FREE

SME

encourage you to start your own biz

STARTUP

ISSUE 62 | NOVEMBER 2018

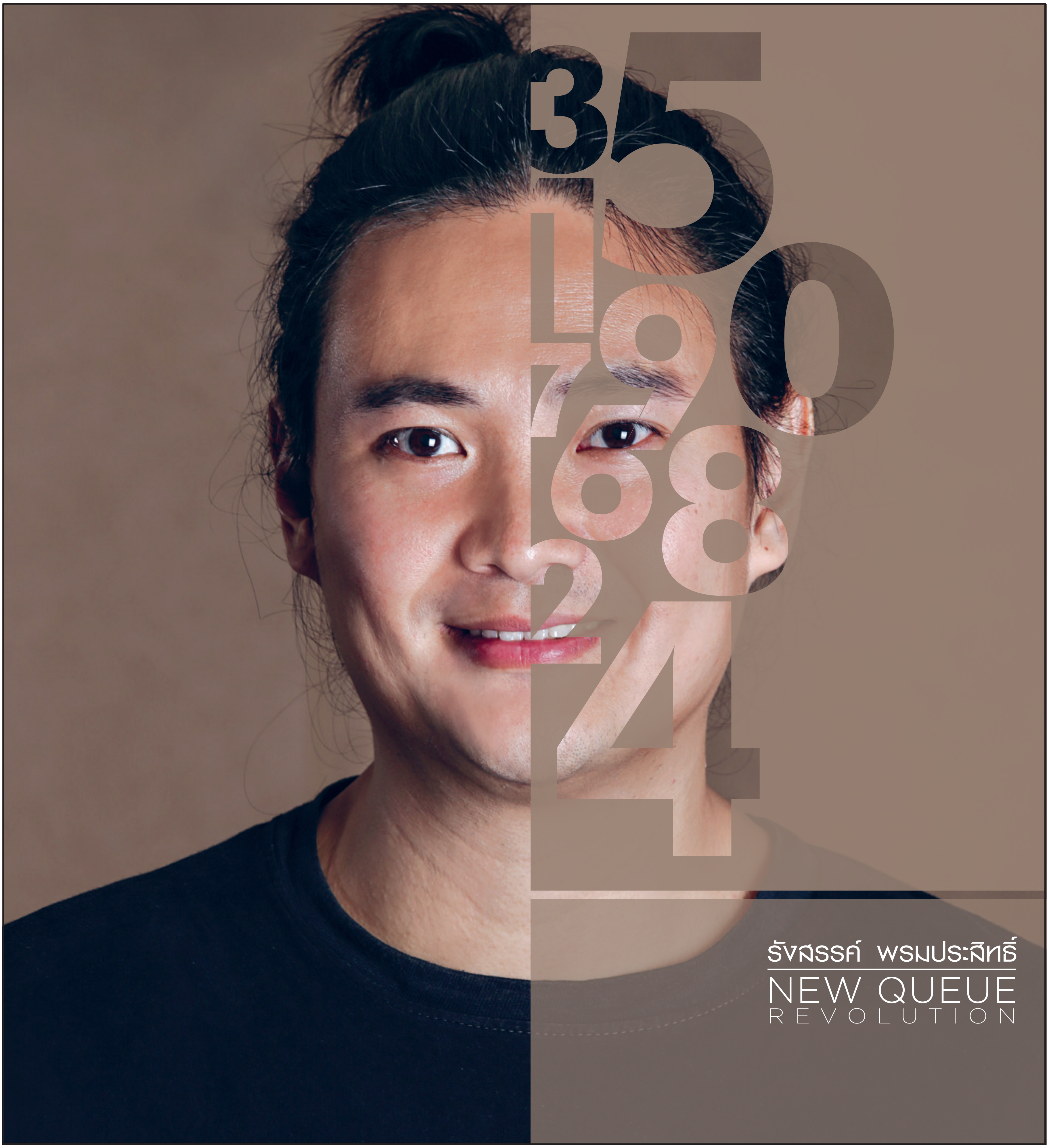


Photo : วิภาวดี พิสุทธิ์ศิริอภิญญา

ตลาดที่ใช่

ความล้มเหลวของการทำธุรกิจ สาเหตุหนึ่งมาจากการเข้าตลาดที่ผิดพลาดตั้งแต่แรก ดังนั้น ก่อนที่จะตัดสินใจกระโจนเข้าสู่ตลาดใดอย่างเต็มตัว สิ่งที่ต้องทำคือ คิดวิเคราะห์ตลาดเป้าหมายที่รองรับกับสินค้าและบริการของตนเองให้แน่ใจเสียก่อน ไม่ว่าจะเป็นขนาดและแนวโน้มการเติบโตของตลาด สินค้า และบริการเป็นที่ต้องการในตลาดเป้าหมายอย่างแท้จริงหรือไม่ พฤติกรรมการบริโภคของกลุ่มลูกค้าเป้าหมายเป็นอย่างไร ซึ่งการจะเข้าต้องรู้ทุกสิ่งเกี่ยวกับตลาดและกลุ่มลูกค้าให้มากที่สุดเท่าที่จะทำได้ เพราะถ้าเราวิเคราะห์ตลาดกำหนดกลุ่มเป้าหมายให้แน่ชัดถูกต้องตั้งแต่แรกแล้วย่อมทำให้ธุรกิจเติบโตตามเป้าหมายที่วางเอาไว้ได้

QueQ แอพพลิเคชันให้บริการระบบจัดการคิวรูปแบบใหม่ ซึ่งช่วยให้ผู้ใช้บริการไม่ต้องเสียเวลารอคิว จะไปเดินเล่น หรือทำธุระอื่นก่อนระหว่างรอได้ เป็นตัวอย่างหนึ่งของการเลือกตลาดที่ใช่และถูกต้องตั้งแต่แรก จึงทำให้เติบโตอย่างรวดเร็วทั้งจำนวน User และการขยายการให้บริการในร้านอาหาร เพราะอย่างที่รู้กันปัญหาและการแก้ปัญหาด้วยระบบคิวนั้นมีมานานหลายสิบปีและมีอยู่ในหลายธุรกิจอุตสาหกรรม แต่การเลือกตลาด Chain Restaurant เป็นตลาดแรกในการให้บริการ QueQ แทนที่จะเลือกธุรกิจอุตสาหกรรมอื่น อย่างธนาคาร หรือโรงพยาบาล รวมถึงการให้ความสำคัญกับการศึกษาเข้าใจพฤติกรรมของผู้ใช้บริการอย่างจริงจัง ก็ทำให้ QueQ เป็นที่รู้จักและประสบความสำเร็จในเวลาอันรวดเร็ว...อยากรู้เคล็ดลับความสำเร็จของ QueQ ต้องไม่พลาดบทสัมภาษณ์ รังสรรค์ พรมประสิทธิ์ ในฉบับนี้

รัชนี พันธ์รุ่งจิตติ
บรรณาธิการ
nee_pan@hotmail.com
SME Startup

CONTENTS

8
CREATIVE&IDEA
Midnight a cocoa พลิกปัญหาให้เป็นกิมมิก

10
INTERVIEW
สัมภาษณ์ รังสรรค์ พรมประสิทธิ์ New Queue Revolution

15
MONEY
10 กฎเหล็กเอาตัวรอดจากพิษเศรษฐกิจตกต่ำ

16-17
SELF-EMPLOYED
ศิรภัสศร สุริยาภณานนท์ กับการสร้างมูลค่าเพิ่มให้เทียนหอม
Fuu'i Candle & Co.ด้วยแพ็กเกจจิ้ง และ
ธัญญพร จิตราภิรมย์ กับ {JUN} เสื้อสไตล์ตะวันออกของผู้ชายเท่ๆ

18
YOUNG MONEY MAKER
ส่องธุรกิจ "Treats" ดิลิเวอรีขนมทั่วโลกถึงบ้านรายเดือน

22
LIFESTYLE
ชวนเช็กอินที่ A Clay Café คาเฟ่ เวิร์กช็อป แกลเลอรี ครบในที่เดียว
และ IFITIS อิ่มหนำอาหารฟิวชั่นในโลกศิลปะเพนต์มือ

24
TRAVEL
ซานฟรานซิสโก มหานครแห่งการเริ่มต้น

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

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

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

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

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

MITSUBISHI ELECTRIC
Changes for the Better

for a greener tomorrow eco Changes

คุณภาพที่คุณเชื่อมั่น ตอบโจทย์ธุรกิจ คุ้มค่ายาวนานกว่า ด้วยเครื่องปรับอากาศมิตซูบิชิ อีเล็คทริค PCY series รุ่นแขวนใต้ฝ้าเพดาน

- **เย็นเร็ว ประหยัดพลังงาน** ด้วยเทคโนโลยีอินเวอร์เตอร์ และมาตรฐานประหยัดพลังงานเบอร์ 5 (ขนาด 18,000-36,000 BTU)
- **ดีไซน์ใหม่ ทันสมัย** สวยกลมกลืนทุกการตกแต่ง
- **ขนาดกะทัดรัด ติดตั้งง่าย** ทั้งตัวเครื่องภายในและภายนอกอาคาร
- **ทนทานใช้งานนานกว่า** ด้วยการออกแบบตัวเครื่องภายนอกให้เหมาะกับภูมิภาคร้อนชื้น และพื้นที่ที่มีข้อจำกัด

เลือกความคุ้มค่าให้ธุรกิจทั้งวันนี้และอนาคต เย็นสบายเหนือระดับ...ประหยัดได้มากกว่าที่คิด

มิตซูบิชิ อีเล็คทริค มีทีมงานที่เชี่ยวชาญแนะนำเครื่องปรับอากาศภายในบ้านและเครื่องปรับอากาศเชิงพาณิชย์ โทร 0-2763-7000 กด 7

ข้อมูลเพิ่มเติม

บริษัท มิตซูบิชิ อีเล็คทริค กันยงวัฒนา จำกัด 28 ถนนกรุงเทพกรีฑา แขวงหัวหมาก เขตบางกะปิ กรุงเทพฯ 10240
โทร 0-2763-7000 โทรสาร 0-2379-4759-62 โทรสาร ศูนย์บริการ 0-2379-4757, 0-2379-4763 www.mitsubishi-kyw.co.th

ISO 9001 BUREAU VERITAS Certification
Excluding design
UKAS QUALITY MANAGEMENT 008

ศูนย์บริการ MITSUBISHI ELECTRIC ได้รับการรับรองมาตรฐานสากลระบบคุณภาพ ISO 9001 : 2008 แห่งแรกในประเทศไทย

ไขข้อสงสัย ทำไมอี-คอมเมิร์ซเอเชียน่าห่วง

ล่าสุดมีการเปิดเผยว่า ตลาดอี-คอมเมิร์ซในเอเชียชะลอตัวลงอย่างน่าตกใจ สวนทางกับจำนวนผู้ใช้อินเทอร์เน็ตผ่านสมาร์ทโฟนที่เพิ่มสูงขึ้น เช่น เมียนมาเพิ่มขึ้น 80 เปอร์เซ็นต์ อินโดนีเซียเพิ่มขึ้น 70 เปอร์เซ็นต์ ซึ่งปัญหาเรื่องความไว้วางใจคือบ่อเกิดของความชะลอตัวนี้ เนื่องจากชาวเอเชียส่วนใหญ่ไม่มั่นใจการซื้อของผ่านร้านค้าออนไลน์ เพราะเคยเจอกับเหตุการณ์แย่ ๆ เช่น ในเมียนมาและบังกลาเทศเกิดเหตุการณ์กล่องสินค้าถูกเปิดก่อนส่งถึงมือลูกค้า และสินค้าที่ได้รับไม่ตรงกับที่สั่ง ลูกค้าจึงรู้สึกไม่ไว้ใจร้านค้าออนไลน์และต้องการเห็นสินค้าจริงก่อนซื้อ

จากปัญหาดังกล่าว ทำให้เจ้าของธุรกิจออนไลน์ต้องกลับมาคิดว่า จะทำอย่างไรให้ลูกค้าเชื่อมั่นและไว้วางใจในธุรกิจออนไลน์ที่ทำ โดยสิ่งที่ต้องทำคือ ซื่อสัตย์กับลูกค้า ให้ข้อมูลสินค้าตามจริง หากไม่สามารถส่งสินค้าได้ให้แจ้งปัญหาที่เกิดขึ้นอย่างตรงไปตรงมา ไม่ควรจัดส่งสินค้าชิ้นอื่นไปแทนโดยไม่แจ้งให้ลูกค้าทราบก่อน และไม่ควรเปิดกล่องสินค้าหลังจากแพ็กเพื่อเตรียมส่งอย่างเด็ดขาด นอกจากนี้ ควรมีรับประกันสินค้า เพื่อให้ลูกค้ารู้สึกได้รับการดูแลเอาใจใส่อย่างดี เช่น หากสินค้าชำรุดจะเปลี่ยนสินค้าใหม่ให้ทันทีหรือคืนเงินเต็มจำนวน

ถ้าแก้ปัญหานี้ได้ อี-คอมเมิร์ซเอเชียก็คึกคักอีกครั้ง

ซีอีโอยุคใหม่มีสไตล์การทำงานอย่างไร

ซีอีโอแต่ละคนมีสไตล์การทำงาน รวมถึงมุมมองความคิดที่แตกต่างกัน ซึ่งบุคคลต่อไปนี้นอกจากได้รับการโหวตว่าเป็นซีอีโอแห่งยุคแล้ว ผู้ประกอบการยังนำมาเป็นต้นแบบการทำงานได้

John Seifert จากบริษัทเอเยนซีโฆษณา The Ogilvy Group บอกว่า ต้องสร้างแรงจูงใจที่ดีในการทำงานให้กับทีมงาน และพร้อมปกป้องทุกคนที่กล้าแสดงความสามารถของตัวเอง Michel Doukeris จากบริษัทผลิตเบียร์ Anheuser-Busch บอกว่า ธุรกิจจะประสบความสำเร็จได้ถ้ามีวิสัยทัศน์ที่ชัดเจน ได้ร่วมงานกับบุคคลที่มีพรสวรรค์และสามารถดึงศักยภาพออกมาใช้ได้อย่างเต็มที่ Ron Nersesian จากบริษัทด้านการวัดทางอิเล็กทรอนิกส์ Keysight Technologies บอกว่า ต้องกล้าเผชิญหน้ากับความท้าทายใหญ่ ๆ และสถานการณ์ที่ยากลำบากโดยไม่คิดยอมแพ้ และ JT McCormick จากบริษัทผลิตสื่อ Scribe Media บอกว่า บทบาทของผู้นำที่ดีคือ ทำงานอย่างเต็มที่และสนับสนุนคนในทีมด้วยการสอนและให้คำปรึกษาเรื่องต่าง ๆ

แล้วคุณเป็นซีอีโอสไตล์ไหน?

TIMING, PERSEVERANCE, AND 10 YEARS OF TRYING WILL EVENTUALLY MAKE YOU LOOK LIKE AN OVERNIGHT SUCCESS.

-- Biz Stone ผู้ร่วมก่อตั้ง Twitter --

เวลา ความพยายาม และ 10 ปีแห่งการไม่ยอมแพ้ จะทำให้ดูเหมือนสร้างความสำเร็จให้เกิดได้ในชั่วข้ามคืน

ปี 2562 Startup สายท่องเที่ยวมาแรง

องค์การการท่องเที่ยวโลกแห่งสหประชาชาติรายงานว่า ปี พ.ศ.2573 ทั่วโลกจะมีนักท่องเที่ยวเพิ่มขึ้น 1.8 พันล้านคน นี่จึงไม่น่าแปลกใจว่าทำไมนักลงทุนแห่ไปลงทุนกับ Startup สายท่องเที่ยว และจากการศึกษาของ Phocuswright บริษัทวิจัยอุตสาหกรรมท่องเที่ยว ระบุ ในปี พ.ศ.2559-2560 มีการระดมทุนกว่า 29 พันล้านดอลลาร์สหรัฐฯ เพื่อ Startup สายท่องเที่ยว

สำหรับ Startup สายท่องเที่ยวที่มีแนวโน้มมาแรงสุด ๆ ในปีหน้า ได้แก่ Timeshifter แอพฯ ช่วยบรรเทาอาการ Jet Lag ให้ผู้ที่เดินทางบ่อย เช่น ทำให้รู้สึกตื่นตัวในช่วงเวลาที่เคยหลับ และแจ้งเตือนเมื่อดื่มกาแฟมากเกินไป AirBuy โซลูชันที่เข้ามาสร้างประสบการณ์ช้อปปิงสินค้าปลอดภาษีที่สนามบินให้น่าประทับใจ โดยสั่งซื้อสินค้าผ่านช่องทางออนไลน์และมารับสินค้าที่สนามบินเมื่อถึงเวลาเดินทาง HeyCars แอพฯ จองรถรับ-ส่งที่สนามบิน ผู้ใช้เลือกได้ว่าต้องการโดยสารรถประเภทใด และยกเลิกได้ฟรีก่อนถึงวันจอง 2 วัน MyCash Online ผู้ให้บริการ E-Wallet สำหรับชำระบิล เติมเงินโทรศัพท์ ซื้อตั๋วรถประจำทางของมาเลเซีย รวมถึงซื้อตั๋วเครื่องบินลดราคาจาก 17 สายการบิน และ Qiantech แอพฯ สร้างประสบการณ์การท่องเที่ยวผ่านเทคโนโลยี AR เช่น สแกนปฏิทิน AR ใน Beijing Palace Museum แล้วจะเห็นผลงานชิ้นเอกของพิพิธภัณฑ์

โหลดด่วนก่อนเดินทาง

5 ดาวรุ่ง Startup แดนอิเหนา

อินโดนีเซียนับว่าเป็นอีกหนึ่งประเทศใน SEA ที่มี Startup เกิดขึ้นมากมาย ซึ่ง 5 Startup ที่เขียนถึงนี้เป็นดาวรุ่งที่ได้รับเงินลงทุนจากนักลงทุนมากที่สุด เริ่มจาก Go-Jek ผู้ให้บริการเรียกรถแท็กซี่และมอเตอร์ไซค์ผ่านโมไบล์แอพฯ ได้เงินลงทุน 1.5 พันล้านดอลลาร์สหรัฐฯ รองลงมาคือ Tokopedia อี-คอมเมิร์ซรายใหญ่ของประเทศที่ให้เจ้าของธุรกิจและบุคคลทั่วไปเข้ามาเปิดร้านค้าออนไลน์ได้ฟรี ได้เงินลงทุน 1.1 พันล้านดอลลาร์สหรัฐฯ Traveloka เว็บไซต์จองตั๋วเครื่องบินและที่พักราคาถูก ได้เงินลงทุน 500 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ Akulaku บริษัทที่ให้บริการทางด้านการเงินอย่างการผ่อนชำระโดยไม่ใช้บัตรเครดิต ได้เงินลงทุน 145 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ และ PT Indo Lotte Makmur บริษัทร่วมทุนระหว่าง Salim Group และ Lotte Group ให้บริการตลาดค้าปลีกออนไลน์ ได้เงินลงทุน 100 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ

Startup แดนอิเหนาไม่ใช่เล่น ๆ

ปีหน้าการตลาดออนไลน์จะไปในทิศทางไหน?
เทรนด์อะไรจะมาแรง? การตลาดแบบไหนที่กำลังจะหมดอายุ?
พฤติกรรมผู้บริโภคออนไลน์จะเปลี่ยนไปอย่างไร? โซเชียลมีเดียยังเป็นเครื่องมือการตลาดที่ทรงพลังอีกหรือไม่?

ทุกคำถามที่ SME ต้องรู้...มีคำตอบอยู่ที่นี่

นิตยสาร SME STARTUP ร่วมกับ ไปรษณีย์ไทย
จัดสัมมนา

NEXT TRENDS 2019

เปลี่ยนเทรนด์ให้เป็นอาวุธ
เจาะกลยุทธ์ดิจิทัลมาร์เกตติ้ง

คุณสโรจ เลาหศิริ
ประธานเจ้าหน้าที่ฝ่ายการตลาด
บริษัท แรบบิท ดิจิทัล กรุ๊ป จำกัด

คุณนพดล ศรีเกียรติขจร
ประธานกรรมการ
บริษัท โอกิลวี่ แอนด์ เมเธอร์ สาขาของ
บริษัท ดับบลิวพีพี (ประเทศไทย) จำกัด

คุณณัฐพัชญ์ วงษ์เหรียญทอง
ผู้เชี่ยวชาญด้านดิจิทัล มาร์เก็ตติ้ง

29.11.2018
12.00-16.30
อาคารสยามกลการ ชั้น 5

การเดินทาง
BTS สถานีสนามกีฬาแห่งชาติ
ทางออกที่ 1

ลงทะเบียนสำรองที่นั่งฟรี! ได้ที่
www.smethailandclub.com
รายละเอียดเพิ่มเติมได้ที่ : 08-4555-0802

SME Thailand
SMETHAILANDONLINE
SME STARTUP
ไปรษณีย์ไทย THAILAND POST

อย่ามองข้าม เสียงของลูกค้า

82% ของลูกค้า

จะเปลี่ยนแบรนด์ทันที
หลังจากได้รับประสบการณ์ที่ไม่ดี
จาก Call Center

91% ของลูกค้า

จะรักแบรนด์ต่อไป
หากได้รับประสบการณ์ที่ดี
จาก Call Center

ลูกค้าติดต่อสื่อสารทางไหน

โทรศัพท์	อีเมล	เว็บไซต์	ออนไลน์แชต	เฟซบุ๊ก	โมไบล์แอพพลิเคชัน
45%	13%	12%	10%	9%	6%

รู้สึกอย่างไร หลังจากติดต่อเพื่อให้แก้ปัญหา

42%	พึงพอใจ
30%	ผิดหวัง
24%	รำคาญ
23%	รับฟัง
22%	ขอบคุณ ยินดี
21%	ซาบซึ้ง
17%	อารมณ์เสีย
15%	โกรธ
14%	สับสน
13%	ไม่สนใจ

ทำไมลูกค้าถึงย้ายหนีจากแบรนด์เดิม

66%	ราคาแพงเกินไป
32%	เจอปัญหาจากการบริการที่ผิดพลาด
30%	ไม่มีของรางวัลหรืออะไรจูงใจให้ต่ออายุ
28%	ได้รับการปฏิบัติที่ไม่เป็นธรรม
27%	นำเสนอส่วนลดเฉพาะลูกค้ารายใหม่
25%	ไม่ได้รับการแก้ปัญหาทันเวลา
24%	ล้มเหลวในการแก้ปัญหาจากการติดต่อในครั้งแรก
20%	สตาฟฟ์มือใหม่และไม่มีความรู้ในการตอบคำถาม
14%	Call Center ล้มเหลวในการติดตามการแก้ปัญหา
14%	ปัญหาจากประสิทธิภาพของเว็บไซต์

จะรักษาลูกค้าด้วยบริการได้อย่างไร

62%	มั่นใจว่า Call Center รู้ข้อมูลการบริการลูกค้า
59%	ให้ข้อมูลเชิงรุกเกี่ยวกับการแก้ปัญหา
53%	ใช้ Call Center เป็นคนในประเทศ
43%	มีช่องทางการติดต่อที่มากกว่าการโทรศัพท์และการไปจุดบริการ
43%	แสดงความห่วงใยและดูแลอย่างสุภาพ
37%	ขอโทษเมื่อลูกค้าไม่พอใจการบริการ

รู้สึกอย่างไรเมื่อแชตผ่านออนไลน์

14%	มีความสุขอย่างมาก
57%	มีความสุข
21%	ไม่มีความสุข
8%	ไม่มีความสุขเลย

ที่มา : https://callminer.com

GSB สุดยอด SMEs STARTUP ตัวจริง

ธนาคารออมสิน Government Savings Bank

GSB SMART SMEs SMART STARTUP 2018

งานเดียวที่รวมทุกศักยภาพ SMEs
และสร้างเสริม Startup ไทย บุกโลกดิจิทัล

ยกทัพ
นักรบทางความคิดพันธุ์ใหม่
"บุกโลกดิจิทัล"

16 - 18 พฤศจิกายน 2561 เวลา 10.00 - 20.00 น.
ณ ห้องเพลนารี่ ฮอลล์ ศูนย์การประชุมแห่งชาติสิริกิติ์

GSB Society

W. http://go.eventpop.me/GSBSmartSMEsStartup2018

MIDNIGHT A COCOA
พลิกปัญหาให้เป็นกิมมิก

Text : Kritsana S. / Photo : Vipa Vadi

จากความต้องการดื่มโกโก้ในช่วงเวลาที่ต้องทำงานดึกดื่น แต่ด้วยร้านขายเครื่องดื่มประเภทนี้ส่วนใหญ่ปิดหลัง 4 ทุ่ม **เดียร์-ทิสลักษณ์ คำงาม** เลยลุกขึ้นมาชงโกโก้ดื่มเอง และคิดว่าน่าจะมีคนอื่นๆ อยากดื่มโกโก้ในช่วงเวลานี้เช่นกันเลยเปิดร้านขายโกโก้ยามค่ำคืนขึ้นในชื่อ Midnight A Cocoa มีโกโก้ให้เลือก 3 เลเวล ได้แก่ Goodnight นมเยอะกว่าโกโก้ ไม่หวานมาก Midnight อัตราส่วนของนมและโกโก้อย่างละครึ่ง โกโก้ข้นและหวาน และ Darknight โกโก้เยอะกว่านม เข้มข้นแต่ไม่ขม ส่วนวิปครีมไม่มีทุกวัน ต้องลุ้นว่าวันไหนจะเป็น Good Day

เดียร์เล่าถึงร้าน Midnight A Cocoa ให้ฟังว่า ร้านนี้เปิดมาแล้ว 3 ปี ในช่วงแรกที่เปิด ลูกค้าต้องกดกริ่งเรียก เพราะเธอต้องทำงานอื่นจึงไม่สะดวกยืนประจำหน้าร้านตลอด ช่วงนั้นขายได้ 10 กว่าแก้ว บางวันขายได้แค่ 2-3 แก้ว แต่ด้วยความใจดีของเธอที่เติมความหวานหรือความเข้มข้นของโกโก้ให้ลูกค้าโดยไม่คิดราคาเพิ่ม เพราะเข้าใจดีว่าคนที่ชอบดื่มโกโก้ย่อมอยากดื่มโกโก้รสอร่อยตามต้องการ ได้สร้างความประทับใจให้ลูกค้าเป็นอย่างมาก ทำให้เกิดการบอกต่อในโลกออนไลน์ ส่งผลให้จำนวนลูกค้าเพิ่มขึ้นอย่างเห็นได้ชัด และทำให้ต้องเจอกับปัญหาต่างๆ เช่น การแซงคิวและโกโก้ไม่พอขาย เธอเลยคิดหาวิธีแก้ปัญหา ซึ่งในเวลานี้วิธีเหล่านั้นได้กลายเป็นกิมมิกเรียกลูกค้าเข้าร้านไปเสียแล้ว

ปัญหาแรกที่เจอ คือ การตั้งราคา หากตั้งราคาโกโก้แต่ละเลเวลแตกต่างกันจะต้องจ้างพนักงานแคชเชียร์เพื่อรับเงินทอนเงิน ดังนั้นเลยแก้ปัญหาด้วยการตั้งราคาแก้วละ 50 บาท รับเฉพาะแบงก์ 50 บาท ถ้าไม่มีสามารถแลกได้ที่ร้าน ลูกค้าจ่ายเงินด้วยการหยอดแบงก์ 50 บาทใส่กระเป๋าหน้าเคาน์เตอร์ ตอนนี้วิธีนี้กลายเป็นกิมมิกเด่นของร้านและเป็นธรรมเนียมปฏิบัติไปโดยปริยาย

ปัญหาถัดมาที่เจอหลังลูกค้าล้นหลามเพราะตามมาจากรีวิวในโลกออนไลน์ คือ การแซงคิว ช่วงแรกใช้วิธีแจกบัตรคิว แต่นั่นก็ไม่ได้ช่วยแก้ปัญหาเท่าไหร่นัก เพราะลูกค้าแย่งกันรับบัตรคิว บางคนมาถึงร้านก่อนแต่ไม่ได้คิวแรกเพราะลุกมารับบัตรคิวช้า ฉะนั้นเพื่อให้เกิดความยุติธรรม เธอจึงปิ๊งไอเดียให้จับปิงปองลุ้นว่าจะได้คิวที่เท่าไหร่ โดยลูกค้าที่มีสิทธิ์จับปิงปองต้องมาที่ร้านในเวลา 21.50 น. ส่วนลูกค้าที่มาหลังการจับปิงปองจบจะได้รับบัตรคิวเป็นไพ่ โดยเรียงลำดับคิวจากไพ่โพธิ์ดำไปไพ่ดอกจิก และจำนวนไพ่ที่แจกเท่ากับจำนวนแก้วที่สั่ง วิธีนี้นอกจากแก้ปัญหาการแซงคิวได้แล้ว ยังทำให้รู้ปริมาณโกโก้ว่าเพียงพอต่อการขายหรือไม่ โดยจะเช็กปริมาณโกโก้ทุกๆ การแจกไพ่ครบ 100 ใบ ถ้าโกโก้พอต่อการขายจึงจะแจกไพ่ต่อ

ปัญหาสุดท้าย ลูกค้าหลายคนไม่สะดวกต่อคิวรอซื้อโกโก้ที่หน้าร้าน เธอจึงอำนวยความสะดวกแก่ลูกค้ากลุ่มนี้ด้วยบริการ Delivery ที่ส่งในพื้นที่ใกล้เคียงร้าน Pick Up ลูกค้ามารับโกโก้ที่หน้าร้าน และ Mid Day ส่งเฉพาะช่วงกลางวัน โดยทั้ง 3 บริการต้องสั่งผ่าน Line@ ล่วงหน้า 1 วัน

เชื่อหรือไม่ การพลิกปัญหาให้มาเป็นกิมมิกยิ่งกลายเป็นแรงเหวี่ยงทำให้เกิดการบอกต่ออย่างรวดเร็ว และยิ่งเรียกลูกค้าเข้าร้านรอคิวอย่างล้นหลาม ทั้งๆ ที่ร้านไม่เปิดทุกวันและมีวันเปิดไม่แน่นอน ดังนั้น เพื่อความชัวร์ก็ต้องเช็กตารางเปิดร้านในเฟซบุ๊กเพจของร้านก่อนมาร้าน

"เราไม่เคยคิดว่าร้านต้องมีกิมมิก แต่เพราะเจอปัญหาเลยต้องหาวิธีแก้ปัญหาที่มีประสิทธิภาพที่สุด โชคดีที่ลูกค้ามองวิธีที่เราใช้เป็นกิมมิกสร้างความสนุกให้กับพวกเขาในทุกครั้งที่มาร้าน และด้วยความที่ร้านมีหลายกิมมิก หลายคนเลยคิดว่านี่อาจสร้างความยุ่งยากในการทำธุรกิจ แต่ส่วนตัวไม่มองเช่นนั้น เรามองว่าคือการคัดกรองลูกค้า ทำให้เจอลูกค้าที่ต้องการดื่มโกโก้ของเราจริงๆ อีกทั้งยังทำให้บรรยากาศร้านน่ารัก คนไม่ต้องแย่งคิวกัน ซึ่งภาพดีๆ นี้ทำให้รู้สึกรักร้านตัวเองมากขึ้น มีความสุขที่จะทำ อยากเปิดร้านไปนานๆ"

นี่แหละปัญหาไม่ได้เป็นขวากหนามที่ต้องก้าวข้ามเสมอไป หากรู้จักคิดพลิกแก้ปัญหาด้วยไอเดียก็จะได้ผลลัพธ์ความสำเร็จเหมือนเช่น Midnight A Cocoa

หัวมุมสี่แยกบ้านแขก ติดร้านสุนทรวาดรูป เปิด 22.00-02.00 น.
08-0076-6767
midnightacocoa
@midnightacocoa

CHIANG MAI DESIGN WEEK 2018

UNESCO

United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization

Chiang Mai
City of Crafts and Folk Art

Designated UNESCO Creative City in 2017

เทศกาลงานออกแบบเชียงใหม่

CHIANG MAI DESIGN WEEK 2018

ยิ่งขัดเกลา ยิ่งแหลมคม

8——16 ธ.ค. DEC

ย่านอนุสาวรีย์สามกษัตริย์
TCDC เชียงใหม่

CHIANGMAIDESIGNWEEK.COM

ORGANISED BY

สำนักนายกรัฐมนตรี
CEA CREATIVE ECONOMY AGENCY
TCDC Chiang Mai

OFFICIAL PARTNERS

จังหวัดเชียงใหม่

TOP SUPPORTER

GC

MAJOR SUPPORTERS

TCEB
SUS
SINGHA CORPORATION Co.,Ltd.
Shangri-La hotel CHIANG MAI
EPSON EXCEED YOUR VISION
one nimman

รังสรรค์ พรมประสิทธิ์

NEW QUEUE

REVOLUTION

Text : รัชนี พันธ์รุ่งจิตติ / Photo : วิภาวดี พิสุทธิ์สิริอภิญญา

จาก SME ที่ทรานส์ฟอร์มตัว
สู่การเป็น Startup
ที่ใช้ Pain Point ในการสร้างธุรกิจ
เป็นจุดเริ่มต้นของ QueQ แอพพลิเคชัน
ที่ให้บริการระบบจัดการคิว
รูปแบบใหม่ผ่านโมไบล์
เพื่อแก้ปัญหาการเสียเวลา
รอคิวในการใช้บริการในที่ต่างๆ
ไม่ว่าจะเป็น ร้านอาหาร
โรงพยาบาล เป็นต้น

โดยมีตัวเลขจำนวน User ที่มากถึง 1 ล้านคน ร้านอาหารที่ใช้บริการนี้อีก 400 สาขา และการขยายการบริการไปต่างอุตสาหกรรม อย่าง โรงพยาบาล รวมถึงการ Scale ไปต่างประเทศเป็นเครื่องการันตีความสำเร็จ และล่าสุดเขาเพิ่งได้รับรางวัล SME Thailand Inno Awards 2018 ในสาขารางวัลโดดเด่นด้านพัฒนาผลิตภัณฑ์ซอฟต์แวร์

แต่ใครจะรู้บ้างกว่าจะมาถึงความสำเร็จในวันนี้ได้ของ **รังสรรค์ พรมประสิทธิ์** หนทางไม่ได้โรยด้วยกลีบกุหลาบ ด้วยความแตกต่างอย่างสิ้นเชิงใน Business Model ของ SME และ Startup ทำให้เขาต้องเรียนรู้ความผิดหวังและล้มเหลวเป็นร้อยครั้ง และนี่คือเบื้องหลังความสำเร็จของ QueQ ที่ใช้เวลาเพียง 3 ปีกับการเป็น Startup ก็สามารถเติบโตแซงหน้าการเป็นซอฟต์แวร์เฮาส์ที่ใช้เวลาถึง 6-7 ปีมาแล้ว

จาก SME ทำไมถึงผันตัวมาเป็น Startup ได้

เราเป็นซอฟต์แวร์เฮาส์มานานเป็น 6-7 ปี แล้วไม่รู้ว่าจะโตต่อไปยังไง ลองนึกภาพดูพอมีโปรเจกต์เข้ามาเราก็ขยายทีมงานไปเรื่อยๆ พอทีมขยายก็มีค่าใช้จ่ายเยอะขึ้น โปรเจกต์ที่รับก็ต้องใหญ่ขึ้นตามไปด้วย ถึงจุดหนึ่งเราต้องไปแข่งกับบริษัทที่ใหญ่มากๆ สุดท้ายเราต้อง Sub งานจากเขามาทำ มองไม่ออกว่าแล้วเราจะก้าวต่อไปยังไง เลยมีการคุยกันว่า เราน่าจะทำโปรดักต์ของตนเอง แล้วตอนนั้นคำว่า Tech Startup เริ่มเกิดขึ้น ผมเองก็คิดว่าถ้าจะทำโปรดักต์ขึ้นมาสักอย่างต้องไม่ใช่มีแค่เทคโนโลยี แต่ควรเอา Business Model มาด้วย นั่นคือ Startup เราเลยเริ่มเปลี่ยนตัวเอง และเริ่มมองหา Pain Point ที่จะเอามาตั้งต้นทำโปรดักต์ และด้วยความที่เราเป็นซอฟต์แวร์เฮาส์ไม่ได้อยู่ในธุรกิจอุตสาหกรรมอะไรเลย เราจะไม่รู้หรอกว่ามีปัญหาอะไรลึกๆ ในอุตสาหกรรมนั้นๆ บ้าง ดังนั้น ถ้าจับตลาด B2B ไม่น่าจะเวิร์ก แต่ควรจะจับตลาดที่เป็น Mass Market เป็น B2C โดยที่ไปแก้ปัญหาแบบใดแบบหนึ่งที่ User ทุกคนสามารถใช้ได้จะดีกว่า

ตอนที่เราเริ่มเปลี่ยนตัวเอง ในแต่ละเดือนจะมีการเอาไอเดียมาคุยเพื่อช่วยกันคิด ไอเดียเรื่องคิวเป็นหนึ่งในไอเดียที่ผมไปเจอด้วยตนเอง จริงๆ ระบบการรอคิวมีมาหลายสิบปีแล้ว แต่ส่วนใหญ่เขาจะมองไปด้านเดียวคือการทำให้โอเปอเรชั่นของธนาคารทำงานได้สะดวก คนไม่แซงคิวกัน ซึ่งมันไม่ได้ตอบโจทย์คนที่ไปยืนรอคิว ดังนั้น มันน่าจะมีโซลูชันอะไรที่ตอบโจทย์ฝั่งคนที่ไปรอคิวบ้าง ตอนนั้นเลยเกิดไอเดียขึ้นมาว่ามันควรจะทำโมไบล์แอพฯ แล้วมาแจ้งเตือนเวลาที่ถึงคิวจะได้ไม่ต้องมายืนรอกันนานๆ ให้เขาไปทำอย่างอื่นก่อน แล้วค่อยกลับมาเมื่อถึงคิวจริงๆ

ฉะนั้น QueQ จึงเกิดจาก Pain Point 2 อย่าง อย่างแรกคือ Pain Point ของบริษัทเองที่เราไม่รู้จะโตยังไง กับ Pain Point ของคนรอคิว

วันที่ตัดสินใจเปลี่ยน Business Model มาเป็น Startup คุณมั่นใจแค่ไหนกับทางเลือกนี้

ไม่มั่นใจมาตลอดเลย และแม้ปัจจุบันก็ยังมีความไม่มั่นใจอยู่ เพราะตอนนี้เราอยู่ใน Stage ที่กระโดดไปต่างประเทศ ฉะนั้นมันจะเหมือนช่วงจุดเริ่มต้นที่เราไม่มั่นใจเลยว่าสิ่งที่เราทำมีตลาดหรือเปล่า แต่สิ่งที่เกิดขึ้นในฐานะที่เป็นซีอีโอความไม่มั่นใจนี้ไม่สามารถไปบอกคนอื่นให้รู้ได้เลย การที่เรารับโปรเจกต์น้อยลงเพื่อมุ่งมาทำ QueQ มันเหมือนทุบหม้อข้าวตัวเอง ซึ่งเมื่อทุกคนเดินมาทางนี้แล้ว ถ้าอยู่ดีๆ ซีอีโอบอกไม่มั่นใจคงไม่ได้ เพราะเอาจริงๆ เรื่องระบบการจัดคิวมันไม่ใช่สิ่งที่ว้าว! เลย เป็นปัญหาที่มีมานานแล้ว

ในช่วงของการทรานส์ฟอร์ม ต้องบอกว่า เราไม่ได้อยู่ดีๆ เปลี่ยนตัวเองจาก SME มาเป็น Startup ในทันที QueQ ถ้านับวันเริ่มต้นที่คิดกันก็ไม่ถึง 5 ปี ช่วง 1-2 ปีแรกนั้นเป็นช่วงการทรานส์ฟอร์มตัวเอง เริ่มมีโปรเจกต์พิเศษอยู่ภายใต้โปรเจกต์ที่ต้องทำ ต้องมานั่งทำงานกันเสาร์-อาทิตย์เป็นงานที่นอกเหนือจากงานปกติ เริ่มเปลี่ยนทีมงานให้คิดเป็นโปรดักต์มากขึ้น ไม่ต้องคิดแบบทำงานส่งลูกค้า เริ่มทำงานแบบที่ไม่เคยทำมาก่อน เอาทีมงานไปคลุกกับสถานที่จริงๆ เพราะต้องไปศึกษาว่าสิ่งที่เราทำจะรองรับกับร้านอาหารยังไงกับคนยังไง โปรแกรมเมอร์ต้องไปนั่งที่ร้าน ทีมดีไซน์ UX/UI ก็ต้องไปคุยกับลูกค้าผู้ใช้งานมากขึ้น ฉะนั้นช่วงปีแรกๆ มันคือการปูพื้นฐาน ปรับตัวเองทีละนิด ซึ่งช่วงนั้นมีปัญหาพอสมควรเรื่องทีมงานบางคนที่อาจจะไม่เหมาะกับการทำงานสไตล์นี้เขาก็จะออกไปจนวันหนึ่งที่รายได้ Startup ครอบคลุมรายจ่ายทั้งหมด เราก็ตัดสินใจเลิกทำโปรเจกต์ซึ่งเป็นเมื่อปีที่แล้ว ทุกคนเปลี่ยนตัวเองมาทำงานแบบ Startup เรียบร้อย

คุณเริ่มมั่นใจกับการตัดสินใจว่ามาถูกทางแล้วช่วงไหน

ทุก Startup จะรู้สึกอย่างนี้เหมือนกันหมด เพราะ Startup กำลังทำสิ่งที่มันอาจจะยังไม่เคยมีมาก่อน อย่างน้อยก็ในประเทศไทย ซึ่งความที่ไม่มีมาก่อน Startup เลยต้องพิสูจน์สมมติฐานบางอย่างที่ตั้งขึ้นมาที่เป็น Pain Point ที่คอร์ปอเรทเข้าไปไม่ถึง ช่วงแรกๆ เป็นช่วงวัดใจของ Founder แม้กระทั่ง Startup ดังๆ อย่าง Airbnb ก็เป็นแบบนี้ เพราะมันเป็นไอเดียที่เปลี่ยนโลก ฉะนั้นตอนต้นทุกๆ Startup จะเจอเหมือนกัน มันคือช่วงดิ่งลงเหว คืออารมณ์ความรู้สึกจะเกิดความไม่มั่นใจในสิ่งที่ทำเยอะมาก แล้วความมั่นใจกับความไม่มั่นใจจะสลับขึ้นๆ ลงๆ เช่น พอเรื่องของเราได้ลงมีเดียมีคนพูดถึงความมั่นใจก็จะขึ้นมา พอไปหาลูกค้าลูกค้าบอกใช้ไม่ได้หรอกกับของผม ความเชื่อมั่นนั้นก็จะลดลงมาอีก แล้วพอมี User ดาวน์โหลดแอพฯ มีคนใช้คนชม ความมั่นใจก็กลับขึ้นมาอีก แต่พออยู่ดีๆ ไป Pitching ตกรอบมันก็ลงมาอีก มันจะเป็นอย่างนี้ไปเรื่อยๆ จนถึงจุดจุดหนึ่งที่มีการใช้จริง มีรายได้เข้ามาจริงๆ มีจำนวน User เกิดขึ้นจริงๆ ช่วงนั้นแหละคือมั่นใจแล้ว สำหรับ QueQ ถามว่าความมั่นใจเกิดขึ้นตอนนั้น เรามั่นใจเมื่อเรามี User 1 ล้านคน เพราะเมื่อ User 1 ล้านคนแปลว่าตลาดที่เราจับถูกต้อง User พูดต่อ User ส่งต่อโดยที่เราไม่ต้องเสียค่าโฆษณา แบบนี้แปลว่าเรากำลังทำคุณค่าอะไรสักคุณค่าหนึ่งแล้วคนรับรู้แล้วส่งต่อ ซึ่งเพิ่งเกิดขึ้นเมื่อต้นปีที่ผ่านมา นั่นแปลว่าที่เราทำมาเกือบ 5 ปีมันไม่มั่นใจเลย

ปัญหาอะไรที่กดดันที่สุดของ Startup

คิดหลายทีแต่ไม่เคยพูดให้ใครฟัง คือ Eco System ของ Startup จะมีซีอีโอชอบไปรวมกลุ่มกัน เพราะทุกคนกดดันเหมือนกัน บอกคนในทีมไม่ได้จะเสียกำลังใจเปล่าๆ ให้เขาทำงานของเขาดีกว่า ฉะนั้นซีอีโอแต่ละคนจะแบกความกดดันนี้เอาไว้ แล้วสิ่งที่ง่ายที่สุดคือไประบายให้ซีอีโอด้วยกันฟัง งใหมเป็นซีอีโอ SME มาตั้งนานไม่เคยมีความรู้สึกกดดัน แต่พอมาเป็น Startup ทุกอย่างมันกดดัน วิธีเดียวคือไปแชร์กับซีอีโอด้วยกันใครเจอปัญหาอะไรมาแชร์กัน อันนี้ช่วยได้เยอะ

แต่สุดท้ายมันเป็นเรื่องของ Passion ซึ่งในนิยามของผม Passion คือไม่ว่าเราจะเจอปัญหาหนักแค่ไหน จนท้อสุดๆ กลับไปไม่อยากทำอะไรนอนหมดแรง แต่พอตื่นรุ่งเช้าอยู่ดีๆ กระโดดออกจากเตียงแล้วไปแก้ปัญหาของเมื่อวาน อันนี้คืออารมณ์ Passion จริงๆ

> Startup กำลังทำสิ่งที่มันอาจจะ **ยังไม่เคยมีมาก่อน** อย่างน้อยก็ในประเทศไทย ซึ่งความที่ไม่มีมาก่อน Startup เลยต้องพิสูจน์ สมมติฐานบางอย่าง ที่ตั้งขึ้นมาที่เป็น Pain Point ที่คอร์ปอเรทเข้าไปไม่ถึง

การทำธุรกิจในรูปแบบ SME และ Startup มีความยากง่ายแตกต่างกันอย่างไรบ้าง

วิธีคิดมันกลับหัวกลับหาง ตอนที่เราทำ SME เราต้องการลูกค้า ต้องการรายได้เพื่อให้มันโตขึ้นเรื่อยๆ กำไรคือสิ่งแรกที่ต้องคิด แต่วิธีคิดของ Startup เปลี่ยนไปเป็นการสร้างคุณค่าแก้ปัญหาอะไรให้โลกนี้ แล้วมีเรื่องของ Money Game เข้ามา เพื่อดันให้คุณค่าตัวนี้กระจายออกไปได้ไกลที่สุดเร็วที่สุด ซึ่งเอาจริงๆ มันไม่ใช่ Money Game ของ Startup แต่เป็นของ Investor ที่เอาเงินมาเสี่ยงกับ Startup เพื่ออะไร เพื่อให้ Startup สามารถโตขึ้นไปได้แล้วมูลค่าที่ลงทุนมันโตไปตาม Startup รายได้คือส่วนหนึ่ง แต่มีเรื่องจำนวน User มีเรื่องตลาดที่จับต้องได้ มีอีกหลายปัจจัยนอกจากเรื่องเงิน แต่สุดท้ายตัวที่วัดหลังจากข้าม Early Stage แล้ว วัดกันด้วยเงินเหมือนคอร์ปอเรททั่วไป เปลี่ยนตัวเองกลายเป็นธุรกิจจริงๆ

ตอนนี้ QueQ อยู่ Stage ไหน

QueQ อยู่ Growth Stage แล้ว เรากำลังจะปิด Series A ซึ่งจริงๆ ก็ถือว่าช้านะ มีจุดจุดหนึ่งอยากฝาก Startup ไทย คือหลายคนชอบไปวัดกันด้วยว่าใคร Raise ได้เยอะแค่ไหน ซึ่ง Raise ได้เยอะแค่ไหนมันเป็นภาระที่กลับเข้ามาว่าคุณจะทำ Impact ได้เยอะขนาดนั้นจริงหรือเปล่า นักลงทุนมาลงทุนเพื่ออะไร สมมติลงทุน 10 ล้านบาท ต้องการออกที่เท่าไหร่ 30 ล้านบาท 50 ล้านบาท แปลว่าภายในปีหนึ่งคุณต้องโตให้ได้เท่านั้น พอมันโดนแรงบีบมา มันจะไม่ใช่ Stage ของการทดลองอีกแล้ว บางทีมันต้องไปจับตลาดจริง เน้นรายได้มากขึ้น แล้ว Investor ที่เข้ามาถือหุ้น เขามีสิทธิ์ดีเบตทุกๆ ก้าวที่เราขยับ ฉะนั้นการหา Investor ที่ไปด้วยกันได้เป็นเรื่องสำคัญ เงินที่เอามาลงจะเป็น Good Money หรือ Bad Money ก็ต้องระวัง Startup อาจจะโดน Investor ชักจูงไปทำอะไรก็ไม่รู้ที่ไม่ใช่คุณค่าที่ตั้งใจจะทำ ซึ่งการที่ QueQ เป็น SME มาก่อนมีข้อดีคือมีเงินมาหล่อเลี้ยงบริษัทไม่ต้องรีบ Raise Fund แล้วยิ่ง QueQ เป็นโมเดลหาเงินได้ตั้งแต่วันแรกที่ไปลงระบบขณะที่หลาย Startup รายได้มาหลังจากนั้น ถ้าเราทำตัวอื่นไม่ได้ทำ QueQ แล้วรายได้มาทีหลังตอนนี้เราก็ยังคงต้องทำโปรเจกต์อยู่หรือไม่ก็ต้องรีบ Raise Fund

สำหรับเป้าหมายของการ Raise Fund รอบนี้คือการ Scale ออกนอกประเทศ ซึ่งเราจะช้ากว่านี้ไม่ได้เพราะคู่แข่งจะตามทัน เมืองนอกเริ่มเห็นโมเดล QueQ หลายรายเอาไปก็อบปี้ทำที่ต่างประเทศ ถ้าเราช้าเราก็จะออกต่างประเทศไม่ได้ สุดท้ายเราก็ตันในไทย แล้วพอ Scale ไม่ได้แปลว่าเมืองนอกสามารถทำแบบเราได้แล้ว ถ้าเขา Raise Fund ได้เขาก็สามารถที่จะมาไทยได้เหมือนกัน

ตอนนี้เรามีฐานที่มาเลเซียแล้ว โดยมีคนที่เป็น Country Manager แค่คนเดียว เพราะเทคโนโลยีเราสร้างที่เมืองไทย ที่โน่นต้องการแค่เซลส์กับโอเปอเรชั่นแค่นั้นเอง เรายกเทคโนโลยีไปได้เลย ฉะนั้นในต่างประเทศกลายเป็นง่ายกว่าในไทยด้วยซ้ำ เรามีโนว์ฮาวแล้วว่าควรจะเข้าตลาดยังไงมีปัญหาอะไรที่เจอบ้าง มันสามารถก็อบปี้ไปใช้โดยที่อาจจะมีบางอย่างที่แต่ละประเทศจะไม่เหมือนกันบ้าง นอกจากนี้ ก็กำลังมองไต้หวัน แต่ที่ไต้หวันคนไม่เดินห้างฯ เยอะ คนจะไปเดินมาร์เก็ต ฉะนั้นเราจะมีโซลูชันอื่นเข้าไปรองรับ แต่จุดสำคัญคือแก้ปัญหาเรื่องการใช้เวลาและทำให้เป็น Everyday APP ที่คนใช้ได้ทุกวันเหมือนกัน ที่สำคัญเรามองไปถึงเกาหลีด้วยเพราะว่าเดี๋ยวเราจะมี Investor เกาหลีมาลงด้วย ที่น่าสนใจคือ Investor เกาหลีเงินเยอะมาก แต่เขาไปลงที่เวียดนามหมดไม่ได้มาลงที่ไทย ฉะนั้น ถ้า QueQ ทำได้ดีก็จะเป็นไปได้ว่า Investor เกาหลีจะมามองตลาด Startup ในไทยมากขึ้น

คุณคิดว่าอะไรคือเคล็ดลับที่ทำให้ QueQ ประสบความสำเร็จขึ้นมาได้

มี 2-3 เรื่อง ข้อแรกเราเลือกตลาดได้ถูก คือร้านอาหาร จริงๆ ถ้าเราลิสต์ออกมาว่าตลาดไหนที่ต้องมีการรอคิว มีตั้งแต่ร้านอาหาร ธนาคาร โรงพยาบาล หน่วยงานภาครัฐ แต่อยู่ดีๆ ถ้าเราไม่เริ่มที่ร้านอาหารเราจะไม่ได้ User เป็นล้านคน สมมติเราไปเริ่มที่โรงพยาบาลแล้วบอกว่าดาวน์โหลดแอพฯ QueQ ถ้าไปโรงพยาบาลแล้วจะได้ใช้ ใครจะคิดว่าตัวเองป่วย ฉะนั้นจุดแรกที่เริ่มเรามองภาพว่าเราจะรองรับฝั่ง User เราไม่ได้ทำเพื่อรองรับฝั่งโอเปอเรชั่น เราแก้ปัญหา User แล้วเราต้องได้ User เราเลยต้องทำตัวเป็น Everyday APP ที่คนใช้ได้ทุกวัน

ข้อที่สองคือ เป็นเรื่องที่ทำให้ QueQ ตกรอบเมื่อไป Pitching มาตลอด แล้วการคุยกับนักลงทุนแรกๆ ยากมาก คือ QueQ มีฮาร์ดแวร์ซึ่งก็คือตู้กดคิว พอมีฮาร์ดแวร์แปลว่าการ Scale ไปต่างประเทศเราต้องลงทุนฮาร์ดแวร์ เราต้องไปหาร้านติดตั้งอุปกรณ์ก่อน ตัวนี้คือจุดอ่อนที่ทำให้ QueQ ตกรอบ เพราะ Investor ยังมอง Startup ไทยเป็น Software Base อยู่ จากที่เดิมทุกคนมาพูดบอกว่าตู้นี้จะฆ่าคุณทำให้คุณเจ๊ง ในวันนี้สำหรับ QueQ ฮาร์ดแวร์กลายเป็นพระเอก กลายเป็นว่าคุณจะไม่เห็นโฆษณา QueQ บนรถไฟฟ้าหรือที่ไหนเลย เพราะตู้นี้เป็นพระเอกในการโฆษณาของเราทำให้คนรู้จัก QueQ เพราะเห็นตู้ QueQ ตั้งอยู่หน้าร้านตลอด

ข้อที่สาม เป็นทีมงานทั้งหมด ด้วยข้อได้เปรียบจุดหนึ่งที่เราไม่ใช่ Startup ตั้งเริ่มต้นแบบที่มีเพื่อน 3-4 คนเหมือน Startup ทั่วไป แต่อยู่ดีๆ เรามีทีมงาน 30 คน แล้ว 30 คนนี้เป็นคนที่ทำโซลูชันทำแอพฯ ตัวใหญ่ๆ ทั้งนั้น ฉะนั้นเทคโนโลยีจึงเป็นตัวนำ ทำให้เราขยับเทคโนโลยีไปได้เร็ว คนที่จะเลียนแบบเราก็จะตามไม่ทัน รวมถึงตอนนี้กระโดดข้ามมาทำแบงก์ โรงพยาบาล ทุกอย่างมันต้องใช้เทคโนโลยีคนละแบบ ที่น่าภูมิใจคือคนไทย 100 เปอร์เซ็นต์ที่ทำโซลูชันนี้

ทำไมคุณถึงเลือกที่จะนำระบบคิวเข้าไปในธุรกิจร้านอาหาร

Pain Point แรกที่เราไปเจอคือที่ธนาคาร แต่พอทำ Business Model Canvas ออกมาแล้ว ถ้าเราไปทำที่ธนาคารซึ่งมีคู่แข่งในตลาดนี้อยู่แล้ว เราไม่มีทางไปเบียดเขาได้ รวมถึงถ้ามองในแง่ความถี่ในการไปธนาคาร คนเราไปธนาคารแค่เดือนละครั้งสองครั้ง ซึ่งเราควรทำในตลาดที่คนใช้งานแอพฯ นี้ได้ถี่กว่า เราเลยมาสรุปที่ร้านอาหารก่อน ซึ่งร้านอาหารก็เป็นเซกเมนต์ที่ใหญ่มากๆ โดยเฉพาะคนเอเชียชอบไปกินข้าวนอกบ้านเยอะ เราเลยต้องสโคปลงไปอีกว่าเป็น Chain Restaurant เพราะถ้าเราสามารถเข้าไปได้แค่ 1 เชนก็ทำให้เราได้ลูกค้าทีเดียวหลายสาขา แล้ว Chain Restaurant ส่วนใหญ่คนรู้จักกันอยู่แล้ว ก็จะง่ายในการพีอาร์ออกไป นอกจากนี้เราก็มองอีกด้วยว่าควรเริ่มต้นในห้างสรรพสินค้าก่อน เพราะนอกจากจะมีคนไปกันเยอะแล้วในห้างฯ ยังมีหลายเชนเวลาที่เราเข้าไปดูแลจะได้เข้าไปทีเดียว เลยกลายมาเป็นว่า QueQ เราไปเริ่มที่ตลาด Chain Restaurant ในห้างสรรพสินค้า

ตอนที่เราเลือกว่าจะเข้า Chain Restaurant ทางทีมก็ลิสต์มาเลยมีร้านไหนบ้าง โทร.ไปคอลเซ็นเตอร์ขอคุยกับฝ่ายมาร์เก็ตติ้งแล้วก็ขอนัดเข้าไปนำเสนอ ที่เราจะพยายามเข้าฝั่งมาร์เก็ตติ้ง เพราะถ้าเราเข้าฝั่งไอทีเขาจะมองว่าเราเป็น Queuing Solution เข้าไปเปิดปิดตั้งเหมือนเดิม เราเลยพยายามเข้ามาร์เก็ตติ้ง มาร์เก็ตติ้งก็จะงงๆ ว่ามันเป็นไอทีหรือเป็นมุมของมาร์เก็ตติ้งที่บริการลูกค้า สุดท้ายก็จะไปปรึกษาไอทีแล้วตัดสินใจไม่ได้ทั้งคู่จนต้องขึ้นถึงเจ้าของ เราเลยได้เจอเจ้าของทุกแบรนด์ ลองนึกภาพเจ้าของบริษัทแบรนด์เชนใหญ่ปีหนึ่งทำรายได้ไม่รู้กี่พันล้านหมื่นล้านเขาไม่มานั่งฟังเราเป็นชั่วโมง เขาฟังเราแป๊บเดียว 6-7 นาที ซึ่งประสบการณ์จากเวที Pitching ช่วยเรื่องนี้ได้ เราก็จะเจอคำถามเหมือนกันหมด ใครใช้อยู่บ้าง เดี๋ยวดูก่อน ต้องคุยทุกวิถีทางเขาอยากได้อะไรบอกมา เราทำให้ได้ เพื่อขอทดสอบที่ร้าน แล้วเราใช้มุกนี้ตลอดในทุกที่ที่เข้าไป คุณไม่ต้องออกอะไรเลย ขอไปทดลองด้วย ใช้เวลาอยู่ 6 เดือนในการรอคำตอบอย่างเดียว ขณะเดียวกันหลังบ้านก็พัฒนาไปเรื่อยๆ จนลูกค้ารายแรกชาบูชิสาขาเซ็นทรัลลาดพร้าวตอบรับ นั่นแปลว่าเราใช้เวลาในการเข้าไปเสนอแล้วรอ 6 เดือน จากนั้นเข้าไปทดลองอีก 6 เดือน เท่ากับใช้เวลา 1 ปี ถึงจะลอนช์ออกมาเป็น 8 สาขาของชาบูชิได้ ซึ่งถ้าเป็น Startup ที่ไม่มีรายได้จากทางอื่นเลยก็จะลำบากมาก

ในช่วงของการทดลองระบบคุณต้องแก้ปัญหาอะไรบ้าง

มันมีปัญหาตลอด ตอนแรกทำกันในออฟฟิศแล้วเราก็จินตนาการว่ามันเป็นยังไง พอไปทำระบบจริงๆ เราไปกันทุกๆ เย็นคือมีทีมงานมาร์เก็ตติ้งที่จะต้องไปยืนหน้าร้านแนะนำว่าใช้งานยังไง บางทีพนักงานที่ร้านยุ่งๆ ก็ไปช่วยเขาเสิร์ฟอาหารด้วย เพราะว่าเราต้องเอาใจพนักงานที่ใช้ ผมก็ต้องไปนั่งอยู่ร้านชาข้างๆ ไปแอบสังเกตพฤติกรรมคนใช้งาน แอบฟังเขาคอมเมนต์อะไรบ้าง แล้วเอาพวกนี้กลับมาแก้ที่ออฟฟิศ ตอนเย็นไปอีก อัพเดตระบบทุกวัน เอาโปรแกรมเมอร์ไปนั่งร้านชาแก้ระบบกันตอนนั้น ทำอย่างนี้ 6 เดือน ปัญหาที่เจอคือสิ่งที่เราคิดมันไม่รองรับกับวิธีการใช้งานของพนักงานแล้วพนักงานพวกนี้ส่วนใหญ่เป็นพนักงานพาร์ตไทม์จะหมุนเปลี่ยนตลอด ฉะนั้นถ้าระบบใช้งานยากมันจะยากสำหรับเขา รวมถึงความเข้าใจของเขา ขณะที่ฝั่ง User ตอนแรกคิดว่าผู้ชายใช้ กลายเป็นผู้หญิงใช้เยอะกว่า อะไรพวกนี้มันเป็นรายละเอียดที่ต้องปรับตลอด อย่างไรก็ตาม สิ่งหนึ่งที่เป็นเรื่องราวที่ดีคือแม้เราจะแก้กันมา 6 เดือน มันก็ยังไม่สมบูรณ์ แต่สิ่งที่ทำให้ QueQ ยังสามารถขยายไปหลายสาขาเป็นเพราะเราเข้าไปคลุกที่ร้านทุกวัน มีปัญหาอะไรเราก็ไปอยู่กับเขา แล้วทีมสาขาเป็นคนบอกกับส่วนกลาง บอกทีม QueQ นี่แหละ จะทำให้ระบบนี้เกิดขึ้นได้จริงแล้วจะแก้ปัญหาลูกค้าได้จริง ซึ่งลูกค้าชอบมันเลยทำให้เราสามารถขยายสาขาได้จากวันนั้น

ทราบมาว่าคุณเป็น CEO ที่ไม่มีโต๊ะทำงานที่บริษัท

จริงๆ ผมเลิกมีโต๊ะทำงานมาตั้งแต่ 2 ปีที่แล้ว เพราะว่า ณ ตอนนั้นวิธีการทำงานเหมือนผมเป็นศูนย์กลางอยู่ทุกคนเวลามีปัญหาอะไรหรือต้องการการตัดสินใจ ต้องวิ่งมาหาผม ตอนนี้ผมใช้ Agile และ Scrum มาใช้ มีการกระจายอำนาจไปอยู่ที่ทีมทั้งหมดแล้วเขาจะตัดสินใจได้เร็วด้วยตนเอง ซึ่งด้วยเหตุผลอย่างหนึ่งคือเป้าหมายของเราไม่ได้อยู่ในประเทศ เราจำเป็นต้องไปต่างประเทศ ผมไปๆ กลับๆ ที่มาเลเซีย 4 เดือนที่ผ่านมา อย่างตอนนี้ต้องไปๆ กลับๆ ไต้หวัน ไม่สามารถเป็นศูนย์กลางของบริษัทได้ ทุกทีมต้องทำงานร่วมกันแล้วโตไปด้วยตนเอง ทีมที่จะเจอผมกลายเป็นทีมที่มีปัญหาช่วงนั้น ฉะนั้นเขาจะไม่ค่อยอยากเจอผมเท่าไหร่ แต่สิ่งหนึ่งที่กลายเป็นวิธีการทำงานร่วมกันคือ ทุกๆ คนต้องรู้สถานะของทีมอื่นๆ ว่ากำลังทำอะไรกันอยู่ ก็ใช้เครื่องมือธรรมดาอย่างเฟซบุ๊กกรุ๊ปทุกคนจะต้องเข้ามาอัพเดตทุกเช้าว่าวันนี้จะทำอะไร เมื่อวานทำอะไรเสร็จไปบ้าง โดยที่งานทุกงานเขาจะต้องแตกงานเป็นชิ้นเล็กๆ ที่สามารถระบุได้เป็นชั่วโมง เราต้องการเวลาของทุกคน 8 ชั่วโมง เป็นกฎกติกาว่าเราไม่อยากให้ทำงานดึก ทำงานนอกเวลา ฉะนั้นงานพวกนี้เมื่อแบ่งเป็นชั่วโมงแล้วถูกใส่เข้าไปแล้วงานก็จะเดินไปพร้อมๆ กันไปได้เรื่อยๆ โดยผมไม่ต้องเป็นศูนย์กลาง ที่จริงโมเดลแบบนี้เกิดขึ้นในวันที่น้ำท่วมกรุงเทพฯ แล้วท่วมลาดพร้าว เราเข้ามาที่ออฟฟิศไม่ได้ ผมไปอยู่เชียงใหม่ คิดว่าเราต้องเปลี่ยนวิธีการทำงานแล้ว ควรทำอย่างนี้แล้วก็เริ่มใช้เฟซบุ๊กกรุ๊ปเป็นหลักกลายเป็นสิ่งที่เรามาใช้กันทุกวัน

จาก SME มาเป็น Startup คุณได้เรียนรู้อะไรบ้าง

หลายอย่างมากวิธีคิดก็เปลี่ยนไป วิธีคิดแบบไม่เน้นสร้างรายได้ เราเน้นสร้าง Value ให้เกิดขึ้นจริง ตอนนี้ QueQ กำลังเข้าไปทำให้กับโรงพยาบาล ตอนต้นลงทุน 10 ล้านบาทก็ลงไปก่อนเลยโดยที่ไม่คิดมาก ขณะที่ถ้าเป็น SME เราคิดมาก แล้วมีหลายอย่างที่เรากล้ามากขึ้นกล้าเสี่ยงกล้าทดลอง ล้มเหลวคือการเรียนรู้ แล้วไม่ใช่

> “ตอนที่เราทำ SME
> เราต้องการลูกค้า
> ต้องการรายได้
> เพื่อให้มันโตขึ้นเรื่อยๆ
> **กำไรคือสิ่งแรกที่ต้องคิด**
> แต่วิธีคิดของ Startup
> เปลี่ยนไปเป็นการสร้างคุณค่า
> แก้ปัญหาอะไรให้โลกนี้”

เฉพาะตัวบริษัท แต่คือพนักงานทุกคน เราก็ไม่รู้ว่าสิ่งที่เขาจะไปลุยกับมันมันจะเกิดขึ้นได้จริงหรือเปล่า ฉะนั้นการล้มเหลวถ้าเราได้เรียนรู้ว่าทำอย่างนี้แล้วล้มเหลว คราวหน้าเราจะไม่ทำอย่างนี้ นั่นแหละคุ้มแล้ว เรื่องพวกนี้มากับ Startup ที่สำคัญที่สุดคือทุกวันนี้ก็ยังต้องเรียนรู้อยู่ ผมยังเข้าโปรแกรม Accelerate ต่างประเทศอยู่ เพราะว่ามีหลายอย่างที่เรายังไม่รู้ เพราะไปกูเกิล เจอ Startup ที่ Exit มาแล้ว 3 รอบ ประเทศไทยยังไม่มี ฉะนั้นต้องเรียนรู้ใหม่หมดเลย หยุดเรียนไม่ได้เลย

สำหรับ Startup อยากจะบอกว่าคนเรามีทางเลือกหลายทางจะเป็น Startup ก็ได้ เป็น SME รวยๆ ก็เยอะ หรือเป็น Social Enterprise ทำเพื่อความสุขแล้วเติบโตได้ก็มีหลายทีมที่ประสบความสำเร็จ เพียงแต่สิ่งที่สำคัญที่สุดคือคุณค่าของเรา เราทำคุณค่าอะไรให้เกิดขึ้นแล้วคุณค่านี้สามารถ Scale ได้หรือเปล่า กระจายคุณค่ามันออกไปต่างจังหวัด ต่างประเทศ จับต้องคุณค่านี้ได้หรือเปล่า อันนี้เป็นเรื่องสำคัญที่สุด ส่วนใหญ่ที่เห็น Startup มักจะล้มเหลวด้วยเรื่องแรกคือจับตลาดแรกผิด เรื่องที่สองทุนไม่พอ เรื่องที่สามคือทีมงานเข้าใจกันหรือเปล่า Founder ควรจะคุยกันตั้งแต่วันแรกว่าเรากำลังทำอะไร เราจะแบ่งหุ้นกันยังไงเราจะไปด้วยกันแบบไหน สุดท้ายมันจะเกิดอะไรขึ้น ถ้าจะทะเลาะกันทะเลาะกันตั้งแต่วันแรกให้จบ ที่เห็นที่ผ่านมาคือถ้า Founder แตกเมื่อไหร่ก็ไปไม่รอด

คุณวางเป้าหมายการ Exit เอาไว้ยังไงบ้าง

สำหรับ QueQ ตอนนี้เรามองข้ามคำว่าคิวไปแล้ว จริงๆ เป้าหมายของเราคือแก้ปัญหาการใช้เวลา มีเรื่องการใช้เวลาอีกหลายเรื่องที่เราจะเข้าไปแก้ ซึ่งตัวนี้เป็นเป้าหมายที่เราวางตั้งแต่ต้น ฉะนั้น เราจะมีอะไรใหม่ๆ เข้ามาเสริมเรื่อยๆ

ส่วนการ Exit ผมเปิดปลายเปิดไว้ คือเป็นไปได้หลายอย่างมาก ทางในฝันแน่นอน IPO ได้ ก็คือในฝันของเราตรงที่เราไม่ต้องทิ้งมัน เราจะอยู่กับมันแล้วทำให้มันมี Value มากขึ้นได้ หรือเราอาจจะโดนบริษัทยักษ์ใหญ่ Acquisition ไปแล้วเราก็ไปอยู่ใต้เขา หรือ Founder ก็ Exit ไปเลย มันก็เกิดขึ้นได้ หรือเราอาจจะไม่ Scale แล้วตลาดเราอยู่แค่นี้พอแล้วก็แปลงเป็น SME ธรรมดา โตขึ้น 10-20 เปอร์เซ็นต์ต่อปีก็เป็นไปได้ แต่โดยมุมมองของ Founder ทุกคนบริษัทนี้ไม่ได้ทำมาเพื่อขาย ยังไงเราก็จะอยู่กับมันเพื่อสร้าง Value จนกว่ามันจะไม่มี Value ซึ่งเราจะไม่ยอมให้มันเกิดขึ้น

สุดท้ายขอแสดงความยินดีที่คุณคือ 1 ใน 11 ธุรกิจที่ได้รับรางวัล SME Thailand Inno Awards 2018

ต้องขอบคุณสำหรับรางวัล Inno Awards ที่มอบให้กับเรา เพราะรางวัลนี้เป็นรางวัลที่จะช่วยการันตีความน่าเชื่อถือให้กับ QueQ เพราะแม้ว่าเราจะประสบความสำเร็จในการทำระบบคิวให้กับร้านอาหาร มีจำนวนคนใช้งานเยอะ มีจำนวนร้านอาหารที่ใช้ QueQ เยอะ แต่สำหรับตลาดที่เป็นคอร์ปอเรทอย่าง ธนาคาร โรงพยาบาล ซึ่งเรากำลังจะเข้าไป รางวัลนี้จะช่วยการันตีความน่าเชื่อถือให้เรา และทำให้เราเป็นที่รู้จักเพิ่มขึ้น

> “ส่วนใหญ่ที่เห็น Startup มักจะล้มเหลว ด้วยเรื่องแรกคือ จับตลาดแรกผิด เรื่องที่สองทุนไม่พอ เรื่องที่สามคือ ทีมงานเข้าใจกันหรือเปล่า”

เอาตัวรอดจากพิษเศรษฐกิจตกต่ำ

ในภาวะที่เศรษฐกิจถดถอยซึ่งส่งผลให้เกิดการชะลอตัว โดยรวมของกิจกรรมทางเศรษฐกิจต่างๆ แน่นอนว่าการทำธุรกิจก็เป็นหนึ่งในนั้น ที่เลี่ยงไม่ได้ที่จะได้รับผลกระทบโดยตรง ดังนั้น ผู้ประกอบการ SME จึงควรตื่นตัวและเตรียมความพร้อมอยู่เสมอถ้าไม่อยากให้ธุรกิจสะดุดและต้องหยุดไปในที่สุด แต่จะทำอย่างไรเมื่อเจอพิษเศรษฐกิจตกต่ำนั้น ต้องมาดูกฎเหล็ก 10 ข้อต่อไปนี้

Text : วันวิสา งามแสงชัยกิจ

1
ประเมินผลและขจัดหนี้ส่วนเกิน

หากรายได้ที่เข้ามาลดลงย่อมหมายความว่าผู้ประกอบการ SME อาจจะไม่สามารถทำการชำระหนี้ที่มีอยู่ได้เหมือนตอนที่ยังมีรายรับที่ดีเป็นปกติ ดังนั้น ควรมีการประเมินผลและพิจารณาถึงหนี้ที่มีอยู่อย่างรอบคอบเพื่อหาทางจัดการกับหนี้ที่เป็นส่วนเกิน โดยอาจจะเป็นไปในแนวทางของการใช้การค้ำประกันเงินกู้โดยสถาบันที่สนับสนุนธุรกิจขนาดเล็ก การจำนอง วงเงินสินเชื่อจากธนาคารหรือสถาบันการเงิน หรือแม้กระทั่งสัญญาเช่าต่างๆ

2
บริหารจัดการให้มีประสิทธิภาพ

การบริหารจัดการธุรกิจอย่างมีประสิทธิภาพในที่นี้หมายถึงการติดตามและทำการวิเคราะห์ปัจจัยสำคัญต่างๆ ในการดำเนินกิจการ รายงานทางการเงินและความสามารถในการผลิตหรือผลิตภาพ เพื่อให้การทำธุรกิจเดินไปข้างหน้าอย่างมีศักยภาพมากขึ้น

3
ทบทวนแผนการตลาด ลดการใช้จ่ายในสื่อแบบเดิมๆ

อย่างที่รู้กันว่าปัจจุบันเป็นยุคที่ทุกอย่างทำได้ด้วยปลายนิ้ว ดังนั้น ผู้ประกอบการ SME ควรหันมาทำการตลาดผ่านออนไลน์ และใช้อินเทอร์เน็ตในการเข้าถึงผู้บริโภค การใช้โซเชียลมีเดียเป็นอีกช่องทางที่จะโปรโมตสินค้าและบริการได้อย่างรวดเร็วกว่าการใช้สื่อแบบดั้งเดิม

4
ลดขนาดองค์กรให้เล็กลง

เมื่อประสบกับภาวะเศรษฐกิจฝืดเคืองสิ่งหนึ่งที่จะช่วยให้อยู่รอดได้คือ การปรับลดขนาดองค์กรให้เล็กลง แน่นอนว่าจะส่งผลกระทบโดยตรงต่อจำนวนพนักงาน และเรื่องของค่าใช้จ่ายในการดำเนินธุรกิจต่างๆ ซึ่งต้องดำเนินการด้วยความรอบคอบระมัดระวัง โดยเฉพาะอย่างยิ่งกับการลดจำนวนคนลงที่ถือเป็นเรื่องละเอียดอ่อน โดยในส่วนนี้อาจจะต้องใช้วิธี Outsource ออกไปแทน

5
ติดตามการเงินทุกวัน

เพราะเรื่องการเงินเป็นสิ่งสำคัญ ดังนั้น ควรทำการติดตั้งระบบที่ทำการแทรคการดำเนินงานของธุรกิจ และรายงานการเงินแบบรายวัน รายสัปดาห์ และรายเดือน ซึ่งการติดตามการเงินทุกวันนี้เป็นอีกหนึ่งตัวช่วยที่จะทำให้เห็นว่าส่วนไหนเป็นตัวทำกำไร หรือทำให้ขาดทุนให้กับบริษัท เพื่อนำไปใช้ในการวางแผนงาน และกลยุทธ์ต่อไป

6
ลดสินค้าคงเหลือและค่าโสหุ้ยต่างๆ

เพื่อที่จะทำให้การเงินมีความคล่องตัวขึ้น ผู้ประกอบการ SME ควรพิจารณาว่ามีอะไรที่เป็นสินค้าคงเหลือและค่าโสหุ้ยต่างๆ บ้าง เพราะนั่นคือแหล่งที่ล็อกเงินสดเอาไว้ ไม่ว่าจะเป็นค่าใช้จ่ายในการซื้อวัสดุต่างๆ และอื่นๆ ที่ไม่ได้จ่ายบ่อยๆ โดยต้องดูว่าต้นทุนอะไรบ้างที่สามารถปรับลดได้ หรือปรับลดขนาดของสต็อกลง โดยการหาทางระบายสินค้าออกไปให้เร็วที่สุด แล้วทบทวนการบริหารจัดการสต็อกด้วยว่ามีประสิทธิภาพแค่ไหน ช่วงเวลาไหนควรสั่งสินค้าเพิ่ม สินค้าตัวไหนต้องรีบระบาย

7
ขยายการเข้าถึงลูกค้าให้ได้มากที่สุด

การตลาดที่ใช้ออนไลน์มาเป็นเครื่องมือจะช่วยให้ธุรกิจขยายไปได้ทุกที่ ยิ่งถ้าแบรนด์ไหนสามารถสร้างความแตกต่างมีเอกลักษณ์เฉพาะตัวได้แล้วนั้นยิ่งทำให้ได้ใจลูกค้ามากเท่านั้น ดังนั้น แม้จะเจอพิษเศรษฐกิจตกต่ำ ก็ต้องพยายามขยายการเข้าถึงลูกค้าโดยเฉพาะจากลูกค้าใหม่และช่องทางใหม่ๆ เช่น อาจลองหันมาใช้ช่องทางออนไลน์ซึ่งต้นทุนต่ำ เป็นต้น

8
ฝึกพนักงานต่อตำแหน่งมากกว่า 1 คน

หากงานหรือหน้าที่ใดมีพนักงานที่สามารถทำได้มากกว่า 1 คน จะเป็นประโยชน์ต่อบริษัทอย่างมาก โดยเฉพาะเมื่อมีคนใดคนหนึ่งลาออกเพราะยังมีคนที่สามารถรับช่วงต่อในการทำหน้าที่ตรงนั้นได้ ดังนั้น ผู้ประกอบการ SME จึงควรจัดอบรมและฝึกพนักงานให้มีความสามารถและทักษะที่หลากหลายเพื่อเตรียมตัวให้พร้อมในการทำงานอยู่เสมอ การใช้วิธีนี้จะช่วยให้ธุรกิจดำเนินการได้อย่างไม่ต้องสะดุดและทำงานต่อไปได้อย่างมีประสิทธิภาพต่อไป

9
ไม่ใช้การขายที่ไม่ได้กำไรและการลดราคา

อย่าปล่อยให้โปรดักต์ที่มีนั้นเสียเปล่า ผู้ประกอบการ SME ทั้งหลายควรเพิ่มข้อได้เปรียบทางการค้าให้มีมากขึ้นด้วยการยกระดับการให้บริการ คุณภาพและความเป็นเอกลักษณ์เพื่อที่จะทำให้ลูกค้าสนใจและอยากได้สินค้าโดยที่แบรนด์ไม่ต้องทำการลด แลก แจก หรือว่าแถมให้ฟรีๆ

10
เน้นคุณภาพ

แน่นอนว่าเรื่องของการคำนึงถึงคุณภาพเป็นสิ่งที่สำคัญ และจำเป็นต้องมี ไม่ว่าจะอยู่ในภาวะเศรษฐกิจแบบไหนก็ต้องรักษาคุณภาพของสินค้าและบริการให้ได้มาตรฐานตลอดเวลา เพราะเรื่องของคุณภาพถือเป็นองค์ประกอบสำคัญในการดึงดูดลูกค้าให้หันมาใช้หรือใช้สินค้าหรือบริการนั้นๆ อย่างต่อเนื่อง

FUU'I CANDLE & CO.

สร้างมูลค่าเพิ่มให้เทียนหอมด้วยแพ็กเกจจิ้ง

Text : Ratchanee / Photo : Vipa Vadi

แพ็กเกจจิ้งเป็นด่านแรก
ที่จะทำให้ลูกค้าเกิดความประทับใจและอยากบอกต่อ
ยิ่งไปกว่านั้นแพ็กเกจจิ้งที่มีดีไซน์จะช่วยสร้างความแตกต่างให้กับสินค้า
ทำให้สินค้าดูมีมูลค่าเพิ่มขึ้น

ฟุย-ศิรภัสศร สุริยาภณานนท์ รู้ดีถึงความสำคัญของแพ็กเกจจิ้ง ดังนั้น เมื่อคิดจะทำเทียนหอมจากถั่วเหลืองที่ใช้ทาผิวได้ จึงลงทุนพัฒนาออกแบบแพ็กเกจจิ้งให้ดึงดูดความสนใจ ด้วยการบรรจุใส่ในกล่องไม้สักแฮนด์เมด 100 เปอร์เซ็นต์จากจังหวัดเชียงใหม่ พร้อมถุงผ้าน่ารักๆ ประทับตราแบรนด์ Fuu'i Candle & Co.

"มีโอกาสไปเที่ยวแถบยุโรปเจอเทียนที่สามารถเอามาทาผิวได้ เลยเริ่มศึกษาว่ามันคือเทียนอะไรทำไมทาผิวไม่ร้อนแล้วหอมด้วย ซึ่งที่ประเทศไทยก็มีแต่เป็นแบรนด์ไฮเอ็นด์ราคาแพงมาก ทีนี้พอเรารู้ว่ามันทำมาจากไขถั่วเหลืองซึ่งมีคุณสมบัติเหมือนปิโตรเลียม เจลลี่วาสลีนคือเข้มข้นกว่าโลชั่น 30 เท่า ก็เลยลองพัฒนาสูตรด้วยตัวเอง เริ่มตั้งแต่ลองใช้ไขถั่วเหลือง 100 เปอร์เซ็นต์ ปรากฏว่าตั้งไส้เทียนไม่ได้ ลองเอามาผสมปาล์มแว็กซ์ ปรากฏว่าแข็งเกินทาผิวแล้วขึ้นเป็นฝ้าเลย ทีนี้ลองไปผสมกับไขมะพร้าว ซึ่งโชคดีว่าใช้ได้ โดยใช้เวลา 3-5 เดือนในการทดลองเพราะต้องลองด้วยว่าถ้าเอาไปใช้ทาผิวแล้วมีปัญหาอะไรหรือเปล่า ส่วนกลิ่นจะใช้น้ำมันหอมระเหยธรรมชาติที่ผลิตโดยกลุ่มเกษตรกรเชียงใหม่ หลังจากลงตัวแล้วก็ลองทำเอาใส่แก้วแจกเพื่อนๆ กลายเป็นว่าที่ออฟฟิศเพื่อนเห็นแล้วมาสั่งเป็นของชำร่วยให้ออฟฟิศไปอีก เลยตัดสินใจว่าน่าจะทำขายจริงจังได้"

ศิรภัสศรเล่าว่า หลังจากตั้งใจที่จะสร้างแบรนด์เทียนหอมจากถั่วเหลือง เธอก็คิดเอาไว้ตั้งแต่แรกแล้วว่า เทียนหอมจากถั่วเหลืองนี้จะเป็นของขวัญที่สร้างความประทับใจให้กับผู้รับ จึงคิดลงทุนพัฒนาแพ็กเกจจิ้งให้สวยงามเหมาะกับการมอบเป็นของขวัญของที่ระลึก ดังนั้น แทนที่จะเอาเทียนไขมาใส่ในแก้วเหมือนทั่วๆ ไป จึงเลือกที่จะบรรจุในกล่องไม้สักแฮนด์เมดจากบ้านถวายจังหวัดเชียงใหม่

"บ้านถวายขึ้นชื่อเรื่องเฟอร์นิเจอร์ไม้แต่ตอนนี้บ้านถวายไม่ได้ดังเหมือนเมื่อก่อนแล้ว ไปเจอลุงซึ่งทำเฟอร์นิเจอร์ไม้สัก เห็นหลังบ้านลุงมีกองไม้สักที่ทิ้งก็ถามเขาว่าเอาไปทำอะไร เขาบอกต้องเอาไปเผาถ่าน เราเลยคิดว่ามันเป็นไม้เนื้อแข็งโดนน้ำได้ ดังนั้น น่าจะใส่ของเหลวทนความร้อนได้แน่ๆ เลยบอกลุงว่าช่วยคว้านให้หน่อยแล้วให้ทำฝาให้ด้วย ซึ่งหลังจากใช้เทียนหมดแล้วกล่องไม้สักนี้ก็ยังสามารถเอาไปทำประโยชน์อย่างอื่นต่อได้ เช่น เอาไปใส่ของ ปลูกต้นไม้ เป็นต้น"

อย่างไรก็ตาม แม้จะมีแพ็กเกจจิ้งสวยงามดึงดูดความสนใจ แต่การขายออนไลน์ในช่วงแรกก็ไม่ใช่เรื่องง่าย เนื่องเพราะเมื่อไม่ได้สัมผัสไม่ได้ดมกลิ่นจริงๆ จึงเกิดความลังเลไม่แน่ใจ ในเรื่องนี้ศิรภัสศรจึงตัดสินใจออกบู๊ธในงานต่างๆ เพื่อให้ลูกค้าได้เห็นได้ลองเอามาทาผิวดมกลิ่นจริงๆ

"คนเริ่มถามเยอะกลิ่นเป็นยังไง เราก็อธิบายไม่ได้ พอออกบู๊ธคนที่แวะมาบู๊ธเรา 100 คน 95 คนจะซื้อกลับไป ทุกคนจะถามว่าทำไมทาผิวได้ทำไมหอม เราก็จะอธิบายแล้วให้เขาได้ลองทาผิวจริงๆ แต่ถึงอย่างนั้นก็ยังมีปัญหาตามมาคือคนไทยจะไม่ค่อยนิยมสินค้าประเภทนี้ หลายคนบ่นว่าแพง เพราะเราขายไซส์เล็กที่ราคา 250 บาท จุดได้ประมาณ 6 ชั่วโมง แต่ถ้าเป็นคนต่างชาติจะชอบมาก นอกจากนี้ เราใช้กลยุทธ์ให้ลูกค้ารีวิวโปรดักต์แล้วเราจะให้ส่วนลดในการซื้อครั้งต่อไป เพราะถ้าเป็นลูกค้าคนใช้จริงมารีวิวเขาจะเชื่อ ซึ่งเราได้ลูกค้าจากการบอกต่อรีวิวเยอะมาก อย่างล่าสุดลูกค้าไต้หวันไปเขียนรีวิวในเว็บไซต์ไต้หวันให้แล้วลูกค้าแคปมาหาเราเลย"

ทั้งนี้ ศิรภัสศรตั้งใจตั้งแต่วันแรกที่สร้างแบรนด์ Fuu'i Candle & Co. ว่าจะไม่หยุดแค่เทียนหอมถั่วเหลืองเท่านั้น แต่จะแตกไลน์โปรดักต์ออกไปเรื่อยๆ ภายใต้แนวคิดว่าต้องเป็นโปรดักต์ที่เกี่ยวกับการแต่งบ้านและมีกลิ่นหอม อย่างล่าสุดเธอได้ออกโปรดักต์ก้านไม้หอมกระจายกลิ่น โดยมีเป้าหมายที่จะเปิดช็อปที่ไต้หวันหรือฮ่องกงในอนาคตอีกด้วย

"ตอนนี้สัดส่วนลูกค้า 80 เปอร์เซ็นต์เป็นลูกค้าต่างชาติ ซึ่งส่วนใหญ่เป็นฮ่องกง ไต้หวัน ส่วนอีก 20 เปอร์เซ็นต์เป็นลูกค้าคนไทย จากผลตอบรับของลูกค้าต่างชาตินี้เลยวางเป้าหมายอยากจะเปิดร้านชื่อ Fuu'i Candle & Co. ที่ฮ่องกงหรือไต้หวัน ซึ่งก็มีลูกค้าที่ซื้อของเราไปขายนี่แหละชวนเราไป แต่ตอนนี้เราจะต้องศึกษาในรายละเอียดอีกทีว่าจะไปแบบไหน" S

06-1635-2390 Fuu' i Candle & Co. fuuiofficial www.fuuiofficial.com

{JUN}
เสื้อสไตล์ตะวันออกของผู้ชายเท่ๆ

Text : Kritsana S. / Photo : {JUN}

จากความชินตาที่เห็นแบรนด์เสื้อผู้ชายมักขายเฉพาะเสื้อสไตล์ตะวันตก
สาวจากเชียงใหม่ **จุล-ธัญญพร จิตราภิรมย์** จึงเกิดความคิดอยากสร้างความแตกต่างให้เกิดในตลาดเสื้อผู้ชายไทย
เลยนำเสื้อผู้ชายสไตล์ตะวันออกมาเป็นแรงบันดาลใจในการสร้างสรรค์เสื้อแบรนด์ {JUN}
ซึ่งไอเดียดังกล่าวทำให้ {JUN} ได้รับความสนใจมากทีเดียว

ธัญญพรเล่าย้อนถึงจุดเริ่มต้นของแบรนด์ให้ฟังว่า สินค้าแรกของแบรนด์ {JUN} ไม่ใช่เสื้อแต่เป็นสายคล้องกล้องที่ขายในราคาย่อมเยา สวนกระแสกับเจ้าอื่นที่ขายราคาค่อนข้างสูง หลังจากขายไปได้สักระยะก็ขยับมาทำกระเป๋าผ้าแคนวาส ถัดมาจึงเป็นเสื้อที่เน้นไปที่เสื้อผู้ชายเป็นหลัก เพราะลูกค้าของสินค้าทั้งสองก่อนหน้าเป็นผู้ชายมากกว่าผู้หญิง

เพื่อให้เสื้อของ {JUN} เข้าไปอยู่ในความสนใจของลูกค้ามากที่สุด การสร้างเอกลักษณ์ที่แตกต่างจึงเป็นสิ่งที่ต้องทำอย่างยิ่ง ซึ่งเธอเลือกที่จะนำเสื้อผู้ชายสไตล์ตะวันออกมาเป็นแรงบันดาลใจในการออกแบบเสื้อ เพราะมองว่าเสื้อสไตล์นี้ให้ลุคเท่ เนี้ยบ ภูมิฐานได้ไม่แพ้เสื้อสไตล์ตะวันตก แต่เพื่อให้หนุ่มๆ สามารถหยิบมาสวมใส่ได้ในชีวิตประจำวัน จึงปรับแบบเสื้อให้มีความทันสมัยมากขึ้น ขณะเดียวกันก็มีความเรียบง่ายอยู่ด้วย จึงแมตช์กับเสื้อผ้าชิ้นอื่นได้ไม่ยากนัก

"เสื้อสไตล์ตะวันออกทุกตัวตัดจากผ้าทอของเชียงใหม่ มีทั้งผ้าคอตตอน 100 เปอร์เซ็นต์ ผ้าคอตตอนผสมลินิน และผ้าฝ้ายทอมือย้อมสีธรรมชาติ ตัดเย็บตัวต่อตัวโดยช่างตัดเย็บชุดสูท เสื้อที่ได้จึงมีความประณีต เข้าทรง สำหรับผ้า 2 ชนิดแรกที่นำมาตัดเป็นเสื้อย้อมด้วยสีที่ไม่เป็นอันตรายต่อร่างกายและย้อมโดยโรงงานที่มีการบำบัดน้ำก่อนปล่อยลงคลอง นี่จึงทำให้เสื้อของเราได้ชื่อว่า Natural Friendly ด้วย"

เสื้อสไตล์ตะวันออก หรือ Ordinary Oriental ของ {JUN} แบ่งออกเป็นฮั่นฝู คอลเลกชัน ซึ่งเป็นเสื้อคอจีนที่มีทั้งแบบผ่าตรงและเฉียงข้าง ได้แรงบันดาลใจจากสไตล์ของคอเสื้อฮั่นฝู เมียนมา คอลเลกชัน ทรงเสื้อเรียกว่า แลกระโดง เป็นเสื้อแบบเป็นทางการที่ชาวเมียนมานิยมสวมใส่เป็นเสื้อตัวในก่อนสวมเสื้อคลุมทับ เสื้อคอลเลกชันนี้เป็นคอตั้งที่เฉียงลงแบบทรงเมียนมา และเดลี คอลเลกชัน ได้แรงบันดาลใจจากเสื้อทรงอินเดียที่มีคอตั้งทรงบางแบบ Grandad Collar ใส่แล้วรู้สึกถึงความเนี้ยบ เรียบร้อย ส่วนสีของเสื้อมีทั้งสีเข้มอย่างสีดำ สีเทา สีน้ำตาล สีน้ำเงิน และสีใหม่ล่าสุดอย่างสีพาสเทล ทั้งสีชมพูอ่อน สีฟ้าอ่อน

ในส่วนของช่องทางการขายออนไลน์ จุลเข้าไปขายในเฟซบุ๊กและอินสตาแกรม ซึ่งลูกค้าจะเข้ามาเยอะเมื่อมีการซื้อโฆษณา ไลน์แอดที่สะดวกสบายให้แง่ของการ Keep Contact และส่งข้อความถึงลูกค้าทุกคนได้ในเวลาเดียวกัน Shopspot ช่องทางที่ทำให้แบรนด์กับลูกค้าไทยที่ชื่นชอบงานคราฟต์ งานทำมือได้พบเจอกัน และ Pinkoi ช่วยให้แบรนด์เป็นที่รู้จักในตลาดต่างประเทศ ซึ่งหลังจากขยายไปตลาดต่างประเทศ ธัญญพรได้รับรู้ถึงพฤติกรรมความชอบระหว่างลูกค้าไทยและต่างชาติ โดยลูกค้าไทยมักสนใจสินค้าที่อิงกระแสแฟชั่น รวมถึงสินค้าที่มีความแปลกใหม่ และพวกเขามีความเข้าใจว่าทำไมงานคราฟต์ งานทำมือจึงมีราคาสูง หากแต่ลูกค้าต่างชาติบางกลุ่มกลับมองว่า สินค้าประเภทนี้ไม่ได้ต่างจากสินค้าแมส จึงไม่เข้าใจว่าทำไมต้องจ่ายแพงกว่า

"แค่ขายผ่านช่องทางออนไลน์อาจไม่เพียงพอ จุลเลยออกบู๊ธควบคู่ไปด้วย ปกติอยู่เชียงใหม่เลยไปออกบู๊ธที่ Rustic Market ซึ่งเป็นตลาดงานคราฟต์ของเชียงใหม่ ลูกค้าส่วนใหญ่เป็นฝรั่งและคนกรุงเทพฯ ที่มาเที่ยวในช่วงนั้น ส่วนอีเวนต์ที่จัดในกรุงเทพฯ เลือกไปออกบู๊ธในงานที่เหมาะกับแบรนด์และจัดในสถานที่ที่ลูกค้าอยู่อาศัยหรือเดินทางไปมาได้สะดวก การไปออกบู๊ธที่กรุงเทพฯ ทำให้ได้ลูกค้าใหม่เพิ่มเติม และลูกค้าเก่าที่เคยซื้อสินค้าของเราจากงานครั้งที่แล้วก็ได้กลับมาเจอกันอีกครั้ง"

เมื่อถามถึงกลยุทธ์การตลาดออนไลน์ที่ใช้เรียกลูกค้า ธัญญพรใช้กลยุทธ์ Story Telling เพื่อให้ลูกค้ารับรู้และเข้าใจในสิ่งที่แบรนด์ทำ เล่าเรื่องราวของผ้าประเภทต่างๆ ที่นำมาตัดเป็นเสื้อ ตลอดทั้งแนะนำคอลเลกชันผ่านเรื่องราวของแรงบันดาลใจที่ก่อให้เกิดเป็นคอลเลกชันนั้นๆ นอกจากนี้ ยังกระตุ้นยอดขายด้วยการจัดโปรโมชันในช่วงที่ต้องการเคลียร์สินค้าเก่าในสต็อก เพื่อเตรียมเปิดตัวสินค้าใหม่

เสื้อผู้ชายกลิ่นอายตะวันออกแบรนด์ {JUN} วางขายทั้งในร้านออนไลน์ และ Ordinary Selected ร้านขายสินค้าทำมือจากดีไซเนอร์ในเชียงใหม่ ซึ่งธัญญพรเป็นเจ้าของร้าน โดยเกณฑ์ในการเลือกสินค้ามาวางขายคือ เป็นสินค้าที่ใช้ได้ในชีวิตประจำวัน เป็นงานจากดีไซเนอร์คนเหนือ ผลิตในภาคเหนือ และวัสดุที่ใช้หาได้ในท้องถิ่น ไม่เพียงเท่านี้ ยังมีกิจกรรมเวิร์กช็อปงานศิลปะ งานทำมือให้ผู้มาเยือนได้ร่วมสนุกด้วย Ⓢ

ordinaryjun ordinaryjun @ordinaryjun

Text : วิมาลี วิวัฒนกุลพาณิชย์

ส่องธุรกิจ TREATS

ดิลิเวอรีขนมทั่วโลกถึงบ้านรายเดือน

เชื่อว่าหลายคนที่อยากเป็นผู้ประกอบการ แต่ไอเดียตีบตัน ไม่รู้จะเริ่มธุรกิจอะไร เมื่อไปปรึกษาคนรอบข้าง คำตอบหนึ่งที่มักได้รับคือ "ทำธุรกิจเกี่ยวกับอาหารสิเพราะไม่ว่าเศรษฐกิจจะดีหรือแย่อย่างไร ผู้คนก็ต้องกิน ของกินนี่แหละขายง่ายดี"

แต่สำหรับ **โรเจอร์ จิน** หนุ่มอเมริกันเชื้อสายเอเชียวัย 28 ปี เขามีเหตุผลในการเข้ามาจับธุรกิจขนมจากนานาประเทศส่งตรงถึงบ้านรายเดือนเพราะอยากให้คนอื่นได้ชิมขนมแปลกๆ จากประเทศอื่น หลังจากที่เดินทางไปยังประเทศจีนแล้วได้เดินสำรวจร้านขายของชำ แล้วเห็นขนมที่เคยกินช่วงเป็นนักเรียนมัธยมโรงเรียนนานาชาติในเซี่ยงไฮ้ โรเจอร์ฉุกคิดว่าคงจะดีไม่น้อยที่ผู้คนจากต่างวัฒนธรรมจะได้ลิ้มรสขนมเหล่านี้ด้วย

ปูมหลังของโรเจอร์คือ ต้องย้ายตามครอบครัวไปอาศัยอยู่ในหลายประเทศ รวมถึง สิงคโปร์ ฮ่องกง และจีน ก่อนจะกลับไปปักหลักที่สหรัฐอเมริกา โรเจอร์ไม่ชอบเรียนหนังสือ เขาฝันอยากเป็นผู้ประกอบการตั้งแต่อายุ 14 ปี ครั้งหนึ่งในห้องเรียนตรีโกณมิติ โรเจอร์เกิดความรู้สึกเหมือนถูกจำกัด ไม่รู้ว่าตัวเองจะเรียนไปทำไม เพราะบางวิชาที่เรียนก็ไม่ได้นำมาใช้ในชีวิตประจำวัน เขาอยากมีอิสระในการกำหนดชะตาชีวิตของตัวเอง นั่นเป็นความคิดของโรเจอร์ช่วงเป็นวัยรุ่น

ต่อให้ไม่อยากเรียนแค่ไหน แต่โรเจอร์ก็ดำเนินตามครรลองที่ควรจะเป็น นั่นคือการเข้าเรียนในมหาวิทยาลัย ด้วยความที่อยากจบเร็ว อยากออกมาทำอะไรเป็นของตัวเอง ในแต่ละเทอม โรเจอร์ลงวิชาเรียนแบบเท่าตัว จนในที่สุดก็เรียนจบสาขาการเงินในเวลาเพียง 2 ปีครึ่ง จากนั้นก็ย้ายไปยังซิลิคอน วัลเลย์เพื่อเริ่มต้นการเป็น Tech Startup งานแรกคือ การพัฒนา "Bridge" เว็บไซต์ และแอพพลิเคชันที่เชื่อมโยงกลุ่มคนที่มีความสนใจในสิ่งเดียวกัน แต่ธุรกิจแรกที่เขาเริ่มต้นไม่ประสบความสำเร็จ โรเจอร์จึงถอยกลับไปตั้งหลักด้วยการหางานประจำทำ

แม้การทำงานประจำจะทำให้มีรายได้สม่ำเสมอ และมีความเสี่ยงน้อย แต่โรเจอร์ก็ยังครุ่นคิดถึงการทำธุรกิจ และจุดเปลี่ยนที่ทำให้เขาเดินออกจากพื้นที่ปลอดภัยคือ การเดินทางไปจีนเมื่อปี พ.ศ.2558 แล้วเห็นขนมโปรดที่ตัวเองเคยกินตอนเรียนมัธยม เมื่อกลับมายังสหรัฐฯ เขาก็เริ่มคิดแผนธุรกิจ ใช้เวลาไม่ถึง 3 เดือนในการออกแบบธุรกิจ "Treats" บริการขนมและสแน็กนานาประเทศส่งตรงถึงบ้านเดือนละครั้ง จากนั้นก็ออกแบบเว็บไซต์ ติดต่อซัพพลายเออร์ และหาคลังสินค้าเพื่อเก็บสินค้า รวมถึงเป็นสถานที่แพ็กและจัดส่งสินค้าให้สมาชิก

โรเจอร์ใช้เงินเก็บที่มีอยู่เป็นเงินลงทุนเบื้องต้น 5,000 ดอลลาร์สหรัฐฯ ออร์เดอร์แรกได้มาหลังจากที่เขาไปโพสต์แนะนำธุรกิจของเขาในเฟซบุ๊กของโรงเรียนนานาชาติที่เขาเคยเรียนตอนอยู่เซี่ยงไฮ้

สำหรับรูปแบบธุรกิจที่โรเจอร์คิดไว้นั้นคือ ลูกค้าสมัครสมาชิก 3 เดือน 6 เดือน หรือ 1 ปี จะได้รับกล่องขนมสีฟ้าส่งตรงถึงบ้านทุกเดือน ในกล่องจะเป็นขนมจากประเทศต่างๆ เช่น ขนมจากไทย เมื่อแกะกล่องจะพบโปสต์การ์ดรูปสถานที่ในไทยพร้อมข้อมูลเกี่ยวกับประเทศไทย และการ์ดอีกใบที่อธิบายเกี่ยวกับรายละเอียดของขนมแต่ละอย่างในกล่อง เช่น สาหร่ายปรุงรสอบกรอบ ลูกอมรสผลไม้ (มะม่วง ลิ้นจี่ มังคุด) ลูกอมรสกาแฟ ขนมเค้กยูโรคัสตาร์ด ข้าวเกรียบกุ้งฮานามิ และอื่นๆ

สมาชิกที่เลือก Standard Pack จะได้รับขนม 4-5 อย่างในราคา 12.95 ดอลลาร์ฯ ต่อเดือน และถ้าเป็น Premium Pack ก็จะเพิ่มเป็น 8-12 ชิ้น ราคาก็จะเพิ่มขึ้นไป และถ้าเป็นสมาชิกในสหรัฐฯ ค่าส่งจะฟรี แต่ถ้าเป็นต่างประเทศ จะบวกค่าส่งขึ้นอยู่กับระยะทางใกล้ไกล หลังจากที่ได้รับขนมจากไทย เดือนต่อไปลูกค้าต้องมาลุ้นว่าขนมที่ส่งมาจะเป็นสินค้าจากประเทศใด ทั้งนี้ กล่องขนมของ Treats จะมาจากหลากหลายประเทศในทุกทวีป ทั้งเอเชีย ละตินอเมริกา ออสเตรเลีย ยุโรป แอฟริกา และอเมริกาเหนือ เพื่อให้สมกับสโลแกนที่ว่า Explore The World Through Food หรือสำรวจโลกไปด้วยกันผ่านอาหาร สำหรับลูกค้าที่อยู่ในประเทศต้นทางขนมสามารถระบุได้ว่าจะรับหรือไม่รับขนมจากประเทศของตน

Treats ยังแนะนำอีกว่า บริการของว่างเช่นนี้อาจไม่เหมาะกับผู้ที่แพ้อาหารง่าย ผู้ที่มีข้อจำกัดด้านอาหารเนื่องจากความเชื่อทางศาสนา และผู้ที่เป็นมังสวิรัติ อย่างไรก็ตาม สินค้าที่บริษัทส่งให้สมาชิกล้วนผ่านการตรวจสอบจากองค์การอาหารและยาของสหรัฐฯ เรียบร้อยแล้ว จึงมั่นใจได้ว่ามีความปลอดภัยในการบริโภค เมื่อลูกค้าสมัครสมาชิกแล้ว ไม่ว่าระยะเวลาเท่าใด หากเปลี่ยนใจไม่ต้องการรับบริการแล้ว ก็สามารถระงับหรือยกเลิกได้กลางคันได้ทุกเมื่อ

หลังจากที่อดทนรอคอยราวครึ่งปี Treats ก็เริ่มเป็นที่รู้จัก และจำนวนสมาชิกก็เพิ่มขึ้นเรื่อยๆ จนในที่สุดธุรกิจก็เติบโตและทำรายได้เป็นตัวเลข 7 หลักภายในเวลา 18 เดือน จากที่ทำงานเองคนเดียว ก็มีการจ้างพนักงานประจำ 2 คน และพนักงานพาร์ตไทม์อีก 4 คน ส่วนระบบคลังสินค้า โรเจอร์ใช้วิธี Outsourcing คือ จ้างหน่วยงานข้างนอกดูแล หน่วยงานที่เขาเลือกใช้บริการชื่อ "Good Source" ซึ่งเป็นองค์กรไม่แสวงกำไรที่ช่วยเหลือสังคมด้วยการจ้างงานผู้ด้อยโอกาส เช่น อดีตผู้ต้องขัง สตรีที่ตกเป็นเหยื่อความรุนแรงในครอบครัว หรือคนสูงวัยที่ต้องการรายได้เพิ่ม เป็นต้น

หากพูดถึงสิ่งที่เรียนรู้จากการดำเนินธุรกิจที่ผ่านมา โรเจอร์กล่าวว่าข้อผิดพลาดหนึ่งที่เขาได้ทำคือ การทำงานแบบลุยเดี่ยวคือ พยายามทำเองทุกอย่างโดยไม่จ้างใครมาช่วย ครั้นธุรกิจเติบโตแบบไม่คาดคิดจากที่มีสมาชิกจำนวนไม่มาก จู่ๆ สมาชิกก็เพิ่มเป็นพันๆ ราย ทำให้ตั้งรับไม่ทัน และเกิดปัญหาตามมา ซึ่งท้ายที่สุดเขาก็ต้องจ้างพนักงานอยู่ดี หากย้อนเวลากลับไปได้ เขาจะวางแผนให้รัดกุมกว่านี้ หาคนมาแบ่งเบาภาระเพื่อที่ตัวเขาจะได้มุ่งไปโฟกัสเรื่องที่สำคัญกว่า

แม้ว่า Treats จะไม่ใช่เจ้าเดียวในตลาดที่ดำเนินธุรกิจนี้เนื่องจากยังมีคู่แข่งอีกหลายราย เช่น SnackCrate, World of Snacks และบริษัทอื่นที่ให้บริการคล้ายกัน แต่โรเจอร์กล่าวว่า ปรัชญาการทำงานของเขาคือ ไม่สนใจการแข่งขันกับผู้อื่น แต่มุ่งมั่นพัฒนาบริการของตัวเองให้ดีที่สุด ดูเหมือนว่าเมื่อธุรกิจ Treats เริ่มอยู่ตัว โรเจอร์จะไม่หยุดอยู่แค่นี้ แต่กำลังมองหาไอเดียใหม่ๆ ในการเริ่มธุรกิจอื่นต่อไป ให้สมกับการเป็นผู้ประกอบการรุ่นใหม่วัยมิลเลนเนียลที่ไฟแรง

เอมสไปร์

จับคู่ STARTUP-CORPORATE เพิ่มโอกาสทางธุรกิจ

Text : กองบรรณาธิการ Photo : Vipa Vadi

ในขณะที่ Pain Point ขององค์กรใหญ่การจะได้มาซึ่งนวัตกรรมเทคโนโลยีหรือโมเดลธุรกิจใหม่ๆ จะเกิดขึ้นได้ค่อนข้างยาก เพราะด้วยมีโครงสร้างการทำงานที่เป็นขั้นเป็นตอน ทำให้แต่ละโครงการต้องใช้เวลานาน ส่วน Pain Point ของ Startup คือ การต้องการเติบโต แต่การเติบโตโดยลำพังก็เป็นไปได้ยากลำบาก ด้วยการมองเห็น Pain Point ของทั้งสองฝั่ง และจุดร่วมร่วมกันซึ่งถ้าสามารถจับมือเดินไปด้วยกันได้จะกลายเป็น Win-Win ทั้งสองฝ่าย **อรพิมพ์ เหลืองอ่อน** Manager Partner บริษัท เอมสไปร์ จำกัด จึงอาสามาเป็นกลไกตรงกลางในการจับคู่ความต้องการของทั้งสองฝ่ายให้มาเจอกัน

"โลกองค์กรใหญ่กับโลก Startup ต้องยอมรับว่ามีความซับซ้อน การจะจับคู่แล้วให้เขาสามารถทำงานร่วมกันได้ก็ไม่ใช่เรื่องง่าย มุมองค์กรอยากได้โมเดลธุรกิจใหม่ อยากได้นวัตกรรม อยากเชื่อมต่อกับ Startup เราจะทำกลยุทธ์ให้จนตกผลึกว่าจะทำแบบไหน หลังจากนั้นเราเฟ้นหา Startup มาให้ โดยที่ในกระบวนการเชื่อมต่อเราไม่ได้ปล่อยให้เขาคุยกันเอง เพราะบางทีภาษาและมุมมองของทั้งคู่แตกต่างกันมาก ต้องมีตัวกลางในการคุยอย่างปัญหาที่เจอระหว่างทางคือความไม่เปิด บางที Startup ก็กลัวในเรื่องความลับ เลยไม่บอกอะไรหมด ในขณะเดียวกันเราก็ต้องทำความเข้าใจกับองค์กรด้วยว่าจะไม่มีลักษณะว่าไปดูดไอเดียมาทำเอง หรือว่าลักษณะคุยๆ แล้วอยากจะขอเข้าไปซื้อเลย"

อรพิมพ์บอกต่อด้วยว่า ในขณะนี้มี Startup เข้าร่วมโปรแกรมนี้แล้ว 400 ทีมทั้งในประเทศไทยและเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ แต่ถ้านับรวม Startup ที่ติดต่อได้และรู้ว่าใครทำอะไรแบบไหนมีราว 2,000 ทีมในมือ และที่ผ่านมาเธอสามารถจับคู่เชื่อมต่อให้กับองค์กรและ Startup ได้ทำงานร่วมกันแล้วเกือบ 10 คู่

"จริงๆ ตอนทำมีกระบวนการการทำในแต่ละที่ไม่เหมือนกันขึ้นอยู่กับโจทย์ขององค์กรใหญ่ว่าต้องการอะไร เช่น อยากให้เราช่วยหา Startup แนวนี้แต่เป็นความลับ เราก็ไปเฟ้นหา Startup ที่คิดว่าดีที่สุดและมีประสิทธิภาพที่สุดที่จะเข้ามาเชื่อมต่อได้มาให้ หรือบางทีก็เปิดเผยเลยว่าต้องการหา Startup มาร่วมทำอะไรด้วย ถ้าเป็นอย่างนี้เราจะหา Startup มาเป็น 100 ทีม แล้วค่อยสกรีนลงเหลือประมาณ 10 ทีม ใน 10 บริษัทนี้จะมีการทำงานร่วมกันกับเราระยะหนึ่งให้คุ้นเคยกัน หลังจากนั้นจะเลือกจริงๆ 3-4 ทีมที่คิดว่าจะได้เชื่อมจริงๆ แล้วออกมาเปิดตัวบางอย่างร่วมกัน"

ในวันนี้ถ้าถามว่านวัตกรรมประเภทไหนที่องค์กรใหญ่ต้องการ อรพิมพ์บอกว่า "องค์กรใหญ่จะมองหาเครื่องมือที่ทำให้ประสบการณ์ผู้บริโภคดีขึ้น นอกจากนี้ อะไรก็ตามที่ช่วยทำให้ต้นทุนประหยัดลง และสุดท้ายอยากได้โมเดลธุรกิจใหม่โดยอาจจะเป็นช่องทางใหม่ที่องค์กรทำไม่ได้ แต่ Startup เติบโตได้ในช่องทางใหม่เหล่านี้ โดยไม่ได้เลือกว่าจะเป็นนวัตกรรมไหน ไม่จำกัดเทคโนโลยี" อรพิมพ์กล่าวในตอนท้าย

SME THAILAND
PRIVILEGE CLUB

เทคนิคการถ่ายภาพสินค้าจากสมาร์ทโฟน
อย่างไรให้ยอดขาย
เปรี้ยง!

โดยคุณชาคริต ยศสุวรรณ์
ช่างภาพมืออาชีพที่คร่ำหวอดในวงการถ่ายภาพมากว่า 20 ปี

WORKSHOP สอนถ่ายภาพจากสมาร์ทโฟนแบบง่ายๆ
พร้อมแนะเทคนิคการถ่ายภาพภาพบุคคล และผลิตภัณฑ์ให้สวยงาม
ดึงดูดใจลูกค้าช่วยให้ยอดขายเปรี้ยง!

สำรองที่นั่ง ฟรี!

วันศุกร์ ที่ 14 ธันวาคม 2561
ลงทะเบียนเวลา 12.30 น.
ที่ : ห้อง M2-M3 ชั้น 6 M Academy Big C ราชดำริ
(สถานที่อาจจะมีการเปลี่ยนแปลง โดยทีมงานจะแจ้งให้ท่านทราบล่วงหน้า)

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

เงื่อนไขกิจกรรมนี้สำหรับ
- ผู้ถือบัตร SME THAILAND PRIVILEGE CLUB
- สมาชิกนิตยสาร SME THAILAND

PROMOTION HOT!

ท้าลมหนาว!

ฉลองก้าวสู่ปีที่ 15 นิตยสาร SME THAILAND

จัดโปรโมชันพิเศษ ชวนเพื่อนมาสมัครสมาชิก SME THAILAND PRIVILEGE CLUB

มาคู่ คุ้มกว่าเยอะ

ราคาพิเศษเพียง 3,500 บาท

จากปกติ 3,980 บาท (ราคาสำหรับ 2 ท่าน)
พร้อมสิทธิพิเศษสุด EXCLUSIVE มูลค่ากว่า 55,000 บาท
ตั้งแต่วันที่ 1-30 พฤศจิกายนนี้เท่านั้น

สิทธิพิเศษสุด EXCLUSIVE สำหรับสมาชิก

- รับนิตยสาร SME Thailand ตลอดอายุสมาชิก
- รับนิตยสาร SME Startup (Free Copy) ตลอดอายุสมาชิก
- เข้าร่วมสัมมนา แบบ Exclusive
- เข้าร่วมกิจกรรม Workshop ฟรี
- รับสิทธิ์ลงโปรโมตสินค้าในหน้าคลิปบอร์ด ขนาด 1/4 หน้า 4 ครั้ง/ปี
- ส่วนลดในการซื้อหนังสือ คอร์สอบรม และผลิตภัณฑ์ในเครือ
- สงวนพื้นที่ VIP ไว้สำหรับสมาชิกเป็นพิเศษ สำหรับการเข้าร่วมกิจกรรมฟรีสัมมนาที่ทาง SME Thailand จัดขึ้น

สอบถามรายละเอียดเพิ่มเติมได้ที่ :
คุณสุชัญญา (เอ๋) โทร. 0-2270-1123-4 ต่อ 115
f : smethailandprivilegeclub

Where to Find

พบกันทุกวันที่ 15 ของเดือน

กรุงเทพฯ/ปริมณฑล

- 10 ml. café gallery
ซ.โชคชัยร่วมมิตร 16/6
- A10 Café & Co-Working Space
- Airport Rail Link
พญาไท / มักกะสัน / หัวหมาก / รามคำแหง
- BANN KAFAÉ
ซ.ท่าข้าม 24
- BICO
The Scene Town In Town
- B Story Café
COCO Walk ราชเทวี
- Café Amazon
- Coffee Cakes
อาคาร 6 ชั้น 1 ทีโอที แจ้งวัฒนะ
- Coffee Corner
มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ (รังสิต)
- Dialogue Coffee and Gallery
แยกผ่านฟ้า
- EL Mello (เอลเมลโล่)
อาคาร Thai Summit Tower
- ES/PE/RO
ซอยสาธร ซอย1
- Espresso Gallery
หน้าคอนโดอิสระ ลาดพร้าว
- Galleria Café
ถ.กาญจนาภิเษก บางแค
- Gallery กาแฟดริป
หอศิลป์ฯ กรุงเทพมหานคร
- Gloria Jean's Coffees
K-Village / Honda Bigwing /
ชั้น 1 ตึกมาลีนนท์
- I-hin Cafe
ซ.ลาดกระบัง 46/3
- INN-Office Coworking Space
โครงการ AQUA สะพานควาย
- Gil Coffee
อาคาร 5 ชั้นใต้ดิน ทีโอที แจ้งวัฒนะ
- White Sheep
ปากซอยลาดปลาเค้า 60
- Lord of Coffee
รามฯ164 / รามฯ112 / รามฯ160
- Mezzo
- MhakBuri Station
ซ.เอกชัย 30 จอมทอง
- Mitte Coffee (มิตเต้)
ซ.แจ้งวัฒนะ-ปากเกร็ด 33
- My Café the Library
Nawamin City Avenue
- One Ounce for Onion
เอกมัย ซ.12
- Size S Coffee & Bakery
พระราม 4
- SOMETHING BLACK
ตลาดละลายทรัพย์ 58 ซอยรัชดาภิเษก 4
- Staff Coffee
พหลโยธินเพลส ชั้น 1
- Sweet Pista Bangkok
สุขุมวิท 31
- Ta Chance Coffee
เยื้อง ซ.เจริญกรุง 109
- TCDC
อาคารไปรษณีย์กลาง บางรัก
- Think TANK (Third Place)
ถ.นางลิ้นจี่
- Timely Coffee
ซ.เสียบวารี 15 หนองจอก
- TINPRESSO (ตินเพรสโซ่)
ซ.สุขุมวิท101/1
- TRUE INCUBE
4th floor Centerpoint SiamSquare
- Treat Cafe & Hang Out
เสนา 28 (ตรงข้าม รร.สมัครธิโชติ)
- Veganerie
The Mercury Ville Chidlom 4th Fl.
- White Rabbit
ซ.อารีย์สัมพันธ์ 5
- Yannawa Coffee
ที่ทำการไปรษณีย์ ยานนาวา
- Yesterday 's Tea Room
ปากซอยสะพานยาว ถ.ทรงวาด
- กาแฟนรสิงห์
พระราชวังพญาไท ร.พ.พระมงกุฎ
- โก้โก้ กาแฟสด
ซ.สายไหม 84
- หอสมุดและคลังความรู้มหาวิทยาลัยมหิดล
วิทยาเขตราชวิถี
- ห้องสมุดมารวย
อาคารตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย
ถนนรัชดา
- ศูนย์การค้า ZPELL รังสิต
- ศูนย์ให้คำปรึกษาด้านทรัพย์สินทางปัญญาและนวัตกรรม
ชั้น 4 กระทรวงพาณิชย์
อาคารตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย
ถนนรัชดา
- มหาวิทยาลัย หอการค้าไทย
- โรงพยาบาลกรุงเทพ

ภาคเหนือ

กำแพงเพชร
- THE GYM

เชียงราย
- Chivit Thamma Da Coffee House
- เรียวกังคาเฟ่

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

แม่ฮ่องสอน
- Coffe In Love
- ร้านกาแฟเข้าท่า ปาย
- ร้านสรวลกาแฟ

แพร่
- CK Coffee
- บ้านอังเล คอฟฟี่

ลำพูน
- Blacksmith

อุตรดิตถ์
- Amezon งิ้วงาม

ภาคกลาง

ชัยนาท
- ALPHABET
COFFEE AND PAGES
- Me Ice cream
- The Marble

นครปฐม
- Pak Pink Bistro

นครสวรรค์
- รามเกียรติ์ คอฟฟี่
- แกะดำ Coffee

พิจิตร
- โรสกาแฟสด

พิษณุโลก
- Caffe'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
- กาแฟรื่นรมย์

เลย
- กาแฟสด ฮักเลย
- ปล่อยแลง เชียงคาน
ถนนชายโขง ซ.10
- แม่น้ำมีแก่ง เกสเฮ้าส์
ถนนชายโขง ซ.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 อิ

ระยอง
- Dollars House
- Roux café
- ราย็อง

ภาคตะวันตก

ประจวบคีรีขันธ์
- Gallery กาแฟดริป หัวหิน
- โชว์รูมรถ Ford หัวหิน

เพชรบุรี
- ชาปู่ชาย่า
- "JM Cuisine" / "เจ๊กเม้ง"
- ร้านเค้กเมืองเพชร

ราชบุรี
- Morming Glory Resort
- IDYLL@DAMNOENSADUAK

ภาคใต้

กระบี่
- เค้ก ณ นา

ตรัง
- Deeva Cup
- PASSIONE del Caffé

ภูเก็ต
- Love 2 eat
- กล้วยน้ำว้า

สงขลา
- Ma Maison
หาดใหญ่
- ร้าน TUBER

สุราษฎร์ธานี
- MY CUP
- บางใบไม้ คาเฟ่

สมัครสมาชิกนิตยสาร SME STARTUP

ส่งตรงถึงบ้านแบบรายปี 12 ฉบับ ราคา 200 บาท

เริ่มรับนิตยสารตั้งแต่เล่มที่ ....

ข้อมูลสมาชิก ชื่อ-นามสกุล ....

ที่อยู่จัดส่งเอกสาร ....

....

โทรศัพท์ .... อีเมล ....

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

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

วิธีการชำระเงิน

โอนเข้าบัญชี บริษัท เพนนินซูลาร์ แอสโซซิเอทส์ จำกัด

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

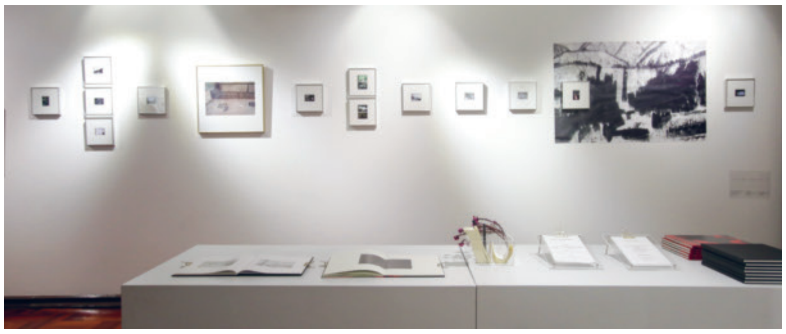
วิธีการสมัคร

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

DECORATION *Text : Kritsana S. / Photo : Vips Vadi*

A CLAY CAFÉ

คาเฟ่ เวิร์กช็อป แกลเลอรี ครบในที่เดียว



ซ.สาทร 8
เปิดบริการ • วันอังคาร-เสาร์ 11.00-22.00 น. • วันจันทร์และอาทิตย์ 11.00-17.00 น.
09-3580-4291
aclaycafe

ใครที่ชอบงานเซรามิกปั้นมือคงรู้จัก A Clay แบรนด์เซรามิกของ **แหวน-พิราอร อำนวยพรสกุล** ที่หลังจากขายผ่านช่องทางออนไลน์และอีเวนต์งานศิลปะมาตั้งแต่ปี พ.ศ.2557 ตอนนี้ได้ฤกษ์เปิดร้านให้ทุกคนเข้าชมผลงานเซรามิกของแบรนด์ พร้อมทั้งเสพงานศิลป์ และเพลิดเพลินกับความอร่อยของอาหาร ขนม และเครื่องดื่มสีสวย

บ้านสีน้ำเงิน-ขาว กลางซอยสาทร 8 เป็นที่ตั้งของ A Clay Café ร้านเพื่อคนรักงานเซรามิก เมื่อผลักประตูกระจกใสบานใหญ่สีน้ำเงินเข้าไปจะพบกับบาร์เครื่องดื่มและขนม ผู้มาเยือนสามารถสั่งอาหารและเครื่องดื่มได้ที่นี่ รอบๆ บริเวณตกแต่งด้วยจาน ชาม แก้ว และของใช้อื่นๆ ที่เป็นงานเซรามิกของแบรนด์ A Clay ซึ่งถ้าถูกใจชิ้นไหนสามารถซื้อกลับบ้านได้

เมื่อเดินลงไปที่ชั้นใต้ดินของร้านจะเป็นห้องเวิร์กช็อปงานเซรามิกที่มีแสงธรรมชาติส่องถึง ห้องจึงดูไม่มืดทึบ ชั้น 1 เป็นบาร์เครื่องดื่มและขนม ชั้น 2 เป็นพื้นที่สำหรับนั่งรับประทานอาหารและนั่งทำงาน เด่นสะดุดตาด้วยโต๊ะไม้สี่เหลี่ยมที่มีชั้นโชว์งานเซรามิกแบรนด์ A Clay ตั้งกลางโต๊ะ มีหน้าต่างวงกลมทำหน้าที่รับแสงธรรมชาติ และเนื่องจากชั้นนี้เป็นชั้นลอย จึงมองเห็นภาพบรรยากาศของชั้นล่างได้ และชั้น 3 เป็นที่ตั้งของแกลเลอรีที่ทาด้วยสีขาว ทำให้ดูสะอาดตาและเพิ่มความโดดเด่นให้กับงานศิลป์ที่จัดแสดง

"A Clay Café เกิดจากไอเดียของแหวนที่อยากเปิดเวิร์กช็อปสอนงานเซรามิกที่บ้านหลังนี้ แต่ด้วยมองว่าจะใช้ประโยชน์จากตัวบ้านไม่คุ้มค่าถ้าเปิดเวิร์กช็อปเพียงอย่างเดียว จึงเพิ่มโซนคาเฟ่และแกลเลอรีเข้ามา เราออกแบบตกแต่งโดยคงองค์ประกอบเดิมๆ ของบ้านไว้ เช่น ถอดเหล็กดัดในห้องที่ไม่ได้ใช้งานมาเป็นองค์ประกอบของชั้น ตู้ และหน้าต่าง" **ปุ้ย-ศศิกานต์ สุประดิษฐ ณ อยุธยา** หุ้นส่วนของร้านกล่าว

ด้วยความที่พื้นที่ในร้านประกอบด้วยชั้นเล็กๆ หลายชั้น แต่ละชั้นจึงมีพื้นที่ไม่เต็มชั้น โดยส่วนใหญ่จะเสียพื้นที่ไปกับทางเดิน ดังนั้น จึงได้ออกแบบพื้นที่บริเวณบันไดให้สามารถใช้ประโยชน์ได้ เช่น จัดแสดงงานศิลป์และวางงานเซรามิก และด้วยความที่ฝ้าของบ้านค่อนข้างเตี้ย ภายในร้านจึงทาด้วยสีน้ำเงินและสีขาว ช่วยดึงความสนใจเรื่องฝ้าเตี้ยจากคนที่นั่งในร้าน และยังเป็นสีของแบรนด์ A Clay ด้วย

ในส่วนของบริเวณ Outdoor ด้านหน้าร้านตกแต่งด้วยไม้พันธุ์ต่างๆ โดยเน้นปลูกพืชผักสวนครัวที่สามารถนำมาประกอบอาหารได้ พื้นที่บริเวณนี้เชื่อมต่อกับพื้นที่ภายในร้านด้วยบันไดสีน้ำเงินขั้นเตี้ย 5-6 ขั้นที่ไม่มีราวกันตก เพราะไม่อยากแบ่งแยกพื้นที่แต่ละส่วนออกจากกัน

สำหรับอาหารและเครื่องดื่มมาในคอนเซปต์ Selected Homemade ที่ดีไซน์ให้รับประทานง่าย รสชาติเข้าใจง่าย และมีเรื่องราวซ่อนอยู่ เช่น ทาร์ตที่ต้องรับประทานตามลำดับเพื่อความอร่อย นอกจากนี้ ยังมีสินค้าแฮนด์เมดอื่นๆ จำหน่ายด้วย เช่น โปสต์การ์ด กระเป๋า และเครื่องประดับ

"ร้านของเราไม่ได้ออกแบบตกแต่งตามเทรนด์ เพราะมองว่าทำให้ร้านบูมแค่ช่วงที่เทรนด์นั้นกำลังฮิต ซึ่งเมื่อเทรนด์ซา ร้านก็เงียบ ในทางกลับกันถ้าออกแบบตกแต่งร้านให้เป็นตัวเองมากที่สุดจะทำให้ร้านอยู่ได้ยาวๆ แต่ทั้งนี้ต้องพัฒนาร้านอยู่ตลอด เพื่อให้ร้านเติบโต ไม่ย่ำอยู่กับที่" ปุ้ยกล่าวปิดท้าย

EATING OUT *Text : Duckkiez / Photo : Tumtist*

แนะนำ ร้านอาหาร เข้ามาได้ที่ INBOX ของเพจ SME STARTUP

IFITIS

อิ่มหนำอาหารฟิวชันในโลกศิลปะเพนต์มือ

SAY HELLO

IFITIS ร้านอาหารย่านทองหล่อที่โดดเด่นด้วยลวดลายบนผนังซึ่งเป็นงานศิลปะแบบ Hand Painted ภายในร้านประกอบด้วยห้องต่างๆ ที่ตกแต่งในคอนเซปต์แตกต่างกัน เช่น Secret Wardrobe ห้องลับในตู้เสื้อผ้า Butter Fire Field ห้องที่ได้แรงบันดาลใจการตกแต่งจากปีกผีเสื้อที่สยายออก และ House of Moonlight ห้องที่เด่นด้วยรูปเพนต์เงากิ่งไม้ ส่วนคนรักน้องหมาเฮได้เลย เพราะที่นี่เป็น Pet Friendly Restaurant สามารถนำน้องหมาเข้าร้านได้

CHEF RECOMMENDED

IFITIS French Fires & Signature Dip เฟรนช์ฟรายส์ชิ้นใหญ่ กรอบนอก นุ่มใน เสิร์ฟในจานที่ดีไซน์เป็นจานสี มีดิปให้เลือกกว่า 40 ดิป เช่น ดิปปลาร้า ดิปวาซาบิ ดิปแกงกะหรี่ และดิปครีมชีส **สปาเกตตีซูเปอร์ไข่** สปาเกตตีเส้นเหนียวนุ่มผัดกับซอสครีม ท็อปด้วยไข่ปลาแซลมอน ไข่กุ้ง ไข่เยี่ยวม้า และไข่แดงสด และ **มันบดหน้าไก่** มันบดเนื้อเนียนนุ่มราดด้วยน้ำซุปเนื้อไก่เข้มข้นสูตรพิเศษ เสิร์ฟพร้อมไข่ดาวและผักสด

SPECIAL

ไวน์ขาวผสมน้ำแอปเปิลและเนื้อแอปเปิล Sangria Red ไวน์แดง ผสมน้ำส้ม เนื้อส้มและแอปเปิล ทั้งสองแก้วเป็นเครื่องดื่มสัญชาติสเปน เหมาะสำหรับดื่มเพื่อดับกระหายและเพิ่มความสดชื่นให้ร่างกาย

LOCATION

ซ.ทองหล่อ 23
09-4449-4426 www.ifitis-bkk.com IfItls ifitis_bkk @ifitis

EAT | DRINK | TRAVEL *Text : Duckkiez*

COFFEE HILLS

ร้านอาหารบรรยากาศสบาย น่านั่ง เสิร์ฟอาหารแสนอร่อย ไม่ว่าจะเป็นสเต๊ก สปาเกตตี อาหารญี่ปุ่นอย่างข้าวหน้าไก่ย่างเทริยากิ ข้าวหน้าหมูเกาหลีโคชูจัง หรือแม้แต่อาหารไทยอย่างข้าวผัดน้ำพริกกะปิปลาทูทอด ข้าวไข่ข้นต้มยำทะเลลาวา และลาบวุ้นเส้นกุ้งสด ไม่เพียงเท่านี้ ยังมีเมนูเครื่องดื่มและขนมหวานที่ปราศจากไขมันทรานส์

อ.เมือง จ.สระแก้ว
CoffeeHills

ERIC KAYSER

คาเฟ่สไตล์ Art Nouveau Colonial ที่ดึงดูดผู้คนด้วยบาร์ขนมปังฝรั่งเศสที่มีให้เลือกชิมหลากหลาย เช่น Signature Croissant กรอบนอก นุ่มใน หอมกลิ่นเนย และ Baguette Monge ที่มีความนุ่มเป็นเอกลักษณ์ นอกจากเบเกอรีแล้ว ยังมีเมนูอาหารที่ผสมผสานสไตล์ตะวันออกและตะวันตกเข้าด้วยกัน เช่น สปาเกตตีต้มยำกุ้ง และครัวซองต์วากิว

สยาม ดิสคัฟเวอรี่ ชั้น M
Maison Eric Kayser Thailand

@MIND EXCLUSIVE PATTAYA

โรงแรมแห่งใหม่ที่มาพร้อมห้องขนาดใหญ่กว่ามาตรฐานทั่วไป สิ่งอำนวยความสะดวกครบครัน เช่น สมาร์ททีวี อ่างอาบน้ำโถชำระสไตล์ญี่ปุ่น และอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงเพื่อรองรับการใช้งานบนโลกออนไลน์ ห้องพักมีให้เลือกทั้งห้อง Deluxe ห้อง Deluxe Pool View ห้อง Exclusive Suite 1 ห้องนอน และห้อง Exclusive Family Suite 2 ห้องนอน

ซ.พัทยากลาง 12
0-3819-6400 www.atmindexclusive.com

RELAX *Text : Duckkiez*

UPSIDE DOWN PATTAYA

บ้านกลับหัว สถานที่ท่องเที่ยวใกล้กรุงเทพฯ บ้านออกแบบในสไตล์ตะวันตก ภายในบ้านมีหลากหลายห้อง เช่น ห้องนอน ห้องครัว ห้องนั่งเล่น และห้องทำงาน ทุกห้องตกแต่งด้วยเฟอร์นิเจอร์ครบครัน มีมุมสุดชิกหลายมุมให้ได้ถ่ายภาพเก็บความประทับใจ ในส่วนของพื้นที่รอบนอกตัวบ้านมีเครื่องเล่นและกิจกรรมต่างๆ ให้ร่วมสนุก

อ.สัตหีบ จ.ชลบุรี
09-0201-0701 upsidedownpattayaofficial

APOCALYPSO

โลกาวสานต์ นิทรรศการจิตรกรรมสีน้ำมัน โดย อิ๋ง กาญจนะวณิชย์ ที่เข้มข้นไปด้วยความรู้สึก ไม่ว่าจะเป็นความเศร้า ความทุกข์ระทม และความเจ็บปวด สีแดงที่ศิลปินใช้ในทุกรูปเหมือนการเดินทางของเลือดที่ไหลมาเป็นปีๆ อันทำให้สัมผัสได้ถึงความเจ็บปวดที่รอวันชำระล้าง หากแต่จริงๆ แล้วนิทรรศการนี้ทำให้นึกถึงการทำนาย การพยากรณ์มากกว่าการสาปแช่ง

Galerie Oasis ซ.สุขุมวิท 43
จัดแสดงตั้งแต่วันนี้-13 มกราคม 256
galerieoasis.bk

ซานฟรานซิสโก มหานครแห่งการเริ่มต้น

Text / Photo : วีราวรรณ ชาญประพันธ์

ภาพสะพานใหญ่สีส้มแดงลอยเด่นท่ามกลางไอหมอก
ทอดข้ามทะเลกว้างเชื่อมสองแผ่นดินเอาไว้ด้วยกัน
คือ สัญลักษณ์ในความทรงจำของใครหลายคน
เมื่อเอ่ยถึงซานฟรานซิสโก
ภาพพี่ก้อง-สหรัถ กับ พี่หมิว-ลลิตา
จากละครรักโรแมนติก
ผุดขึ้นมาทุกทีที่นึกถึงมหานครแห่งนี้
ถ้าใครนึกภาพตามออก
นั่นแปลว่าเราเกิดรุ่นเดียวกัน

ซานฟรานซิสโก เป็นมหานครฝั่งตะวันตกของสหรัฐอเมริกา เป็นส่วนหนึ่งในรัฐแคลิฟอร์เนีย ตั้งอยู่บนเนินเขาบริเวณอ่าวซานฟรานซิสโก อีกด้านเป็นชายฝั่งติดมหาสมุทรแปซิฟิก ด้วยลักษณะภูมิประเทศเช่นนี้ทำให้ทั้งเมืองมักถูกปกคลุมไปด้วยหมอกหนา จนได้รับฉายาว่าเมืองแห่งสายหมอก อุณหภูมิเฉลี่ยทั้งปีอยู่ที่ประมาณ 15 องศาเซลเซียส นอกจากนี้ ยังมีประชากรหนาแน่นและเป็นศูนย์กลางของเศรษฐกิจของอเมริกาตะวันตก ทั้งยังเป็นศูนย์กลางเทคโนโลยีระดับโลก ซึ่งคุณอาจได้กระทบไหล่เดินชนอนาคตเศรษฐี Startup หน้าใหม่ในซิลิคอน วัลเลย์ที่อยู่ถัดไปทางตอนใต้ของซานฟรานซิสโกก็เป็นได้ ทั้งหมดนี้ทำให้มหานครแห่งนี้มีความสำคัญอันดับต้น ๆ ของประเทศ หากจะเรียกว่าเป็นเมืองใหญ่อันดับสองของประเทศรองจากนิวยอร์กก็ไม่ผิดนัก

กว่าจะมาเป็นมหานครเช่นทุกวันนี้ ซานฟรานซิสโกก่อร่างสร้างตัวจากเพียงเนินทรายเวิ้งว้างว่างเปล่าในอดีต มีเพียงชนพื้นเมืองอาศัยอยู่ไม่มากนัก กระทั่งชาวสเปนเข้ามาตั้งถิ่นฐานแล้วเรียกชื่อเมืองใหม่นี้ว่า เซนต์ฟรานซิส (Saint Francis) แต่เมืองนี้เจริญขึ้นอย่างผิดหูผิดตาอย่างแท้จริงในช่วงของยุคตื่นทอง หรือที่เรียกว่า California Gold Rush ในปี พ.ศ.2391 ทำให้นักแสวงโชคจากทั่วทุกมุมโลกมุ่งหน้าเดินทางมาพร้อมความหวังจะได้ครอบครองแร่เรืองรองล้ำค่าสร้างเนื้อสร้างตัวบนดินแดนแถบนี้ นั่นทำให้ทางภาคตะวันตกของสหรัฐอเมริการวมถึงซานฟรานซิสโกขยายตัวอย่างรวดเร็ว ซึ่งเป็นจุดเริ่มต้นให้เมืองแห่งนี้กลายเป็นมหานครใหญ่ที่สุดในตะวันตกของประเทศ

ทว่ามหานครแห่งนี้ตั้งอยู่บนรอยเลื่อนใหญ่ของโลก จึงเกิดแผ่นดินไหวอยู่บ่อย ๆ ซึ่งส่วนใหญ่มีแรงสั่นสะเทือนเพียงเล็กน้อยจนชาวเมืองแทบไม่รู้สึกถึงการบดเบียดปะทะกันของแผ่นเปลือกโลก แต่ในปี พ.ศ.2449 ชาวเมืองซานฟรานซิสโกต้องเผชิญหน้ากับการสั่นไหวอย่างรุนแรงของพื้นธรณีที่ฉีกทั้งเมืองให้พังพินาศ และเกิดเพลิงไหม้ตามมา ในขณะที่สมัยนั้นยังไม่มีระบบการดับเพลิงที่มีประสิทธิภาพ ประกอบกับท่อส่งน้ำถูกทำลายจากแผ่นดินไหว เพลิงจึงลุกลามมอดไหม้เนื่องจากไม่สามารถควบคุมไฟมรณะนั้นได้ ทำให้ซานฟรานซิสโกย่อยยับวอดวาย ทิ้งไว้เพียงคราบน้ำตาบนก้อนอิฐหินและเศษเหล็ก หวนคืนกลับมาสู่จุดเริ่มต้นที่ไม่มีอะไรเลยอีกครั้ง แต่ในอีกไม่กี่ทศวรรษต่อมา ซานฟรานซิสโกก็สร้างตัวเองขึ้นมาใหม่จนกลับมาผงาดฉายแสงได้อีกครั้ง

แต่ละปีมีนักท่องเที่ยวหลั่งไหลเดินทางมาเยือนมหานครแห่งนี้มากมาย ซึ่งต้องอาศัยโชคช่วยสักเล็กน้อยเพราะทั้งเมืองมักตกอยู่ในภวังค์ของหมอกหนา ภาพสะพานใหญ่สีส้มอมแดงร้อนแรงซึ่งเป็นสัญลักษณ์ของเมือง หรือสะพานโกลเดนเกตที่ผู้สร้างสาดสีสดหมายมั่นให้โดดเด่นท่ามกลางม่านไอหมอก แต่สะพานมักเขินอายซ่อนตัวหรือยอมเผยให้เห็นบางส่วนเท่านั้น หากลองเดินข้ามสะพาน

ก็จะได้เต็มอิ่มกับภาพมุมกว้างของเมืองใหญ่ที่อ่าวซานฟรานซิสโกเป็นฉากหน้า ทั้งยังมองเห็นคุกอัลคาทราซอยู่ลิบๆ ชวนให้นึกถึงเรื่องราวของคุกที่ไม่มีวันหลบหนีได้ แต่ก็มีนักโทษสามารถหลบหนีจากเรือนจำแห่งนี้ไปได้ด้วยการว่ายน้ำข้ามอ่าวอันเย็นยะเยือกแห่งนี้

อีกกิจกรรมในเช็กลิสต์ของผู้มาเยือนคือ การขึ้นรถราง หรือเคเบิลคาร์สุดคลาสสิกที่เก่าแก่แห่งหนึ่งของโลก เริ่มเปิดให้บริการตั้งแต่ปี พ.ศ.2416 วิ่งผ่านเนินลาดชันให้ได้ชมทัศนียภาพของบ้านเมือง ซึ่งหากคุณมีเวลาอ้อยอิ่งในเมืองสุดชิวนี้ไม่มากนัก แนะนำให้เลือกขึ้นสาย Powell-Hyde Line โดยขึ้นจากต้นสายอย่างที่สถานี Powell ดีที่สุด เพราะนักท่องเที่ยวทุกคนต่างมุ่งหน้ามาหาประสบการณ์จากการได้โดยสารรถรางคลาสสิกนี้จึงทำให้แถวที่รอต่อคิวยาวมาก ดังนั้น การขึ้นกลางทางจึงแทบจะเป็นไปไม่ได้ที่จะเบียดขึ้นไปได้ นอกจากนี้ ระหว่างรอคิวนั้นยังจะได้ดูวิธีการกลับรถรางที่ปฏิบัติกันมาตั้งแต่อดีต คือเมื่อรถรางมาถึงจุดกลับรถที่สถานีสุดสายการเดินรถ เจ้าหน้าที่จะช่วยกันใช้แรงหมุนแผ่นไม้ที่รถรางจอดนิ่งอยู่ให้หันกลับไปอีกทาง แล้วรถจึงจะเริ่มวิ่งย้อนกลับไปในเส้นทางเดิม

ส่วนสาเหตุที่เราแนะนำให้เลือกสาย Powell-Hyde Line ก็เพราะคุณจะสามารถไปลงที่จุดสูงสุดของถนนซิกแซก หรือถนนลอมบาร์ด (Lombard Street) ซึ่งเป็นถนนแคบคดเลี้ยวซิกแซกไปมาและมีความลาดชันถึง 40 องศา เพื่อชะลอความเร็วของรถยนต์ที่ขับบนถนนเส้นนี้ ช่วยลดอุบัติเหตุ แต่ระหว่างทางก่อนจะไปถึงถนนลอมบาร์ด ให้คุณคอยสังเกตข้างทางดีๆ ก็จะได้เจอกับร้านไอศกรีมสเวนเซ่นส์สาขาแรกของโลกบนหัวมุมถนน Union Street ตัดกับ Hyde Street ซึ่งหากไม่คอยจับตาให้ดี คุณจะมองผ่านเลยไปอย่างแน่นอน

หลังจากเดินซิกแซกลงมาตามถนนลอมบาร์ด สามารถเดินต่อไปหาซีฟู้ดอร่อยๆ ได้ที่ฟิชเชอร์แมนส์ วาร์ฟ (Fisherman's Wharf) อีกจุดเช็กอินของนักท่องเที่ยว ซึ่งเป็นท่าเรือเก่าแก่ของเมือง จึงมีร้านอาหารทะเลให้เลือกเพียบ เดินถัดไปอีกอึดใจก็จะถึงเพียร์ 39 (Pier 39) เมื่อใกล้จะถึงคุณจะรู้สึกได้ว่ามาถูกทางแล้ว เพราะจะได้กลิ่นสิงโตทะเล ใช่! กลิ่นสิงโตทะเล คุณอาจจะยังนึกไม่ออกว่าเป็นยังไง แต่ถ้าได้กลิ่นมันโชยมาในอากาศคุณจะมั่นใจได้ทันทีว่าใช่ ถึงแม้จะไม่เคยได้กลิ่นมันมาก่อน ที่นี่จะมีฝูงสิงโตทะเลมานอนเบียดเสียดผึ่งแดดอย่างเกียจคร้านกันสลอน นอกจากนี้ บริเวณท่าเรือแถบนี้ยังสามารถมองเห็นคุกอัลคาทราซได้อย่างชัดเจนอีกด้วย และหากอยากจะนั่งเรือข้ามไปเที่ยวก็สามารถซื้อทัวร์จากแถวนี้ได้เลย

ซึ่งแขกไปใครมาก็คงจะต้องมุ่งหน้าไปฝากท้องที่ย่านไชน่าทาวน์กันสักมื้อ ชุมชนชาวจีนที่ซานฟรานซิสโกนั้นมีขนาดใหญ่จนมีคำกล่าวว่า ที่นี่เป็นชุมชนชาวจีนนอกประเทศจีนที่มีขนาดใหญ่ที่สุดในโลก แต่จะว่าไปชุมชนชาวเอเชียในซานฟรานซิสโกก็มีขนาดใหญ่ที่สุดในสหรัฐอเมริกาเลยทีเดียว ซึ่งมีทั้งชุมชนชาวเกาหลี ชาวไทย ชาวเวียดนาม และอื่นๆ ดังนั้น คนไทยอย่างเราที่ไปเที่ยวซานฟรานซิสโกจึงไม่ต้องกลัวจะโหยหาอาหารเอเชียที่คุ้นลิ้นเลยทีเดียว

ก่อนลาจากซานฟรานซิสโก ทริปนี้จะไม่สมบูรณ์หากขาดบ้านสีพาสเทลแสนหวานสไตล์วิกตอเรียนที่ยังหลงเหลืออยู่จากเหตุไฟไหม้ใหญ่ในอดีตครั้งนั้น ตั้งอยู่ริมถนน Steiner Street ซึ่งรู้จักกันในนาม Seven Sisters หรือ Painted Ladies โดยฝั่งตรงข้ามเป็นสวนสาธารณะร่มรื่นให้ทั้งชาวเมืองและนักท่องเที่ยวได้เอนกายพักผ่อนคลายจากความเหนื่อยล้า

HOW TO GET THERE

การเดินทางด้วยระบบขนส่งสาธารณะในเมืองสะดวกสบายมีหลายรูปแบบ หาข้อมูลเพิ่มเติมได้ที่ www.sfmta.com/getting-around/muni/fares

มาเที่ยวซานฟรานซิสโกทั้งทีห้ามพลาด Cable Car หรือรถรางของที่นี่สักครั้ง ซึ่งมี 3 เส้นทางคือ Powell-Hyde Line, Powell-Mason Line และ California Line ดูรายละเอียดเพิ่มเติมได้ที่ www.sfcablecar.com

นอกจากนี้ มาเที่ยวเมืองของชาว Startup ทั้งทีก็ไม่ควรพลาดใช้บริการแอพพลิเคชั่นอย่าง Uber ก็สะดวกสบายดี

หากจะเช่ารถขับที่นี่ให้ทำใจเรื่องค่าจอดรถที่แสนแพงเอามากๆ แถมจอดยากเพราะทั้งเมืองเป็นเนินชัน

WHERE TO STAY

เราแนะนำที่พักในย่านยอดนิยมอย่าง Union Square ซึ่งใกล้ระบบขนส่งสาธารณะต่างๆ ทำให้ไปไหนมาไหนสะดวก ไม่ว่าจะมาจากสนามบิน หรือจะเดินทางท่องเที่ยวในเมือง ทั้งยังใกล้สถานี Powell ต้นสายของเคเบิลคาร์ ทั้งยังมีร้านอาหารมากมาย รวมถึง Whole Foods Market เป็นตู้กับข้าวยามหิวได้สบายๆ แถมรายล้อมไปด้วยห้างสรรพสินค้าแหล่งช้อปปิ้งสารพัดแบรนด์ให้ขาช้อปได้ละลายทรัพย์

WHERE TO EAT

ย่านฟิชเชอร์แมนส์ วาร์ฟ มีร้านอาหารทะเลให้เลือกหลากหลายราคาตามงบในกระเป๋า เมนูที่นิยมคือ Clam Chowder in Bread Bowl เป็นซุปหอยลายเสิร์ฟในขนมปังที่คว้านเป็นรูปชาม หรือที่เรียกว่า Sourdough ซึ่งก็คือ ขนมปังสไตล์ซานฟรานซิสโก โดยใกล้ๆ กันมีร้าน Boudin Bakery ที่มีการสาธิตวิธีทำขนมปัง Sourdough สดใหม่ทุกวัน

สำหรับคนรักช็อกโกแลตต้องพุ่งตัวไปที่ร้าน Ghirardelli มีหลายสาขา แต่ที่ Ghirardelli Square อยู่ถัดจากฟิชเชอร์แมนส์ วาร์ฟไปอีกหน่อย สายขนมหวานห้ามพลาดช็อกโกแลต และไอศกรีมรสเข้มข้น ใครจะซื้อช็อกโกแลตจากที่นี่กลับไปเป็นของฝากก็ได้

Fortune for Biz

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

15 พฤศจิกายน – 14 ธันวาคม 2561

ราศีมังกร

คนที่คิดอยากจะมีลูกมีโอกาสที่จะสมหวัง ส่วนคนโสดความรักตอนนี้จะเป็นแบบแอบรักแอบชอบ หรือพัฒนาจากการเป็นเพื่อนแล้วมาเป็นแฟน ระวังปัญหาจากสิ่งที่คุณตัดสินใจไม่ได้ทั้งในเรื่องการทำงานและเรื่องความรักที่จะเข้ามาทำให้คุณปวดหัวคุณรู้สึกอึดอัด และอยากเป็นอิสระจากงานที่ทำอยู่คุณอยากจะเปลี่ยนงานแต่คงยังไม่ใช่โอกาสที่ดี การเงินเงินที่คุณหวังเงินก้อนคุณยังไม่สมหวัง โชคลาภช่วงนี้ยังไม่มี

ราศีพฤษภ

คุณมีอารมณ์ที่สับสนและแปรปรวนยังตัดสินใจอะไรไม่เด็ดขาดในเรื่องการทำงานก็เช่นกัน คุณยังมีความคิดแบบเด็ก ๆ บางทีการทำงานยังคงย่ำอยู่กับที่ยังไม่มีความก้าวหน้าไปไหน คุณมีเกณฑ์จะได้เดินทางในช่วงนี้ ส่วนความรัก อาจจะแอบชอบ หรือแอบคบกับใครให้ระวังผู้ใหญ่อีกฝั่งอาจจะไม่ค่อยพอใจในตัวคุณคุณต้องอดทนให้มากในช่วงนี้ การเงินอาจจะไม่พอให้ได้ใช้จ่าย

ราศีกันย์

วันนี้คุณจะต้องเกี่ยวข้องกับสิ่งศักดิ์สิทธิ์หรืองานการกุศล เป็นงานที่ต้องใช้ความสามารถ และพลังแห่งความศรัทธาเข้ามาเสริมกัน ความรักคุณต้องปล่อยวาง ช่วงนี้คนรักอาจจะอยากเป็นอิสระแต่รวม ๆ แล้วยังไม่มีปัญหามากมายนัก สุขภาพระวังเรื่องความเครียด ไมเกรน และความกังวลในใจของคุณ

ราศีกุมภ์

ใครที่อยากทำงานเสริมเพื่อหารายได้พิเศษแนะนำว่าทำเป็นการขายเสื้อผ้า สิ่งของสวยงามเครื่องประดับคุณสามารถทำได้ ในเรื่องของความรักคุณอาจจะมีขัดใจกันบ้างเนื่องจากตัวคุณเองมีโลกส่วนตัวค่อนข้างสูง และกลัวว่าปัญหาเก่า ๆ ในเรื่องความรักจะกลับมาทำร้ายจิตใจ ควรหาเวลาไปทำบุญบ้างจะได้เสริมบุญให้หนุนนำชีวิตของคุณให้พ้นจากอุปสรรค

ราศีเมถุน

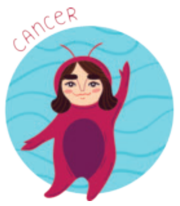
วันนี้คุณจะต้องใส่ใจรายละเอียดเกี่ยวกับเรื่องงานให้มาก ๆ เพราะอาจจะมีปัญหาเข้ามาให้คุณได้แก้ไข เรื่องความรักคนที่มีปัญหากับแฟน คุณต้องปรับปรุงตัวเองให้ดีขึ้นพยายามหันหน้าปรับความเข้าใจกัน ระวังเรื่องความลุ่มหลงจะทำให้เกิดปัญหาในความรัก ส่วนคนโสดระวังเรื่องรักซ้อนหรือคนที่เข้ามาเขาจะมีคู่อยู่แล้ว สุขภาพให้ระวังการปวดขา ปวดเข่า

ราศีตุลย์

วันนี้คุณอาจจะอยากอยู่เงียบ ๆ คนเดียว ใช้ความคิดตัดสินปัญหาหลาย ๆ อย่างที่เข้ามาจี้เหมือนไฟลนก้น เรื่องงานก็เช่นกันคุณต้องมีความกระตือรือร้นให้มากเพราะมีผู้ใหญ่จับตามองคุณอยู่ ค่าใช้จ่ายคุณต้องหมุนจากซ้ายไปขวาหน้าไปหลังช่วงนี้มีภาระเยอะพอสมควร คุณเป็นคนมีความสามารถขอให้อดทนทุกอย่างจะผ่านไปได้ด้วยดี ความรักอาจจะมีเหงา ๆ บ้างช่วงนี้ต้องอยู่ไกลกัน คนโสดยังต้องพบกับความผิดหวังต่อไป

ราศีมีน

ชาวราศีมีนวันนี้ต้องระมัดระวังสุขภาพ ความอ่อนล้าจากการทำงาน การพักผ่อนไม่เพียงพอ ส่วนเรื่องความรักยังถือว่าดูแลกันดีแต่ให้ระวังไปถึงสุขภาพของคนรักด้วยเรื่องความดันในเรื่องโรคภูมิแพ้ ส่วนการเงินช่วงนี้หาเงินหนักหน่อยรายได้ไม่พอกับรายจ่าย คนที่สอบแข่งขันไม่ว่าจะเป็นเรื่องเรียนหรือเรื่องการสอบเข้างานราชการต่าง ๆ คุณมีโอกาสประสบความสำเร็จ



ราศีกรกฎ

คนที่ทำงานอิสระ คุณจะมีรายได้เข้ามาค่อนข้างที่จะดี ไม่ว่าจะเป็นการขายหรือการใช้คำพูดติดต่อเจรจาหาลูกค้า คุณเหมาะที่จะทำงานคนเดียวด้วยความสามารถของตัวคุณเองไม่ควรที่จะร่วมหุ้นลงทุนกับใครเพราะมีโอกาสโดนหักหลังสูง สุขภาพระวังเรื่องการปวดคอปวดหลังอย่างรุนแรง ความรักช่วงนี้คุณจะวุ่นวายเกี่ยวกับเรื่องงานก็เลยไม่มีเวลาที่จะเอาใจใส่คนรักระวังเขาจะงอน

ราศีพิจิก

ระวังเรื่องความคิดเห็นที่ขัดแย้งกันกับเพื่อนร่วมงาน ในวันนี้อาจจะมีเรื่องที่ทำให้พูดจาไม่เข้าหูกันหรือทิฐิภายในจิตใจของอีกฝ่ายหนึ่ง ในเรื่องความรักก็เช่นกันมีการงอนง้อ อาจจะมีเรื่องบุคคลที่สามที่เข้ามาทำให้ความรักวุ่นวาย แต่สุดท้ายถ้าคุณหันหน้าปรับความเข้าใจกันได้ทุกอย่างจะผ่านไปได้ด้วยดี ระวังสุขภาพเรื่องภูมิแพ้อากาศและระบบทางเดินหายใจ

ราศีเมษ

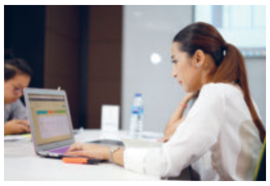
วันนี้คุณคิดจะหาลู่ทางในการทำงานใหม่ ๆ หรือลงทุนทำงานเป็นรายได้เสริม ถ้าเป็นเรื่องเกี่ยวกับอสังหาริมทรัพย์หรือบ้านเช่าก็สามารถทำได้ คุณจะมีที่ปรึกษาที่ดีเข้ามาให้คำแนะนำ เรื่องความรักอาจจะมีระแวงในตัวคนรักบ้าง ขอให้คุณเปิดใจปรับความเข้าใจเข้าหากันแล้วทุกอย่างจะผ่านไปได้ด้วยดี การเงินช่วงนี้ยังถือว่ายังเป็นเงินหมุนอยู่บ้าง เรื่องสุขภาพให้ระวังปัญหานิ้วล็อกหรือระบบกล้ามเนื้อที่อ่อนล้าจากการทำงานหนัก

ราศีสิงห์

คนที่มีโครงการวางแผนจะแต่งงานคุณมีโอกาสจะสมหวัง และคนที่แต่งงานแล้วคุณก็มีโอกาสที่จะได้ลูกตามที่ปรารถนา ส่วนคนที่คิดอยากจะมีบ้านหรือลงทุนโครงการใหญ่ ๆ อาจจะต้องรอไปก่อน เพราะว่าค่าใช้จ่ายค่อนข้างเยอะ ช่วงนี้หาเวลาทำบุญทำกุศลบ้าง เพื่อที่จะให้ตัวคุณมีบุญหนุนนำไปในทางที่ดีทำอะไรก็จะประสบความสำเร็จ

ราศีธนู

ถ้าคุณหวังจะไปทวงหนี้จากคนที่ยืมเงินคุณไปคุณจะยังไม่ได้คืนวันนี้จะเจอเหตุการณ์แบบไม่คาดคิดมาก่อนอาจจะเป็นเรื่องงานด่วนที่เข้ามา หรือมีคนหาปัญหามาให้คุณได้แก้ ความรักค่อย ๆ ประคับประคองกันไปในช่วงนี้ ยังดูแลกันไปได้ดีสำหรับคนที่มีคู่ ส่วนคนโสดอาจจะมีคนเข้ามาให้เลือกเยอะเลยยังตัดสินใจไม่ได้



Society SME Thailand Privilege Club ครั้งที่ 7

จบไปแล้วสำหรับ Exclusive Workshop for SME Thailand Privilege Club ครั้งที่ 7 ในหัวข้อพิเศษ "SME ต้องรู้บัญชี 4.0 ทำเป็นเห็นทางรวย" เพื่อสอนเทคนิคการทำบัญชีเดียว การทำบัญชีในยุค 4.0 การอ่านงบเพื่อวิเคราะห์ธุรกิจสำหรับ SME รวมถึงสาธิตการทำบัญชีบน Cloud ที่เข้าใจง่ายแม้ไม่มีพื้นฐานการทำบัญชีเลย โดย ศิริรัฐ โชติเวชการ ผู้เชี่ยวชาญ และที่ปรึกษาด้านบัญชี จาก Network Advisory Team Ltd. ณ M Academy เมื่อเร็วๆ นี้

สนใจเข้าร่วมกิจกรรมดีๆ แบบนี้สอบถามรายละเอียดเพิ่มเติมได้ที่ 0-2270-1123-4 ต่อ 115

JMART ลงนาม MOU

สมชาย หาญหิรัญ รมช.อุตสาหกรรม ให้เกียรติร่วมเป็นสักขีพยานในพิธีลงนามความร่วมมือ โดยมี ดร.ชิต เหล่าวัฒนา ผู้ก่อตั้งสถาบันวิทยาการหุ่นยนต์ภาคสนาม มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี (FIBO) พร้อมด้วย อดิศักดิ์ สุขุมวิทยา ประธานเจ้าหน้าที่บริหาร บริษัท เจมาร์ท จำกัด (มหาชน) และ ธนพล กองบุญมา ประธานเจ้าหน้าที่บริหาร บริษัท จันวาณิชย์ จำกัด ร่วมกับ UBTECH Robotics ผู้ผลิตและออกแบบนวัตกรรมหุ่นยนต์ระดับแนวหน้าของโลก เพื่อร่วมผลักดันนโยบายภาครัฐพัฒนาอุตสาหกรรมหุ่นยนต์ นำประเทศไปสู่ไทยแลนด์ 4.0

กรุงศรี Thai QR Code Payment

ธนาคาร กรุงศรีอยุธยา จำกัด (มหาชน) ร่วมกับ มิตซูบิชิ ยูเอฟเจ ไฟแนนเชียล กรุ๊ป (MUFG) สถาบันการเงินที่ใหญ่ที่สุดในญี่ปุ่นและหนึ่งในกลุ่มสถาบันการเงินชั้นนำของโลก ร่วมขับเคลื่อนระบบการชำระเงินข้ามประเทศให้คนไทยที่เดินทางท่องเที่ยวในญี่ปุ่นได้รับความสะดวกและปลอดภัยในการใช้จ่ายด้วยการสแกน Thai QR Code ผ่านโมไบล์แอพพลิเคชัน KMA ของกรุงศรีและทุกธนาคาร ณ จุดชำระเงินของเครือข่ายห้างสรรพสินค้าชั้นนำ และร้านค้ายอดนิยมของญี่ปุ่น

ทิพยประกันภัย เปิดตัว TIP Gateway

บริษัท ทิพยประกันภัย จำกัด (มหาชน) มอบหมายให้ Acrosure ออกแบบและพัฒนาระบบ Tip Gateway, Powered by Acrosure ซึ่งเป็นระบบ Self-serve Insurance API Gateway ภายใต้คอนเซปต์ Insure with Partner ชูจุดเด่นที่เปิดให้ Tech Startup เข้ามาเชื่อมต่อด้วยตัวเองได้อย่างรวดเร็ว ช่วยลดขั้นตอนการทำงาน ทำให้ธุรกิจ Startup สามารถออกแบบความคุ้มครองในรูปแบบใหม่ที่สอดรับกับไลฟ์สไตล์ของผู้บริโภคยุคดิจิทัลได้ตามที่ต้องการ พร้อมเผยโฉมห้อง TIP Inspiration Chamber (TIP IC) ที่ออกแบบให้เป็น Innovative Co-Working Space

จังซีลอน ป่าตอง จัดนิทรรศการ

ศูนย์การค้าจังซีลอน ป่าตอง ภูเก็ต จัดนิทรรศการ "สืบสานตำนานศิลป์ แผ่นดินสยาม" เพื่อน้อมรำลึกถึงพระมหากรุณาธิคุณ พระอัจฉริยภาพ และพระปรีชาสามารถของในหลวง รัชกาลที่ 9 ในด้านงานศิลปะแขนงต่างๆ และทรงได้นำพระอัจฉริยภาพเหล่านี้มาใช้ให้เป็นประโยชน์แก่ประชาชนและประเทศตลอดมา โดยได้รับเกียรติจาก ประกอบ วงศ์มณีรุ่ง รองผู้ว่าราชการจังหวัดภูเก็ต มาเป็นประธานในพิธีเปิดงาน และมี ทัศนีย์ เทพประเสริฐวังศา ประธานเจ้าหน้าที่บริหาร สายงานการตลาด ศูนย์การค้าจังซีลอน ป่าตอง ภูเก็ต ให้การต้อนรับ

ธนชาต ผนึก ปตท.มอบสิทธิประโยชน์ให้ลูกค้า

ธีรชาติ จิรจรัสพร ผู้ช่วยกรรมการผู้จัดการบริหารผลิตภัณฑ์และการตลาดสินเชื่อรถยนต์ ธนาคาร ธนชาต จำกัด (มหาชน) ร่วมกับ สุชาติ ระมาศ รองกรรมการผู้จัดการใหญ่การตลาดขายปลีก บริษัท ปตท.จำกัด (มหาชน) มอบสิทธิประโยชน์ให้แก่สมาชิกลูกค้า PTT Blue Card ที่เป็นเจ้าของกรรมสิทธิ์รถยนต์และรถต้องปลอดภาระให้สมัครใช้สินเชื่อธนชาต "รถแลกเงิน" หรือธนชาต "เล่มแลกเงิน" ได้ง่ายๆ เพียงสมัครผ่าน www.thanachartbank.co.th โดยระบุหมายเลขสมาชิกบัตร PTT Blue Card และหลังจากได้รับการอนุมัติและเกิดสัญญาสินเชื่อ รับคะแนน Blue Point ทันที 5,000 คะแนน

อีซูซุ มอบลูกฟุตซอล 6,000 ลูก

ปนัดดา เจณณวาสิน กรรมการรองผู้จัดการ และ วิชัย สินอนันต์พัฒน์ กรรมการ บริษัท ตรีเพชรอีซูซุเซลส์ จำกัด เป็นตัวแทนมอบลูกฟุตซอลอีซูซุจำนวน 6,000 ลูก ให้แก่ สัณชัย เองตระกูล ประธานเจ้าหน้าที่บริหาร บริษัท คนดีต้องทำดี จำกัด เพื่อสนับสนุนกิจกรรม "รวมหัวใจไปให้สุดที่แดนใต้" ที่บริษัท คนดีต้องทำดี จำกัด ร่วมกับ สภาสังคมสังเคราะห์แห่งประเทศไทยในพระบรมราชูปถัมภ์ และมูลนิธิมิราเคิล ออฟไลฟ์ จัดขึ้น โดยได้นำลูกฟุตซอลไปมอบให้โรงเรียนในจังหวัดชายแดนภาคใต้

เมืองทองฯ เยือนเอไอเอ

เอไอเอ ประเทศไทย โดย เอกรัตน์ จิติมั่น ประธานเจ้าหน้าที่ฝ่ายการตลาด เปิดบ้านต้อนรับทีมสโมสรเอสซีจี เมืองทอง ยูไนเต็ด นำโดย รณฤทธิ์ ชื่อวาจา ผู้อำนวยการสโมสร และเหล่าขุนพลแข้งกิเลนผยอง ที่มาร่วมแสดงความยินดีในโอกาสครบรอบ 80 ปี เอไอเอ ประเทศไทย พร้อมกับขอบคุณเอไอเอในฐานะผู้สนับสนุนหลักยาวนานกว่า 8 ปี นอกจากนี้ เหล่านักเตะยังได้เยี่ยมชมนิทรรศการประวัติความเป็นมาและความสำเร็จของเอไอเอประเทศไทย

BIC เปิดตัว Bic 3 Blades

BIC แบรนด์ผลิตภัณฑ์จากฝรั่งเศส โดย Henrik Resurreccion ผู้จัดการผลิตภัณฑ์ กลุ่มผลิตภัณฑ์โกนหนวดและอี-คอมเมิร์ซ ภูมิภาคเอเชีย และ ภพ ศุภกิจวิเลขการ ผู้จัดการพัฒนาธุรกิจประเทศไทยและเมียนมา จัดงาน "BIC 3 Blades หล่อ เนียนกว่า กับโตโน่" เปิดตัวผลิตภัณฑ์ Bic 3 Blades Disposable Razors มีดโกนหนวดสามใบมีดที่มีคุณสมบัติเพิ่มประสิทธิภาพในการโกนหนวดได้เกลี้ยงเกลา เรียบเนียน มาพร้อมแถบหล่อลื่น Aloe Vera Gel และ Vitamin E

เคทีซี จับมือ Dealcha

เคทีซี หรือบริษัท บัตรกรุงไทย จำกัด (มหาชน) จัดแพ็กสิทธิพิเศษเฉพาะสมาชิกบัตรเครดิตเคทีซี รับเงินคืนสูงสุด 9 เปอร์เซ็นต์ในการช้อปปิ้งออนไลน์ผ่าน Dealcha เพียงคลิกรับสิทธิ์ผ่าน https://dealcha.com/ktc และระบุหมายเลขบัตรเครดิตเคทีซี จากนั้นเลือกซื้อสินค้ากับร้านค้าออนไลน์ที่ร่วมรายการ ตั้งแต่วันนี้-31 มกราคม 2562 รับเครดิตเงินคืนเพิ่มอีก 10 เปอร์เซ็นต์ พร้อมรับคะแนนสะสม KTC FOREVER REWARDS 5 เท่า

HUMAN TO HUMAN

ลองนึกภาพดูว่าถ้าต้องมีการติดต่อพูดคุยทางธุรกิจการค้าการขายผ่านออนไลน์ แล้วเจอแต่ข้อความที่เป็นแพตเทิร์นประโยคที่เตรียมมาไว้ก่อนแล้วก๊อบปี้มาวางๆ เหมือนกับการพูดคุยกับหุ่นยนต์ที่ไม่มีอารมณ์ความรู้สึก กับการสื่อสารที่คุยกับคนด้วยภาษาที่ใช้ในชีวิตประจำวัน เหมือนๆ กับการคุยกันกับเพื่อน ที่พร้อมจะช่วยเหลือ ตอบคำถามเมื่อถามปัญหาข้อข้องใจ ทำให้เรารับรู้ได้ว่าเต็มใจที่จะตอบและอยากที่จะช่วยเหลือจริงๆ จะชอบอย่างไหนมากกว่ากัน

Text : Ratchanee P.

เชื่อเถอะว่าร้อยทั้งร้อย จะชอบการคุยกับเพื่อนๆ มากกว่า และอย่างที่รู้กันดีว่าคนเรามักจะใช้อารมณ์ในการตัดสินใจซื้อก่อนเสมอแล้วค่อยพยายามหาเหตุผลมารองรับหรือสนับสนุนทีหลัง ดังนั้น แบรนด์ที่เข้าถึงและแตะความรู้สึกของผู้บริโภคโดยตรงก็จะขายได้ดีกว่า ในขณะที่แบรนด์ใดที่ไม่คำนึงถึงสิ่งนี้ก็เสี่ยงที่จะโดนคู่แข่งมาดึงลูกค้าไปไม่น้อยเลยทีเดียว เพราะผู้บริโภคยุคนี้ จะชอบคุยและติดต่อกับแบรนด์ในฐานะคนจริงๆ ไม่ใช่คนที่ควักกระเป๋าจ่ายเงินซื้อสินค้าของแบรนด์เท่านั้น

การที่เดี๋ยวนี้เราหันมาค้าขายบนออนไลน์ ทำการตลาดบนออนไลน์กันมากขึ้น ซึ่งแม้ว่าจะทำให้แบรนด์มีวิธีการติดต่อสื่อสารกับลูกค้ามากขึ้น สามารถพูดคุยกับลูกค้าได้โดยตรง แต่วิธีของการติดต่อการสื่อสารกับลูกค้าเป็นเรื่องที่ต้องให้ความสำคัญ เพราะอย่าลืมว่าการตอบคำถามที่ไม่เห็นหน้าค่าตาระหว่างผู้ซื้อผู้ขาย การใช้ประโยคคำตอบที่เป็นแพตเทิร์นแบบเป็นทางการที่เตรียมไว้ หรือการเล่าเรื่องของแบรนด์บนออนไลน์แบบที่ดูเป็นทางการมากๆ รวมถึงการใช้เทคนิคต่างๆ ในความเป็นจริงแล้ว จะทำให้ขาดความน่าสนใจ ไม่อาจจะทำให้ได้ใจลูกค้า เพราะคาแร็กเตอร์ความเป็นคนที่จะสื่อสารกับลูกค้า ทำให้การสื่อสารกับลูกค้าเป็นเรื่องระหว่างบุคคลที่ไม่ควรละเลย

ดังนั้น การสื่อสารบนออนไลน์โดยการใช้คนจริงๆ ในการพูดคุยสื่อสารกับคนจึงเป็นวิธีเดียวที่จะทำให้แบรนด์ดูเป็นคน สิ่งนี้เป็นข้อดีของธุรกิจเล็กที่อาศัยความได้เปรียบจากไซส์ที่เล็ก ที่เจ้าของแบรนด์มักจะทำธุรกิจลำพังคนเดียว หรือถ้ามีผู้ช่วยก็ไม่กี่คน ทำให้ต้องคอยตอบคำถามลูกค้าเองโดยตรง ซึ่งการที่รู้ข้อมูลสินค้าดีที่สุด ย่อมสามารถตัดสินใจแก้ปัญหาได้โดยไม่ต้องรอ สามารถสื่อสารระหว่างแบรนด์กับลูกค้าแบบเปิดใจ เป็นมิตร ให้อารมณ์เหมือนคุยกับลูกค้าแต่ละคนด้วยความเข้าอกเข้าใจ จึงทำให้แบรนด์เข้าถึงลูกค้าได้อย่างแท้จริง และนี่คือโอกาสทองของธุรกิจเล็กที่อาศัยช่องทางและประสิทธิภาพของออนไลน์นั่นเอง

BEST SELLER!

บัญชีต้องรู้
ฉบับยาสามัญประจำธุรกิจ

เมื่อบ้านต้องมี “ตู้ยาสามัญประจำบ้าน” ออฟฟิศก็ต้องมี “ตู้ยาสามัญประจำธุรกิจ” ถ้าอยากเข้าใจและเท่าทันโลกของบัญชีและภาษี “บัญชีต้องรู้... ฉบับยาสามัญประจำธุรกิจ” คู่มือบัญชี และภาษีที่คุณต้องมีติดตัว พ็อกเกตบุ๊กเล่มนี้ไม่ได้สอนให้คุณต้องนั่งทำบัญชีด้วยตัวเอง แต่สอนให้คุณรู้ทุกเรื่องของบัญชีและภาษี

*ควรบริโภคยาสามัญประจำธุรกิจนี้ทุกวัน ก่อนอาหารเช้า และก่อนเข้านอน จนกว่าธุรกิจของคุณจะแข็งแรง

THE WORKMANSHIP
เพราะเราต้องทำงานแบบมืออาชีพ ไม่ใช่แค่มีอาชีพทำงาน

คู่มือเปลี่ยนโลกคนทำงานยุคใหม่ให้ไฉไลกว่าที่เคย...หนังสือที่จะพาท่านค้นพบความสุขของคนทำงาน รวมถึงการบริหารความสัมพันธ์กับหัวหน้างาน เพื่อนร่วมงานและผู้ใต้บังคับบัญชาได้อย่างดี ด้วยสไตล์การเล่าเรื่องที่สนุก แฝงมุกอารมณ์ดี ใช้ภาษาเข้ายุคสมัยให้ผู้อ่านได้เสพความรู้ไปพร้อมกับรอยยิ้ม

pannbooks

หาซื้อหนังสือได้ที่ร้านซีเอ็ดบุ๊คเซ็นเตอร์ คิโนะคูนิยะ ร้านนายอินทร์ บีทูเอส และร้านหนังสือชั้นนำทั่วประเทศ

PANNBOOKS

SRTET
S.R.T.Electrified Train Company Limited
ARL
Airport Rail Link
Smart Pass 4D
The Happiness for All
เดินทางฟรีวันเกิด กี่เที่ยวก็ได้
6 โมงเช้า -เที่ยงคืน
ฐเดช สุขสิงห์
(บูม KPN 2015)
-50%
-20%
HAPPY
& SMILE
72 Months
313 Weeks
2190 Days
52560 Hours
6 Years
th Anniversary
Years Together
AIRPORT RAIL LINK
SMARTPASS
SIX 4D YEARS
CITY LINE
www.srtet.co.th
Call Center 1690
AirportRailLink
ANDROID APP ON Google play
Available on the iPhone App Store