นที่น่าสนใจ การตอบรับจากลูกค้าส่งผลดีอย่างต่อเนื่อง ทำให้หายเหนื่อยกันบ้าง ความรักที่คบกันมานานจะมีการตกลงปลงใจ ส่วนใครที่กำลังมีปัญหาจะอยู่ในช่วงการตัดสินใจว่าจะต่างคนต่างไปหรือจะเดินหน้าต่อ สุขภาพช่วงนี้ควรใช้เวลาพักผ่อนให้เพียงพออย่าทำงานหักโหมเกินไป



ราศีกรกฎ

การงานมั่นคงและมีความสำเร็จดี สิ่งที่ดีชัดจะราบรื่น มนุษย์เงินเดือนมีโอกาสมีธุรกิจของตัวเองเพิ่ม มีงานเสริมที่ทำรายได้ดี ใครที่มีธุรกิจของตัวเองมีโอกาสสูงที่มีความมั่นคงและมีคนสนับสนุนช่วยเหลือเรื่องการเงินด้วยความเสนหา หรือจะเป็นเพศหญิง หรือแม่ ที่จะส่งเสริมกันได้ดี ความรักที่ใสจะเจอคนรู้ใจที่คบกันมาจัดว่าเป็นคู่บุญคู่กรรม ใครจะเลิกกันก็ค่อนข้างยาก สุขภาพยังแข็งแรงดี ควรออกกำลังกายจะสดใสมากกว่านี้



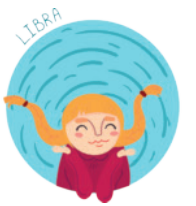
ราศีสิงห์

การงานจะค่อนข้างอยู่ตัวสำหรับใครที่ทำงานประจำ ส่วนใครที่ทำธุรกิจการงานเป็นเจ้านายกิจการ ช่วงนี้จะรู้สึกเจียบๆ ไม่ค่อยได้ตั้งใจเท่าที่ควร คุณสามารถทำอะไรเสริมขึ้นมาเพื่อเป็นรายได้พิเศษเพิ่มเข้ามาได้ ค่าใช้จ่ายต้องวางแผนให้ดี ความรักยังราบรื่นดี มีปัญหาจะพูดคุยเคลียร์ปัญหากันได้ สุขภาพมีปัญหาช่วงสะโพกลงไปเป็นๆ หายๆ เกี่ยวกับข้อ กระดูก



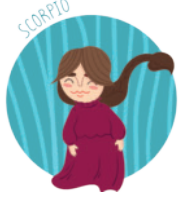
ราศีกันย์

การทำงานระวังมีความขัดแย้งด้วยคำพูด ซึ่งต้องระมัดระวังเรื่องของคำพูดที่จะไปกระทบกระทั่งกับเพื่อนร่วมงานที่จะทำให้มีปัญหาบานปลาย กลายเป็นผลในใจต่อกันได้ง่ายๆ เรื่องของการเงินบางคนมีเกณฑ์เรื่องของคดียความ โดนทวงถามเรื่องของการเงินหรือต้องกู้ยืมเพื่อการเงินเดินหน้าต่อไปได้ ความรักไม่ค่อยสดใส ทำให้มีปัญหาต่อกันได้ง่าย สุขภาพไม่ค่อยดีระวังเจ็บป่วยกะทันหัน และเรื่องอุบัติเหตุ



ราศีตุลย์

การทำงานมีความราบรื่นถ้าเป็นเจ้านาย หัวหน้า ลูกน้องบริวารจะช่วยเหลือการทำงานได้เป็นอย่างดี ใครที่เป็นเจ้าของธุรกิจการงานที่เกี่ยวข้องกับเครื่องดื่มจะได้รับการตอบรับดี การเงินระวังการเสียเปรียบหรือโดนโกงได้แบบไม่คาดคิด ต้องรอบคอบเรื่องการเงินให้ดี ความรัก คนรักมีความภูมิใจในตัวคุณ ที่รักกันมานานแล้วควรชวนไปท่องเที่ยวเปลี่ยนบรรยากาศเพื่อความรักที่สดใสกว่าเดิม ควรรักษาสุขภาพให้แข็งแรงเครียดลงกระเพาะ



ราศีพิจิก

การงานมีความสำเร็จเป็นอย่างดี มีความโดดเด่นในวงการทำงานและได้รับการยอมรับในความสามารถของคุณเป็นอย่างดี แต่เรื่องการเงินยังไม่ได้ตั้งใจ มีรายรับเข้ามา รายจ่ายมีการอยู่ตลอด จะเก็บเงินก็ยังไม่ได้อย่างที่คิด ทำให้ติดก้นวอลในเรื่องการเงินพอสมควร คนรักให้การช่วยเหลือเรื่องการเงินได้หรือช่วยแก้ปัญหาหาทางออกให้ได้ สุขภาพเรื่องของการบวมหน้า หรือเรื่องของฮอร์โมนทำงานผิดปกติได้



ราศีธนู

ด้วยความสามารถของคุณ คุณสามารถทำงานได้หลายๆ อย่าง และรายได้ก็มีเข้ามาหลายทาง แต่อาจจะได้รายได้เล่นเอาเหนื่อยแทบท้อ ขอให้คุณใช้ศักยภาพในการทำงานให้ดี จะมีความสำเร็จได้ คนที่ทำงานประจำมีภาวะอยากเปลี่ยนงาน ขอให้ดูให้ดีๆ อย่าใช้อารมณ์เป็นที่ตั้ง เพราะผลตอบแทนอาจไม่เป็นอย่างที่คิด ความรักภาวะความเป็นผู้นำของคุณบางครั้งก็ทำให้กระทบใจคนรักให้รู้สึกน้อยใจได้ สุขภาพระวังความดัน เบาหวาน และโรคหัวใจ ควรตรวจสุขภาพ

Where to Find

พบกันทุกวันที่ 15 ของเดือน

กรุงเทพฯ/ปริมณฑล

- 10 ml. café gallery
- ช.โชคชัยร่วมมิตร 16/6
- Airport Rail Link
- พญาไท / มิกะสัน / หัวหมาก / รามคำแหง
- BANN KAFÉ
- ช.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 (เอลเมโล)
- อาคาร Thai Summit Tower
- ES/PE/RO
- ซอยสาธิต ซอย1
- Espresso Gallery
- หมักคอนโดมิส: ลาดพร้าว
- Galleria Café
- ถ.กาญจนาภิเษก บางเขน
- Gallery กาแฟดริบ
- หอศิลป์ฯ กรุงเทพมหานคร
- Gloria Jean's Coffees
- K-Village / Honda Bigwing /
- ชั้น 1 ตึกเกษมสันต์
- I-hin Cafe
- ช.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
- ช.เอกชัย 30 จอมทอง

- Mitte Coffee (มิทเท)
- ช.แจ้งวัฒนะ-ปากเกร็ด 33
- My Café the Library
- Nawamin City Avenue
- One Ounce for Onion
- เอกชัย ซ.12
- Size S Coffee & Bakery
- พรราม 4
- SOMETHING BLACK
- ตลาดสะพานกษัตริย์ 58 ซอยรัชดาภิเษก 4
- Staff Coffee
- พหลโยธินเพลส ชั้น 1
- Sweet Pista Bangkok
- สุขุมวิท 31
- Ta Chance Coffee
- เยาว์ ช.เจริญกรุง 109
- TCDC
- อาคารประชานิยกลาง บางรัก
- Think TANK (Third Place)
- ถ.นางลิ้นจี่
- Timely Coffee
- ช.เสี้ยววารี 15 ถนนจางอก
- TINPRESSO (ดินเปรสโซ)
- ช.สุขุมวิท101/1
- TRUE INCUBE
- 4th floor Centerpoint SiamSquare
- Treat Cafe & Hang Out
- เลข 28 (ตรงข้าม สส.สมิทธิ์โชติ)
- Veganerie
- The Mercury Ville Chidlom 4th Fl.
- White Rabbit
- ช.อารีย์สัมพันธ์ 5
- Yannawa Coffee
- ที่ทำการประชานิย ย่านนาวา
- Yesterday 's Tea Room
- ปากซอยสะพานยาว ถ.ทรงวาด
- กาแฟบร๊ิงส์
- พระราชวังพญาไท ร.พ.พระมงกุฎ
- โกลโกล กาแฟสด
- ช.ลายไหม 84
- หอสมุดและคลังความรู้มหาวิทยาลัยมหิดล
- วิทยาเขตราชวิถี
- ห้องสมุดมารวย
- อาคารตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย
- ถนนรัชดา

- ศูนย์การค้า ZPELL รังสิต
- ศูนย์ให้คำปรึกษาด้านทรัพย์สินทางปัญญา
- และนวัตกรรม
- ชั้น 4 กระทรวงพาณิชย์
- อาคารตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย
- ถนนรัชดา
- มหาวิทยาลัย หอการค้าไทย
- โรงพยาบาลกรุงเทพ

ภาคเหนือ

- กำแพงเพชร
- THE GYM
- เชียงใหม่
- Chivit Thamma Da Coffee House
- เรียวกังคาเฟ่
- เชียงใหม่
- Into the woods
- Neo Café
- โรงแรม Yesterday
- ถ.ดอยสะเก็ด
- อาข่า อ่ามา
- แม่ฮ่องสอน
- Coffe In Love
- ร้านกาแฟข้าทำ ปาย
- ร้านสรวงกาแฟ
- แพร่
- CK Coffee
- บ้านฮังเล คอฟฟี่
- ลำพูน
- Blacksmith
- อุดรดิตถ์
- Amezon จั๊จจาม

ภาคกลาง

- ชัยนาท
- ALPHABET
- COFFEE AND PAGES
- Me Ice cream
- The Marble
- นครปฐม
- Pak Pink Bistro
- นครสวรรค์
- รามเกียรติ์ คอฟฟี่
- แกะดำ Coffee

พิจิตร

- โรสกาแฟสด
- พิษณุโลก
- Caffé'ine
- มหาวิทยาลัยนเรศวร
- คณะบริหารธุรกิจ เศรษฐศาสตร์และการสื่อสาร
- ลพบุรี
- ศ.กาแฟ ชดสด
- สุโขทัย
- 379 Drip
- อยุธยา
- The Barista Café
- อุทัยธานี
- I AM Coffee

ภาคอีสาน

- กาฬสินธุ์
- Café 2 gether
- ขอนแก่น
- Café de' forest
- BANMORE BAKERY AND COFFEE
- EIGHTS A DAY
- นครพนม
- จันทรากาแฟ
- นครราชสีมา
- Sweet Café
- บุรีรัมย์
- Brom Café
- มุกดาหาร
- Bearista Coffee & Bakery
- มหาสารคาม
- กาแฟร้านรมย์
- เลย
- กาแฟสด อักเลย
- ปล่อยาแสง เชียงคาน
- ถนนสายโขง ช.10
- แม่น้ำแม่แก่ง เกลาฮ้าง
- ถนนสายโขง ช.19
- สุรินทร์
- Sit in
- หนองคาย
- Cake Lamoon
- ณ โพนพิสัย
- Loft Café NK

อุดรธานี

- วินัยสตูดิโอ
- Dose Espresso
- ภาคตะวันออก
- จันทบุรี
- กาแฟร้อยตะวัน
- ชลบุรี
- r POD Coworking Space
- ตราด
- Kaotaa Coffee
- Hotel 8
- ระยอง
- Dollars House
- Roux café
- รวย้อย

ภาคตะวันตก

- ประจวบคีรีขันธ์
- Gallery กาแฟดริบ หัวหิน
- โซว์รูมรถ Ford หัวหิน
- เพชรบุรี
- เชาปุ๋ยย่า
- “JM Cuisine” / “เจ็กเม้ง”
- ร้านเค้กเมืองเพชร
- ราชบุรี
- Mornig Glory Resort
- IDYLL@DAMNOENSADUAK

ภาคใต้

- กระบี่
- เค้ก ณ นภา
- ตรัง
- Deeva Cup
- PASSIONE del Caffé
- ภูเก็ต
- Love 2 eat
- กล้วยน้ำจี่
- 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 เพนดินชูลาร์ แอสโซซิเอตส์ จำกัด

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

วิธีการสมัคร

กรอกข้อมูลให้ครบถ้วนแล้วส่งใบสมัครพร้อมหลักฐานการโอนเงินมาที่

บริษัท เพนดินชูลาร์ แอสโซซิเอตส์ 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



SCB

ศูนย์ SCB Business Center สยามสแควร์ ซอย 1 จัดตั้งขึ้น เพื่อให้การสนับสนุนผู้ประกอบการ SME นอกเหนือจากความช่วยเหลือด้านการเงิน ไม่ว่าจะเป็น การเติมเต็มองค์ความรู้ในด้านต่าง ๆ เพื่อให้ SME เติบโตได้อย่างมั่นคงและอยู่รอดในระยะยาว ผ่านกิจกรรมสัมมนา เวิร์กช็อป และ Business Matching เป็นต้น โดยเน้นไปที่หัวใจหลักของการทำธุรกิจทั้ง 4 มิติ นั่นคือ การทำธุรกิจแบบดิจิทัล (Digital), การสร้างแบรนด์ (Branding), การขนส่งสินค้า (Logistics) และการทำธุรกิจแฟรนไชส์ (Franchise) ซึ่งทั้ง 4 มิติดังกล่าวนอกจากจะมีผู้เชี่ยวชาญเฉพาะด้านที่ SME สามารถนัดหมายล่วงหน้าเพื่อขอคำปรึกษาแล้ว ยังมี Deal พิเศษให้กับ SME ที่เข้าร่วมปรึกษาเพื่อนำไปใช้ในการลดต้นทุนธุรกิจอีกด้วย โดยมีเมนเตอร์ประจำศูนย์อย่าง คุณพัฒนพงศ์ ฐานรักษ์ และคุณณศ จิระเสวกติก กรรมการผู้จัดการ บริษัท Divana Spa ผู้ประกอบการธุรกิจสปาและผลิตภัณฑ์อโรมาชั้นนำของไทยจะมาช่วยถ่ายทอดความรู้และแชร์ประสบการณ์ให้กับเพื่อน ๆ ผู้ประกอบการ SME

ศูนย์ SCB Business Center เปิดโอกาสผู้ประกอบการ SME ได้เก็บเกี่ยวไอเดียและเทคนิคการทำธุรกิจให้ประสบความสำเร็จผ่านกิจกรรมต่าง ๆ ที่จัดขึ้นเป็นประจำทุกสัปดาห์ เช่น จัดกิจกรรม Business Matching สัมมนา และเวิร์กช็อป เป็นต้น โดยในเดือนที่ผ่านมา ได้จัดกิจกรรม Business Matching & Consulting เพื่อเปิดโอกาสให้ SME ได้พูดคุยกับกูรูและปรึกษาธุรกิจกันแบบตัวต่อตัว ซึ่งได้รับความสนใจ มีผู้เข้าร่วมกิจกรรมในครั้งนี้อย่างคับคั่ง



BUSINESS CENTER

@สยามสแควร์

ระดมทุน จับคู่ธุรกิจต่อยอดความสำเร็จ SME

Business Matching & Consulting

เพราะ Business Matching หรือการจับคู่ธุรกิจ เป็นหนึ่งในเครื่องมือที่จะช่วยให้ธุรกิจเติบโตแบบก้าวกระโดด ด้วยเป็นเวทีที่จะได้เจอพาร์ทเนอร์ทางธุรกิจ เพื่อต่อยอดและหาช่องทางในตลาดใหม่ ๆ ดังนั้น ศูนย์ SCB Business Center สยามสแควร์ ซอย 1 จึงไม่พลาดที่จะจัดกิจกรรม Business Matching & Consulting ขึ้น เพื่อให้ผู้ประกอบการ SME ได้มีโอกาสพบปะจาก 6 องค์กร ที่จะมาร่วมพูดคุยปรึกษาธุรกิจกันแบบตัวต่อตัว และหาโอกาสใหม่ ๆ ให้กับการทำธุรกิจ ประกอบด้วย บริษัท ขาปสโตร์ จำกัด ซึ่งเชี่ยวชาญด้านการออกแบบธุรกิจอาหาร บริษัท เอ็นพีบี บ็อกซ์ จำกัด ผู้ประกอบการด้านการออกแบบแพคเกจจิ้งสำหรับขนส่งผ่านไปรษณีย์และดีลิเวอรี่ บริษัท ลาลามูฟ อีซีแวน (ประเทศไทย) จำกัด หรือ LALAMOVE แปรนต์โลจิสติกส์แบบส่งด่วน ผู้ประกอบการร้านอาหารที่สนใจอยากเพิ่มยอดขายด้วยการทำธุรกิจดีลิเวอรี่ แต่ยังไม่ชัวร์ว่าต้องเตรียมตัวมากน้อยแค่ไหน LALAMOVE พร้อมไขปัญหาและให้คำแนะนำ บริษัท อินเตอร์ ไฮเร็กซ์ จำกัด ผู้เชี่ยวชาญด้านการวางระบบร้านอาหารแบบครบวงจร ตั้งแต่หลังร้านจนถึงหน้าร้าน ศูนย์การขับเคลื่อนอุตสาหกรรมอาหารแปรรูปด้วยวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีและนวัตกรรม สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง ศูนย์แห่งนี้จะช่วย SME ตั้งแต่เริ่มมีไอเดียจนออกมาเป็นผลิตภัณฑ์ และบริษัท ห้องปฏิบัติการกลาง (ประเทศไทย) จำกัด โดย Central Lab ที่จะช่วยในเรื่องการยกระดับสินค้าให้ได้มาตรฐาน หรือเพิ่มมูลค่าสินค้า

สัมมนาและเวิร์กช็อป

ในช่วงเดือนที่ผ่านมา ศูนย์ SCB Business Center สยามสแควร์ ซอย 1 ได้ชักชวนเหล่ากูรูและผู้ประกอบการตัวจริงมาให้ความรู้ แบ่งปันประสบการณ์แบบ รู้ลึก รู้จริง ให้กับผู้ประกอบการ SME ที่สนใจอย่างต่อเนื่อง โดยมีการจัดสัมมนาไปแล้วหลายครั้งในหลายหัวข้อ เช่น คุณทิพย์ดา จันทจรุญพงษ์ กรรมการผู้จัดการ บริษัท ดี เค เทอร์ริง จำกัด ผู้คลุกคลีอยู่ในวงการเคเทอร์ริ่งมานับสิบปี มาชี้แนะทางให้ว่าหากจะต่อยอดธุรกิจร้านอาหารให้มีรายได้มากขึ้น ผ่านช่องทางเคเทอร์ริ่งนั้นจะต้องทำอย่างไรบ้าง คุณภคมน สมบูรณ์เวชชากร Chief Operation Officer แปรนต์ D'ORO (ดีโอโร) มาบอกเล่าถึงกลยุทธ์รีแบรนด์ 360 องศาให้ตอบใจทุกคนรุ่นใหม่ คุณวีรพล สวรรค์พิทักษ์ ผู้เชี่ยวชาญด้านการตลาด และนำกลยุทธ์การบริหารจัดการธุรกิจร้านอาหารแบบเจาะลึก ทำอย่างไรให้พร้อมรับมือในยุค Food Digital และสำหรับใครที่มีไอเดียผลิตภัณฑ์ อยากแตกไลน์สินค้า แต่มีทุนการทำ R&D ไม่มาก SCB Business Center ยังได้เชิญ ITAP หน่วยงานภายใต้สำนักงานพัฒนาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งชาติ (สวทช.) ที่ตั้งขึ้นมาเพื่อช่วยเหลือ SME ด้านการวิจัยและพัฒนา มาให้คำปรึกษากันแบบตัวต่อตัว ไม่เพียงเท่านั้น ยังเปิดเวิร์กช็อปการถ่ายรูปสวยแบบมืออาชีพด้วยสมาร์ทโฟน สำหรับ SME ที่เปิดร้านบนออนไลน์ โดยคุณชาคริต ยศสุวรรณ หัวหน้าช่างภาพ บริษัท เพนินซูลาร์ แอสโซซิเอทส์ จำกัด อีกด้วย

ศูนย์ SCB Business Center สยามสแควร์ ซอย 1 เปิดให้บริการทุกวัน เวลา 10.00-19.00 น. โดยภายในศูนย์จะมี Business Coach ประจำ คอยทำหน้าที่ให้คำปรึกษาในการทำธุรกิจแก่ SME นอกจากนี้ยังมีการจัดสรรพื้นที่ในการจัดกิจกรรมต่าง ๆ ทั้ง Co-Working Space ให้ SME ได้มานั่งทำงานหรือประชุมเพื่อต่อยอดธุรกิจ สตูดิโอที่ถ่ายภาพโปรดัคต์ที่เปิดให้บริการแบบฟรี ๆ และห้องประชุมแบบส่วนตัวพร้อมสิ่งอำนวยความสะดวกครบครัน

ทั้งหมดนี้เป็นบริการแบบไม่เสียค่าใช้จ่าย ผู้ประกอบการ SME ที่ต้องการมาใช้บริการที่ ศูนย์ SCB Business Center สยามสแควร์ ซอย 1 สามารถจองทุกกิจกรรม ทั้งการนัดหมายพบปะเพื่อปรึกษาเชิงลึกเฉพาะด้านแบบตัวต่อตัว การปรึกษากับเมนเตอร์ประจำศูนย์ เพื่อรับคำแนะนำและร่วมกำหนดทิศทางของธุรกิจ การจองห้องประชุม สัมมนา และสตูดิโอถ่ายภาพ ได้ผ่านทาง <https://businesscenter.scb.co.th>

ติดตามข่าวสารของกิจกรรมต่าง ๆ จาก SCB BUSINESS CENTER
ได้ที่ SCB SME FACEBOOK GROUP





Brand Health Check

ปิดฉากไปแล้วกับกิจกรรม Workshop Brand Health Check ครั้งที่ 1 กิจกรรมสุด Exclusive เฉพาะสมาชิก Privilege SME Thailand Club เพื่อให้ข้อคิดในการทำแบรนด์ยุคนี้ว่าต้องหมั่นดูแลสุขภาพแบรนด์ให้มีความแข็งแรงอยู่เสมอ และได้รู้จุดเด่นจุดด้อยในแบรนด์ของตนเอง โดยมี สุวิทย์ เอื้อศักดิ์ชัย หรือ กู๋แมมมอร์ ผู้เชี่ยวชาญด้านการสร้างแบรนด์ มาให้ความรู้แบบเต็มอ้อมในบรรยากาศสบายๆ และเป็นกันเอง นอกจากนี้ ยังเปิดโอกาสให้เหล่าสมาชิกได้ฟรีเชตธุรกิจของตนเอง ให้เพื่อนร่วมคลาสได้แลกเปลี่ยนความคิดเห็นและมุมมองใหม่ๆ ที่เป็นประโยชน์ในการนำไปพัฒนาต่อยอดกับธุรกิจของตนเอง ณ SME Thailand Office เมื่อวันที่พฤหัสบดีที่ 26 เมษายนที่ผ่านมา



บัตรเครดิตธนาคาร จัดให้

ธนาคารธนชาต จำกัด (มหาชน) มอบความพิเศษให้ลูกค้าบัตรเครดิตธนาคารได้รับประทานอาหารญี่ปุ่นฝีมือเชฟกระทะเหล็กอย่างเชฟบุญธรรม ภาคโพธิ์ ณ ร้านฮอนโมโน ซูชิ ทุกสาขา ตั้งแต่วันที่ 31 พฤษภาคมนี้ และรับสิทธิพิเศษ 3 ต่อ เครดิตเงินคืนสูงสุด 20 เปอร์เซ็นต์ โดยต่อที่ 1 รับส่วนลดเงินสด 15 เปอร์เซ็นต์เฉพาะค่าอาหารเมนูปกติ ต่อที่ 2 รับเครดิตเงินคืนสูงสุด 10 เปอร์เซ็นต์เมื่อรับประทานอาหารตั้งแต่ 800 บาทขึ้นไป และต่อที่ 3 รับเครดิตเงินคืนสูงสุด 10 เปอร์เซ็นต์เมื่อใช้คะแนนสะสมเท่ากับยอดรับประทานอาหาร



ทรู ดิจิทัล พาร์ค เปิดตัวพันธมิตรโลกเทคโนโลยี

ทรู ดิจิทัล พาร์ค ศูนย์กลางด้านดิจิทัลของประเทศไทยที่ใหญ่ที่สุดในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ นำโดย รุนสรณ์ ใจดี กรรมการผู้จัดการใหญ่ ประกาศเปิดตัวพันธมิตรยักษ์ใหญ่แห่งโลกเทคโนโลยีทั้งภาครัฐ บริษัทไอทีระดับโลก และ Startup ขึ้นนำรวมกว่า 30 ราย พร้อมจัดงานเลี้ยงฉลองความร่วมมือและเปิดโอกาสให้เหล่าพันธมิตรได้ทำความรู้จักและแลกเปลี่ยนความคิดเห็นกันอย่างใกล้ชิด



เคทีซี ร่วมฉลอง 20 ปี ฮองมิน

ประณยา นิถานานนท์ ผู้อำนวยการ-ธุรกิจบัตรเครดิต “เคทีซี” หรือบริษัท บัตรกรุงไทย จำกัด (มหาชน) ร่วมกับ ศักดิ์ ปัญญทรัพย์ กรรมการผู้จัดการ ภัตตาคารจีนฮองมิน (Hongmin Restaurant) เฉลิมฉลองเนื่องในโอกาสครบรอบ 20 ปี มอบสิทธิพิเศษให้สมาชิกบัตรเครดิตเคทีซี ช้อบบัตรกำนัลฮองมินมูลค่า 3,600 บาท ในราคาพิเศษเพียง 3,000 บาท ตั้งแต่วันที่ 1 เมษายน-30 มิถุนายน 2561



ออมสิน จัดงานครบรอบ 105 ปี

ธนาคารออมสิน จัดงานวันสถาปนาธนาคารออมสิน เมื่อวันที่ 1 เมษายน 2561 เพื่อรำลึกถึงความเป็นสถาบันเพื่อการออมมาอย่างยาวนาน 105 ปี และเพื่อเป็นการขอบคุณลูกค้าและประชาชนทั่วไป ที่ให้ความไว้วางใจในการฝากทรัพย์สินกับธนาคารออมสิน ธนาคารจึงเปิดให้บริการรับฝากเงินเป็นกรณีพิเศษในวันคล้ายวันสถาปนาธนาคารออมสิน อีกทั้งยังจัดกิจกรรมพิเศษแจกกระปุกออมสิน ต่อยอดการออม เพื่อเป็นการส่งเสริมการออมทรัพย์ให้แก่ผู้เปิดบัญชีเงินฝากใหม่หรือฝากเงินประเภทใดก็ได้ ไม่เพียงเท่านั้น ธนาคารยังมอบเงินทุนประเดิม (เงินขวัญถุง) 500 บาทให้แก่เด็กที่เกิดในวันออมสิน เพื่อเป็นการเริ่มต้นสร้างนิสัยการออมให้แก่เด็ก และสำหรับเด็กแรกเกิดที่บิดามารดาตั้งชื่อว่า ออมสิน ธนาคารจะมอบทุนประเดิม 5,000 บาทอีกด้วย



โทฟูซัง เอาใจแฟนคลับ Marvel

บริษัท โทฟูซัง จำกัด ผู้ผลิตและจำหน่ายนมถั่วเหลืองพาสเจอร์ไรส์อันดับหนึ่ง ร่วมมือกับบริษัทยักษ์ใหญ่ระดับโลกอย่างเดอะ วอลล์ ดีสนีย์ เจ้าของลิขสิทธิ์มาร์เวล สตูดิโอส์ เปิดตัวนมถั่วเหลืองใหม่ภายใต้ลิขสิทธิ์ Marvel Limited Edition กับ 2 แปรนตร์ คือ โทฟูซัง และนมถั่วเหลืองแบรนด์น้องใหม่ SOYPOP



CIDI Chanapatana เป็นสมาชิก Cumulus

สถาบันออกแบบนานาชาติชนาพัฒน์ หรือ CIDI Chanapatana ได้รับเกียรติให้เข้าร่วมเป็นสมาชิกของ Cumulus สมาคมระดับโลกที่คัดเลือกและรวบรวมมหาวิทยาลัยและสถาบันการศึกษาด้านการออกแบบชั้นนำจากทั่วโลกเพื่อความเป็นเลิศด้านการศึกษาและวิจัยศิลปะและการออกแบบในระดับนานาชาติ



กสิกรไทย จับมือพันธมิตรสร้างธุรกิจค้าปลีกผ่าน Omni Channel

สุรัตน์ สีสาววิวัฒน์ รองกรรมการผู้จัดการ ธนาคารกสิกรไทย สร้างคณา วายุภาพ ผู้อำนวยการสำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ (องค์การมหาชน) หรือ ETDA สกฤตรัตน์ ดันยงศิริ หัวหน้าธุรกิจ LINE@ บริษัท LINE ประเทศไทย และณภัทร จรัสสุวิภาณิช Industry Manager บริษัท Google (ประเทศไทย) จำกัด ร่วมแถลงข่าวความร่วมมือโครงการ K SME Good to Great ธุรกิจค้าปลีก เพื่อสนับสนุนให้ผู้ประกอบการธุรกิจค้าปลีกมีความรู้ด้านการขายสินค้าผ่านช่องทางออนไลน์และออฟไลน์ (Omni Channel) มากขึ้น

เมื่อออนไลน์ ไม่ใช่ คำตอบสุดท้าย

Text : Ratchanee P.

ข้อดีของการช้อปปิ้งออนไลน์ คือการมีทางเลือกที่มากมายไม่จำกัด สะดวกสบายทุกอย่างทุกเวลาในทุกที่ มีราคาที่ดีกว่า มีรีวิวจากลูกค้า สามารถเปรียบเทียบราคาได้ เติบโตด้วยข้อมูลของผลิตภัณฑ์นั้นๆ ฯลฯ ขณะที่ข้อดีของร้านค้าคือ สามารถทดสอบ ทดลอง และสร้างประสบการณ์ที่ดีกับสินค้า เข้าถึงสินค้าได้อย่างรวดเร็ว รวมถึงสามารถโต้ตอบกับพนักงานได้ ฯลฯ

ในขณะที่ทุกคนต่างมุ่งหน้าเปิดร้านออนไลน์กันอย่างคึกคัก อะไรๆ ก็ต้องออนไลน์ แต่สุดท้ายเพราะผู้บริโภคไม่ได้แค่โลกออนไลน์หรือออฟไลน์เท่านั้น แต่อยู่ทุกๆ ที่ ดังนั้น การจะทำตลาดแค่ด้านใดด้านหนึ่งก็คงเข้าถึงผู้บริโภคไม่ได้ทั้งหมด และแม้ลูกค้าจะชอบความสะดวกสบายในการช้อปปิ้งออนไลน์ แต่อย่างที่เราเห็นการซื้อของออนไลน์ก็มอบประสบการณ์ดีๆ ให้ลูกค้าไม่ได้ ลูกค้าเหล่านี้จึงยังต้องการประโยชน์จากร้านปกติด้วย ด้วยเหตุนี้ จึงไม่แปลกใจเลยว่าทำไมร้านค้าประเภท Multi-Brand Store ที่เอาสินค้าแฟชั่นบนออนไลน์หลากหลายแบรนด์มาอยู่รวมกันบนออฟไลน์ที่เติบโตเอาๆ

แจ๊ค หม่า แห่ง อาลีบาบา เคยได้ประกาศแนวคิดการค้าปลีกรูปแบบใหม่ (NEW RETAIL) โดยการผสมผสานระหว่างการค้าออนไลน์ และออฟไลน์เข้าด้วยกัน โดยเขามองว่า การนำรูปแบบค้าปลีกผ่านออนไลน์ มาเชื่อมเข้ากับรูปแบบร้านค้าปลีกดั้งเดิมหรือออฟไลน์ ด้วยเทคโนโลยีและฐานข้อมูล จะทำให้ผู้บริโภคได้รับประสบการณ์การช้อปปิ้งแบบใหม่ ที่มีประสิทธิภาพมากขึ้นด้วย ตัวอย่างที่เห็นได้ชัดคือ การเปิดซูเปอร์มาร์เก็ตชื่อ Hema ที่สร้างขึ้นมาเพื่อให้ผู้บริโภคสัมผัส

ประสบการณ์ในการผสมผสานการช้อปปิ้งออนไลน์และออฟไลน์ ตั้งแต่ระบบจัดส่งสินค้าออนไลน์ การซื้อสินค้าในร้านปกติผ่านคิวอาร์โค้ด จะเห็นว่า แจ๊ค หม่า ก็ไม่ได้มองว่า อนาคตการค้าขายจะอยู่บนออนไลน์เพียงอย่างเดียว

ขณะที่ Amazonยักษ์ใหญ่ อี-คอมเมิร์ซของสหรัฐฯ ก็มีการเปิดร้านบนออฟไลน์ด้วยเช่นเดียวกัน

จะบอกว่าการค้าในวันนี้จึงไม่ใช่ร้านค้ารูปแบบเดิม และก็ไม่ใช่อี-คอมเมิร์ซในโลกออนไลน์อย่างเดียว แต่ต้องพยายามผสมผสานระหว่างออนไลน์ และออฟไลน์ให้ได้ มากกว่าการมุ่งแข่งขันกันที่ราคา ร้านค้าออฟไลน์ ถ้าไม่ปรับเปลี่ยนตามเทคโนโลยี ก็อาจไปได้ไม่ตลอดรอดฝั่ง ส่วนร้านค้าออฟไลน์ถ้าจะขายของบนออนไลน์อย่างเดียว ก็คงไปได้ไม่ไกล ดังนั้นหาก SME รายไหนที่ในวันนี้พึ่งพาช่องทางการขายสินค้าแบบเดิมๆ ก็คงต้องเริ่มมองหาทางหนีทีไล่เอาไว้เพื่อเงินออกจากกระเป๋าลูกค้าที่เต็มไปด้วยทางเลือกมากมายให้ได้ ๕

Buy 3 Get 1 FREE

ซื้อเครื่องดื่มหรือเบเกอรี่ 3 ชิ้น รับเพิ่มฟรีอีก 1 ชิ้น

100 Cafes
分店
สาขา



mezzo.co



mezzocoffee



mezzocoffee





ลด 5 บาท



ฟรีตั๋วหนัง



ฟรีอาหารเช้า



05:30

#ตื่นเบิกคนกรุง

โปรโมชั่นเพื่อคนตื่นเช้า เริ่ม 5 พ.ค. นี้

สอบถามรายละเอียดเพิ่มเติม

call center : 1690 ตลอด 24 ชั่วโมง

www.srtet.co.th



SRTET
S.R.T. Electrified Train Company Limited



กลับมาอีกครั้งเป็นปีที่ 7

สำหรับเวทีค้นหาสุดยอดนวัตกรรมธุรกิจเอสเอ็มอี
พร้อมเปิดรับผู้ประกอบการไทย ที่มั่นใจว่ามีนวัตกรรมโดดเด่นไม่ซ้ำใคร
เพื่อเข้าชิงรางวัลใน 10 สาขานวัตกรรม



sme thailand Inno awards 2018

THE BEST
SME THAILAND
INNO AWARDS

2018

สุดยอดธุรกิจเอสเอ็มอีแห่งปี

• รางวัลโดดเด่นด้านความคิดสร้างสรรค์ธุรกิจบริการ • รางวัลโดดเด่นด้านการบริหารจัดการ
องค์กร • รางวัลโดดเด่นด้านนวัตกรรมผลิตภัณฑ์ • รางวัลโดดเด่นด้านผลิตภัณฑ์ Reuse/
Recycle • รางวัลโดดเด่นด้านพัฒนาผลิตภัณฑ์ซอฟต์แวร์ • รางวัลโดดเด่นด้านการสร้างสรรค์
ผลิตภัณฑ์ • รางวัลโดดเด่นด้านธุรกิจเพื่อสังคม • รางวัลโดดเด่นด้านผลิตภัณฑ์เพื่อ
สิ่งแวดล้อม • รางวัลโดดเด่นด้านธุรกิจอี-คอมเมิร์ซ • รางวัลโดดเด่นด้านผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพ

ชิงรางวัลรวมมูลค่ากว่า

500,000 บาท

เปิดรับสมัครวันนี้-30 มิถุนายน 2561

สอบถามข้อมูลเพิ่มเติมได้ที่

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

ดาวน์โหลดใบสมัครได้ที่

www.smethailandclub.com/Innoawards2018

ร่วมสนับสนุนโดย :

