FREE

SME STARTUP

encourage you to start your own biz

ISSUE 28 | 5 APRIL 2016

พัชรวิภา โพธิรัตนังกูร

Jewelry IS MY LIFE

CONTENTS

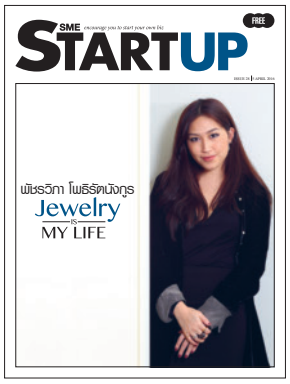


Photo : *Otto*

เริ่มต้นด้วยความมุ่งมั่น

คุณลักษณะที่สำคัญประการหนึ่งของผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จ และเป็นคุณสมบัติที่ทำให้ผู้ประกอบการมีความแตกต่างก็คือ ความมุ่งมั่นที่จะทำในสิ่งที่ตัวเองได้วาดฝันเอาไว้ และเชื่อว่ามันจะประสบความสำเร็จขึ้นมาได้ ทั้งนี้ อาจมีคนที่มีแนวคิดดี ๆ หลายคน แต่คนที่จะทำให้แนวคิดนั้นประสบความสำเร็จ เป็นรูปเป็นร่างขึ้นมา ต้องอาศัยความมุ่งมั่นในการลงมือทำ เพราะหากมีแต่แนวคิดแต่ไม่มีความมุ่งมั่นตั้งใจที่จะทำให้เป็นจริงขึ้นมา ก็จะทำให้ไม่เกิดความพยายามที่จะเรียนรู้และสร้างประสบการณ์ รวมถึงไม่ทุ่มเทให้กับงาน จึงยากที่จะบรรลุความสำเร็จตามที่วางไว้ ด้วยเหตุนี้ผู้ประกอบการที่ดีจึงควรมุ่งมั่นเริ่มต้นทำตามแนวคิดที่วางไว้เมื่อโอกาสที่เหมาะสมมาถึง

นับว่าเป็นความโชคดีของ แพท-พัชรวิภา โพธิรัตนังกูร ที่เธอค้นพบ Passion ของตัวเองตั้งแต่เด็ก นั่นคือ ความหลงใหลในเสน่ห์ของเครื่องประดับและจิวเวลรี่ จึงทำให้เธอวาดฝันที่จะเป็นนักออกแบบเครื่องประดับและจิวเวลรี่ และมุ่งมั่นศึกษาทางด้านจิวเวลรี่ดีไซน์ และเริ่มทำงานในด้านนี้เพื่อจะได้เรียนรู้ในหลายครั้งตั้งแต่ยังเด็ก จนมาวันนี้ เธอเป็นเจ้าของแบรนด์เครื่องประดับ "Patcharavipa" และยังคงมุ่งมั่นที่สร้างแบรนด์นี้ให้เติบโตในระดับประเทศ

แล้วคุณล่ะ มีความมุ่งมั่นที่จะทำอะไร?

รัชนี พันธ์รุ่งจิตติ
บรรณาธิการ
nee_pan@hotmail.com

10

INTERVIEW
หลายคนอาจคิดว่า เมื่อเป็นทายาทเจ้าของธุรกิจที่โด่งดัง ร่ำรวย ก็คงไม่ต้องไขว่คว้าอะไรให้ยุ่งยาก แต่นั่นไม่ใช่สำหรับ แพท-พัชรวิภา โพธิรัตนังกูร ที่ในวันนี้ความใฝ่ฝันของเธอเริ่มต้นแล้ว เมื่อได้เป็นเจ้าของแบรนด์เครื่องประดับ "Patcharavipa"

15

MONEY
5 ความผิดพลาดของ SME กับปัญหาการเงิน-การลงทุนมีอะไรบ้าง เพื่อที่จะสามารถป้องกันและรักษาธุรกิจที่เพิ่งเริ่มต้นเอาไว้ได้

16 – 17

SELF-EMPLOYED
คุยกับ พิมลอร เล้าอรุณ ผู้หยิบเอาคาแร็กเตอร์การ์ตูนสาวผมบ๊อบที่วาดไว้มาต่อยอดเป็นสินค้า แล้วตั้งชื่อว่า Bobthing และ อริษรา สุธรรมโชติ กับผลิตภัณฑ์เทียนไขจากถั่วเหลือง Sweet Grass ซึ่งเป็นที่ต้องการของกลุ่มคนรักสุขภาพ และกลุ่มคนที่ชอบนวดอโรมา

18

MARKETING&IDEA
หลายแบรนด์เริ่มกังวลถึงความคิดเห็นเชิงลบที่ลูกค้าโพสต์บนโซเชียลมีเดีย จึงขอแนะนำถึงการรับมือคอมเมนต์ด้านลบ

21

HEALTH
มาดูกันว่าอาหารอะไรบ้างที่มีเกลือและโซเดียมแฝงอยู่ โดยที่เราอาจไม่รู้ตัว และการฝึกสติแบบง่ายๆ

24

TRAVEL
สู่ดอยเชันอันลึกเร้น...ห้วยจิโน อำเภออมก๋อย จังหวัดเชียงใหม่

30

THE GUEST
จะค้าขายบนออนไลน์อย่างยั่งยืนได้อย่างไร ดร.สุทธิภัทร อัศววิชัยโรจน์ มหาวิทยาลัยกรุงเทพ มีคำตอบ

ติดตามข่าวสารและข้อมูลที่น่าสนใจได้ใน
SME Startup

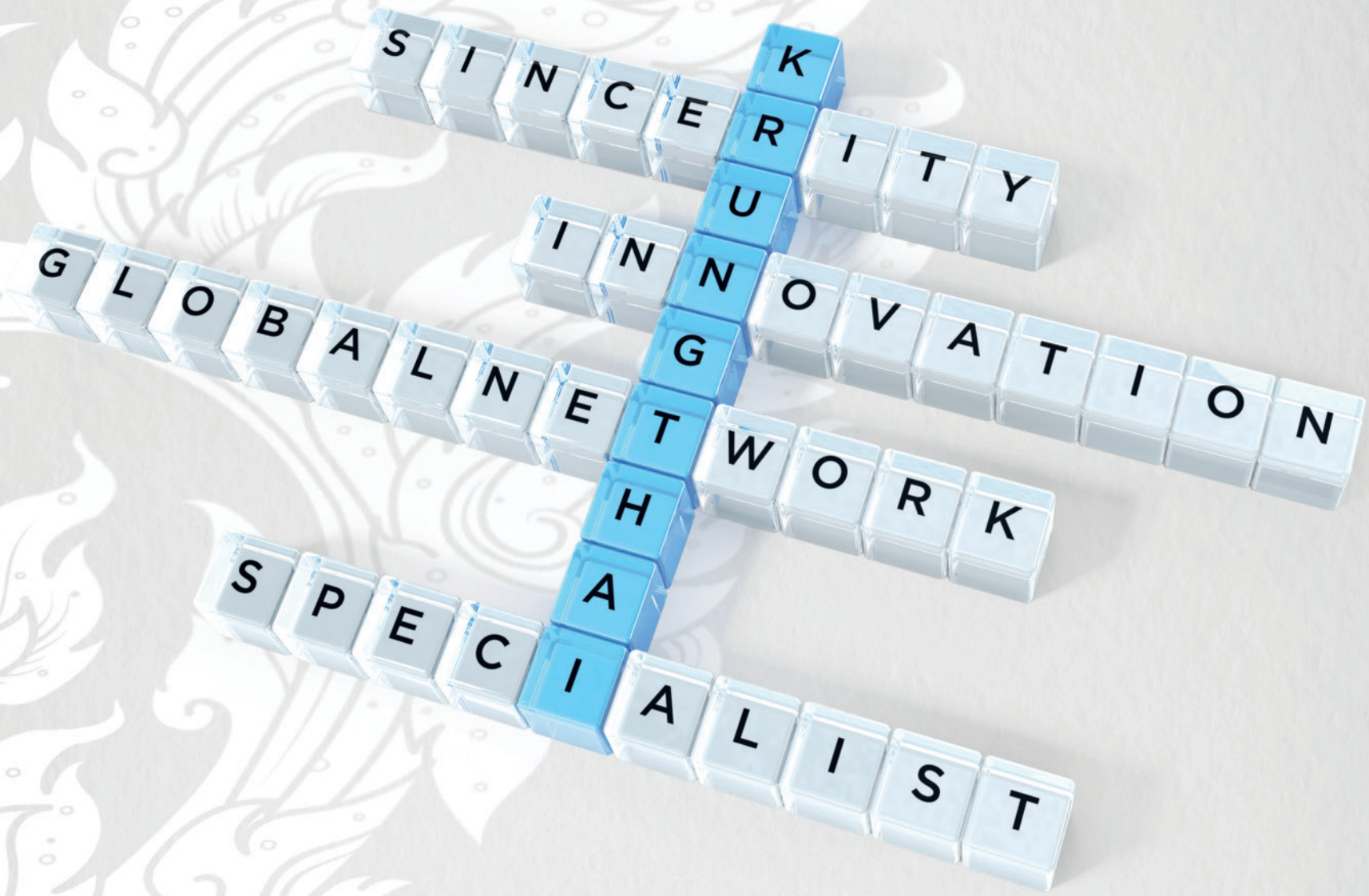
บรรณาธิการอำนวยการ	สุจิตรา บุณยขจร
บรรณาธิการ	รัชนี พันธ์รุ่งจิตติ
กองบรรณาธิการ	นิตยา สุเรียมมา กฤษณา สังข์วงค์
	เจษฎา ปุรินทวรกุล ขนิษฐา สุวรรณธรรมา
บรรณาธิการเว็บไซต์	แกล้วกล้า ธาดาบดินทร์
หัวหน้าฝ่ายประสานงานฝ่ายใน	สุชันษา แก้วโคตร
ฝ่ายประสานงานกองบรรณาธิการ	จุติพร โลจายะ
หัวหน้าฝ่ายภาพ	ชาคริต ยศสุวรรณ์
ฝ่ายภาพ	กฤษฎา ศิลปไชย เจษฎา ยอดสุรางค์
บรรณาธิการฝ่ายศิลปกรรม	กมลศักดิ์ เสียงสนั่น
หัวหน้าฝ่ายพิสูจน์อักษร	อุดม วรจารุวรรณ
พิสูจน์อักษร	วรนุช โต้ตอบ
ผู้จัดการฝ่ายโฆษณา	วิทยา ชื่นอุบล *โทร. 08-1937-1903*
	สุนิสา บุณยขจร *โทร. 08-5661-4782*
หัวหน้าฝ่ายโฆษณาและการตลาด	ศิริพรรณ บุญวันต์
ฝ่ายโฆษณาและการตลาด	ธัญวรรณ แก้วหนู ศรัณย์ นวลดี
	กัญชพร คูตระกูล
ผู้จัดการฝ่ายการตลาด	วีระชาติ ขวานเพชร
ฝ่ายการตลาด	สกล สุขโสภณ
ฝ่ายสมาชิก	อมรรัตน์ ยาไทย
หัวหน้าฝ่ายบัญชีและการเงิน	นิตยา สังทิพย์
ฝ่ายบัญชีและการเงิน	ศิรินาฏ ลินจงรัตน์
บรรณาธิการผู้พิมพ์ผู้โฆษณา	วินัย วิโรจน์จริยากร

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

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

บทความ และรูปภาพใน SME STARTUP สงวนสิทธิ์ตามกฎหมาย การจะนำไปเผยแพร่ต่อต้องได้รับอนุญาตเป็นลายลักษณ์อักษรจากบริษัท เพนนินซูลาร์ แอสโซซิเอทส์ จำกัด เท่านั้น และข้อเขียน บทความ รวมทั้งข้อคิดเห็นใด ๆ ที่ตีพิมพ์ในนิตยสาร SME STARTUP เป็นความคิดเห็นส่วนบุคคล บริษัท เพนนินซูลาร์ แอสโซซิเอทส์ จำกัด ไม่จำเป็นต้องเห็นด้วย

WHAT IT TAKES TO BE THE BEST TRADE FINANCE BANK



KRUNGTHAI BANK

The Best Trade Finance Bank in Thailand 2016

BEST TRADE FINANCE BANK AWARD • 2016

GLOBAL FINANCE

CALL CENTER 02 111 1111 | www.ktb.co.th | KTB Care | KTB Care | KTB_Care | KTB_Care | KTBCare

KTB GROWING TOGETHER

50th ANNIVERSARY | KRUNGTHAI BANK

ขาลงของอินสตาแกรม?

เมื่อไม่นานมานี้ อินสตาแกรมเผยข้อมูลที่แสดงให้เห็นชัดว่ากำลังอยู่ในช่วงขาลง เพราะในเดือนกุมภาพันธ์ที่ผ่านมา อินสตาแกรมมีอัตราการมีส่วนร่วมของผู้ใช้งาน 0.84 เปอร์เซ็นต์ ซึ่งเป็นตัวเลขที่ต่ำสุดในรอบ 11 เดือน ขณะที่อัตราการเพิ่มขึ้นของผู้ใช้งานอินสตาแกรมมี 0.2 เปอร์เซ็นต์ ซึ่งน้อยกว่าเดือนมกราคม 45.95 เปอร์เซ็นต์ และเป็นตัวเลขที่น้อยที่สุดตั้งแต่มีการศึกษาอัตราการเพิ่มขึ้นของผู้ติดตามอินสตาแกรมในเดือนเมษายน ปี พ.ศ.2558 แต่ถึงกระนั้นอินสตาแกรมยังคงแข็งแกร่งกว่าเฟซบุ๊กและทวิตเตอร์ เพราะเมื่อนำตัวเลขดังกล่าวมาเปรียบเทียบกับทวิตเตอร์และเฟซบุ๊ก พบว่า โพสต์ต่างๆ บนอินสตาแกรมได้รับการมีส่วนร่วมมากกว่า กล่าวคือทวิตเตอร์มีอัตราการมีส่วนร่วมของผู้ใช้งานเพียง 0.04 เปอร์เซ็นต์ และเฟซบุ๊กมีอัตราการมีส่วนร่วมของผู้ใช้งาน 0.53 เปอร์เซ็นต์ นอกจากนี้ เฟซบุ๊กมีอัตราการเพิ่มขึ้นของผู้ใช้งาน 0.14 เปอร์เซ็นต์ ขณะที่อัตราการเพิ่มขึ้นของผู้ใช้งานทวิตเตอร์มีเพียง 0.11 เปอร์เซ็นต์

อย่างไรก็ตาม แม้ตัวเลขต่างๆ ของอินสตาแกรมจะลดลงจนน่าตกใจ แต่จำนวนผู้ลงโฆษณาในอินสตาแกรมมีมากกว่า 200,000 ราย จาก 200 ประเทศทั่วโลก ซึ่งชนะทวิตเตอร์ที่มีผู้ลงโฆษณาเพียง 130,000 ราย ส่วนเฟซบุ๊กนั้นแน่นอนว่าชนะขาดลอยเพราะมีผู้ลงโฆษณากว่า 3 ล้านราย

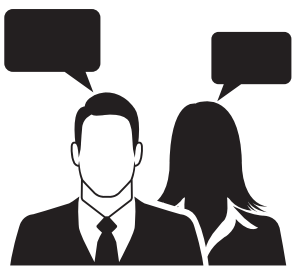
ดังนั้น ต้องจับตาดูกันต่อไปว่า อินสตาแกรมจะใช้เทคนิคใดในการขึ้นเป็นที่หนึ่งของโซเชียลมีเดีย

WHEN WE ARE NO LONGER ABLE TO CHANGE A SITUATION-WE ARE CHALLENGED TO CHANGE OURSELVES.

เมื่อไม่สามารถเปลี่ยนสถานการณ์ได้ ให้มองสถานการณ์นั้นเป็นความท้าทายที่ทำให้เราต้องเปลี่ยนตัวเอง

- Viktor E. Frankl นักจิตแพทย์ชาวออสเตรีย

TEDTalks ที่ผู้ประกอบการไม่ควรพลาด



TEDTalks เป็นงานบรรยายเชิงวิชาการที่โด่งดังในสหรัฐฯ โดยงานนี้จะเชิญผู้มีชื่อเสียงจากหลากหลายอาชีพขึ้นมาพูดเพื่อสร้างแรงบันดาลใจ โดยการดู TEDTalks มีประโยชน์ต่อทุกอาชีพ รวมทั้งผู้ประกอบการเพราะทำให้พบมุมมองใหม่ๆ ในการทำธุรกิจและทำให้เกิดความเชื่อมั่นในตนเอง อันเป็นปัจจัยที่ผลักดันไปสู่การเป็นผู้นำที่ดี

ทั้งนี้ จะขอแนะนำ TEDTalks ที่ผู้ประกอบการไม่ควรพลาด นั่นคือ TEDTalks ของ Navi Radjou ที่ว่าด้วยเรื่อง การแก้ไขปัญหาอย่างสร้างสรรค์ในการเผชิญกับข้อจำกัด โดยเนื้อหาพูดถึงนวัตกรรมต้นทุนต่ำที่เกิดจากการนำทรัพยากรที่มีอย่างจำกัดมาใช้ให้เกิดประโยชน์ ซึ่ง TEDTalks นี้ทำให้ผู้ประกอบการรู้ว่าเงินทุน ทรัพยากร และเวลาล้วนเป็นข้อจำกัดในการทำธุรกิจ แต่ถึงกระนั้นผู้ประกอบการสามารถสร้างความสำเร็จจากสิ่งที่มีอย่างจำกัดนี้ได้ หากใช้มันอย่างสร้างสรรค์

และอีกหนึ่ง TEDTalks ที่น่าสนใจนั่นคือ เหตุผลที่ทำให้สตาร์ตอัพประสบความสำเร็จ ซึ่งเป็น TEDTalks ของ Bill Gross หนึ่งในผู้ร่วมก่อตั้ง PIMCO บริษัทบริหารเงินลงทุนรายใหญ่ของสหรัฐฯ โดยเขาได้รวบรวมข้อมูลจาก 100 บริษัทในเครือบริษัทของตนและอีก 100 บริษัทนอกการดูแล เพื่อหาปัจจัยที่ส่งผลให้สตาร์ตอัพประสบความสำเร็จ นั่นคือการส่งสินค้าเข้าสู่ตลาดได้ถูกเวลา การมีทีมงานที่มีประสิทธิภาพในการดำเนินงาน และการมีไอเดียที่ไม่เหมือนใครและทำในช่วงเวลาที่เหมาะสม ส่วนปัจจัยที่ส่งผลน้อยที่สุดต่อความสำเร็จของสตาร์ตอัพคือ โมเดลธุรกิจที่มีหรือไม่มีก็ได้ และเงินทุนที่แม้จะไม่มีในช่วงเริ่มต้น แต่หากสินค้าได้รับการตอบรับดี เงินทุนก้อนใหญ่ก็ตามมาไม่ยาก

TEDTalks ไม่ได้มีเพียงเรื่องของการทำธุรกิจ หากยังมีอีกหลายเรื่องราวที่ช่วยสร้างแรงบันดาลใจได้ดี

Domino ใช้หุ่นยนต์ส่งพิซซ่า

ภาพ : www.zdnet.com

อีกไม่นานเกินรอแบรนด์พิซซ่า Domino จะใช้หุ่นยนต์ Military Robot ชื่อ DRU หรือ Domino's Robotic Unit ส่งพิซซ่าแทนคน โดยในขณะนี้ได้เริ่มทดลองใช้แล้วในประเทศออสเตรเลียเป็นประเทศแรก สำหรับหุ่นยนต์ DRU นี้ออกแบบให้สามารถเคลื่อนที่ได้บนถนนและฟุตบาทในอัตราความเร็ว 20 กิโลเมตรต่อชั่วโมง และมีระบบเซ็นเซอร์เพื่อหลีกเลี่ยงสิ่งกีดขวางบนเส้นทาง ส่วนการรับพิซซ่านั้น ลูกค้าต้องป้อนรหัสรักษาความปลอดภัยที่ทางร้านส่งให้ลงในช่องล็อกของหุ่นยนต์

อย่างไรก็ตาม ก่อนหน้านี้ Domino ได้ใช้เทคโนโลยีเข้ามาช่วยให้การสั่งซื้อพิซซ่าเป็นเรื่องง่ายขึ้น โดยลูกค้าสามารถสั่งซื้อพิซซ่าและชำระเงินผ่าน Android Wear และ Pebble smartwatch ได้

หาก DRU สามารถใช้งานได้ดี เราคงได้เห็นหุ่นยนต์ตัวนี้แล่นส่งพิซซ่าไปทั่วโลก

รวยและดังจากโซเชียลมีเดีย

โซเชียลมีเดีย ไม่เพียงสร้างความเพลิดเพลินเท่านั้น แต่ยังเป็นช่องทางในการนำเสนอตนเอง ซึ่งหากสิ่งที่นำเสนอมีความโดดเด่นเพียงพอให้สังคมสนใจ ชื่อเสียงและรายได้ก็จะวิ่งเข้าหาเหมือนอย่าง Susan Boyle วัย 47 ปี เธออยู่ในช่วงตกงานและตัดสินใจเข้าประกวดร้องเพลงในรายการ Britain's Got Talent ซึ่งหลังจากการแสดงจบลง ทุกคนต่างทึ่งในความสามารถด้านการร้องเพลงของเธอ และเมื่อคลิปการแสดงนี้ถูกอัพโหลดลงบนยูทูบ เธอกลายเป็นที่รู้จักไปทั่วโลก และมีงานโฆษณาติดต่อเข้ามา โดยให้ค่าจ้างมากกว่า 8 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ ส่วน Amalia Ulman ด้วยความอยากรู้ว่าทำอย่างไรจึงจะเป็นเซเลบฯ บนอินสตาแกรม เธอจึงลองใช้ชีวิตแบบเซเลบฯ รวมทั้งถ่ายภาพเซลฟี่เหมือนที่เหล่าเซเลบฯ ชอบถ่ายและศึกษาวิธีการใช้แฮชแท็กให้ดึงดูดความสนใจได้มากที่สุด โดยหลังจากทำสิ่งเหล่านี้ไม่นาน อินสตาแกรมของเธอก็มีผู้ติดตามกว่า 119,000 คน

ชื่อเสียงและเงินทองสร้างได้เพียงนำเสนอตัวตนผ่านโซเชียลมีเดียให้เด่นชัดและน่าสนใจ

NEXT STEP
NEC

NEC
New Entrepreneurs Creation

กลยุทธ์ทางการตลาดสำหรับผู้ประกอบการใหม่

ที่จะช่วยให้คุณพบกับการตลาดรูปแบบใหม่ ที่สามารถเข้าถึงลูกค้าได้อย่างเข้าใจ
พบกับผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จระดับประเทศ
และกูรูผู้เชี่ยวชาญด้านการสร้างแบรนด์, Digital Marketing
Workshop และ Coaching แผนการตลาดรูปแบบใหม่

ธันยวัชร์ ไชยตระกูลชัย
นักการตลาดชื่อดัง

ธีรศานต์ สหัสสพาศน์
กรรมการผู้จัดการ
J.M.Cuisine ร้านอาหารชื่อดัง
แห่ง จ.เพชรบุรี

ชนิสรา โททอง
กรรมการผู้จัดการ
Brunchtime Co.Ltd เจ้าของธัญพืช
เพื่อสุขภาพกรุบกรอบในแบรนด์
Diamond Grains

สุรีรัตน์ ศรีพรหมคำ
กรรมการผู้จัดการ
บริษัท เจคิว ฟู้ดส์ จำกัด เจ้าของกิจการ
เจคิวปูม้านึ่ง

ศิรุวัฒน์ ชัชวาลย์
กรรมการผู้จัดการ
เครซี่ สไปร์ซี่ หรือที่รู้จักในชื่อร้านตำมั่ว

ดร.สรณ์ จงศรีจันทร์
ผู้เชี่ยวชาญด้านกลยุทธ์
การสร้างแบรนด์

ดร.เกียรติอนันต์ ล้วนแก้ว
คณบดีคณะเศรษฐศาสตร์
มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์

สุรชัย ชาญอนุเดช
ประธานเจ้าหน้าที่บริหาร
เคทีเรสทัวรองท์ หรือในชื่อร้าน
ซานตาเฟ่ สเต๊ก

สมัครออนไลน์ได้ที่

www.smethailandclub.com/nextstepnec

อบรมวันที่ 14-15, 21-22, 27-29 พฤษภาคม 2559
ณ โรงแรมเชียงใหม่แกรนด์วิว เชียงใหม่

สอบถามรายละเอียดที่ 0-2270-1123-4 #205, 08-1614-2611
ผู้ที่ผ่านการอบรมโครงการ NEC จะได้รับการพิจารณาเป็นพิเศษ

กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม
DEPARTMENT OF INDUSTRIAL PROMOTION

New Entrepreneurs Creation
NEC
โครงการเสริมสร้างผู้ประกอบการใหม่

Peninsular Associates Co.,Ltd

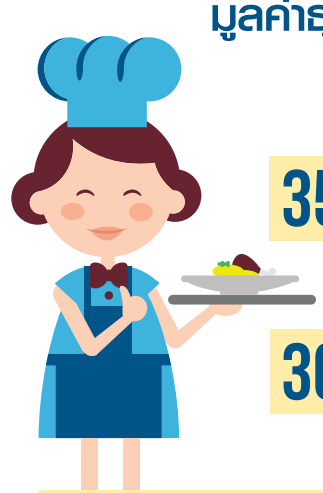
ตลาดอาหารเติบโตต่อเนื่อง

มูลค่าตลาดอาหารของไทยปี 2558

ตลาดในประเทศ
1.49
ล้านล้านบาท **(คิดเป็น 58%)**

ตลาดส่งออก
1.08
ล้านล้านบาท **(คิดเป็น 42%)**

มูลค่าธุรกิจร้านอาหาร



ปี 2556
354,500 ล้านบาท

ปี 2557
360,600 ล้านบาท

ปี 2558
375,000-385,000 ล้านบาท

คนไทยใช้จ่ายเพื่อบริโภคอาหารเฉลี่ย

22,034 บาท / คน / ปี
ปี 2557

22,960 บาท / คน / ปี
ปี 2558

ธุรกิจร้านอาหาร

	ร้านอาหารทั่วไป	เชน ร้านอาหาร
ปี 2557	259,600 ล้านบาท	101,000 ล้านบาท
ปี 2558	267,000 - 275,000 ล้านบาท	108,000 - 110,000 ล้านบาท

อาหารสุขภาพ

มูลค่าตลาด
อาหารสุขภาพ
161,000
ล้านบาท

60% อาหารฟังก์ชันนอล

30% ผลิตภัณฑ์จากธรรมชาติ

8% อาหารสุขภาพเฉพาะกลุ่ม

ที่มา : ศูนย์วิจัยกสิกรไทย

SME Thailand magazine

ธนาคารกสิกรไทย
开泰银行 KASIKORNBANK

SME THAILAND INNO AWARDS 2016

สุดยอด!
เอสเอ็มอีไทย

นิตยสาร SME Thailand ร่วมกับธนาคารกสิกรไทย ขอเชิญผู้ประกอบการ SME ที่มั่นใจว่าสินค้า หรือบริการของคุณเป็นผลงานนวัตกรรมไม่ซ้ำแบบใคร ส่งผลงานเข้าร่วมประกวดในโครงการ SME Thailand Inno Awards 2016 ชิงโล่รางวัลและของรางวัลต่างๆ มากมาย

การจัดประกวดแบ่งออกเป็น 10 สาขา

1. รางวัลโดดเด่นด้านความคิดสร้างสรรค์ธุรกิจบริการ
2. รางวัลโดดเด่นด้านการบริหารจัดการองค์กรและธุรกิจ
3. รางวัลโดดเด่นด้านดีไซน์ผลิตภัณฑ์
4. รางวัลโดดเด่นด้านการสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ Reuse/Recycle
5. รางวัลโดดเด่นด้านพัฒนาผลิตภัณฑ์ซอฟต์แวร์
6. รางวัลโดดเด่นด้านการสร้างแบรนด์
7. รางวัลโดดเด่นด้านผลิตภัณฑ์เพื่อสิ่งแวดล้อม
8. รางวัลโดดเด่นด้านการตลาดออนไลน์
9. รางวัลโดดเด่นด้านผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพ
10. รางวัลโดดเด่นด้านการออกแบบบรรจุภัณฑ์

คณะกรรมการตัดสินรางวัล

นายวินัย วิโรจน์จริยากร
กรรมการผู้จัดการ
บริษัท เพนนินซูลาร์ แอสโซซิเอทส์ จำกัด

นายพิภวัตว์ ภัทรนาวิก
ผู้ช่วยกรรมการผู้จัดการ
ธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน)

นายสุวรรณชัย โลหะวัฒนกุล
ผู้อำนวยการ
สถาบันพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

นายอนุชิต ปัญญาวัชระ
ผู้บริหาร
บริษัท ยินดีออกแบบ จำกัด

คุณสมบัติของผู้เข้าประกวด

1. ผู้ประกอบการไทยทั้งในภาคผลิต ภาคการค้า และภาคบริการ
2. ดำเนินกิจการมาไม่น้อยกว่า 3 ปี (ยกเว้นรางวัลโดดเด่นด้านพัฒนาผลิตภัณฑ์ซอฟต์แวร์ ดำเนินกิจการมาไม่น้อยกว่า 1 ปี)
3. สินค้า/บริการต้องมีความแตกต่างและความโดดเด่นน่าสนใจ
4. เจ้าของกิจการเป็นบุคคลสัญชาติไทย
5. เจ้าของกิจการไม่ตกเป็นข่าวในทางเสื่อมเสียในช่วง 1-3 ปีที่ผ่านมา

เปิดรับสมัครตั้งแต่วันนี้-30 มิถุนายน 2559

รายละเอียดเพิ่มเติมได้ที่
www.smethailandclub.com
โทร. 0-2270-1123-4

|| LEARNING BY DOING ||

"กลิ่นพัน วันหอม"
DIY เครื่องหอมอโรมาเธอราพีแบบง่ายๆ

Text : nimsri / Photo : กฤษฎา ศิลปไชย

"กลิ่น" หนึ่งในประสาทสัมผัสทั้ง 5 (รูป รส กลิ่น เสียง สัมผัส) ที่ช่วยสร้างอารมณ์ ความรู้สึก ตั้งแต่อดีตกาลจนถึงปัจจุบันจึงมีการใช้กลิ่นในการบำบัดรักษาโรค สร้างให้เกิดการผ่อนคลาย คลายเครียด และอารมณ์ดี โดยผ่านน้ำมันหอมระเหย หรือที่เรียกกันว่า "อโรมาเธอราพี" ซึ่งหลายคนอาจมองเป็นเรื่องไกลตัว ซับซ้อน ผลิตได้ยาก แต่ในวันนี้ Charmlearn Studio ได้นำเสนอวิธีผลิตกลิ่นหอมอย่างง่ายๆ จากสิ่งใกล้ตัวให้เราได้รู้จักกัน

Charmlearn Studio โรงเรียนสอนการทำเซรามิก เกิดจากการรวมตัวของกลุ่มคนผองเพื่อนที่ชื่นชอบในงานคราฟต์และธรรมชาติ เพื่อให้ผู้คนได้สร้างสรรค์ความสุขอย่างง่ายๆ จากสิ่งที่ตัวเองทำได้ โดยผ่านมือตัวเองออกมา นอกจากการทำเซรามิกได้มีการต่อยอดเป็นเวิร์กช็อปอื่นๆ ตามมา เช่น การย้อมผ้า และน้องใหม่ล่าสุดกับ DIY การทำเครื่องหอมจากสิ่งใกล้ตัว "กลิ่นพัน วันหอม"

"ต๋อม" ศิริรัตน์ เหล่าทัพ หนึ่งในวิทยากรและตัวแทนของชามเริญ สตูดิโอ ได้เล่าถึงที่มาของเวิร์กช็อปให้ฟังว่า "วัตถุประสงค์ของชามเริญฯ คือ เราจะคิดหาอะไรที่ทำได้ง่ายๆ ไม่ยาก อยู่บ้านก็สามารถทำเองได้ เพื่อใช้เวลาว่างให้เป็นประโยชน์ และมีความสุขกับสิ่งที่ตัวเองทำ โดยพยายามคิดอะไรที่สามารถเชื่อมโยงเข้ากับเซรามิกได้ จนมานึกถึงการทำเครื่องหอม ซึ่งสามารถนำเซรามิกมาใช้เป็นตัวเก็บกลิ่น เพื่อสร้างความหอมและประดับตกแต่งได้ อีกทั้งบ้านเราก็เป็นเมืองสมุนไพรที่มีการนำมาใช้ทำเครื่องหอมต่างๆ เยอะด้วย จึงน่าจะลองหยิบสิ่งใกล้ตัวเหล่านี้มาทำอะไรดูบ้าง"

ต๋อมอธิบายเพิ่มเติมว่า ก่อนจะตัดสินใจมาเรียน ผู้เรียนต้องทำความเข้าใจก่อนว่าในคอร์สเรียนนี้ คือ การสอนทำ "เครื่องหอม" ที่ประยุกต์จากวัตถุดิบใกล้ตัว เพื่อเอาไว้ใช้เองที่บ้านหรือที่ทำงาน โดยมีวัตถุประสงค์ เพื่อให้ได้รู้จักการทำเครื่องหอมเบื้องต้น และส่งเสริมให้ได้ใช้เวลากับตัวเอง สำรวจความชอบของตัวเอง รู้จักตัวเอง และสร้างสรรค์กลิ่นในแบบของตัวเองขึ้นมา ไม่ได้ลงลึกถึงขนาดการทำ "น้ำหอม" อย่างที่หลายคนคาดหวัง โดยการเรียนทำเครื่องหอม "กลิ่นพัน วันหอม" ใน 1 คอร์สเรียน ผู้เรียนจะได้เรียนรู้วิธีการทำเครื่องหอมในแบบต่างๆ และของกลับบ้านไป 3 ชิ้น ชิ้นแรก คือ ขวดโหล DIY อโรมาเธอราพีตัวเอกของงาน ชิ้นที่สอง คือ การทำเนเชอรัลสเปรย์ และชิ้นที่สามหรือชิ้นสเปเชียล คือ การปรุงกลิ่นเอสเซนเชียล ออยล์ในแบบฉบับของตัวเอง ซึ่งจะเปลี่ยนไปตามคอนเซ็ปต์ของการสอนในแต่ละครั้ง

วิธีการทำขวดโหล DIY อโรมาเธอราพี เริ่มต้นด้วยการให้ผู้เรียนเลือกวัตถุดิบจากที่เตรียมไว้ให้ตามความชื่นชอบ มีทั้งดอกไม้ ผลไม้ สมุนไพร โดยสามารถเลือกกำหนดได้ด้วยตนเอง ทั้งวัตถุดิบที่ใช้และสัดส่วนปริมาณที่ใส่ ชอบกลิ่นไหนก็ใส่อันนั้นมากหน่อย จากนั้นนำวัตถุดิบทั้งหมดมาใส่ผสมรวมกันลงไปในหม้อต้มน้ำใช้ไฟอุ่นๆ โดยความร้อนจะเป็นตัวดึงกลิ่นต่างๆ ออกมา น้ำจะทำหน้าที่เป็นตัวผสานกลิ่นต่างๆ เข้าไว้ด้วยกัน เมื่อเสร็จจึงนำไปจัดเรียงใส่ขวดโหลให้สวยงามและปิดฝา โดยในวันแรกๆ จะได้กลิ่นอ่อนๆ ผ่านไปประมาณ 2-3 วัน กลิ่นจึงจะพอดี และชัดเจนขึ้น โดยจะเก็บไว้ใช้ได้ประมาณ 1 อาทิตย์น้ำก็จะเริ่มขุ่นทั้งนี้ขึ้นอยู่กับวัตถุดิบที่ใส่ลงไป หากมีเนื้อแข็ง เช่น เปลือกไม้ เปลือกของผลไม้ ย่อมอยู่ได้นานกว่าตัวเนื้อ ซึ่งเหมาะสำหรับนำไปเป็นของขวัญ หรือทำไว้ใช้เอง สามารถนำไปวางตั้งโต๊ะทำงาน โต๊ะกินข้าว ห้องนอน ห้องน้ำ ส่วนการทำเนเชอรัลสเปรย์ก็ใช้หลักการเดียวกัน เพียงแต่มีการเติมเอสเซนเชียล ออยล์ลงไป เพื่อให้กลิ่นชัดเจนและเก็บได้นานขึ้น จะนำไปใช้ฉีดปลอกหมอน ผ้าม่าน ตู้เสื้อผ้า ก็ช่วยเติมความสดชื่นได้ มาถึงชิ้นสุดท้าย คือ การผสมเอสเซนเชียล ออยล์เป็นกลิ่นของตัวอง โดยจะมีเอสเซนเชียล ออยล์ให้เลือก ผู้เรียนสามารถเลือกนำมาผสมได้ตามความชอบ โดยทั้งสเปรย์และเอสเซนเชียล ออยล์สามารถนำไปฉีดหรือหยดใส่กับของแห้งชนิดต่างๆ เช่น เซรามิก เปลือกไม้ ผ้า ก้อนหิน ฯลฯ เพื่อให้ช่วยกักเก็บกลิ่น และนำไปประดับตกแต่งยังจุดต่างๆ ได้ด้วย

ต๋อมกล่าวว่า ในการเรียนคอร์สหนึ่งนั้นจะรับได้ไม่เกิน 10 คน ซึ่งผู้ที่เข้ามาเรียนนั้น ก็มีคละเคล้ากันไป ทั้งคนที่มาเรียน เพื่อนำไปเป็นงานอดิเรก บ้างก็มาเรียนเพื่อนำไปต่อยอดในสิ่งที่ทำอยู่

"นอกจากมาเรียนรู้การทำเครื่องหอม อีกสิ่งที่หลายคนได้กลับไป คือ แรงบันดาลใจ ไอเดียในการต่อยอดทำในสิ่งต่างๆ บางคนเห็นว่ามันสามารถเริ่มต้นได้ง่ายๆ อย่างนี้ เขาก็กล้าที่จะลองทำอย่างอื่น หาสิ่งที่ตัวเองอยากทำ บางคนก็แตกความคิดไปหลายอย่าง เช่น ทดลองเอาใส่กระดาษ เผื่อทำกระดาษหอม ทดลองเอาหนังมาจุ่ม เพราะทำรองเท้าขายอยู่ เผื่อเอาไปประยุกต์ บางคนก็อยากกลับไปทดลองทำกลิ่นใหม่จากวัตถุดิบต่างๆ ที่อยู่รอบตัว แม้จะสำเร็จหรือไม่สำเร็จก็ตาม แต่สุดท้ายทุกคนก็ได้มีความสุขสนุกกับการทดลองค้นหากลิ่น สร้างกลิ่นในแบบของตัวเอง"

กลิ่นพัน วันหอม
(ช่วงโปรโมชั่น) คอร์สละ 1,800 บาท
เวลาเรียน 10.30-16.00 น.

สอบถามรายละเอียดเพิ่มเติม
☎ 08-0587-6331, 09-5659-0559
charmlearnstudio95
charm_learn_studio
charmlearn

|| FIRST STEP ||

EIGHTY EIGHT
นวัตกรรมสร้างธุรกิจ

Text : กองบรรณาธิการ

ไข่อะไรไม่มีไข่แดง?

คำตอบของคำถามนี้ คือ ไข่ขาวต้มพร้อมรับประทาน 88 ภายใต้แบรนด์ Eighty Eight ซึ่งเป็นไอเดียของ **สุนทรี ศรีวานิชภูมิ** ที่ทำไข่ขาวต้ม บรรจุในรูปแบบแท่ง ให้รสชาติแบบไข่ขาวต้มล้วนๆ โดยสุนทรีเห็นช่องว่างการตลาดที่ยังไม่เคยมีใครทำมาก่อน ขณะที่เทรนด์การออกกำลังกาย และความใส่ใจสุขภาพก็กำลังมาแรงแน่นอนว่า โปรตีนล้วนๆ จากไข่ขาว ย่อมตอบโจทย์ความต้องการของคนกลุ่มนี้ นอกจากนี้ คนรุ่นใหม่ก็นิยมความสะดวกสบายในการรับประทานมากขึ้น ดังนั้น ไข่ขาวต้มพร้อมรับประทานก็ดูจะเป็นทางเลือกที่ดี ที่สำคัญไอเดียนี้ยังเป็นการพลิกเอาของเหลือจากธุรกิจหนึ่งของครอบครัวมาต่อยอดสร้างมูลค่าเพิ่มเป็นธุรกิจใหม่อีกด้วย

"ธุรกิจครอบครัวเดิมทำขนมไทยฝอยทองมานานร่วม 30 ปี ซึ่งแน่นอนว่าจะใช้ไข่แดงในการทำขนม จึงมีไข่ขาวเหลือทิ้งทุกครั้ง พอดีช่วงนั้นหันไปออกกำลังกายกับกลุ่มเพื่อน ซึ่งเป็นกลุ่มที่ใส่ใจเรื่องอาหารการกินด้วย ทุกคนอยากกินไข่ขาวเพื่อจะได้โปรตีน และหลีกเลี่ยงเนื้อสัตว์ ตอนแรกเลยก็เอาไข่ขาวดิบๆ ของที่บ้านมาใส่ถุงเอาไปขายเพื่อนๆ แต่มันไม่สะดวกในการขนส่ง การเก็บรักษา และยุ่งยากในการนำไปปรุงเป็นอาหารต่อ เลยคิดใหม่ว่าจะทำอย่างไรที่จะเปลี่ยนรูปแบบจากไข่ขาวดิบให้มาเป็นไข่ขาวสุกพร้อมกิน ที่สะดวกและได้โปรตีนด้วย ก็เลยไปศึกษากระบวนการผลิต แล้วก็ทดลองอยู่หลายครั้งกว่าจะลงตัว และเปิดเป็นบริษัทไข่สุข จำกัด เพื่อผลิตไข่ขาวแบรนด์ Eighty Eight"

สุนทรีใช้เวลาในการพัฒนาไข่ขาวบรรจุหลอดนาน 6 เดือน และได้จดอนุสิทธิบัตรในกระบวนการผลิตและเครื่องหมายการค้าแล้ว ซึ่งเธอบอกว่าการทำไข่ขาวในลักษณะนี้ที่ต่างประเทศก็มีบ้าง แต่มีความแตกต่างกันคือ หลายแบรนด์จะมีการใส่สารบางอย่างเพื่อให้ไข่จับตัวกัน แต่ไข่ขาวของ Eighty Eight จะไม่มีการใส่สารใดๆ เป็นธรรมชาติ 100 เปอร์เซ็นต์

"การที่ไม่ใส่สารลงไปทำให้กระบวนการผลิตยากขึ้น คือเราใช้กระบวนการผลิตเป็นตัวควบคุมทำให้ได้ไข่ขาวสุกพร้อมกิน ต้องเข้าใจว่าปัจจัยบางอย่างมันควบคุมไม่ได้ เหมือนน้ำมะพร้าวแต่ละลูกก็ให้ความหวานไม่เท่ากัน ไข่ไก่ก็มีปัจจัยที่อาจทำให้ไม่เหมือนกันทุกฟอง เช่น ถ้าไก่กินน้ำเยอะก็จะได้ไข่อีกแบบ ตรงนี้เราต้องคอยปรับกระบวนการผลิตเพื่อให้ได้ไข่ขาวสุกที่มีคุณภาพ สม่ำเสมอ"

หลังจากที่ลอนช์สินค้าเมื่อปลายปีที่ผ่านมา และเริ่มจำหน่ายทางออนไลน์และออฟไลน์โดยวางจำหน่ายในร้านเพื่อสุขภาพ สุนทรีบอกว่าผลตอบรับค่อนข้างดี เพราะความสะดวกสบายในการรับประทาน อย่างไรก็ตาม ด้วยความแปลกใหม่ ไม่เคยเห็นมาก่อน ทำให้ผู้บริโภคมักตั้งคำถามว่าคืออะไร ยิ่งแพ็กเกจจิ้งที่บรรจุมีลักษณะเป็นหลอดเหมือนเต้าหู้หลอด ทำให้หลายคนเข้าใจผิดว่าเป็นเต้าหู้หลอด ในเรื่องนี้จึงแก้ปัญหาโดยการพยายามสื่อสารและอธิบายให้มากขึ้น เพราะหากผู้บริโภคเข้าใจและซื้อไปรับประทานแล้ว จะกลับมาซื้อซ้ำอีกอย่างแน่นอน

"เราขายหลอดละ 29 บาท คนอาจเปรียบเทียบกับซื้อไข่ไก่ฟองละไม่กี่บาทแล้วต้มกินเองก็ได้ แต่นี่คือการแลกกับความสะดวกสบายไม่ต้องยุ่งยาก เสียเวลา และได้ไข่ขาวล้วนๆ สำหรับคนที่ต้องการกินไข่ขาวอย่างเดียว ไม่เอาไข่แดง ซึ่งหลอดหนึ่งจะใช้ไข่ประมาณ 3-4 ฟอง"

นี่แหละไอเดียที่ก่อให้เกิดนวัตกรรมและต่อยอดสู่ธุรกิจใหม่ได้ S

ไข่ขาว Eighty Eight
eightyeight88_2016
09-5506-4959

|| HOW TO GUIDES ||

4 เทคนิควางแผนทางธุรกิจ

การวางแผนย่อมทำให้การทำงานไม่หลงทิศทาง และเดินไปสู่เป้าหมายที่วางไว้ได้ โดยเฉพาะการเริ่มต้นธุรกิจใหม่ การวางแผนธุรกิจจะช่วยทบทวนในสิ่งที่กำลังทำ ยิ่งในวันนี้การทำธุรกิจมีหลายปัจจัยเข้ามาเกี่ยวข้อง มีคู่แข่งขันมากหน้าหลายตา การวางแผนธุรกิจยิ่งเป็นสิ่งที่ผู้ประกอบการควรให้ความสำคัญก่อนลงมือปฏิบัติจริง

1 แนวคิดของธุรกิจต้องชัดเจน

สินค้าหรือบริการที่จะทำนั้น คืออะไร มีประโยชน์อย่างไร กลุ่มเป้าหมายคือใคร เพื่อให้เห็นภาพชัดๆ ของธุรกิจ

2 วิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับธุรกิจจะทำให้ทราบรายละเอียดของธุรกิจในรอบด้าน โดยปกติจะใช้ SWOT เป็นเครื่องมือในการวิเคราะห์ ซึ่งได้แก่ จุดแข็ง (S=Strengths) ในสินค้าหรือบริการมีอะไรที่จะสามารถสู้คู่แข่งขันได้ หรือแตกต่างจากสินค้าที่มีอยู่ในตลาดอย่างไร จุดอ่อน (W=Weaknesses) เป็นการหาจุดอ่อนข้อบกพร่องของตัวเอง เพื่อจะได้หาหนทางแก้ไขปิดจุดอ่อนนั้น โอกาส (O=Opportunities) อะไรคือโอกาสของธุรกิจ ทำไมควรทำธุรกิจและจะใช้โอกาสนั้นอย่างไร และอุปสรรค (T=Threats) ความเสี่ยงหรือปัญหาที่อาจเกิดขึ้น มีอะไรบ้าง และจะรับมือด้วยวิธีไหน

3 อย่าคิดคนเดียว

ควรปรึกษาพูดคุยกับคนใกล้ชิดหรือผู้รู้ เพื่อจะได้แลกเปลี่ยนข้อมูลระหว่างกัน ซึ่งอาจจะทำให้ได้ความคิดมุมมองใหม่ๆ ที่ไม่ได้คิดไว้ก่อน การวางแผนก็จะได้เป็นไปอย่างละเอียด รอบคอบ

4 มองอนาคต

วิสัยทัศน์คือสิ่งหนึ่งที่ผู้ประกอบการทุกคนจำเป็นต้องมี จะต้องคะเนรู้ว่าในอนาคตข้างหน้าธุรกิจจะเป็นอย่างไร และมีแผนเป้าหมาย เพื่อการเติบโตในอนาคตอย่างไร ยิ่งเป้าหมายในอนาคตชัดก็จะทำให้การวางแผนมีทิศทางชัดเจนมากขึ้น S

Text : รัชนี พันธ์รุ่งจิตติ / Photo : Otto, เจษฎา ยอดสุรางค์

พัชรวิภา โพธิรัตนังกูร

Jewelry IS MY LIFE

หลายคนอาจคิดว่าเมื่อเป็นทายาทเจ้าของธุรกิจที่โด่งดัง ร่ำรวย มั่นคง ก็คงไม่ต้องไขว่คว้า ขวนขวายอะไรให้ยุ่งยาก เพียงเลือกเส้นทางเดินตามครรลองธุรกิจของครอบครัวก็เพียงพอแล้ว แต่นั่นไม่ใช่สำหรับ **แพท-พัชรวิภา โพธิรัตนังกูร** หลานสาวคนเล็กของท่านผู้หญิงเลอศักดิ์ สมบัติศิริ เจ้าของโรงแรมสวิส โฮเต็ล ปาร์ค นายเลิศ กรุงเทพฯ ที่ในแวดวงสังคมต่างคุ้นหน้าคุ้นตากันดี เพราะเธอค้นพบ Passion ของตัวเองตั้งแต่เด็ก ความรักความหลงใหลในเสน่ห์ของเครื่องประดับและจิวเวลรี่ ทำให้เธอมีแนวคิดอยากเริ่มต้นธุรกิจเครื่องประดับและจิวเวลรี่ของตัวเองตั้งแต่ยังเป็นเพียงแค่เด็กหญิง ความตั้งใจนี้ทำให้เธอมุ่งมั่นศึกษาทั้งด้านจิวเวลรี่ดีไซน์ ที่เซ็นทรัล เซนต์ มาร์ติน ประเทศอังกฤษ และเริ่มทำงานในด้านนี้เพื่อจะได้เรียนรู้ในหลายด้าน ทั้งการเปิดร้านเครื่องประดับและจิวเวลรี่เล็กๆ เป็นของตนเอง การลงมือจัดนิทรรศการเครื่องประดับแบรนด์ดังจากต่างประเทศ ตั้งแต่ยังเรียนไม่จบด้วยซ้ำ

.....

ในวันนี้ความใฝ่ฝันของเธอเริ่มต้นแล้ว เมื่อเธอเป็นเจ้าของแบรนด์เครื่องประดับ "Patcharavipa" ซึ่งเป็นชื่อของเธอเอง และมีความหมายลึกซึ้ง เหมือนสิ่งที่เธอกำลังทำอยู่ว่า "สว่างดุจเพชร"

อย่างไรก็ตาม ลุกส์คุณหนูที่ลุกขึ้นมาสร้างแบรนด์ของตัวเอง อาจทำให้หลายคนจับตามองว่าเธอจริงจังแค่ไหน ฝีมือเป็นอย่างไร จะล้มเหลวหรือสำเร็จ ซึ่งไม่ว่าจะคิดเห็นต่างกันไปอย่างไร เชื่อว่าทุกการกระทำและเวลาจะพิสูจน์ได้เองว่า เธอสว่างดุจเพชรจริงหรือไม่

จุดเริ่มต้นของแบรนด์ Patcharavipa

จริงๆ แล้วเป็นความโชคดีของตัวเองที่รู้ว่าชอบเครื่องประดับและจิวเวลรี่มาตั้งแต่เด็กอายุ 13 ปี ซึ่งพอเรารู้ตัวว่าชอบในอุตสาหกรรมนี้ ตั้งแต่การดีไซน์ การเลือกซื้อเพชรพลอย การผลิตทั้งหมด ก็ตั้งใจที่จะเลือกเรียนแล้วมุ่งไปทางนั้นเลย ก็คือเรียนสาขาจิวเวลรี่ดีไซน์ ที่เซ็นทรัล เซนต์ มาร์ติน ประเทศอังกฤษ แล้วตอนที่อายุ 13 ปีก็ได้เริ่มทำอะไรเกี่ยวกับจิวเวลรี่ขึ้นมา เป็นกึ่ง Hobby คือจะเอาสวารอฟสกี้ ไปประดับติดกับสิ่งของต่างๆ เช่น มือถือ พวงมาลัยรถ แล็บท็อป ทีวี หรืออะไรก็ตาม แต่จะมีดีไซน์การติดให้ดูเก๋ๆ สวยงาม ตอนนั้นยังไม่มีร้านก็จะใช้วิธีหิ้วของไปตามบ้านลูกค้า ซึ่งจะเป็นเพื่อนๆ เรา แล้วก็เพื่อนคุณแม่ที่เขาจะเรียกเราไปทำให้ ในช่วงแรกนี่คือทำเองทั้งคิดดีไซน์แล้วก็ติดเองด้วย แต่ตอนหลังลูกค้าเยอะขึ้น เราก็เลยต้องหาคนฝีมือดีมาเป็นช่างคอยติดให้ แต่เราจะเป็นคนดีไซน์เองทั้งหมด บางคนอยากให้ดีไซน์เป็นเฮลโลคิตตี เป็นลายลูกน้ำ ก็แล้วแต่ลูกค้า ช่วงนั้นทำอย่างนี้ได้ประมาณพันชิ้น นี่คือครั้งแรกของการหาเงินเองแล้วเป็นการทำในสิ่งที่เราชอบด้วย โดยงานนี้ได้แรงบันดาลใจมาจากตอนไปแอลเอ แล้วคนที่นั่นเขาสนใจอะไรที่มีความวิบวับ เขาก็จะมีการเอามาติดที่มือถือซึ่งดูแล้วก็สวยดี เป็นเอกลักษณ์ของตัวเอง เราก็ได้ไอเดียมาจากตรงนั้น

พอตอนอายุ 15 ปีก็เปิดร้านชื่อ "All That Glitters" (ออล แดท กลิทเตอร์ส) เป็นโชว์รูมเล็กๆ ภายในโรงแรมของครอบครัว ซึ่งจะมีทั้งจิวเวลรี่ที่ดีไซน์เองและก็มีนำแบรนด์ต่างประเทศเข้ามาด้วย แต่พอเข้าไฮสคูลก็อยากให้น้ำหนักกับการเรียนมากขึ้น ไม่อยากทำสองอย่างไปพร้อมๆ กัน กลัวว่าจะออกมาไม่ดีทั้งคู่ เลยปิดร้านเมื่อ 5 ปีที่แล้วเพื่อมุ่งเรียนอย่างเดียว หลังจากเรียนจบกลับมาก็หาความรู้เพิ่มเติมด้านการดูเพชรที่สถาบัน GIA และคอร์สการดูสีเพชรและพลอยที่สถาบัน AIGS จากนั้นจึงสร้างแบรนด์ใหม่เมื่อปี พ.ศ.2557 แต่ก็เปลี่ยนจาก All That Glitters มาเป็น Patcharavipa ซึ่งเป็นชื่อของตัวเอง มีความหมายว่า "สว่างดุจเพชร"

การลงมาทำธุรกิจเต็มตัวสำหรับคุณยากมั้ย

ตอนเรียนก็ไม่รู้ว่ามันจะยาก พอลงมาทำเต็มตัวถึงค่อยรู้ว่ายากขนาดไหน เพราะเรียนมาทางครีเอทิฟแล้วโดยส่วนตัวไม่ถนัดงานด้านธุรกิจเลย แต่ตอนนี้ต้องเป็น Entrepreneur ไม่ใช่แค่ดีไซเนอร์ที่ดีไซน์เสร็จแล้วก็จบ ซึ่งพอมาเป็นเรื่องของธุรกิจก็ต้องดูหลายอย่างตั้งแต่ Positioning การทำการตลาดในไทยและต่างประเทศ การเงินบัญชี ซึ่งยอมรับว่าในส่วนของธุรกิจไม่ใช่งานที่ถนัด ตรงนี้

> ถ้าประสบ
> ความสำเร็จในวันนี้
> แล้วยังไม่ตาย ก็แสดงว่า
> ยังไม่ใช่สุดท้ายของชีวิต
> ชีวิตไม่ได้มีแค่นั้น
> มีอย่างอื่นอีก
> มากมาย

ต้องเรียนรู้ และหาคนมาช่วยในสิ่งที่เราไม่ถนัด เช่น มีการจ้างแบรนด์แมเนเจอร์ เข้ามาช่วยดูเรื่องมาร์เก็ตติ้ง คือเชื่อว่าคนเราถ้าทำทุกอย่างเองจะไม่มีทางสำเร็จแน่นอนเพราะไม่มีใครจะทำอะไรได้ทุกอย่าง ถ้าไม่ถนัดเราก็ต้องหาคนที่เก่งกว่ามาช่วยคิด ช่วยทำให้ อย่างไรก็ตาม สุดท้ายดูตลาด ดูคู่แข่งแล้ว ดีไซน์ก็สำคัญ เครื่องประดับและจิวเวลรี่ก็เหมือนงานอาร์ต เพชร 5 กะรัต ที่ประดับอยู่ที่นี่กับเพชร 5 กะรัตอยู่ที่คาร์เทียร์ก็แตกต่างกัน ฉะนั้น เราไม่ได้ดูแค่เพชร พลอย เราดูดีไซน์ แพ็กเกจจิ้ง วัตถุดิบ ทุกอย่างด้วย แล้วการลงทุนในธุรกิจนี้ เป็นการลงทุนในเพชร พลอย ทอง ซึ่งถือว่าเป็นการลงทุนที่ดีเพราะมัน Valuable ไม่มีคำว่าล้าสมัยเหมือนแฟชั่น และยังเป็นสัญลักษณ์แทนความหมายและความรู้สึกดี ๆ อีกด้วย

จริง ๆ ตอนนี้ Patcharavipa ยังไม่ได้ลอนช์อย่างเป็นทางการ คิดว่าจะเป็นปีหน้าเพราะวางแผนเอาไว้ว่าปีหน้าจะมี Flagship Store ตอนนี้มีแค่สตูดิโอสำหรับนั่งทำงานเล็ก ๆ และเป็นที่ที่ให้ลูกค้ามาเจอเรา ซึ่งส่วนใหญ่ลูกค้าที่มาจะเจอเราทางอินสตาแกรม แล้วก็การบอกต่อ เขาถูกใจก็จะโทรศัพท์มานัดหรืออีเมลมานัดคุยกันที่นี่ ซึ่งก็แปลกมากที่มีคนเข้ามาคุยเรื่อย ๆ

การทำธุรกิจที่แยกออกมาจากธุรกิจครอบครัว คุณพ่อคุณแม่สนับสนุนแค่ไหน

ที่บ้านคุณพ่อคุณแม่เลี้ยงมาแบบให้ตัดสินใจเองกับชีวิตได้ ตอนที่อยากไปเรียนที่อังกฤษ เราก็เป็นคนตัดสินใจเองว่าจะไปเรียนที่นั่น ครอบครัวของเราไม่เคยบังคับว่าใครจะต้องเรียนอะไรหรือจะต้องทำงานอะไร แล้วโดยส่วนตัวตั้งแต่เกิดก็ไม่เคยคิดว่า ครอบครัวเรามีธุรกิจมีเงินแล้วเราจะไม่ต้องทำอะไรเลย ทุกคนในครอบครัว พี่น้อง ก็ไม่เคยคิดว่าเกิดมาแล้วมี ทุกคนอยากหาเงินด้วยตัวเอง ไม่ได้อยากขอเงินพ่อแม่ไปเรื่อย ๆ แต่ที่ไม่ทำธุรกิจของครอบครัวซึ่งเป็นธุรกิจโรงแรม ก็เพราะธุรกิจนั้นมันไม่ตรงกับความชอบของเรา แต่ตอนนี้ก็ได้เข้าไปช่วยงานของครอบครัวอยู่บ้างคือด้วยความชอบเรื่องของงานดีไซน์ นอกจากทำจิวเวลรี่แล้วก็เลยมาช่วยครอบครัวสร้างโปรเจ็กต์ บ้านปาร์คนายเลิศ เฮอริเทจโฮม Living Museum โดยเข้ามาดูในเรื่องสินค้าของที่ระลึกในร้านกิฟต์ช็อปที่นายเลิศสโตร์

คุณจริงจังกับแบรนด์ Patcharavipa แค่ไหน

พูดไม่ได้ต้องรอดูเอง Patcharavipa นี่ไม่ใช่อยู่ดี ๆ ก็เปิดนะ นอกจากความชอบในเครื่องประดับและจิวเวลรี่แล้ว เราก็ได้ทำอะไรเกี่ยวกับเครื่องประดับและจิวเวลรี่มาก่อนตั้งแต่อายุ 13 ปี อย่างเช่นก่อนหน้านี้ ปี พ.ศ.2554 ระหว่างปิดเทอม ก็เคยจัดนิทรรศการมีการติดต่อแบรนด์เครื่องประดับชื่อดังจากประเทศฝรั่งเศส The House of Verney นำผลงานเครื่องประดับชิ้นมาสเตอร์พีซ 100 ชิ้น ซึ่งมีเพียงหนึ่งเดียวในโลกมาจัดแสดงในเมืองไทย คือคนไทยชอบแข่งกันที่เพชรหนักกี่กะรัต ของใครเพชรน้ำดีกว่ากัน ราคาเท่าไหร่ แต่ไม่ค่อยดูเรื่องของดีไซน์ เราก็เลยเอามาจากฝรั่งเศส เพื่อให้คนไทยได้เห็นอะไรแปลก ๆ ใหม่ ๆ

ปีถัดมา ก็นำเพชรและอัญมณีแบรนด์แอดเลอร์จากสวิตเซอร์แลนด์กว่า 200 ชิ้นมาจัดแสดงในคอลเลกชั่น "เมมัวร์ เดอ ฟาม เมมัวร์ ดู มงด์" ซึ่งแอดเลอร์จะเป็นคลาสสิกจิวเวลรี่ใช้วัตถุดิบที่แปลก เช่น ไม้ คอร์บอน ไทเทเนียม ทั้ง 2 นิทรรศการนี่ถือว่าเป็นโอกาสที่ดีที่ได้เรียนรู้กระบวนการทุกอย่างของการทำงาน เพราะเราเป็นคนทำเองทุกอย่างทุกขั้นตอน ตั้งแต่ติดต่อด้วยตัวเอง การชิปปิ้ง รวมถึงการใช้เงินของตัวเองด้วย ที่สำคัญคือ ได้ออกแบบเครื่องประดับร่วมกับแบรนด์ดังของสวิสนี้ โดยทำขึ้นมา 3 ชิ้นแล้วเขาผลิตให้ เพื่อขายในนิทรรศการ ซึ่งผลตอบรับดีมาก มีคนออร์เดอร์ถึง 10 ชิ้น ถ้าจะถามว่ายากมั้ยในการติดต่อกับแบรนด์ดัง ๆ ก็ไม่ยาก เพราะเขาให้โอกาสเรา เราเสี่ยงที่จะเอาของที่มีมูลค่าเป็นพันล้านบาทเข้ามารับผิดชอบที่กรุงเทพฯ แล้วเราก็โชว์ที่บ้านปาร์คนายเลิศซึ่งสวยงาม

สำหรับแบรนด์ Patcharavipa ก็ต้องทำเองทุกอย่างเพราะที่บ้านก็ไม่มีใครมีพื้นฐานเกี่ยวกับการทำเครื่องประดับ และจิวเวลรี่มาก่อน อันนี้ยิ่งทำให้เราต้องทำงานหนักมากขึ้น เริ่มตั้งแต่หาช่าง ติดต่อช่างเอง ซึ่งช่างนี่เราจะให้ความสำคัญมาก นอกจากฝีมือดีแล้วต้องรู้ใจกันด้วย ทำงานด้วยกันได้ แล้วถ้าเราจะทำแบรนด์ Patcharavipa นี้ ก็ควรที่จะต้องมีช่างประจำเป็นของเราเอง ถ้าใช้วิธีจ้างช่างข้างนอกจะไม่เวิร์กเลย ซึ่งกรุงเทพฯ เป็นเมืองที่มีอะไรเยอะมาก งานผลิตดีๆ เยอะมาก เพียงแต่ต้องหาให้เจอ เราก็ไปมาหมดทุกที่ ตรอกซอยไปหาด้วยตัวเอง เริ่มต้นจากคนที่เคยซื้อของเราแนะนำให้ไปหาช่างคนหนึ่งที่ฝีมือดี เราก็ไปตามหาปรากฏว่าเขาเสียชีวิตแล้ว แต่เรารู้ว่ามีช่างคนหนึ่งที่เคยอยู่กับช่างคนนี้ออกไปเปิดเอง เราก็ตามไปหาเขาอีก ไปเจอเขาเขาก็แนะนำช่างอีกคนให้ คือเราก็ตามไปเรื่อยๆ ด้วยตัวเองจนเจอ ซึ่งเจอแล้วก็ไม่รู้ว่าจะใช่หรือไม่ใช่ เพราะช่างนี่จะต้องพูดภาษาเดียวกับเรา รู้ใจเราถึงจะทำงานด้วยกันได้ ฉะนั้นต้องลองทำด้วยกันเลย แต่ตอนแรกยังไม่มีออฟฟิศ ไม่มีเครื่องไม้เครื่องมืออะไรเลย ก็ใช้วิธีไปทำงานอยู่ที่บ้านช่างนี่แหละ เพราะต้องนั่งทำงานอยู่ด้วยกัน ไปนั่งทำงานอยู่ที่บ้านช่างอยู่ประมาณ 2 เดือนก็โอเคเลยช่างคนนี้รู้ใจเรา จากนั้นจึงค่อยลงทุนซื้ออุปกรณ์ทุกอย่างเปิดเป็นสตูดิโอเล็กๆ เพื่อทำงาน ซึ่งพูดได้เลยว่าเราลงทุนกับช่างมากเพราะเขาเป็นกำลังสำคัญ ตอนนี้มีช่าง 4 คน รักช่างมากอยู่กันมาปีกว่า รู้ใจกัน บางทีภาษาที่เรียนมาเป็นภาษาจิวเวลรี่ถ้าไม่รู้ใจกัน ไม่เข้าใจกันก็ทำออกมาไม่ตรงกับที่เราต้องการ

สไตล์จิวเวลรี่ของแบรนด์ Patcharavipa เป็นอย่างไร

เครื่องประดับและจิวเวลรี่เมืองไทยเยอะมาก แต่ที่เป็นแบรนด์จริงๆ ไม่ค่อยเยอะ เราทำให้เป็น Fine Jewelry ที่ Contemporary แต่ไม่ได้โมเดิร์นจ๋าซะทีเดียว เราได้เรียนรู้จากเทคนิคเก่าๆ ด้วย คือจิวเวลรี่นี่เป็นอะไรที่ Emotional และ Personal มากๆ ฉะนั้นอยากให้คนได้รับรู้สึกพิเศษ เดี๋ยวนี้คนเริ่มเปลี่ยนมุมมองต่อจิวเวลรี่ คนที่ชอบสไตล์คลาสสิกจิวเวลรี่จะซื้อคาร์เทียร์ แต่คนรุ่นใหม่ไม่ใช่ ยกตัวอย่างคนรุ่นใหม่บางคนไม่ได้ซื้อเสื้อผ้าทุกวัน ทุกเดือนไม่ชอบเดินห้างสรรพสินค้า เขาจะชอบไปหาที่เฉพาะสำหรับตัวเอง คนรุ่นใหม่จะเป็นแบบนี้ ฉะนั้นแล้วเราก็จะเป็นที่เฉพาะสำหรับคนชอบเครื่องประดับและจิวเวลรี่ที่ต้องการไม่เหมือนใคร บางคนจะแต่งงานกัน เขาก็มาหาเราให้เราดีไซน์ให้ที่ไม่ใช่แบบเพชรโต้งๆ แต่ทำดีไซน์ใหม่ฝังเพชรไว้ข้างใน ไม่มีใครเห็น หรือผู้ชายเขาคิดอะไรไม่ออก เราก็จะคิดให้เขาพิเศษขึ้นมา

นอกจากนี้ งานทุกชิ้นจะมีเรื่องราวที่สื่อมา ไม่ใช่แค่แหวนรูปทรงอย่างนี้วัตถุดิบอย่างนี้เท่านั้น แต่มีเรื่องราวของมันด้วย อย่างตอนแรกคุณพ่อก็ยังไม่เข้าใจ ทำไมเอากะลามะพร้าวมาทำ Fine Jewelry แต่จริงๆ แล้ว Story นี่มาจากเขาเลย คือใช้กะลามะพร้าวซอจากอัมพวา ซึ่งคุณปู่คุณย่าเจอกันที่นั่นเป็น Story ที่ Personal และเกี่ยวกับความรัก แล้วในรัชกาลที่ 5 และรัชกาลที่ 6 ถ้ามีกะลาซอในบ้านจะทำให้เราโชคดี ไม่มีภัย ซึ่งจะเป็นกะลาที่มีสีดำขาว น้ำตาล น่าสนใจมาก ก็อธิบายให้เขาเข้าใจ

อย่างไรก็ตาม งาน Fine Jewelry ต้องช้าๆ ใช้เวลา เร็วไม่ได้ เร่งไม่ได้ อย่างแพทอายุ 25 ปี เพื่อนๆ ทุกคนก็ไม่สามารถซื้องานของเราได้ แต่เราต้องบิลท์ไปเรื่อยๆ และใช้วิธีทำของชิ้นเล็กที่เขาสามารถทำงานเก็บเงินแล้วซื้อได้

แรงบันดาลใจในการออกแบบมาจากไหน

เป็นคนชอบหาอะไรแปลกๆ ใหม่ๆ ตลอดเวลา หลายครั้งเหมือนว่าอยู่ดีๆ มันก็มีบางสิ่งบางอย่างนำพาไปเจอ แต่จะเป็นอะไรที่เกิดขึ้นในอดีต เช่น รีเซิร์ชเจอว่าคุณปู่คุณย่าเจอกันที่อัมพวา ก็ไปอัพวาไปดูว่าวัสดุท้องถิ่นมีอะไรบ้าง เป็นวัสดุที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ซึ่งเป็นมะพร้าวที่ตกลงมา ตอนที่เรียนไฮสคูลเขาก็อยากให้ทำอะไรที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ฉะนั้นของไม่มี Material ที่เป็นพลาสติกเลย ทอง เพชร พลอยมันธรรมชาติอยู่แล้ว เราจะใช้อะไรที่เป็นธรรมชาติ กะลามะพร้าวคนทั่วไปมักจะมองว่าราคาถูกและหาง่าย พอเราดีไซน์เอามาอยู่กับทองก็ทำให้ Value มันมากขึ้น

คุณกลัวมั้ยว่าทำไปแล้ว ธุรกิจนี้จะไม่สำเร็จ

ตอนนี้ Patcharavipa เริ่มโตไปเรื่อยๆ แต่เราต้อง Work Hard ทุกวัน ซึ่งเชื่อว่าคนจะรู้เองว่าใครทำงาน ใครไม่ทำงาน ใครน่าสนับสนุน ใครไม่น่าสนับสนุน ตัวเราเองก็ต้องลองไปเรื่อยๆ ถึงแม้จะไม่มีลูกค้าเลย เพราะเชื่อว่าพอทำไปเรื่อยๆ คนก็จะเข้าใจมากขึ้นว่าเราทำอะไร ส่วนเรื่องประสบความสำเร็จมันต้องมีการพิสูจน์ตลอดเวลา หากจะล้มเหลวก็ถือว่าเป็นประสบการณ์หนึ่ง แต่ทุกอย่างมันเป็นชีวิตก็ต้องเรียนรู้ไปเรื่อยๆ และถึงจะประสบความสำเร็จ ก็พูดยากว่าประสบความสำเร็จอะไร ถ้าประสบความสำเร็จในวันนี้แล้วยังไม่ตาย ก็แสดงว่ายังไม่ใช่สุดท้ายของชีวิต ชีวิตไม่ได้มีแค่นั้นมีอย่างอื่นอีกมากมาย

ครอบครัวให้คำแนะนำเรื่องการทำธุรกิจอย่างไรบ้าง

คุณพ่อคุณแม่ไม่รู้เรื่องจิวเวลรี่เลย แต่คุณพ่อจะสอนเรื่องการติดต่องานมากกว่า และเรื่องความละเอียดรอบคอบ คือต้องอ่านทุกเอกสารทุกครั้งอย่างละเอียดก่อนที่จะเซ็นอะไรออกไป แล้วเรื่องจิวเวลรี่นี่ถ้าไม่รอบคอบหรือพลาดอะไรไปของหายได้เลย อันนี้เป็นคุณสมบัติที่ถูกสอนมา ส่วนคุณแม่เป็นเรื่องการรีวิวใส่แล้วเพื่อนๆ ชอบ ก็มาซื้อ คือช่วยโฆษณา สำหรับคุณยาย (ท่านผู้หญิงเลอศักดิ์ สมบัติศิริ) จะสอนเกี่ยวกับชีวิตประจำวัน วางตัวยังไง แต่งตัวยังไง แต่เนื่องจากเราโตมากับพนักงาน ก็เลยจะสอนเรื่องการให้โอกาสคน การบริหารจัดการคน การวางตัวกับพนักงานที่ไม่ใช่การเป็นเจ้านายแล้วสั่งอย่างเดียว รู้จักที่จะต้องสนับสนุนเขา แต่สุดท้ายแล้วคิดว่ามันเกี่ยวกับประสบการณ์ที่เราจะต้องเรียนรู้ด้วยตัวเองด้วย

อะไรคือจุดแข็งในการเป็นผู้ประกอบการของคุณ

ความเป็นคนไม่ท้อถอย อย่างถึงแม้ช่วงนี้เศรษฐกิจจะยังไม่ค่อยดี ก็ต้อง Work Hard ตลอด ทำงานทั้งวัน จริงๆ ตอนที่ไปเรียนเมืองนอก ก็ทำอะไรเอง ถ้าเทียบกับเพื่อนสนิทที่เรียนอยู่กรุงเทพฯ อยู่กับครอบครัวตลอด คิดว่าเขายังโดนสปอยล์มากกว่า แล้วเมืองไทยเป็นเมืองที่สบาย ทุกอย่างราคาถูก แต่เมืองนอกของแพง ต้องทำอะไรเอง ฉะนั้น คนภายนอกที่อาจจะมองว่าเราเป็นคุณหนู โดยสปอยล์มาไม่จริงจัง มันไม่ใช่ ยกตัวอย่างตอนหนึ่งที่ยังไม่มีร้าน ได้มีหนังสือมาสัมภาษณ์ แล้ววันนั้นเราใส่แหวน มีคนเห็นแหวนที่ใส่ลงในหนังสือก็ติดต่อมาเองเขาชอบอยากได้ ก็เลยมาคุยกัน แล้วก็สั่งทำคนนี้นี่ถือเป็นลูกค้าคนแรกที่ไม่รู้จัก คือไม่ใช่เพื่อน หรือคนรู้จักของครอบครัว มันเป็นอะไรที่ไม่ใช่แค่คนเกรงใจแล้วซื้อ สิ่งนี้มันแสดงว่าเราทำงานด้วยตัวของเราเองได้ มีคนชอบงานเรา

ธุรกิจนี้มีโอกาสเจอคนเยอะมาก ทั้งซัพพลายเออร์ ดีลเลอร์เพชร เราจะต้องรู้ว่าจะพูดจากับเขายังไง ตรงนี้มันเหมือนเป็นจิตวิทยาในการดูคน การเจรจากับคู่เจรจาด้วย นอกจากจะต้องดูเพชรเป็น เรียนรู้เรื่องราคาแล้ว จะต่อรองกันยังไงอีก ก็เป็นเรื่องที่เรียนรู้ด้วยตัวเอง

สุดท้ายแล้วเราเชื่ออย่างหนึ่งว่า การจะทำธุรกิจอะไรสักอย่าง เจ้าของธุรกิจนั้นจะต้องรู้ว่าเป้าหมายของตัวเองคืออะไร จะใหญ่แบบแมสหรือเล็กๆ แต่มีชื่อในกลุ่มคนที่สนใจเรา ต้องรู้เป้าหมายของตัวเอง ซึ่งเรารู้ว่าเป้าหมายของเราคืออะไร แล้วเราจะไปถึงตรงนั้นได้อย่างไร เพียงแต่อาจจะไม่เร็วเท่านั้นเอง

คุณมีสไตล์การบริหารจัดการอย่างไร

ที่นี่ไม่เคยบอกว่าลูกน้องต้องเข้าทำงานเวลานี้เป๊ะๆ เราอยู่ในสายครีเอทิฟ ไม่ใช่ทำงาน 9 โมงเช้าถึง 6 โมงเย็น จะเข้าช้าหน่อยก็ได้แต่ขอให้งานเสร็จตามกำหนด ตัวเราเองก็อาจจะไม่ได้เข้ามานั่งทำงานเช้า แต่อยู่ถึงเที่ยงคืนก็มี เพราะว่าเรามี Passion ในเรื่องพวกนี้ มันเลยไม่เหมือนว่าเป็นการทำงาน โดยส่วนตัวเราไม่ได้ถึงกับเป็นคนพูดจารู้เรื่อง แต่ก็พยายามเรียนรู้ว่าการสื่อสารกับพนักงานพูดจาให้เข้าใจ ให้เขาเชื่อมั่นในตัวเราด้วย เพราะเชื่อว่าพนักงานต้องเชื่อมั่นในตัวเจ้าของด้วยถึงจะทำงานร่วมกันได้แล้วไปถึงเป้าหมายที่วางไว้

คุณตั้งเป้าธุรกิจนี้ไว้อย่างไรบ้าง

อยากจะทำให้แบรนด์ Patcharavipa เติบโต อยากให้คนเชื่อใจเรา อาจจะไม่ใช่ว่า 50 เปอร์เซ็นต์ของคนในประเทศไทยต้องมาซื้อเครื่องประดับและจิวเวลรี่กับเรา ขอเป็นแค่ 5 เปอร์เซ็นต์ หรือ 10 เปอร์เซ็นต์ก็ได้ แต่เขากลับมาซื้ออีกตลอด เราพยายามทำให้เครื่องประดับและจิวเวลรี่แบรนด์ Patcharavipa มีเอกลักษณ์ เช่น เห็นแหวนวงนี้ไม่ต้องเขียนแบรนด์กำกับไว้ก็รู้เลยว่า นี่คือ Patcharavipa ซึ่งตอนนี้ลูกค้าที่เข้ามาซื้อกับเราก็เริ่มเข้าใจว่าอันไหนคืองาน Patcharavipa

สำหรับเป้าหมายหนึ่งคืออยากสร้างแบรนด์ในต่างประเทศ ตอนนี้ลูกค้าก็มีต่างชาติบ้าง อย่างอเมริกา ฟิลิปปินส์ สิงคโปร์ ก็มาปีที่แล้วได้ไปโชว์ที่ประเทศฝรั่งเศส ที่ร้าน Colette ซึ่งเราทำไปทั้งเพื่อโชว์และขายด้วย ผลตอบรับค่อนข้างดี ปีนี้ยังมีวางแผนว่าจะไปโชว์ที่ต่างประเทศอีก เพราะเราจะสร้างแบรนด์อย่างจริงจังเพื่อขายในระดับประเทศ ซึ่งเวลาไปติดต่องานที่เมืองนอกก็ไม่ใช่ว่าจะง่ายซะทีเดียว บางทีเขาต้องการอะไรแล้วเราไม่มีก็ต้องกลับมาจัดการแล้วค่อยกลับ ไปนำเสนอเขาอีกที คือไม่ใช่เสนอครั้งเดียวแล้วจบ เพียงแต่เมื่อครั้งแรกเราไม่รู้ก็ต้องกลับมาทำการบ้านเพิ่ม หาและทำสิ่งที่เขาต้องการ คือตรงนี้เราก็ต้องเรียนรู้ เป็นประสบการณ์ในการติดต่องานต่างประเทศ ที่เราทำด้วยตัวเอง แต่โดยส่วนตัวจริงๆ ก็มีเป้าหมายในใจที่สูงกว่านี้ไปอีก นั่นคือ การเปิดร้านเพื่อจำหน่ายเครื่องประดับและจิวเวลรี่แบรนด์ Patcharavipa ที่เมืองนอก อันนี้จะเป็นการสร้างแบรนด์ให้ต่างชาติรู้จักจริงๆ

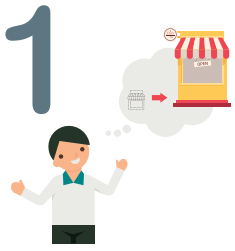
> “การจะทำธุรกิจอะไรสักอย่าง เจ้าของธุรกิจนั้นจะต้องรู้ว่าเป้าหมายของตัวเองคืออะไร จะใหญ่แบบแมสหรือเล็กๆ แต่มีชื่อในกลุ่มคนที่สนใจเรา”

5 ความผิดพลาดของ SME กับปัญหาการเงิน-การลงทุน

เมื่อเราเริ่มต้นทำธุรกิจ นั่นหมายความว่า ทุกสิ่งทุกอย่างรอบตัวเราจะเริ่มกลายเป็นเงิน กลายเป็นการลงทุน รายรับ รายจ่าย กำไร และขาดทุน ซึ่งเราต้องพยายามดูแลเรื่อง "เงิน" ให้ดี เพราะธุรกิจขนาดเล็กมักเกิดข้อผิดพลาดด้านการเงินได้ค่อนข้างง่าย อันเนื่องมาจากการขาดความรู้ ความเข้าใจ

ลองนึกภาพกระป๋องใส่น้ำใบหนึ่ง และมีน้ำเทใส่กระป๋องเข้ามาเรื่อยๆ กระป๋องน้ำดังกล่าวเปรียบเสมือนธุรกิจของเรา ส่วนน้ำนั้นก็คือเงินหมุนเวียนทางธุรกิจ หากน้ำเต็มกระป๋องจนล้นออกมา นั่นหมายความว่า เราได้กำไร แต่ถ้ากระป๋องมีรูรั่วซึ่งเปรียบเสมือนความผิดพลาดในการใช้เงิน เงินหมุนเวียนที่ควรจะกลายเป็นกำไรก็รั่วไหลออกไปเรื่อยๆ ที่แย่ไปกว่านั้น หากมีรูรั่วเยอะๆ หรือมีรูรั่วขนาดใหญ่ๆ น้ำย่อมไหลออกจากกระป๋องไปจนหมด และนั่นย่อมหมายถึงธุรกิจไปไม่รอด แล้วจะทำอย่างไรให้เราสามารถรักษาธุรกิจที่เพิ่งเริ่มต้นเอาไว้ได้ ไปดูความผิดพลาดทางการเงินที่ธุรกิจขนาดเล็กต้องระมัดระวังกัน

01 อยากใหญ่ อยากดังเท่าเจ้าตลาด



เริ่มต้นธุรกิจปุ๊บ หลายๆ คนอาจฝันว่าธุรกิจของตัวเองต้องเด่น ต้องดัง ต้องดีไม่แพ้สินค้าคู่แข่งซึ่งเป็นเบอร์ต้นๆ ของตลาด จึงยอมทุ่มงบเยอะ เอาไม้ซีกไปงัดไม้ซุง ใช้จ่ายเงินอย่างหวือหวาโดยไม่จำเป็น และไม่ได้คำนึงถึงผลตอบแทนจากการลงทุนว่าจะคุ้มค่าหรือไม่ ซึ่งหารู้ไม่ว่า การเริ่มทำธุรกิจนั้นจุดที่มีความสำคัญที่สุดคือก้าวแรกอันเป็นพื้นฐานสำคัญ

วิธีการแก้ปัญหา ก่อนที่จะจ่ายเงินทุกครั้ง เราต้องพยายามคิดทบทวนให้ได้ว่า เงินที่จ่ายไปนั้นจะให้ผลตอบแทนจากการลงทุนหรือสร้างกำไรให้กับธุรกิจได้อย่างไร และไม่ควรลงทุนไปกับสิ่งที่ไม่เกิดประโยชน์ ฟุ่มเฟือย และไม่สามารถต่อยอดให้กับธุรกิจได้

02 พัฒนาผลิตภัณฑ์ไม่ตรงจุด

เมื่อเราทุ่มเงินไปไม่ตรงจุด เช่น เรารู้ว่าลูกค้าต้องการมาตรฐานต่างๆ อย่างเครื่องหมาย อย. เครื่องหมาย GMP หรือเครื่องหมายฮาลาล ลูกค้าจึงจะมีความมั่นใจในการซื้อสินค้าไปบริโภค แต่ถ้าเราไปเน้นการตลาดออนไลน์ การทำบรรจุภัณฑ์ โดยที่คุณภาพของผลิตภัณฑ์ยังไม่คงที่ สุดท้ายลูกค้าก็ไม่ซื้อ เพราะไม่มีมาตรฐานอะไรรับรองความปลอดภัย หรือซื้อครั้งเดียวและไม่ซื้อซ้ำ เพราะคุณภาพสินค้าไม่ดีจริง ซึ่งอาจทำให้แบรนด์เสียชื่อได้ในระยะยาว

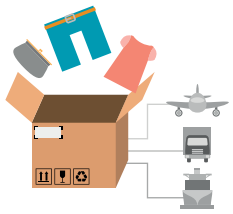
วิธีการแก้ปัญหา ทำแผนธุรกิจโดยมองหาที่ปรึกษาที่มีความสามารถและมีประสบการณ์มาคอยให้คำแนะนำ หรือถ้าไม่ต้องการจ่ายเงินจ้างที่ปรึกษา ก็สามารถนำผลิตภัณฑ์ต้นแบบไปวิเคราะห์ตลาดหรือทำการทดสอบตลาดได้ด้วยตัวเอง

03 มีแรงกระตุ้นให้ใช้จ่ายด้านการตกแต่งสูงเกินไป

บางคนซื้อโต๊ะไม้สัก เก้าอี้ผู้บริหารที่นั่งสบาย ดูดีมีสง่าราศีแถมราคาแพงเป็นพิเศษ ใช้เงินไปกับการตกแต่งออฟฟิศให้สวยงามหรูหรา มีตู้จำหน่ายน้ำอัดลมอัตโนมัติในออฟฟิศ และอุปกรณ์สิ้นเปลืองเกินความจำเป็นอื่นๆ อีกมากมาย ซึ่งกว่าจะรู้ตัวก็พบว่าเสียเงินในการดำเนินธุรกิจไปกับเรื่องไม่เป็นเรื่องนับแสนนับล้านบาท ที่สำคัญยังทำให้เงินจมไปโดยไม่ก่อให้เกิดประโยชน์ใดๆ ด้วย

วิธีการแก้ปัญหา วิธีแก้ปัญหาจะคล้ายๆ ข้อแรก นั่นคือต้องคิดก่อนจ่ายเงินทุกครั้งว่ามีประโยชน์หรือไม่ คุ้มค่าหรือไม่

04 แตกไลน์ผลิตภัณฑ์ใหม่ก่อนเวลาอันควร



หลังจากที่เราเริ่มประสบความสำเร็จกับผลิตภัณฑ์หรือบริการเป็นครั้งแรก ผลิตภัณฑ์ได้รับการตอบรับหรือเริ่มติดตลาด เจ้าของกิจการจำเป็นต้องมองไปในอนาคตอีกขั้น หลายคนรีบแตกไลน์ผลิตภัณฑ์ในทันที ทั้งๆ ที่เงินทุนหมุนเวียนยังไม่คล่องตัวนัก ทำให้การเงินต้องสะดุด ดังนั้นอย่าเพิ่งรีบก้าวเร็วเกินไปนัก แต่ควรมองเรื่องเงินทุนหมุนเวียนประกอบด้วย รวมถึงความพร้อมในด้านต่างๆ ให้เข้าที่เข้าทางเสียก่อน

วิธีแก้ปัญหา ลองถามตัวเองดูก่อนว่า เราพร้อมแล้วจริงๆ ใช่หรือไม่ ทั้งเงินทุน คน เครื่องไม้เครื่องมือ และทำไมเราถึงต้องการแตกไลน์ผลิตภัณฑ์ใหม่ นั่นเป็นเพราะผลิตภัณฑ์ตัวเก่าอิ่มตัวหรือเดินมาจนสุดทางแล้วแน่หรือ หรือเราแค่อยากสร้างผลิตภัณฑ์ใหม่ไปเรื่อยๆ โดยไม่ได้มองเป้าหมายหรือเส้นชัยอะไรไว้เลย เป็นต้น

05 ไม่เก็บรักษาเงินให้ดี

ในการทำธุรกิจจริงๆ สิ่งสำคัญที่สุดคือเรื่องของ "เงิน" และเป็นเงินในส่วนของกระแสเงินสดซึ่งเป็นเงินที่รับเข้าและจ่ายออกไป หากเงินส่วนนี้ฝืดเคือง ไม่คล่องตัวย่อมส่งผลกระทบต่อการทำธุรกิจได้ในทันที ดังนั้น หากเราไม่รู้จักทำบัญชีและเก็บเงินให้ดี นำเงินจากการทำธุรกิจไปใช้ในเรื่องส่วนตัวในเรื่องไม่จำเป็นต่อธุรกิจ จนเงินหมุนเวียนทางธุรกิจนั้นลดลงเรื่อยๆ รับรองได้ว่า ธุรกิจที่เราพยายามสร้างขึ้นนี้มีโอกาสที่จะพังทลายลงอย่างแน่นอน

วิธีแก้ปัญหา พยายามเข้มงวดในการทำบัญชีเพื่อตรวจสอบและรักษากระแสเงินสดเอาไว้ให้ได้ โดยอาจจะตรวจสอบเดือนละครั้ง หรืออย่างน้อย 2 เดือนครั้ง

สุดท้ายอย่าลืมใส่ใจในรายละเอียดค่าใช้จ่ายเล็กๆ น้อยๆ เช่น ค่าขนส่ง มีบริษัทไหนส่งของได้ถูกกว่า ค่าน้ำ ค่าไฟ ที่สามารถประหยัดตรงจุดไหนได้บ้าง กำหนดเวลาเปิด-ปิดแอร์ อุณหภูมิแอร์ เพื่อลดต้นทุนและให้มีกำไรในการทำธุรกิจเหลือมากขึ้น จะได้สามารถนำเงินที่เหลือไปลงทุนให้กับอนาคตของธุรกิจได้มากขึ้น

BOBTHING EVERYTHING
ดีไซน์คาแร็กเตอร์ต่อยอดสินค้า

Text : ขนิษฐา สุวรรณธรรมา / Photo : เจษฎา ยอดสุรางค์

เพราะหลงใหลในการวาดการ์ตูน
ยามว่างจากงานจึงต้องลงมือ
ขีดๆ เขียนๆ ตัวการ์ตูนต่างๆ
โดยเฉพาะใบหน้าผู้หญิงผมบ๊อบ ที่วาดไปวาดมา
จนกลายเป็นคาแร็กเตอร์
การ์ตูนที่เป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัว

และด้วยเหตุนี้ เมื่อคิดอยากจะลองผันตัวเองจากมนุษย์เงินเดือนมาเป็นผู้ประกอบการดูบ้าง **แนท-พิมลอร เล้าอรุณ** อินทีเรียร์ดีไซน์ จึงหยิบเอาคาแร็กเตอร์การ์ตูนที่วาดไว้มาต่อยอดเป็นสินค้า แล้วตั้งชื่อว่า Bobthing

"เรียนทางด้านออกแบบมาจึงชอบวาดรูปเป็นทุนเดิมอยู่แล้ว แรงบันดาลใจส่วนใหญ่มาจากดาราญี่ปุ่นที่เราชื่นชอบ ตามเว็บไซต์ pinterest โดยวาดลงบนแอพพลิเคชันในมือถือ ชื่อ Sketchbook พอวาดมาเรื่อยๆ เพื่อนก็เริ่มทักว่าวาดการ์ตูนผมบ๊อบเยอะนะ เราก็เลยเกิดไอเดียนำเอาการ์ตูนผมบ๊อบมาสร้างเป็นลายเส้นคาแร็กเตอร์ของเราขึ้นมา ชื่อว่า Bobthing โดยคาแร็กเตอร์ของตัวการ์ตูนจะเป็นการ์ตูนผู้หญิงไว้ผมบ๊อบทำหน้าเศร้าๆ หน่อย ทีนี้พอเบื่อจากการทำงานประจำ ก็เลยลาออกแล้วลองเอาตัวการ์ตูนที่เราวาดนี่แหละมาต่อยอดเป็นสินค้าต่างๆ ขายผ่านเฟซบุ๊กและอินสตาแกรม"

สินค้าชิ้นแรกที่พิมลอรเลือกทำคือ หมวกผ้าแคนวาสพิมพ์ลาย Bobthing และเมื่อได้รับการตอบรับที่ดี จึงค่อยขยับทำกระเป๋าใบใหญ่ และกระเป๋าใบเล็ก สำหรับใส่เงินและบัตรต่างๆ ซึ่งเป็นสินค้าที่ราคาไม่แพงทำให้สามารถตัดสินใจซื้อได้ง่าย จึงเข้าถึงลูกค้าได้มากขึ้น โดยนอกจากจะออกแบบลายการ์ตูน Bobthing เองแล้ว เธอยังลงมือเย็บเองทุกใบ งานของ Bobthing จึงเป็นงานแฮนด์เมดทุกชิ้น

อันที่จริงก่อนหน้าที่พิมลอรจะเปิดเพจ Bobthing Everything เพื่อขายสินค้าภายใต้แบรนด์ Bobthing นั้น เธอได้เปิดเพจ Bobthing เพื่อโพสต์ตัวการ์ตูนที่เป็นผลงานของเธออยู่ก่อนแล้ว ซึ่งจะมีแฟนๆ ที่ติดตามงานอยู่จำนวนหนึ่ง ดังนั้น เมื่อเธอเปิดเพจ Bobthing Everything ที่เน้นการขายสินค้าเป็นหลัก หลายคนจึงเข้ามาติดตามและสนับสนุนเธอต่อ ด้วยเหตุนี้จึงทำให้เธอมีฐานลูกค้าอยู่บ้าง และที่สำคัญเธอยังใช้เพจ Bobthing เป็นช่องทางหยั่งเชิงลูกค้า คาแร็กเตอร์ไหนที่ฟีดแบ็กดี มีคนไลก์เยอะ ก็จะเลือกหยิบคาแร็กเตอร์นั้นมาพิมพ์ลายในสินค้า

"ลูกค้าของ Bobthing Everything นั้น ส่วนใหญ่เป็นผู้ติดตามจากเพจ Bobthing เราเปิดเพจ 2 เพจให้ซัพพอร์ตกัน พอผู้ติดตามรู้ว่าเรามีโปรดักต์ก็ตามมา แล้วเราเองก็จะดูจากการตอบรับของแฟนเพจ Bobthing ว่า เขาชอบงานวาดชิ้นไหนแล้วจะนำงานชิ้นนั้นมาผลิตและนำมาโพสต์ขายในเพจ Bobthing Everything ซึ่งตอนแรกตั้งกลุ่มเป้าหมายไว้เป็นกลุ่มวัยรุ่น มัธยม มหาวิทยาลัย แต่สินค้าชิ้นแรกๆ ที่ขายได้คนที่ซื้อกลับเป็นกลุ่มผู้ใหญ่ ความรู้สึกของเราเหมือนกับว่าเราไม่ได้อยากขายกระเป๋า แต่เราอยากขายคาแร็กเตอร์ของการ์ตูนเราที่อยู่บนกระเป๋ามากกว่า"

นอกจากจะออกแบบคาแร็กเตอร์เพื่อนำมาผลิตสินค้าแล้ว พิมลอรยังรับงานลักษณะ Make to Order ด้วย กล่าวคือ บางครั้งก็จะมีลูกค้าที่อยากได้หมวกที่เป็นหน้าของตัวเอง หรืออยากได้ลายสัตว์เลี้ยงตัวโปรด เธอก็รับทำให้เพียงแต่มีข้อแม้ว่าจะต้องเป็นการออกแบบลายเส้นของเธอเองเท่านั้น โดยคิดราคาค่าดีไซน์เพิ่มด้วย ซึ่งถือเป็นการเพิ่มความพิเศษให้กับสินค้าไปในตัว

"บางคนอยากเก็บเป็นความทรงจำเกี่ยวกับสัตว์เลี้ยงที่ตายไป ก็ขอให้วาดรูปแมวกับตัวเอง ซึ่งงาน Make to Order ลักษณะนี้ เราจะรับทำแค่หมวกเท่านั้น ตอนนี้มีเริ่มออกบู๊ธงาน Flea Market ซึ่งพอไปออกบู๊ธก็ทำให้คนรู้จักเรามากขึ้น หลายคนบอกว่างานน่ารัก และแปลกดี ไม่เคยเห็นตัวการ์ตูนแบบนี้มากนัก ซึ่งส่วนใหญ่ลูกค้าจะชอบรูปแบบหน้าเต็ม แฟชั่นนิดหนึ่ง ปัจจุบันสินค้าแฮนด์เมดเริ่มเยอะขึ้นเรื่อยๆ เมื่อมีขายเยอะเราจะต้องสำรวจว่าลูกค้าชอบแบบไหน จึงค่อยทำออกมาขาย โดยตั้งใจจะให้มีสินค้าลายใหม่เดือนละแบบ หรือ 2 เดือนแบบ ตอนนี้เริ่มมีลูกค้าต่างชาติเข้ามาบ้าง อย่างลูกค้าไต้หวันก็สั่งทำแบบพรีออร์เดอร์ เพื่อเอาไปขายให้กับกลุ่มลูกค้าที่ไต้หวันด้วย"

ทั้งนี้ ในตอนท้าย พิมลอรบอกด้วยว่า ตอนนี้นักวาดการ์ตูนตามเพจออนไลน์มีมากขึ้น การจะขายไอเดียการวาดภาพนั้น เราจะต้องสร้างคาแร็กเตอร์ให้ดูโดดเด่น ไม่เหมือนใคร แม้สินค้าอย่างหมวกและกระเป๋าจะมีอยู่มาก แถมรูปทรงเหมือนๆ กัน แต่ถ้าสามารถใส่ดีไซน์และไอเดียงานวาดซึ่งเป็นงานเอกลักษณ์ของเราได้ก็จะเป็นการเพิ่มมูลค่าให้กับสินค้านั่นเอง

bobthingeeverything
bobthing_everything

SWEET GRASS
เทียนไขทางเลือกใหม่ของคนรักสุขภาพ

Text : Kritsana S. Photo : เจษฎา ยอดสุรางค์

เพราะคนหนึ่งชอบนวดอโรมาตั้งแต่เด็ก
ส่วนอีกคนพบงานวิจัยของต่างประเทศที่ระบุว่า
เขม่าจากเทียนไขที่ทำจากถั่วเหลืองนั้น
ไม่ก่อให้เกิดมะเร็ง
ทั้งสองจึงหยิบสองสิ่งนี้มาสร้างเป็นธุรกิจ
ที่เหมาะกับคนรักสุขภาพ และ ชอบการนวดอโรมา

หลังจากพบงานวิจัยที่บอกถึงข้อดีของเทียนไขจากถั่วเหลือง และในท้องตลาดไทยยังไม่มีสินค้าประเภทนี้มากนัก **เอื้อ-อริษรา สุธรรมโชติ** และพี่สาว **ออม-ศิริลักษณ์ สุธรรมโชติ** จึงสนใจที่จะสร้างแบรนด์เทียนไขจากถั่วเหลือง Sweet Grass เพราะเชื่อว่าสินค้าจะเป็นที่ต้องการของกลุ่มคนรักสุขภาพและกลุ่มคนที่ชอบนวดอโรมาอย่างแน่นอน

"ในท้องตลาดไทย เทียนไขจากถั่วเหลืองยังไม่เป็นที่รู้จักมาก แต่ในต่างประเทศนั้นเริ่มมีขายมากแล้ว โดยเทียนไขจากถั่วเหลืองของแบรนด์ Sweet Grass ทำจากไขถั่วเหลืองบริสุทธิ์ 100 เปอร์เซ็นต์ ไม่มีพาราฟินผสม ส่วนไส้เทียนเลือกใช้แบบ Cotton 100 เปอร์เซ็นต์แทนแบบเคลือบขี้ผึ้ง เพราะแม้เวลาจุดจะมีควันแต่ไม่เป็นอันตราย และกลิ่นของเทียนมีให้เลือก 2 ประเภทคือ กลิ่นขนมและกลิ่นอโรมา โดยกลิ่นที่เราผสมขึ้นเองอย่างกลิ่น Musk และกลิ่น Secret Sweet ได้กลายเป็นกลิ่นท็อปของแบรนด์ด้วย นอกจากนี้ จุดเด่นของแบรนด์อีกอย่างคือ น้ำตาเทียนสามารถนำมาทำเป็นน้ำมันนวดสปาบำรุงผิวได้ เพราะอุดมไปด้วยวิตามินอีและมีกลิ่นหอมช่วยผ่อนคลาย อีกทั้งไม่ทิ้งคราบเทียนไว้บนผิวหนัง" อริษรากล่าว

ไม่เพียงเท่านี้ เทียนไขจากถั่วเหลืองแบรนด์ Sweet Grass ยังไม่มีควันที่ก่อให้เกิดมลภาวะและทำให้เกิดการระคายเคืองตา ส่วนน้ำตาเทียนมีความร้อนน้อยกว่าพาราฟิน จึงปลอดภัยในการใช้ และเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม เพราะเนื้อเทียนสามารถย่อยสลายได้โดยธรรมชาติ และถั่วเหลืองเป็นพืชที่ปลูกทดแทนได้ จึงไม่กระทบต่อระบบนิเวศ

อย่างไรก็ตาม เมื่อตัดสินใจมาทำธุรกิจร่วมกัน สองพี่น้องจึงเลือกแบ่งหน้าที่รับผิดชอบตามความถนัดของแต่ละคน โดยเอื้อดูแลในส่วนของกลิ่นอโรมาเพราะเป็นกลิ่นที่เธอคุ้นเคยมาตั้งแต่เด็ก ขณะที่ออม ซึ่งมีประสบการณ์ในการทำธุรกิจมากกว่าเพราะเคยทำธุรกิจออนไลน์มาก่อนได้เข้ามาดูแลในส่วนของกลิ่นขนม การบริหารการตลาด และบรรจุภัณฑ์อย่างถุงผ้าดิบสำหรับใส่เทียนก็ลงแรงตัดเย็บเอง หรือถุงลายครามก็มัดย้อมเอง ซึ่งนอกจากจะให้ความรู้สึกเป็นงานแฮนด์เมดแล้ว ยังช่วยลดต้นทุนด้วย

"แม้ธุรกิจเทียนไขจากถั่วเหลืองยังไม่มีคู่แข่งให้ต้องกังวลใจมากนัก แต่ทั้งนี้ทั้งนั้นต้องไม่หยุดพัฒนาสินค้า อย่างการเพิ่มสีสันให้เทียน โดยสีที่ใช้จะไม่เป็นอันตรายต่อผิวหนัง และเราจะเพิ่มเทียนรูปแบบบาร์เพื่อเพิ่มประเภทของสินค้าให้มากขึ้น นอกจากนี้ หากลูกค้าต้องการเทียนในปริมาณมากกว่า 3 OZ. หรือเทียนกลิ่นที่ต้องการหมดสต็อกก็สามารถสั่งแบบพรีออร์เดอร์ได้ โดยใช้เวลาในการทำประมาณ 7 วัน"

นอกจากหวังกระตุ้นยอดขายด้วยการพัฒนาสินค้า สองสาวยังตั้งราคาสินค้าให้อยู่ในระดับที่ทุกคนสามารถจับต้องได้เพราะช่วยให้ขายได้ง่ายขึ้น และการออกบู๊ธตามงานอีเวนต์ต่างๆ ยังทำให้ลูกค้ามีโอกาสได้เห็น ได้ทดลองกลิ่นใหม่ๆ และได้พูดคุยถึงสินค้า รวมทั้งช่วยขยายฐานลูกค้าให้กว้างขึ้น โดยขณะนี้ได้รับความสนใจทั้งจากลูกค้าไทยและต่างชาติ

"เราขายในราคาไม่แพง ลูกค้าเลยเข้าถึงได้ง่าย แต่เพราะไขถั่วเหลืองต้องนำเข้าจากอเมริกา จึงทำให้ต้องใช้ต้นทุนในส่วนนี้ค่อนข้างมาก ดังนั้น เพื่อให้ธุรกิจสามารถเดินต่อไปได้ เราต้องไม่อยู่เฉย ต้องคิดแผนพัฒนาสินค้าอยู่ตลอดเพื่อให้สินค้ามีความหลากหลายและตอบโจทย์ความต้องการของลูกค้าให้ได้มากที่สุด อีกทั้งจะรอเฉพาะรายได้จากช่องทางใดช่องทางหนึ่งไม่ได้ ฉะนั้นต้องเพิ่มช่องทางการขายให้มากขึ้น เช่น ขายบนอินสตาแกรมควบคู่ไปกับการขายบนเฟซบุ๊กและการออกบู๊ธ"

แม้ธุรกิจเทียนไขจากถั่วเหลืองจะมีการแข่งขันที่ไม่สูงมากในขณะนี้ แต่ผู้ที่หวังจะเข้ามายืนในตลาดนี้ก็ควรรู้ลึกรู้จริงในสิ่งที่ทำ โดยแบรนด์ Sweet Grass ได้แนะให้ศึกษาข้อมูลของวัตถุดิบและวิธีการทำให้เข้าใจเสียก่อน โดยค้นหาข้อมูลต่างๆ ได้จากอินเทอร์เน็ต จากนั้นทดลองทำใช้เอง เมื่อเห็นว่าดีจึงทำออกมาขาย ถัดมาเป็นเรื่องบรรจุภัณฑ์ที่ต้องออกแบบให้ทันสมัย เหมาะกับกลุ่มเป้าหมายที่ต้องการนำเสนอ และคอยติดตามความพึงพอใจที่ลูกค้ามีต่อสินค้าทั้งจากการพูดคุยเมื่อพบเจอกันตามงานอีเวนต์ และคอมเมนต์บนเฟซบุ๊กและอินสตาแกรม ซึ่งข้อมูลที่ได้นี้จะช่วยให้แบรนด์พัฒนาสินค้าได้ถูกจุดยิ่งขึ้น

sweet.grass.soycandle
sweet.grass.soycandle

A DAY FRESH

ยอดขายสร้างง่ายด้วย Line@

Text : Kritsana S. / Photo : เจษฎา ยอดสุรางค์

ในนาทีนี้เชื่อว่าคงมีผู้ประกอบการน้อยรายที่ไม่รู้จักแอพพลิเคชันน้องใหม่ จากไลน์อย่าง Line@ ที่นอกจากใช้งานง่ายแล้ว ยังมีฟีเจอร์ดีๆ ที่เหมาะสำหรับ SME เพราะ LINE@ เป็นฟีเจอร์ที่ถูกออกแบบมา เพื่อสนับสนุนการค้าขายบนออนไลน์อย่างแท้จริง

ทั้งนี้ ฟีเจอร์ทั้งหมดของ LINE@ มีดังนี้ แช็ต 1 ต่อ 1 เหมือนกับใน LINE แช็ต, เพิ่มแอดมินได้ถึง 100 แอดมิน, สร้าง Greeting Message เมื่อลูกค้าแอดมาจะเห็นข้อความนี้ทันที โดยสามารถตั้งเป็นคำถามที่พบบ่อยได้, สร้าง Auto-Reply โดยปิดแช็ตและเปิด, สร้าง Keyword-Reply นอกจากคำตอบเดียว, ส่ง Rich Message ซึ่งเป็นภาพขนาดใหญ่ที่ลิงก์ URL อื่น ช่วยเพิ่ม Traffic ให้เว็บไซต์ได้เป็นอย่างดี รวมถึงสร้าง Poll&Survey โดยมีเทมเพลตง่ายๆ ให้เลือก และสามารถดาวน์โหลดผลของแบบสอบถามออกมาด้วย ซึ่งจากการสำรวจของไลน์ พบว่า Line@ ได้ช่วยให้ผู้ประกอบการหลายรายมียอดขายเพิ่มมากขึ้น และ **ยุทธนา เทียนธรรมชาติ** ผู้ก่อตั้ง A Day Fresh แบรนด์จำหน่ายผลไม้สด เกรดพรีเมียมที่เปิดรับออร์เดอร์ผ่านช่องทางออนไลน์และบริการส่งถึงมือผู้บริโภคแบบดิลิเวอรีก็เป็นหนึ่งในนั้น

ยุทธนาเล่าว่า A Day Fresh เริ่มต้นธุรกิจบนเฟซบุ๊กและอินสตาแกรม เพราะเป็นช่องทางที่มีประสิทธิภาพในการทำให้แบรนด์เป็นที่รู้จักในวงกว้าง แต่สำหรับการติดต่อสื่อสารระหว่างแบรนด์กับลูกค้ากลับเกิดขึ้นบนไลน์แช็ตมากกว่า แต่อย่างไรก็ตาม ไลน์แช็ตไม่ได้ออกแบบมาเพื่อรองรับการติดต่อสื่อสารในเชิงธุรกิจ เขาจึงเปลี่ยนช่องทางการติดต่อกับลูกค้าใหม่ โดยเลือกใช้ Line@

"ตอนนี้ A Day Fresh มีผู้ติดตามบน Line@ จำนวน 6,500 คน ในจำนวนนี้มีลูกค้าจริง 4,900 คน และโดยเฉลี่ยยอดการสั่งซื้อของลูกค้าหนึ่งคนต่อการสั่งซื้อหนึ่งครั้งประมาณ 3,500 บาท ขณะที่ยอดการสั่งซื้อที่มากที่สุดของลูกค้าหนึ่งคนต่อการสั่งซื้อหนึ่งครั้งประมาณ 39,000 บาท ซึ่งยอดขายทั้งหมดที่เกิดขึ้นนี้มาจากประสิทธิภาพของฟีเจอร์ Broadcast Message ที่ใช้ในการส่งโปรโมชั่นไปยังผู้ติดตามทุกคน โดยโปรโมชั่นที่แบรนด์จัดเป็นประจำคือ Hot Deal โปรโมชั่นขายผลไม้แบบยกลังในราคาถูก แต่คุณภาพเกรดพรีเมียม นอกจากนี้ เพื่อกระตุ้นให้ลูกค้าตัดสินใจซื้อผลไม้เร็วขึ้น เรายังเลือกใช้คีย์เวิร์ดอย่าง มีจำนวนจำกัด ในโปรโมชั่น และเลือกส่ง Broadcast Message ในเวลา 10.30 น. เพราะเราเชื่อว่าลูกค้าจะมีความต้องการผลไม้สดๆ รับประทานหลังมื้ออาหารเที่ยง"

ทั้งนี้ เพื่อให้ยอดขายเติบโตเรื่อยๆ นอกจากส่งโปรโมชั่นให้ตรงกับช่วงเวลาที่ลูกค้าต้องการสินค้าแล้ว แบรนด์ต้องใส่ใจเรื่องคุณภาพสินค้าและการบริการด้วย ซึ่งยุทธนาได้แนะเคล็ดลับการทำธุรกิจนี้ให้ประสบความสำเร็จว่า ผู้ประกอบการควรให้ข้อมูลของผลไม้กับลูกค้าอย่างถูกต้อง ไม่บิดเบือน เช่น ผลไม้ชนิดนี้เก็บได้นานแค่ไหน จำเป็นต้องแช่ตู้เย็นไหม หรือผลไม้แต่ละชนิดมีลักษณะอย่างไรในแต่ละช่วงอายุของมัน รวมทั้งต้องไม่ขายผลไม้ที่ช้ำหรือเน่าเสีย เพราะแม้จะขายได้ แต่จำนวนเงินที่ได้ไม่คุ้มกับชื่อเสียงของแบรนด์ที่ต้องเสียไปแน่นอน

จะทำอย่างไรเมื่อเจอ คอมเมนต์ด้านลบ

Text : Kritsana S.

การทำธุรกิจบนโซเชียลมีเดีย มีข้อดีที่สามารถขายสินค้าได้ตลอด 24 ชั่วโมง อีกทั้งสามารถติดต่อสื่อสารและรู้ฟีดแบ็กที่ลูกค้ามีต่อแบรนด์ได้อย่างรวดเร็ว เพราะด้วยความรวดเร็วนี้ หลายแบรนด์จึงเริ่มกังวลถึงความคิดเห็นเชิงลบที่ลูกค้าโพสต์บนเฟซบุ๊ก ทวิตเตอร์ และอื่นๆ เพราะทำให้แบรนด์เสียชื่อเสียงได้ในเวลาไม่ถึงชั่วโมง ดังนั้น เพื่อเรียกคืนชื่อเสียงของแบรนด์ ผู้ประกอบการต้องรู้วิธีเอาชนะ

1

สร้างตัวตนที่น่าเชื่อถือบนโลกออนไลน์

อยากให้ลูกค้าเชื่อถือแบรนด์ แบรนด์ก็ต้องโพสต์ข้อมูลที่สามารถตรวจสอบได้ประกอบกับข้อมูลจากลูกค้าที่มีความน่าเชื่อถือลงบนเว็บไซต์ บล็อก และโซเชียลมีเดียอื่นๆ อีกทั้ง Reputation Defender บริษัทที่มีความชำนาญพิเศษด้านการทำ Personal Branding ยังแนะเพิ่มว่า แบรนด์ต้องเตรียมวิธีจัดการปัญหาต่างๆ ที่อาจเกิดในอนาคตไว้ล่วงหน้า มิใช่รอให้ปัญหาเกิดก่อนแล้วจึงคิดหาวิธีแก้ไข และอย่าลืมส่งข้อความไปยังลูกค้าที่ไม่พอใจแบรนด์ เพื่อแจ้งถึงวิธีการที่แบรนด์ใช้จัดการกับปัญหาที่เกิด

2

ติดตามการพูดถึงแบรนด์ในโซเชียลมีเดีย

นิตยสาร FastCompany ได้ยกตัวอย่างแบรนด์ที่ตอบสนองต่อความคิดเห็นของลูกค้าบนโซเชียลมีเดียว่า ลูกค้าได้โพสต์ว่าร้านอาหารเปิดเพลงดังเกินไป เจ้าของร้านจึงบอกให้พนักงานลดเสียงเพลงลงและเสิร์ฟคุกกี้ให้กับลูกค้าเพื่อเป็นการขอโทษ และนี่ทำให้ลูกค้าโพสต์ความคิดเห็นใหม่อีกครั้งโดยเป็นความคิดเห็นเชิงบวก จากตัวอย่างนี้ชี้ชัดว่า แบรนด์ไม่ควรเฝ้าดูความคิดเห็นของลูกค้าอยู่เงียบๆ แต่ควรตอบสนองต่อความคิดเห็นเหล่านั้นทั้งที่เป็นความคิดเห็นเชิงลบและบวก เพราะทำให้ลูกค้ารู้สึกว่าแบรนด์ให้ความสำคัญกับพวกเขา

3

แสดงให้เห็นถึงความมุ่งมั่นในการปรับปรุงแก้ไข

แม้จะมีเพียงหนึ่งความคิดเห็นเชิงลบ แต่แบรนด์ก็ควรมีความกระตือรือร้นที่จะแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้น โดยพูดคุยกับลูกค้าถึงปัญหาที่เกิดด้วยถ้อยคำที่สุภาพและเปิดพื้นที่ให้พวกเขาเข้ามาเสนอแนะถึงสิ่งที่ต้องการให้ปรับปรุง ซึ่งข้อมูลที่ได้จะช่วยให้แบรนด์แก้ปัญหาได้ตรงจุดและมีประสิทธิภาพ นอกจากนี้ แบรนด์ควรโพสต์ภาพหรือวิดีโอเบื้องหลังการทำงาน เพื่อให้ลูกค้าเห็นว่าแบรนด์ไม่นิ่งดูดายในสิ่งที่พวกเขากำลังร้องเรียน โดยวิธีนี้ช่วยให้ลูกค้ามีแนวโน้มที่จะเกิดความจงรักภักดีต่อแบรนด์

TAKEMETOUR เที่ยวแบบแบ่งปัน

Text : กองบรรณาธิการ

เมื่อมีธุรกิจรูปแบบ Sharing Economy อย่าง Uber ที่ทำให้วงการแท็กซี่ตื่นตัว Airbnb ที่ทำให้ธุรกิจโรงแรมต้องจับตามองแล้ว คราวนี้ก็มาถึง Sharing Economy ของธุรกิจท่องเที่ยวบ้าง กับ "เทคมีทัวร์" (TakeMeTour) เว็บไซต์ที่เปิดตลาดการท่องเที่ยวในประเทศไทยรูปแบบใหม่

TakeMeTour เกิดขึ้นโดย **นพพล อนุกูลวิทยา** และ **อมรเชษฐ์ จินดาอภิรักษ์** ผู้ร่วมก่อตั้งและผู้บริหาร www.takemetour.com โดยได้วางตัวเว็บไซต์ TakeMeTour ให้เป็นเสมือนตลาดกลาง หรือ Marketplace สำหรับการท่องเที่ยวที่เปิดให้คนมาสร้างโปรแกรมท่องเที่ยว ในลักษณะ One Day Trip ซึ่งอาจจะเป็นคนในพื้นที่ ซึ่งจะรู้จักย่านนั้นดี หรือคนที่มีไอเดียสร้างทริปใหม่ๆ ที่ยังไม่มีใครทำ พร้อมบอกราคาและรายละเอียดต่างๆ ส่วนนักท่องเที่ยวก็จะเข้ามาเลือกโปรแกรมท่องเที่ยวที่ตนเองสนใจ และจองผ่านออนไลน์ โดยปัจจุบันมีผู้สนใจมาสร้างโปรแกรมท่องเที่ยวในเว็บไซต์แล้ว 8,000 คน และมีโปรแกรมการท่องเที่ยวกว่า 400 ทริป

"ไอเดียนี้เกิดขึ้นจากตอนที่เราไปเที่ยวต่างประเทศ แล้วมีเพื่อนที่อยู่ที่นั่นเป็นคนพาไปเที่ยวที่ต่างๆ ซึ่งเป็นการเที่ยวที่รู้สึกว่าได้สัมผัส ได้เจออะไรในอีกแบบหนึ่ง บางทีเป็นเรื่องเล่าเกร็ดเล็กเกร็ดน้อย หรือไปในที่ที่คนไม่ค่อยไปแต่มีความแปลกใหม่น่าสนใจ ซึ่งหากไปกับทัวร์หรือไปเองก็จะไม่ได้ประสบการณ์แบบนี้ เราเลยนำมาทำในลักษณะจัดโปรแกรมเที่ยวในไทยโดยให้คนในพื้นที่นั้นๆ เป็นคนจัดโปรแกรมขึ้นมา ซึ่งเชื่อว่าคนที่อาศัยในพื้นที่ย่อมรู้จักพื้นที่นั้นดี บางครั้งเรื่องเล่าอาจจะไม่ใช่เป็นประวัติศาสตร์แต่เป็นเกร็ดความรู้ ที่ไม่สามารถเซิร์ชหาได้ทางอินเทอร์เน็ต หรือบางคนอาจจะมีไอเดียการนำเที่ยวแปลกๆ ก็ได้ เช่น จัดโปรแกรมพาเที่ยวสตรีทฟู้ดของไทยใน 1 วัน เป็นต้น โดยบริษัทจะทำหน้าที่เป็นตัวกลาง คอยตรวจสอบข้อมูลและประวัติต่างๆ ของผู้ที่จะมาเสนอโปรแกรมเที่ยว เพื่อให้นักท่องเที่ยวมีความมั่นใจ ขณะที่รายได้ของบริษัทมาจากค่า Booking Free ซึ่งเชื่อว่าการท่องเที่ยวในรูปแบบนี้จะทำให้ทั้งคนนำเที่ยวและนักท่องเที่ยวรู้สึกแปลกใหม่ และประทับใจ ที่สำคัญคือได้ประโยชน์ทุกฝ่าย" นพพลกล่าว

ทั้งนี้ TakeMeTour เพิ่งมีการลงทุนในระดับ Seeding จำนวน 2 แสนดอลลาร์ฯ จากกลุ่ม 500 Tuk Tuks และดีแทค โดยทั้งคู่มีเป้าหมายจะนำ TakeMeTour ขยายสู่ประเทศในกลุ่มอาเซียน หลังจากสร้างความแข็งแกร่งในไทยแล้ว

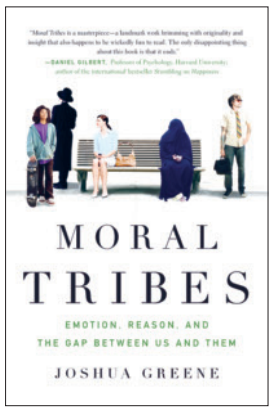
"จะพยายามทำให้ TakeMeTour แข็งแกร่งภายใน 1 ปีเพื่อที่จะระดมในรอบถัดไป แล้วขยายตลาดออกไปประเทศรอบๆ ซึ่งเชื่อว่าการที่ไทยเป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวในประเทศนี้และเป็นจุดหมายปลายทางการท่องเที่ยวยอดนิยมของนักท่องเที่ยวทั่วโลก จะเป็นความได้เปรียบที่ทำให้เราเติบโตในตลาดต่างประเทศได้" นพพลกล่าวในตอนท้าย

1

ภาพยนตร์เรื่อง Memento

"เหตุผลที่ชอบหนังเรื่องนี้เป็นพิเศษเพราะดูแล้วทึ่งในความช่างคิดช่างทำของผู้กำกับและคนเขียนบทที่ใช้วิธีการเล่าเรื่องที่แปลกไปจากหนังเรื่องอื่น คือเล่าเรื่องซ้อนไปซ้อนมา เล่าย้อนเวลาเป็นห้วงๆ ทำให้กว่าจะดูรู้เรื่องก็กลางๆ เรื่องเข้าไปแล้ว หนังเรื่องนี้ทำให้รู้สึกว่าคนทำหนังไว้ใจคนดู นั่นคือหนังจะทิ้งชิ้นส่วนปริศนาไว้ให้คนดูไปต่อเองว่า เรื่องราวจะเกิดขึ้นยังไง ซึ่งถ้าเป็นคนทำหนังที่ไม่ไว้ใจคนดู เขาจะอธิบายทุกสิ่งทุกอย่างออกมาหมด และหนังเรื่องนี้ยังเป็นแรงบันดาลใจให้อยากทำงานที่กล้าแบบนี้ โดยความกล้าที่ว่าคือ อยากทำงานที่ให้โจทย์คนที่ดูงานของเราไปคิดต่อเองว่า งานของเราต้องการสื่ออะไร"

2



หนังสือเรื่อง Moral Tribes

"Moral Tribes เป็นหนังสือที่เหมาะกับยุคปัจจุบันที่เต็มไปด้วยความขัดแย้ง โดย Joshua Greene ผู้เขียนหนังสือเล่มนี้ได้พยายามอธิบายว่า ความคิดความเชื่อของแต่ละ "เผ่า" ย่อยๆ ในสังคมเรานี้มาจากไหน และมีวิธีการอย่างไรที่จะทำให้ทุกเผ่าที่มีความคิดความเชื่อต่างกันสามารถอยู่กันได้อย่างสงบสุข ซึ่งจากการอ่านหนังสือเล่มนี้ทำให้เกิดแรงบันดาลใจในการดำเนินชีวิตคือ ต้องไม่ตั้งแง่กับคนอื่นมากไปและทำให้เข้าใจสังคมมากขึ้นว่า อาจมีบางอย่างที่ทำให้เรามีความคิดความเชื่อต่างกัน แต่จริงๆ แล้วมันมีฐานอยู่บนความดีคล้ายๆ กัน และยังทำให้เกิดแรงบันดาลใจในการทำงานคือ ต้องเข้าใจคนอื่นและยอมรับฟัง เพราะงานที่ผมทำต้องสื่อสารกับคนอื่นเยอะ เช่น งานเขียนและงานพูด ดังนั้น ถ้าคิดเพียงว่าเราทำถูกทุกอย่าง เราจะไม่สามารถสื่อสารกับคนอื่นได้"

3

ภาพยนตร์เรื่อง Fantastic Mr.Fox

"ผมชอบงานของ Wes Anderson เป็นส่วนตัวอยู่แล้ว แต่เรื่องนี้ชอบมากกว่าเรื่องอื่นๆ เพราะเป็นภาพยนตร์ที่นำเทคนิคสต็อปโมชั่นมาใช้ในการนำเสนอเรื่องราว โดย Wes Anderson ได้ตีความนิทานของ Roald Dahl ออกมาดีมาก เพราะเดิมทีนิทานเรื่องนี้เป็นนิทานสั้นๆ ไม่ยาวมาก แต่เขาสามารถขยายความนิทานเรื่องนี้ออกมาให้มีตัวละครมากขึ้น มีฉากต่างๆ มากขึ้น ทำให้เชื่อว่ามันเป็นเซ้นส์ของคนเขียนนิทานที่ต้องการให้เรื่องราวเป็นแบบนี้ ซึ่งหากเป็นคนที่ทำหนังไม่เก่งจะทำให้รู้สึกว่า คนเขียนไม่ได้อยากจะทำแบบนี้เลย ไม่เพียงเท่านี้ ภาพยนตร์เรื่องนี้ยังมีภาพสวยสุดๆ ซึ่งผมสามารถกด Pause เพื่อศึกษาการจัดวาง (Composition) ได้ทุกจังหวะ"

4

บอร์ดเกม Stone Age

"ปกติเป็นคนเล่นเกมอยู่แล้ว แต่ที่ชอบบอร์ดเกมเพราะเป็นเกมที่คนเล่นต้องเจอหน้ากันจริงๆ โดยบอร์ดเกมที่ชอบคือ Stone Age เป็นเกมประเภท Worker Placement ที่ต้องอาศัยความสมดุลในการตัดสินใจและการวางแผนล่วงหน้า เพราะบางคนที่มีคะแนนน้อย แต่เขาสามารถสะสมทรัพยากรบางอย่างได้เยอะก็อาจกลายเป็นผู้ชนะได้ จากการเล่นเกม Stone Age ทำให้มีเซ้นส์ที่ใช้ในการทำธุรกิจได้คือ ต้องทำธุรกิจอย่างรอบคอบ รัดกุม และมีการวางแผนล่วงหน้า อย่างการดูว่าคนที่อยู่ในธุรกิจเดียวกันกับเรามีแผนธุรกิจอย่างไร แล้วเราจะรับมืออย่างไร"

ทีปกร วุฒิพิทยามงคล

ความสร้างสรรค์สร้างความสำเร็จ

Text : Kritsana S.

5

ของเล่น Playmobil

"ผมเป็นคนที่สะสมทั้ง Playmobil และ Lego แต่ชอบ Playmobil ตรงที่เป็นของเล่นขนาดพอเหมาะพอดีมือ ส่วนตัวตุ๊กตุ่นก็ทำออกมาได้อย่างสร้างสรรค์ ทำให้น่าสะสม เวลาผมไปประเทศต่างๆ ก็พยายามซื้อคอลเลกชั่นแปลกๆ กลับมา อย่างบางพิพิธภัณฑ์แทนที่จะขายจิ๊กซอว์ หรือ Magnet เป็นของที่ระลึกก็ขาย Playmobil แทน โดยจำลองเป็นสิ่งที่ทางพิพิธภัณฑ์กำลังจัดแสดง เช่น ภาพวาดหรือหุ่นยนต์ชุดเกราะ ซึ่งทุกครั้งเวลาทำงานเบื่อๆ ผมจะหยิบของสะสมเหล่านี้ออกมาดูเพราะช่วยให้มีแรงบันดาลใจในการทำงานต่อ ทำให้นึกถึงสิ่งที่เกิดขึ้นตอนไปเที่ยวสถานที่นั้นๆ อย่างไอเดียที่เคยมีแต่ลืมไป เมื่อดูของสะสมเหล่านี้ก็ทำให้นึกออก"

นอกจากเป็นหนึ่งในผู้ก่อตั้งเว็บบล็อกสุดฮิตอย่าง exteen.com แชมป์-ทีปกร วุฒิพิทยามงคล ยังเป็นที่รู้จักในฐานะนักเขียน คอลัมนิสต์ และนักวาดภาพประกอบที่มีผู้ติดตามบนเฟซบุ๊กเพจ Champ Teepagorn กว่า 2 แสนคน ไม่เพียงเท่านี้ ปัจจุบันยังสวมหมวกผู้ก่อตั้งและกรรมการผู้จัดการ minimore.com เว็บไซต์สำหรับเผยแพร่ออนไลน์คอนเทนต์และร้านหนังสือออนไลน์ของหลายสำนักพิมพ์ โดยที่มาของความคิดสร้างสรรค์ที่สร้างความสำเร็จในการทำงานของเขามาจากสิ่งเหล่านี้

|| HEALTHY BODY ||

กับดัก**ความเค็ม**

Text : น้ำค้าง

ก่อนหน้านี้ไม่นาน กระทรวงสาธารณสุขออกมาเปิดเผยว่าคนไทยป่วยโรคไตติดท็อป 3 ของอาเซียน โดยจำนวนผู้ป่วยโรคไตเรื้อรังมีประมาณ 8 ล้านคน ทำให้ต้องใช้งบประมาณหลักประกันสุขภาพแห่งชาติสูงถึง 4,000 ล้านบาท สาเหตุจากคนไทยกินเค็มมากกว่ามาตรฐาน 2 เท่า โดยข้อมูลระบุ 80 เปอร์เซ็นต์ของเกลือที่บริโภคมาจากอาหาร โดยเฉพาะอาหารสำเร็จรูปและอาหารตามร้าน

นักโภชนาการแนะนำคนทั่วไปควรบริโภคเกลือไม่เกิน 2,400 มิลลิกรัมต่อวัน ส่วนผู้มีโรคประจำตัว เช่น ความดันสูง โรคไต โรคเบาหวานควรจำกัดไม่เกิน 1,500 มิลลิกรัม เราทราบกันดีว่าการรับประทานอาหารที่มีรสเค็มไม่ส่งผลดีและมีความเสี่ยงที่จะก่อโรค โดยเฉพาะโรคความดันโลหิตสูง โรคไตและโรคหัวใจ จึงมีการรณรงค์ให้ลดกินเค็มเพื่อลดโรคกันมาตลอด แต่การหลีกเลี่ยงการกินเค็มไม่ได้หมายถึงการลดอาหารที่มีเกลือสูงอย่างเดียว แต่ยังหมายรวมถึงเครื่องปรุงอย่างอื่นที่มี "โซเดียม" ซึ่งเป็นแร่ธาตุและเป็นส่วนประกอบในเกลือ มาดูกันว่าอาหารอะไรบ้างที่มีเกลือและโซเดียมแฝงอยู่โดยที่เราอาจไม่รู้ตัว

อย่างแรกคือ บรรดาขนมอบทั้งหลาย ไม่ว่าจะเป็นเค้ก ขนมปัง คุกกี้ ที่มักมีส่วนผสมของ Baking Powder หรือไม่ก็ Baking Soda ทั้งสองอย่างมีส่วนผสมของโซเดียมและมีคุณสมบัติทำให้ขนมฟู ขนมบางอย่างก็ใส่เกลืออย่างเดียว เช่น ขนมปัง ที่ว่ากันว่า 1 ชิ้นมีปริมาณเกลือ 120 มิลลิกรัม ในขณะที่ขนมอื่นๆ นอกจากใส่เกลือแล้ว ยังเติมผงฟูลงไปด้วย ยิ่งทำให้ร่างกายรับโซเดียมมากขึ้น

อาหารที่มีผงชูรส ชื่อของผงชูรสคือ MSG ที่ย่อมาจาก Mono sodium Glutamate แปลว่า กรดเกลือของกลูตาเมต ความน่ากลัวของผงชูรสคือใส่ในปริมาณมากๆ ก็ยังไม่รู้สึกเค็ม ซึ่งอาจทำให้เรารับประทานมากเกินไปโดยไม่ระแคะระคาย กว่าจะรู้ตัวก็หลังจากกินเสร็จ แล้วรู้สึกคอแห้งกระหายน้ำนั่นแหละ

อาหารที่แลดูเหมือนจะเป็นอาหารเพื่อสุขภาพ เช่น อาหารที่แปะฉลาก "ไขมันต่ำ" หรือ "แคลอรีต่ำ" ไขมันเป็นตัวทำให้อาหารอร่อย การลดไขมันในอาหารลง ทำให้ผู้ผลิตต้องเพิ่มเกลือและน้ำตาลเพื่อช่วยชูรสอาหาร หรือซีเรียลที่ทำจากธัญพืช บางเจ้าทำรสต่างๆ ออกมาขาย แต่มีเกลือผสมถึงเสิร์ฟละ 250 มิลลิกรัมก็มี อีกอย่างหนึ่งคือ เครื่องดื่ม เช่น น้ำผักที่จำหน่ายในรูปขวด กระป๋อง หรือกล่อง บางยี่ห้อ 1 แก้วมีเกลือเจือจาง 300-400 มิลลิกรัมเลยทีเดียว หรือน้ำอัดลมโดยเฉพาะน้ำอัดลมประเภทไดเอทก็ยังมีเกลือผสม

ดังนั้น เมื่อซื้อสินค้าในซุเปอร์มาร์เก็ต ต้องอ่านฉลากและศึกษาว่าส่วนผสมที่มีคำว่าเกลือหรือโซเดียม และอย่าตกหลุมพรางคำว่าโซเดียมต่ำ หรือปลอดโซเดียม เพราะอย่างไรแล้ว ก็ยังมีโซเดียมผสมอยู่ดีแม้จะน้อยกว่าอาหารทั่วไป อย่างอาหารที่พิมพ์คำว่า Sodium Free ก็จะได้รับอนุญาตให้ผสมเกลือได้ไม่เกิน 5 มิลลิกรัม เป็นต้น

อีกวิธีหนึ่งที่ลดการกินเค็มคือปรับลิ้นให้รับประทานอาหารรสจืดรสอ่อน แรกๆ อาจรู้สึกฝืน แต่ใช้เวลา 6-8 สัปดาห์ลิ้นเราจะชินและรับรู้ความอร่อยของอาหารโซเดียมต่ำ ส่วนผู้ป่วยโรคความดันโลหิตสูงมักได้รับคำแนะนำให้ปรับเปลี่ยนพฤติกรรมหันมารับประทานอาหาร DASH (Dietary Approaches to Stop Hypertension) เป็นหลัก ซึ่งประกอบด้วย ผัก ผลไม้ ธัญพืช โปรตีนดีจากปลา ถั่วชนิดต่างๆ และผลิตภัณฑ์นมไขมันต่ำ หลีกเลี่ยงโปรตีนจากเนื้อแดง อาหารแปรรูป อาหารกระป๋อง และอาหารแช่แข็งทั้งหลาย

|| HAPPY MIND ||

สติมา ปัญญาเกิด

Text : Morning Dew

ว่ากันว่าปัจจัยหนึ่งที่ทำให้คนประสบความสำเร็จไม่ใช่ IQ หรือความฉลาดทางเชาว์ปัญญา หากแต่เป็น EQ และบ่อเกิดของ EQ ก็คือ "สติ" หรือ Mindfulness

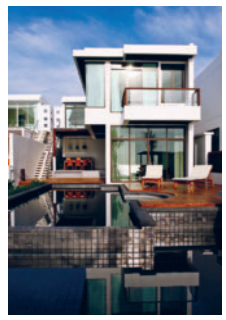
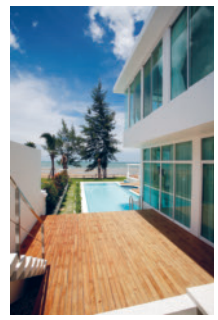
คำจำกัดความของ "สติ" แตกต่างกันไปในหลายบริบท แต่ถ้าจะอธิบายง่ายๆ สติก็คือจิตสำนึกปกติในยามที่เราจดจ่อกับสิ่งใดสิ่งหนึ่ง เป็นการเพ่งความสนใจของตนไปที่อารมณ์ ความคิด และความรู้สึกที่เกิดขึ้นในขณะนั้น ประโยชน์ของการมีสตินั้นมีมากมาย คนที่ฝึกการเจริญสติ (ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของการทำสมาธิ) มีแนวโน้มจะควบคุมอารมณ์ได้ดีเวลาเผชิญปัญหาหรือมีเรื่องรบกวนใจ เมื่อฝึกบ่อยๆ จะมีความจำดีขึ้น รอบคอบมากขึ้นในการตัดสินใจ

การฝึกสติยังช่วยส่งเสริมบุคลิกภาพ นอกจากนั้น ผลการวิจัยยังระบุ การเจริญสติทำให้คลื่นสมองทำงานเป็นระเบียบขึ้น ความตึงตัวของกล้ามเนื้อลดลง ยิ่งออกกำลังกายควบคู่ไปด้วย ยิ่งส่งเสริมให้สุขภาพดี ทางโลกตะวันตกเองก็หันมาสนใจเรื่องนี้ ช่วงทศวรรษ 1970 ศาสตร์ด้านจิตวิทยาและจิตเวชฝั่งตะวันตกเริ่มจริงจังกับการพัฒนาวิธีการบำบัดผู้ประสบภาวะทางจิตด้วยสติ

หากเคยอ่านหนังสือ "ปาฏิหาริย์แห่งการตื่นอยู่เสมอ" (The Miracle of Being Awake) ของท่านติช นัท ฮันห์ จะรู้ว่าการเจริญสติไม่จำเป็นต้องเป็นการนั่งสมาธิเสมอไป แต่เราสามารถฝึกได้ระหว่างทำกิจกรรมต่างๆ ในชีวิตประจำวัน เช่น ขณะอาบน้ำตอนเช้า ไม่ต้องคิดถึงเรื่องอื่น นึกถึงคนโน้นคนนี้ แต่ให้โฟกัสไปที่สายน้ำเย็นๆ ที่กำลังรดรินร่างกาย รับรู้ถึงความลื่นของสบู่ที่ฟอกบนตัว กลิ่นหอมของแชมพู สดับรับฟังเสียงของน้ำที่ตกกระทบพื้นกระเบื้อง หรือขณะแปรงฟัน ก็สนใจรสชาติของยาสีฟัน และมือที่ขยับขึ้นลงในการแปรงฟันแต่ละซี่ หรือระหว่างต่อแถวเพื่อซื้อสินค้าหรือรับบริการ เราก็ยังสามารถเจริญสติได้ ด้วยการสังเกตว่าแถวยาวหรือสั้นแค่ไหน เรายืนรอในท่วงท่าอย่างไร อาจจะหาจุดโฟกัสเพื่อจดจ่อกับสิ่งนั้นเป็นต้น

ที่กล่าวมาเรียกว่าเป็นการเจริญสติแบบเคลื่อนไหว เป็นการอยู่กับปัจจุบันขณะ และรับรู้ตลอดเวลาว่าตัวเองกำลังทำอะไร กำลังคิดอะไร ภาษาทางพระเขาเรียก มีสติกำหนดรู้ ดูกายเคลื่อนไหว ดูใจนึกคิด หากฝึกฝนอยู่เป็นประจำจะทำให้ EQ แข็งแกร่ง คิดหรือทำอะไรมักไตร่ตรองก่อนเสมอ เรียกว่าสติมาเมื่อใด ปัญญาเกิดเมื่อนั้น

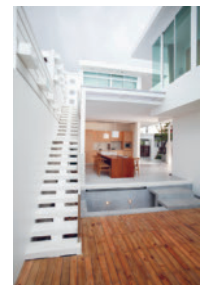
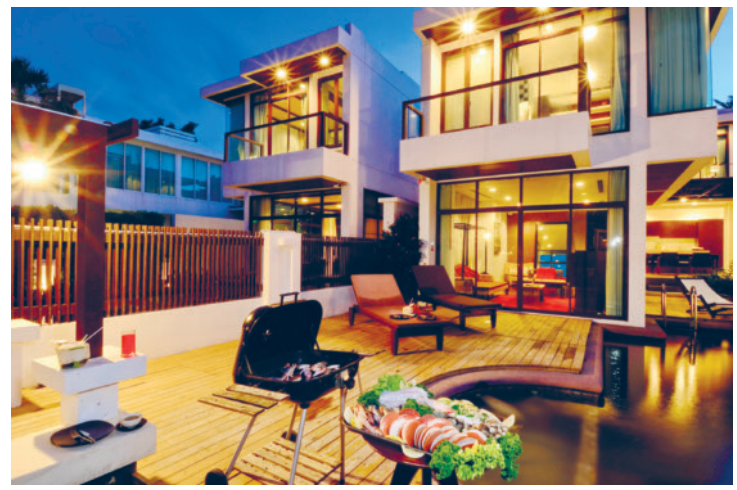
DECORATION

X2 HUA HIN

LE BAYBURI-PRANBURI VILLA

วิลล่าหรู 4 ธีม 4 สไตล์

ณ ชายหาดปราณบุรี ความเงียบสงบของธรรมชาติ ริมหาดขาวและความสวยงามของท้องทะเล ที่มีแนวเทือกเขาเป็นฉากหลัง คือที่ตั้งของ X2 Hua Hin Le Bayburi-Pranburi Villa วิลล่าหรู สำหรับครอบครัว

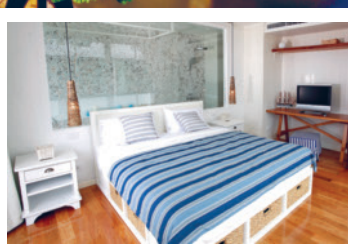
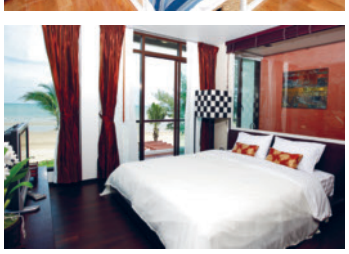
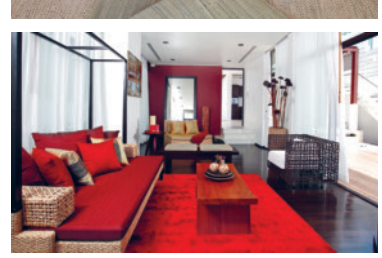
X2 Hua Hin Le Bayburi-Pranburi Villa ชายหาดปราณบุรี อยู่ห่างจากหัวหินไปทางใต้เพียง 20 นาที ที่นี่เกิดขึ้นจากการมองเห็นเทรนด์ที่เติบโตในอนาคตว่า หลายคนต้องการที่พักที่รองรับครอบครัวหรือเพื่อนกลุ่มใหญ่ที่มีความเป็นส่วนตัว ให้ได้ใช้เวลาอยู่ด้วยกันมากขึ้นในช่วงวันหยุดพักผ่อน จึงได้ออกแบบในลักษณะเป็นบ้านขนาดใหญ่ที่พักได้ทั้งครอบครัว และมีสิ่งอำนวยความสะดวกครบครัน เพื่อให้ความรู้สึกเสมือนอยู่ที่บ้านของตัวเอง

X2 Hua Hin Le Bayburi-Pranburi Villa ประกอบด้วย วิลล่าจำนวน 4 หลัง วิลล่าทุกหลังแยกกันอย่างเป็นสัดส่วน โดยที่ธีมการตกแต่งของวิลล่าทั้ง 4 หลังจะมีความแตกต่างกันมากอันเนื่องมาจากความชื่นชอบในการท่องเที่ยวของ Anthony MaDonald ผู้เป็นเจ้าของ จึงได้เลือกสถานที่ท่องเที่ยวติดทะเลยอดนิยม 4 แห่งจาก 3 ทวีป ได้แก่ บ้านแบบสแกนดิเนเวียน วิลล่าหน้าร้อนในแถบทะเลเมดิเตอร์เรเนียน วิลล่าแบบทรอปิคอลในเอเชีย และบ้านริมทะเลแปซิฟิกในออสเตรเลียมาเป็นต้นแบบ การตกแต่งทั้งภายในและภายนอกรวมไปถึงวัสดุ เฟอร์นิเจอร์ต่างๆ จะถูกเลือกสรรให้เข้ากับธีมของวิลล่าแต่ละหลัง เพื่อที่แขกที่มาพักจะสามารถมาได้บ่อยครั้งโดยไม่รู้สึกเบื่อหรือซ้ำซากจำเจ

สำหรับสไตล์การตกแต่งวิลล่าแต่ละหลัง จะให้ความรู้สึกที่แตกต่างกัน คือเมดิเตอร์เรเนียน รีทรีต (Mediterranean Retreat) ถูกออกแบบภายใต้ธีมแห่งท้องทะเลเมดิเตอร์เรเนียนอันโด่งดัง จึงเป็นวิลล่าที่ให้ความรู้สึกโรแมนติก สบายและผ่อนคลาย ขณะที่แปซิฟิก ไฮด์อเวย์ (Pacic Hideaway) ได้แรงบันดาลใจจากหมู่เกาะทะเลแปซิฟิกและบ้านริมทะเลทางตอนเหนือของออสเตรเลีย วิลล่าจึงให้ความรู้สึกอบอุ่นเหมือนพักผ่อนอยู่บนเกาะส่วนตัว ส่วนโมเดิร์นทรอปิคอล (Modern Tropical) เน้นการตกแต่งแบบร่วมสมัย วิลล่าหลังนี้จะสะท้อนถึงรูปแบบการตกแต่งแบบดั้งเดิมของประเทศเขตร้อนซึ่งเป็นที่นิยมในภูมิภาคนี้ และสแกนดิเนเวียน วาเคชั่น (Scandinavian Vacation) วิลล่าหลังนี้ตกแต่งผสมผสานระหว่างเฟอร์นิเจอร์สแกนดิเนเวียนทั้งแบบดั้งเดิมและร่วมสมัย ให้ความรู้สึกสดชื่นและแปลกใหม่

วิลล่าแต่ละหลังประกอบไปด้วยห้องนอน 3 ห้อง พร้อมห้องทำงานที่สามารถแปลงเป็นห้องนอนเล็กพร้อมอยู่สำหรับ 7-8 ท่าน ทุกส่วนของวิลล่าถูกออกแบบให้มีความเชื่อมโยงของพื้นที่ รู้สึกเป็นหนึ่งเดียวกัน ไม่ว่าจะอยู่ส่วนไหนของบ้าน ภายในวิลล่ามีทุกสิ่งสำหรับทุกคนในครอบครัว ไม่ว่าจะเป็นห้องนั่งเล่นพร้อมโทรทัศน์และเครื่องเล่นดีวีดีที่หันหน้าออกสู่ทะเล ครัวแบบเปิดโล่งพร้อมโต๊ะรับประทานอาหาร สระว่ายน้ำส่วนตัวขนาด 50 ตารางเมตร ทอดตัวไปสู่พื้นที่อาบแดด และอินเทอร์เน็ตไร้สายที่ใช้ได้ทั่วทั้งวิลล่า

ทั้งนี้ สิ่งเดียวที่วิลล่าแต่ละหลังมีร่วมกันคือชายหาดอันแสนสวยงามที่เพียงก้าวข้ามผ่านประตูบ้านก็จะพบกับชายหาดโดยไม่มีทางเดินสาธารณะหรือถนนมากั้นกลาง...ที่นี่จึงเงียบสงบและมีความเป็นส่วนตัวจริงๆ

☎ 0-3263-0636, 08-1858-5939
book@LeBayburi.com
www.x2lobby.com

THE MILLIONAIRE SECRETS

เรื่องลับๆ จับเงินล้าน

สัมมนาที่จะพาคุณไปไขความสำเร็จธุรกิจเงินล้าน

28 เมษายน 2559

ห้อง ดร.ถาวร พรประภา ตึกสยามกลการ
กรุงเทพมหานคร

เรื่องลับๆ กับอี-คอมเมิร์ซไทย และพฤติกรรมผู้บริโภคออนไลน์

ดร.รัฐศาสตร์ กรสูต
ผู้อำนวยการอาวุโส สำนักส่งเสริมธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ ETDA

เคล็ด(ไม่)ลับกับกลยุทธ์ Marketing Online สไตล์ SME

คุณสุรศักดิ์ เหลืองอุษากุล
นักวางกลยุทธ์การตลาด การตลาดดิจิตอล บริษัท แบรนด์เบเกอร์ จำกัด

กลเม็ดเคล็ดลับปั้นธุรกิจพันล้าน

พงศ์วิวัฒน์ ทีฆคีรีกุล
เจ้าของแบรนด์ Karmart
ธุรกิจนำเข้า-ส่งออกเครื่องสำอาง

เปิดสูตรลับการตลาดธุรกิจร้อยล้าน

ชนิสรา โททอง
เจ้าของแบรนด์ Diamond Grains

26 พฤษภาคม 2559 + **5 กรกฎาคม 2559** + **28 กรกฎาคม 2559**

โรงแรมดวงตะวัน เชียงใหม่ | โรงแรมประจักษ์ตรา อุดรธานี | โรงแรมหรรษา เจบี หาดใหญ่

สอบถามรายละเอียดและสำรองที่นั่งได้ที่ **0-2270-1123-4 ต่อ 304**

www.smethailandclub.com

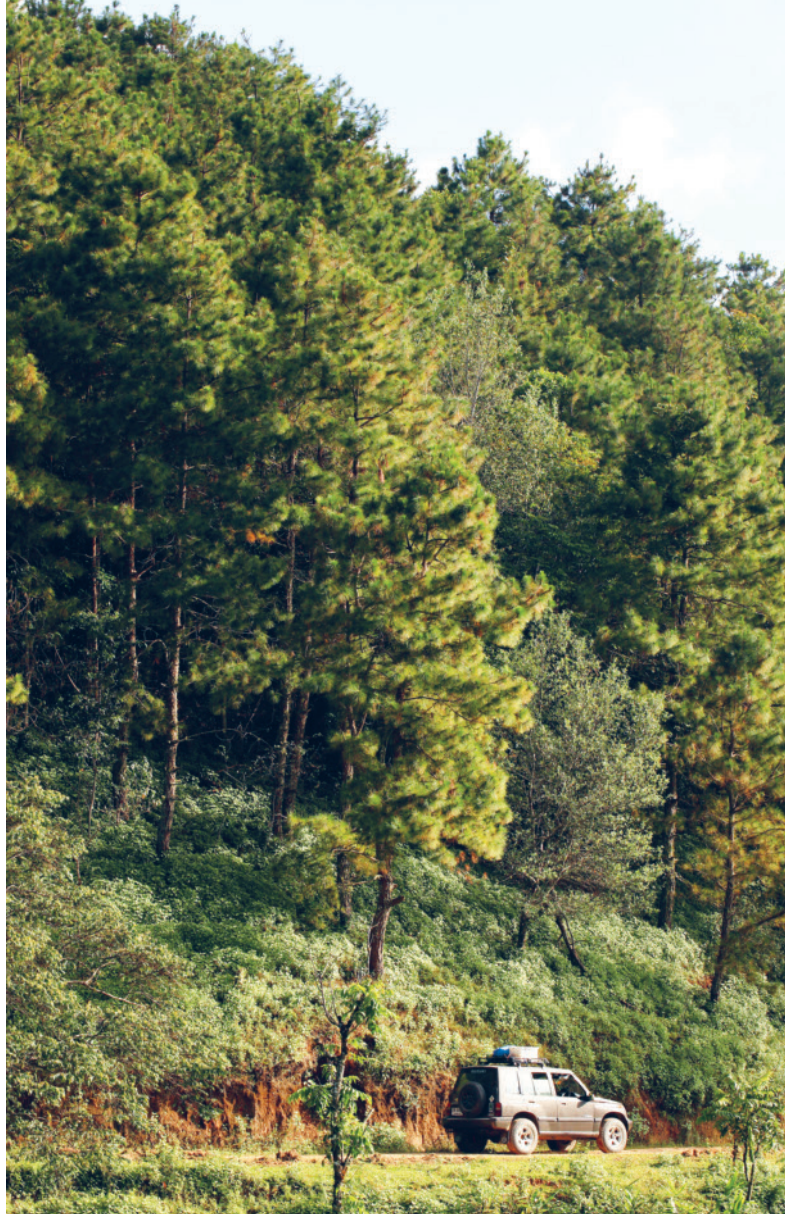
สัมมนาฟรี! ไม่มีค่าใช้จ่าย (รับจำนวนจำกัด)

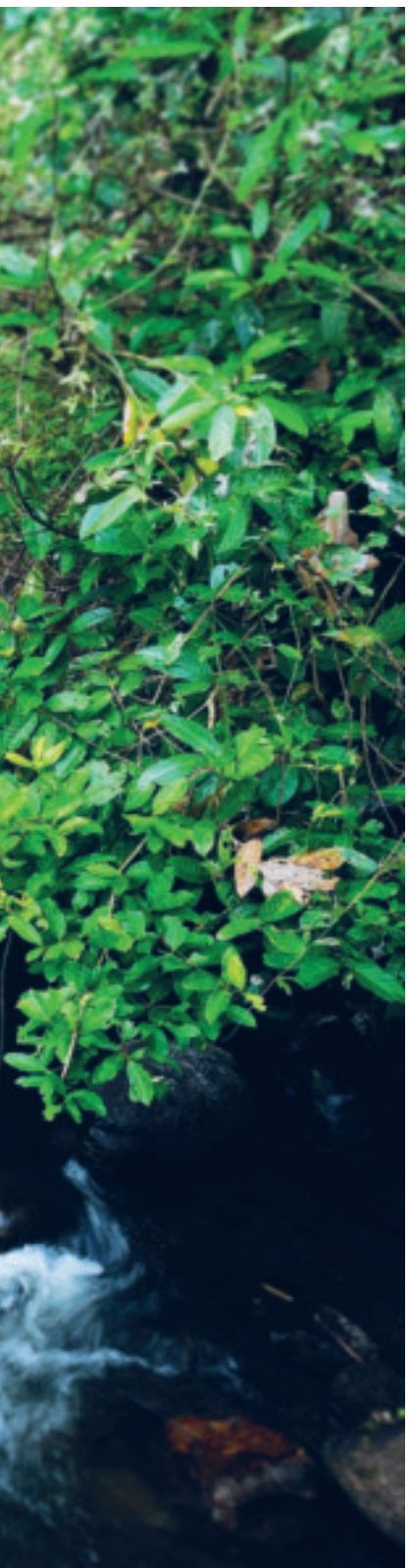
SME KNOWLEDGE | ETDA สพธอ www.etda.or.th | MINISTRY OF ICT Smart Thailand | SME STARTUP FREE

Text : ฐาฎูร โกมารกุล ณ นคร / Photo : สาธิต บัวเทศ

สู่ดอยชันอันลึกเร้น...ห้วยธิโน

เราหลงลืมตัวเลขกำกับการมีอยู่ของถนนบนแผนที่
ตั้งแต่หลุมบ่อพื้นผิวราวโลกอวกาศทอดลับไปตามร่มไม้ใหญ่ครึ้ม
บางคราวคล้ายหนทางประเภทนี้มีไว้สำหรับผู้ที่เกิดมาเคียงคู่กับมัน





ใครสักคนหลงลืมพื้นราบกลางหุบเขา เมื่อเราจากมันมาตามความสูงเหนือระดับน้ำทะเลปานกลางที่เพิ่มขึ้นเป็นระยะ พี่น้องชาวปกาเกอะญอยิ้มรับกับฤดูหลังเก็บเกี่ยว นาข้าวเหลือเพียงซังตอ รอยยิ้มมีให้พบเห็นตลอดเส้นทาง

จากถนนพอจะเรียกได้ว่า "ดี" เดินทางมาสุดสิ้นที่บ้านยางเปา สุดเขตตีนเขา เราแยกซ้ายเข้าสู่หนทางที่เลือกจะขึ้นไปหาความสูงชัน ลมหนาวกรูเกรียวสรรพเสียงรอบถูกกลบด้วยเสียงเร่งกำลังเครื่องยนต์

และเราต่างก็รู้ได้ว่า มันเป็นอีกหนึ่งเส้นทางอันน่าจดจำ

▸ 01 ◂

ยามสายที่อำเภออมก๋อย จังหวัดเชียงใหม่ อากาศเย็นสบายและภาพแห่งเมืองของผู้คนแห่งขุนเขาปรากฏชัดแถบหน้าโรงเรียนอมก๋อยวิทยาคม อำเภอที่ผู้คนส่วนใหญ่ล้วนเป็นประชากรชาวไทยภูเขา ทั้งมูเซอ ปกาเกอะญอ ลีซอ และม้ง เด็กๆ เจื้อยแจ้วอยู่ในชุดประจำเผ่า ขณะที่รถราที่จอดเรียงรายล้วนเป็นรถโฟร์วีลไดรฟ์เขรอะโคลน ผลิตผลอย่างกาแฟกำลังออกผล รอยยิ้มปะปนอยู่ในการงาน

หลังจ่ายเสบียงทั้งสดและแห้ง รถคันเล็กก็แยกขวาเลาะเวียนไปตามเนินขึ้นลง ผืนนากว้างไกลเหลือเพียงที่ราบสีน้ำตาลหลังฤดูเก็บเกี่ยว

แยกซ้ายเข้าสู่ถนน รพช. ชม. 40521 อากาศเย็นเยียบพร้อมการสวนลงมาของรถกระบะบรรทุกกะหล่ำปลีเป็นระยะ แนวสนสองและสามใบเรียงรายบ่งบอกถึงความสูงกว่า 1,000 เมตร จากระดับน้ำทะเลปานกลาง

แต่ละหมู่บ้านผ่านไปอย่างเชื่องช้า เส้นทางหลังผ่านฤดูฝนเป็นหลุมหล่ม แม้แห้งกรังแต่ก็เต็มไปด้วยร่องลึกและหินลอย เราผ่านแยกทางเข้าบ้านตุงติง สู่บ้านผาปูนดง เพื่อนบางคนหลงใหลในแง่มุมของทางสายทรมานช่วงล่าง รถขอพักลงลั่นชัตเตอร์ ขณะที่ผมถอนใจโล่งเมื่อก้มไปเช็กใต้ท้องรถแล้วมันปกติ

บางช่วงของความสูงชันแลกมาด้วยวิวกระจ่างตาของป่าไม้ครึ้มทึบในต้นฤดูหนาวที่เตรียมตัวจะเปลี่ยนสี เรามาถึงบ้านสงินเหนือด้วยความอ่อนโรย หนทางยังอีกยาวไกลตามความยากของเส้นทาง ทางในหมู่บ้านเปลี่ยนเป็นคอนกรีตบางช่วง เด็กๆ เจื้อยแจ้วอยู่ในโรงเรียน

จากบ้านสงินเหนือ เราผ่านพ้นไปตามป่าสนและความสูงเหนือพื้นล่าง ทิ้งหมู่บ้านให้ลับหลังอยู่ในหลายลูกดอยอันพ้นผ่าน สำหรับคนหลงรักการขับรถกลางขุนเขา ถนนสายนี้อาจเป็นเหมือนบททดสอบฝึกปรือการใช้เกียร์สโลว์ แต่กับผู้คนบนแดนดอย มันเป็นทั้งสลักกุญแจยามฤดูฝนที่กักขังพวกเขาไว้กับภูเขา และเป็นเหมือนบานประตูใหญ่ยามถนนหมาดแห้ง พร้อมจะพาพวกเขาก้าวออกไปสู่โลกข้างล่าง

ตรงทางแยกหน่วยจัดการต้นน้ำแม่จ๊าง แลนด์สเคปงดงามเกินกว่าจะขับผ่านเลยไปเฉยๆ ทางดินยกระดับคดโค้งไปกับเนินเขา เบื้องล่างคือแนวป่าสนที่ได้รับการปลูกทดแทนจากการแผ้วถางทำไร่ฝิ่นในอดีต หนองน้ำสะท้อนสีฟ้าสดเป็นฉากหน้า อากาศชื้นห่มคลุมผืนป่า ภูเขายามบ่ายเงียบกริบ หลงเหลือเพียงเสียงแมลงกรีดปีก

ไม่นานนักเราไต่สันดอยขึ้นหวังมามองฝั่งอมก๋อยเบื้องล่าง วิวเปิดกว้างรอบทิศทางแต่หมอกฟุ้งกระจายด้วยแรงลม เบื้องหน้า ราวกับมันคือหนทางเถื่อนที่มีแต่ผู้คนของภูเขาเท่านั้นที่รู้จักมันดี

แนวรั้วท่อนไม้เล็กๆ ถูกยกออกเมื่อเราขึ้นสู่จุดสูงสุดของเทือกดอยราว 1,660 เมตร จากระดับน้ำทะเลปานกลาง ที่ทำการของหน่วยจัดการต้นน้ำห้วยจิโนเงียบเชียบและปกคลุมด้วยหมอกยามเย็นอยู่ทุกทิศทาง ลานกางเต็นท์ โรงครัว และอาคารสำนักงานไล่ระดับอยู่บนเนินดอย

ฟ้าใกล้มืดเร่งเร้าให้เต็นท์ถูกกางและเซ็ตแคมป์ บางคนเลือกเข้าไปหลบลมกรูเกรียวในห้องของอาคารสำนักงาน มื้อค่ำง่ายๆ ถูกปรุงอย่างเร่งด่วนก่อนความมืดจะโรยตัว

หลังมื้อค่ำ หลังลดทอนปลดเปลื้องความเป็นเมืองลงสู่ความเรียบง่ายกลางขุนเขา เหลือเพียงเดือนดาวและอากาศหนาวเหน็บ เครื่องดื่มอุ่นๆ ดูจะเหมาะยิ่งที่ทำให้ใครสักคนจะรู้สึกผ่อนคลาย

เพื่อพร้อมจะนั่งมองขุนเขาและชีวิตที่ซุกซ่อนอยู่ในป่าเขากลางความมืดมิด เบื้องหน้าอย่างไม่ต้องตั้งคำถามและความคาดหวัง

▸ 02 ◂

ยามเช้าเปิดโอกาสให้วิวทะเลหมอกเป็นภาพแรกที่พานพบ เราปรุงมื้อเช้ากลางอากาศเย็นเยียบและหมอกที่ฟุ้งผ่านลมแรงมาตลอดค่ำคืน รีบเร่งตัวเองเพื่อที่ลงไปรู้จักโลกอีกใบของคนข้างบนนี้

เราดิ่งลงหุบ ผ่านทางแยกไปบ้านระมีดหลวง หนทางลดระดับลงด้วยการวนไปมาราวทางอันไม่มีจุดสิ้นสุดในเขาวงกต บางช่วงคือหุบนาขั้นบันไดแปลงมโหฬาร กระท่อมกลางนาไม่ว่างเปล่า หญิงปกาเกอะญอในผ้าทอผืน

สวยก้าวเข้าสู่ไร่นาที่เพิ่งผ่านพ้นการเก็บเกี่ยว เตรียมแผ้วถางผืนดินเดิมสู่ไร่หมุนเวียนอย่างฟักทอง ฟักเขียว เพื่อความสมบูรณ์ของดินต่อข้าวไร่ของฤดูกาลถัดไป

ข้ามห้วยจิโนที่ไหลรื่นเย็นและวกไปวนมาถึง 2 ครั้ง จนมาถึงหน่วยย่อยของหน่วยจัดการต้นน้ำห้วยจิโน พื้นที่ป่าต้นน้ำระดับ 1 เอ ข้างบนนี้ หากเป็นในดวงตาและความทรงจำของเฒ่าปกาเกอะญอ มันล้วนผ่านความบอบช้ำและการเยียวยามาหลายห้วงตอน

HOW TO GET THERE

จากตัวเมืองเชียงใหม่ ใช้ทางหลวงหมายเลข 108 ผ่านอำเภอหางดง อำเภอสันป่าตอง อำเภอฮอด ผ่านออบหลวง ถึงบริเวณบ้านบ่อหลวง แยกซ้ายเข้าทางหลวงหมายเลข 1099 ไปอีกราว 49 กิโลเมตร ถึงอำเภออมก๋อย รวมระยะทางจากเชียงใหม่ถึงอมก๋อย ราว 180 กิโลเมตร

จากอำเภออมก๋อย เมื่อผ่านโรงเรียนอมก๋อยวิทยาคมทางขวามือ แยกขวาที่สี่แยกหลักไปตามทางลูกรัง ผ่านบ้านสมอมแฮด สู่บ้านยางเปา แยกซ้ายเข้าถนน รพช. ชม. 40521 ผ่านบ้านพาปูนดง บ้านสงินเหนือ ก่อนถึงบ้านอูตูม แยกซ้ายเข้าหน่วยจัดการต้นน้ำห้วยจิโน รวมระยะทางจากอำเภออมก๋อยราว 29 กิโลเมตร ทว่าเส้นทางเป็นดินลูกรังขรุขระสูงชัน ควรใช้รถขับเคลื่อนสี่ล้อและควรท่องเที่ยวนอกฤดูฝน

WHERE TO STAY

ที่หน่วยจัดการต้นน้ำห้วยจิโน หมู่ที่ 17 ตำบลอมก๋อย อำเภออมก๋อย จังหวัดเชียงใหม่ มีบ้านพักและลานกางเต็นท์ให้บริการ นักท่องเที่ยวควรเตรียมอาหาร ของสด ของแห้ง และน้ำดื่มขึ้นไปแคมปิ้งในบรรยากาศโรแมนติก ติดต่อสอบถามได้ที่หมายเลข ☎ 0-5390-3969 และ 08-6051-2018

จากไร่ฝิ่นที่ปกคลุมแดนดอยภาคเหนือ ต่อเนื่องสู่ไร่กะหล่ำปลีเบื้องล่างที่ดำเนินคู่ขนานอยู่กับคืนวัน การริเริ่มปลูกป่าทดแทนและดูแลป่าของผู้คนข้างบนนี้ไม่เพียงบอกกับพวกเขาว่า สิ่งจริงแท้อันเหมาะสมกับผู้คนปกาเกอะญอคือป่าและต้นน้ำ ทว่าอาจหมายถึงสิ่งที่พวกเขาอยากสื่อสารกับคนที่อยู่ปลายน้ำด้วยว่าเราต่างมีโลกใบเดียวกันที่ต้องร่วมดูแลสืบสาน

คนงานที่เป็นลูกจ้างของหน่วยฯ ราว 40 คน กับการเพาะแปลงกล้าพันธุ์ไม้ยืนต้นอย่างหวาย กำลังเสือโคร่ง นางพญาเสือโคร่ง และไม้ใหญ่อีกนานา พี่เสถียรว่าบางคนนั้นเติบโตและแก่เฒ่าไปร่วมกับโครงการ

เราเดินเลาะดูแปลงกล้าหวายและกำลังเสือโคร่ง ยามนี้มันเป็นเพียงกล้าไม้ใบเขียวในถุงพลาสติกราวทารกเพียบพร้อมการประคบประหงม

หันมามองบ้านห้วยจิโน ผืนป่ารอบด้านล้วนสมบูรณ์อย่างถึงที่สุด สายห้วยที่เบื้องล่างไม่เคยแห้งเหือดและชื่นเย็นอย่างที่คนบนนี้เคารพศรัทธา ตามบ้านแคมป์ของคนงานเต็มไปด้วยชีวิต ชีวาของเด็กน้อยเกิดใหม่ หญิงชรา และการงานที่ไม่ได้มีเงินเป็นคำตอบ

ราวกับโลกอุดมคติที่เดินขนานอยู่กับโลกอีกใบที่เราจากมา

▸ 03 ◂

จากหน่วยย่อยของหน่วยฯ ห้วยจิโน ทางที่ได้รับการเกรดเปิดบางช่วงอย่างที่ผ่านมาค่อยๆ สลายตัวตน เหลือเพียงหนทางทรหดหลังฤดูฝน เชื้อเชิญให้คนไม่เคยคุ้นได้ไหลตัวเองไปเป็นหนึ่งเดียวกับมัน

ถนนลัดเลาะไปตามความสูงขึ้นลงและสภาพป่าหลายชนิด บางช่วงป่าไผ่คลี่คลุมเป็นอุโมงค์สีเขียว ขณะที่บางเวลา ยามต้องใส่โฟร์โลว์ขึ้นสู่สันยอด ลมหนาวกรูใบสนสามใบร่วงเป็นพรมรอรับรอยล้อ

ราว 1 ชั่วโมงเราตัดเลาะลงสู่บ้านยองแหละ ผู้คนในหมู่บ้านตามเทือกดอยแห่งนี้ล้วนเป็นญาติพี่น้องที่มีจุดแรกเริ่มมาด้วยกัน

ควันไฟจากก้อนเส้าข้างบนเรือนลอยอ้อยอิ่งแม้เป็นยามสาย เด็กน้อยในชุดเชควาสีขาวบริสุทธิ์เอ่ยสวัสดีเป็นภาษาไทย มันมีค่าพอๆ กับรอยยิ้มที่เราได้รับ เป็นมิตรอย่างไม่ต้องกลัวใครจะมาครหาว่าเรามองโลกอย่างงดงามเกินจะเป็น

ครกกระเดื่องเสียงดังตึ้กๆ พร้อมๆ กับข้าวไร่ที่เริ่มเห็นสีขาวนวลเจือน้ำตาล ด้านหลังคือหญิงสาวในชุดเชโม่ซูสีดำขลับบ่งบอกว่าเธอมีครอบครัวแล้ว ทุกบ้านที่เราขึ้นไปเยี่ยมเยือนมักเชื้อเชิญร่วมวงข้าวด้วยคำ "เอาะเม" เมื่อเห็นเราอิดโรยจากการเดินทาง

ภาพเช่นนี้เป็นอยู่อย่างจริงแท้เคียงคู่คนปกาเกอะญอแทบทุกหลืบของหุบเขา ชัดเจนว่าผืนป่าและสายน้ำข้างบนนี้ล้วนหล่อหลอมสิ่งดีงามเหล่านี้ขึ้นมาพร้อมวิถีแห่งบรรพบุรุษ

เราเดินเลาะไปตามสีสันของบ้านยองแหละ ดูใบขี้โย หรือใบยาสูบที่ตากเรียงแสนสวยบนหลังคาของบ้านแต่ละหลัง บางคราวก็พาขึ้นไปชมเตาฟืนและมิตรภาพของผู้คนในครัวที่อยู่บนเรือนนอน มันไม่เคยแยกจาก ตามคติการตั้งบ้านเรือนของชาวปกาเกอะญอ ตราบเท่าที่พวกเขายังเลือกจะใช้ชีวิตอยู่ที่นี่

จะว่าไป สิ่งที่เราเห็นล้วนคือโลกธรรมดาของพวกเขา เป็นชีวิตและการกระทำที่แยกกันไม่ออก และบางคนอาจสงสัยว่ามันน่าดูน่าชมเช่นไร

หากแต่กับบางคนข้างล่าง พันธนาการจากหลายสิ่งอย่างที่พอกพูนก็ทำให้เรื่องง่ายๆ ใกล้ตัวเช่นนี้ยากเย็นนักที่จะมองเห็นมันเป็นความงาม

เราย้อนทวนหนทางที่นำพาเรามาสู่หมู่บ้านเล็กๆ ที่กระจายตัวกันในหุบเขา ขากลับมักแสนสั้น รอยยิ้มและมุมสวยงามตามหลืบเขาที่จมตัวเองอยู่กับมันในช่วงเช้าและบ่ายไหลเวียนย้อนสู่สายตา

กลับมาเหนือความสูงของหน่วยฯ ห้วยจิโน หมอกครึ้ม และลมโหมซัดความเย็นเยียบผลักดันให้เราใช้ยามค่ำเช่นเดิม มื้อค่ำของวันนั้น เราได้แลกเปลี่ยนว้อดกาดีกรีแรงกับเหล้าข้าวไร่ต้มใสแจ๋ว เดือนดาววิบวับอยู่เป็นช่วงๆ ตามกำลังลงที่ผ่อนเพลาลง

ตกดึก ดาวชัด ลมกวัดไกว ก่อนที่ใครสักคนจะซุกตัวเข้าในถุงนอนและหลับใหลไปในราตรีประดับดาวของห้วยจิโนที่ปรากฏให้เห็นเพียงชั่วครู่

คล้ายห้วงตอนรื่นรมย์ของชีวิต ที่ไม่ได้มีบ่อยครั้ง แต่ก็งดงามและน่าจดจำ ไม่ว่ามันจะเกิดขึ้นเมื่อใด

Where to Find

พบกันทุกวันที่ 5 และ 20 ของเดือน

กรุงเทพฯ/ปริมณฑล
24Owls by Sometime's - *ซ.เอกมัย 12*
Airport Rail Link - *พญาไท/มักกะสัน/หัวหมาก/รามคำแหง*
A Cup A Cake - *ลาดพร้าว 71*
Amatissimo caffe - *ศรีนครินทร์ (ใกล้ Paradise Park)*
appresso coffee house - *ถ.ราชบูรณะ 34*
BANN KAFAÉ – *ซ.ท่าข้าม 24*
BICO - *ซ.ลาดพร้าว 94*
B Story Café - *COCO Walk*
Bunka Fashion Academy - *สีลม*
Café Amazon
CafeLittleSpoon - *สุขุมวิท 21*
Café de Blythe - *ลาดพร้าว 71*
Cafe To All - *เสนานิคม 1*
Cataholic Cafe - *อาคาร Ozono*
Coffee Cakes - *อาคาร 6 ชั้น 1 ทีโอที แจ้งวัฒนะ*
Coffee Model – *ระหว่าง ซ.ประดิพัทธ์ 12-14*
Daddy Dough
Dialogue Coffee and Gallery - *แยกฝ่านฟ้า*
EL Mello (เอลเมลโล่) - *อาคาร Thai Summit Tower*
ES/PE/RO - *สาทร ซอย 1*
Gallerria Café - *ถ.กาญจนาภิเษก บางแค*
Gallery กาแฟดริป - *หอศิลป์ฯ กรุงเทพมหานคร*
Gloria Jean's Coffee
Happy Espresso - *ซ.วงเวียน 22*
Hidden Backyard - *ซ.แจ้งวัฒนะ 45*
Hor Hidden Cafe - *ซ. อารีย์ 1*
I-hin Cafe – *ซ. ลาดกระบัง 46/3*
Jil Coffee - *อาคาร 5 ชั้นใต้ดิน ทีโอที แจ้งวัฒนะ*
Lighting Café – *ลาดปลาเค้า*
Lord of Coffee – *อาคารพักพิงเพลส ซ.รามคำแหง 164*
Mezzo
MhakBuri Station – *ถ.ทัลปพฤกษ์ จอมทอง*
Mitte Coffee (มิตเต้) - *ซ.แจ้งวัฒนะ-ปากเกร็ด 33*
My Café the Library - *Nawamin City Avenue*
Never Say Cutz
Oldman Café – *ซ.บางขุนนนท์ 27*
One Ounce for Onion – *ซ.เอกมัย 12*
One to Three afternoon Café - *(วิภาวดี 16/27)*
Ristretto Coffee - *ลาดพร้าว 71*
Panary Café - *ซ.อารีย์*
PH1b Coffee Bar - *ซ.พหลโยธิน 11*
Puritan - *ซ.อารีย์ 5*
Set Café - *ลาดพร้าว*
Simple Coffee Simple Life - *อาคารเรสซิเด้นท์ 49*
Size S Coffee & Bakery - *พระราม 4*
Snooze Café - *U Center*
Sweet At Home - *ซ.เพชรเกษม 48*
Sweets Cafe - *ซ.อารีย์ 1*
Sweet Pista Bangkok - *สุขุมวิท 31*
Ta Chance Coffee – *เยื้อง ซ.เจริญกรุง 109*
Take a Shot Coffee Bar - *ใบปั๊ม Shell ซ.เจริญนคร 40*
The CAPFEE - *ซ. ละลายทรัพย์*
Think TANK (Third Place) - *ถ. นางลิ้นจี่*
Timely Coffee – *ซ.เสียบวารี 15 หนองจอก*
TINPRESSO - *ซ.สุขุมวิท 101/1*
Tom n Tom Coffee – *ซ. เพชรเกษม 69 victory garden*
Treat Cafe & Hang Out - *ระหว่าง ซ.เสนานิคม 17-19*
Three Mangoes - *ประชาชื่น*
Tokyobike - *ซ.อารีย์ 2*
Veganerie – *ชั้น 4 ตึก Mercury Ville*
White Rabbit - *อารีย์สัมพันธ์ 5*
Yesterday 's Tea Room - *ปากซอยสะพานยาว ทรงวาด*
กาแฟนรสิงห์ - *พระราชวังพญาไท ร.พ.พระมงกุฎฯ*
พอใจ โฮม คาเฟ่ - *ซ.โชคชัยร่วมมิตร*
โครงการ P9 ซอยพหลโยธิน 9
โคโค่ กาแฟสด – *สายไหม 84*
ผู้ชายขายน้ำ - *พาราไดซ์ พาร์ค*
วอเตอร์โซด์ รีสอร์ท เรสเตอรองท์
โอชา กาแฟ – *ซ.นาวงพัฒนา 8 ดอนเมือง*
ศูนย์การประชุมแห่งชาติสิริกิติ์
ห้องสมุด
- ห้องสมุดมารวย อาคารตลาดหลักทรัพย์, เอสพลานาด

สถานศึกษา
- มหาวิทยาลัยศรีปทุม วิทยาคารพญาไท
- ศูนย์บ่มเพาะวิสาหกิจ มหาวิทยาลัยศรีปทุม (NEC)
- บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
- สถาบันเทคโนโลยีไทย-ญี่ปุ่น (พัฒนาการ)
- มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ท่าพระจันทร์ คณะบริหารธุรกิจ
- ปริญญาโท + ภาคพิเศษ มหาวิทยาลัยรามคำแหง
- มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล วิทยาเขตโชติเวช
- สถาบันสอนภาษา เดอะไพร่มอิงลิช สาขารามอินทรา

ภาคเหนือ
เชียงราย
Chivit Thamma Da Coffee House
เรียวกังคาเฟ่
สวัสดีเชียงราย
เชียงใหม่
Gloria Jean's Coffee
Into the woods
Neo Café
โรงแรม Yesterday - *ถ.นิมมานเหมินทร์*
อาข่า อ่ามา
กราฟ คาเฟ่
ปองกาเนส
อิมเพรสโซ่
กาแฟ(ไ)สด (Sode Coffee)
ร้านหนังสือเชียงดาว
แม่ฮ่องสอน
Cofee In Love
Coffee Morning
กาแฟเข้าท่า ปาย
สรวลกาแฟ
น่าน
Coffee Sound
แพร่
Bake Love Homemade Bakery
Buya Coffee
CK Coffee
บ้านอังเล คอฟฟี่
พะเยา
@home (แอทโฮม)
Butlercup
Nutsz Coffee
See U Again
ลำปาง
The COCO Lampang
โก๋ กาแฟ
ฮอมสุข
ลำพูน
Blacksmith
Hhom Café
โรงชา
อุตรดิตถ์
Amezon งั้วงาม

ภาคกลาง
ชัยนาท
Me Ice Cream
นครปฐม
Café De Beau
Riva Floating Café
Café de Ariya
Pak Pink Bistro
นครสวรรค์
รามเกียรติ์ คอฟฟี่
กาแฟแกะดำ Coffee
พิษณุโลก
Caffe'ine
Maioak (ไม้โอ๊ค)
Sabaii by sopaphan
กาแฟต้นก้ามปู
พิสต้า คาเฟ่
พิจิตร
โรสกาแฟสด
เพชรบูรณ์
กาแฟ Route 12
ลพบุรี
ศ.กาแฟ ซดสด
สมุทรสงคราม
Amphawa bike café & Crafts
สระบุรี
Daddy Dough - *สาขา ปตท.แก่งคอย*
The Barista Café
สุพรรณบุรี
Daddy Dough - *สาขา โรบินสัน สุพรรณบุรี*
KC Coffee
สุโขทัย
379 Drip
พระนครศรีอยุธยา
Iudia On The River
Mezzo - *สาขาโรงพยาบาลราชธานี*
อุทัยธานี
I AM Coffee

ภาคอีสาน
กาฬสินธุ์
Café 2 gether
ขอนแก่น
Café dé forest
Daddy Dough - *สาขา เซ็นทรัล ขอนแก่น*
BANMORE BAKERY AND COFFEE - *ม.ขอนแก่น*
คอฟฟี่ เดอ หล่า - *ม.ขอนแก่น*
ชัยภูมิ
Eat Play Love Café
นครพนม
จันทรากาแฟ
นครราชสีมา
Coffee Bar Korat
Little Spoonz
Sweet Café
โอเชี่ยน คอฟฟี่
เท็ดดี้ คาเฟ่
บุรีรัมย์
Brom Café
มุกดาหาร
Bearista Coffee & Bakery
มหาสารคาม
Bike inn Café
กาแฟรื่นรมย์
เลย
กาแฟสด ฮักเลย
ปล่อยแสง เชียงคาน - *ถ.ชายโขง ซอย 10*
แม่น้ำมีแก่ง เกสท์เฮ้าส์ - *ถ.ชายโขง ซอย 19*
ยโสธร
Rider One Motorcycle Cafe shop
สุรินทร์
Sit in
หนองคาย
Loft Café NK
บ้านกาแฟริมโขง
อุดรธานี
Daddy Dough - *สาขา เซ็นทรัล อุดรธานี*
Under The Tree
วินัย สตูดิโอ
คัพออฟโจ
อุบลราชธานี
ซีนวาน

ภาคตะวันออก
จันทบุรี
กาแฟร้อยตะวัน
ชลบุรี
Betta Café by Desserthakorn
Coffee Brown Sugar
Daddy Dough - *สาขา บายพาสชลบุรี*
Gloria Jean's Coffee
Madam Coffee
Mezzo - *โรงพยาบาลเอกชล*
Mezzo - *สาขา Japanese Town Sriracha*
ปราจีนบุรี
Coffee Please
ตราด
Gold Coffee by Joy
Kaotaa Coffee (เข้าท่ากาแฟสด)
ร้าน Hotel อี
ระยอง
Dollars House
รายิ้อง
ร้านกาแฟหอมปากหอมคอ
สุนทรภู่

ภาคตะวันตก
กาญจนบุรี
The Rabbit Bakery
ตาก
Sweet Harmony
ประจวบคีรีขันธ์
Gallery กาแฟดริป หัวหิน - *ซอยหัวหิน 51*
inu cafe
Daddy Dough สาขาหัวหิน
โชว์รูม Ford หัวหิน
โมลีแคร์ หัวหิน
เพชรบุรี
ชาปู่ชาย่า - *ถ.ดำรงรักษ์*
Daddy Dough - *สาขา ปตท.เพชรบุรีสำยุค*
I.L. CAFÉ - *ถ.บันไดอิฐ*
ราชบุรี
ศูนย์ประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว *(ชมรมธุรกิจท่องเที่ยวอำเภอสวนผึ้ง)*
Morning Glory Resort & Bakery
IDYLL@DAMNOENSADUAK

ภาคใต้
กระบี่
I Coffee
เค้ก ณ นภา
ตรัง
กาแฟทับเที่ยง
The Wish Coffee
Deeva Cup
นครศรีธรรมราช
A&A Restaurant
ภูเก็ต
กล้วยน้ำว้า - *ถ.เยาวราช, ถ.เจ้าฟ้า*
คาเฟ่ เดอ หลาด
Love 2 Eat
มณฑลกาแฟ
Phuket Boat Lagoon
ระนอง
Jajaa Coffee
สงขลา
Cot
Ma Maison - *(หาดใหญ่)*
Tempo Café
TUBER
กาแฟ & สเต๊ก บ้านจิตเลขา
สุราษฎร์ธานี
My Cup
กาแฟบ้านปู่
บางใบไม้ คาเฟ่
สตูล
Keith Homemade Bakery since 2008

สมัครสมาชิกนิตยสาร SME STARTUP

ส่งตรงถึงบ้านแบบรายปี 24 ฉบับ ราคา 350 บาท

ข้อมูลสมาชิก ชื่อ-นามสกุล.....

ที่อยู่จัดส่งเอกสาร.....

.....

วัน/เดือน/ปีเกิด.....โทรศัพท์.....

อีเมล.....

การศึกษา ( ) ต่ำกว่าปริญญาตรี ( ) ปริญญาตรีหรือเทียบเท่า ( ) ปริญญาโท ( ) สูงกว่าปริญญาโท

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 โทรสาร 0-2270-1125
หรือทาง helloannie_@hotmail.com

ดีแทค แอคเซอเลอเรท ปีที่ 4

ดีแทค เปิดโครงการ ดีแทค แอคเซอเลอเรท batch 4 โดยปีนี้จัดเต็มครบวงจร เพื่อให้เรียนรู้การเป็นสตาร์ตอัพ จากกูรูแถวหน้าจากซิลิคอน วัลเล่ย์ และเพิ่มความเข้มข้นด้วยเมนเทอร์สตาร์ตอัพชื่อดังในธุรกิจไทยมาเป็นพี่เลี้ยงโค้ชชิ่งให้อย่างใกล้ชิด นอกจากนี้ยังได้ร่วมเป็นพันธมิตรกับสตาร์ตอัพจากดิจิ มาเลเซีย และเทเลนอร์ เมียนมา ที่จะส่งทีมเข้าร่วมอบรมบู๊ธแคมป์ตลอด 4 เดือน เพื่อต่อยอดขยายการเติบโตธุรกิจเข้าสู่ตลาด AEC พร้อมให้พื้นที่สำนักงานแฮงกา HANGAR Coworking Space ทำงานได้ฟรี 7 วันต่อสัปดาห์ตลอดทั้งปี ดีแทค แอคเซอเลอเรท batch 4 เปิดรับสมัครผลงานตั้งแต่วันที่ 4 มีนาคม-17 เมษายน 2559

วว. ลงนามบันทึกความเข้าใจ

ดร.ลักษมี ปลั่งแสงมาศ ผู้ว่าการสถาบันวิจัยวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งประเทศไทย (วว.) และ สมชาย มนต์บุรีนนท์ รองผู้ว่าการ (วิชาการ) การประปาส่วนภูมิภาค (กปภ.) ลงนามบันทึกความเข้าใจ เรื่อง "การส่งเสริมการใช้ทรัพยากรร่วมกันด้านการวิจัย พัฒนา และนวัตกรรมเพื่อการพัฒนาอย่างยั่งยืนระหว่าง วว. และการประปาส่วนภูมิภาค

ETDA ติวเข้มความรู้อี-คอมเมิร์ซ

สำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ (องค์การมหาชน) (สพธอ.) หรือ เอ็ตด้า (ETDA) โดย ดร.รัฐศาสตร์ กรสูต ผู้อำนวยการอาวุโส สำนักส่งเสริมธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ เอ็ตด้า พร้อมคณะ ร่วมเป็นวิทยากรถ่ายทอดหลักสูตร "การสร้างธุรกิจในยุคเศรษฐกิจดิจิทัล (e-Commerce) รู้-เร็ว-รวย by ETDA" เพื่อสร้างทักษะความรู้ความเข้าใจด้านอี-คอมเมิร์ซ ผ่านการอบรมพัฒนาวิทยากรแกนนำศูนย์การเรียนรู้ ICT ชุมชน (ผู้ดูแลศูนย์ใหม่) ภายใต้โครงการส่งเสริมและพัฒนาการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร

เคทีซีรุกสินเชื่อบุคคล

เคทีซีเผยแนวโน้มธุรกิจสินเชื่อบุคคลยังเติบโตน่าพอใจ อัดงบประมาณเปิดเกมการตลาดตั้งแต่ต้นปี ด้วย 2 แคมเปญใหญ่ "Super Save 70% มอบส่วนลดดอกเบี้ยสูงสุด 70 เปอร์เซ็นต์ให้สมาชิกสมัครใหม่ถึง 2 รอบบัญชี และ "แจกไม่ยั้งกองทัพ iPhone 6S" มอบ iPhone 6S รวมมูลค่า 1.59 ล้านบาท คาดสิ้นปียอดลูกหนี้เติบโตประมาณ 15 เปอร์เซ็นต์ ตอกย้ำเจตนารมณ์แบ่งเบาภาระสมาชิกพร้อมเสริมอาวุธเพิ่มความรู้และสร้างวินัยการชำระเงินต่อเนื่อง หวังเป็นหนึ่งในใจผู้บริโภคในระยะยาว

อิออน จับมือ เมเจอร์ ซีนีเพล็กซ์ กรุ๊ป

บริษัท อิออน ธนสินทรัพย์ (ไทยแลนด์) จำกัด (มหาชน) ผู้นำในการบริการสินเชื่อรายย่อย ประกาศเปิดตัวบัตรเครดิตอิออน M GEN VISA ร่วมกับบริษัท เมเจอร์ ซีนีเพล็กซ์ กรุ๊ป จำกัด (มหาชน) ผู้นำธุรกิจเอนเตอร์เทนเมนต์และไลฟ์สไตล์ โดยมีเป้าหมายเพื่อดึงดูดกลุ่มคนรุ่นใหม่ที่มีความชื่นชอบในไลฟ์สไตล์ที่สนุกสนานและความบันเทิงอันหลากหลาย

WeLoveShopping ขึ้นแท่นผู้นำตลาดอีมาร์เก็ตเพลส

บริษัท แอสเซนด์ คอมเมิร์ซ จำกัด หนึ่งในผู้นำธุรกิจอี-คอมเมิร์ซในเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ ดูแลการประกอบกิจการและดำเนินงานของ iTrueMart ผู้นำการค้าปลีกออนไลน์ในประเทศไทย และ WeLoveShopping ผู้นำตลาดสินค้าอี-คอมเมิร์ซ แถลงความสำเร็จหลังจากการลงทุนสร้างแพลตฟอร์มศูนย์บริการอี-คอมเมิร์ซครบวงจรเป็นของตนเอง เพื่อควบคุมกระบวนการให้บริการได้อย่างเต็มรูปแบบ โดย WeLoveShopping ได้มอบประสบการณ์ที่น่าประทับใจให้แก่ลูกค้า ทำให้ลูกค้ากลับมาใช้บริการอย่างต่อเนื่อง ส่งผลให้ขึ้นแท่นผู้นำอันดับ 1 ในประเทศไทย

Montblanc

ฮิว แจ็กแมน Ambassador ของแบรนด์นาฬิกา Montblanc ได้สวมใส่นาฬิกา Montblanc รุ่น Heritage Spirit Perpetual Calendar ในขณะที่ทัวร์โปรโมตภาพยนตร์เรื่องใหม่ของเขา Eddie the Eagle ยอดคนสู้ไม่ถอย ในกรุงปักกิ่ง ประเทศจีน

รางวัลสตรีผู้ประกอบการฯ

อนุสรี ทับสุวรรณ ประจำสำนักเลขาธิการนายกรัฐมนตรี ในฐานะโฆษกประจำรัฐมนตรีว่าการกระทรวงการพัฒนาสังคมและความมั่นคงของมนุษย์ ร่วมแถลงข่าวกับผู้ประกอบการสตรีไทยจำนวน 10 คน ที่ได้รับรางวัลสตรีผู้ประกอบการผู้มีผลงานโดดเด่น (Outstanding ASEAN Women Entrepreneurs Forum) โดยผู้ประกอบการสตรีไทยที่ได้รับรางวัลครั้งนี้ มี กนิษฐ (สุริยสัตย์) เมืองกระจ่าง ประธานกรรมการบริหาร บริษัท โตชิบา (ไทยแลนด์) จำกัด ร่วมด้วย

เปิดตัวบริการรถเช่าแบรนด์ใหม่ "Thrifty"

บริษัท พารากอน คาร์ เรนทัล จำกัด ผู้นำธุรกิจบริการรถเช่าระดับโลกภายใต้แบรนด์ "Hertz" เปิดตัวบริการรถเช่าแบรนด์ใหม่ "Thrifty" (ทริฟตี้) ในคอนเซ็ปต์ Dual Brand ครั้งแรกในประเทศไทย ชูจุดเด่นประหยัด ปลอดภัย เข้าใจนักเดินทาง ตั้งเป้าเป็นเบอร์หนึ่งในตลาดรถเช่าพร้อมเพิ่มมาร์เก็ตแชร์เป็น 26 เปอร์เซ็นต์ ภายในปีนี้

ชิงบัตรกำนัลห้องพัก @Sea

สปริงฟิลด์เชิญชวนน้องๆ อายุตั้งแต่ 3-12 ปี ร่วมประกวดวาดภาพระบายสี ในหัวข้อ "มุมประทับใจใน @sea" ชิงรางวัลบัตรห้องพัก Family Suite 2 วัน 1 คืน พร้อมอาหารเช้าสำหรับ 4 ท่าน จำนวน 2 รางวัล รวมมูลค่ากว่า 35,000 บาท เข้าร่วมกิจกรรมได้ตั้งแต่วันนี้-16 มิถุนายน 2559 ประกาศผลรางวัล วันที่ 30 มิถุนายน 2559 ผ่านทาง www.facebook.com/springeldgroupresort

เจ้าสัว**ออนไลน์**

ดร.สุทธิภัทร อัศววิชัยโรจน์
ผู้อำนวยการฝ่ายบริหาร คณะการสร้างเจ้าของธุรกิจ
และการบริหารกิจการ มหาวิทยาลัยกรุงเทพ

แน่นอนว่ายุคนี้ เป็นยุคของการค้าขายบนออนไลน์ มีพ่อค้าแม่ค้าใหม่ ๆ แจ้งเกิดขึ้นเรื่อย ๆ บางคนก็อยู่รอด สร้างความมั่นคงในการทำธุรกิจให้เติบโตไปได้ ในขณะที่บางคนแม้จะประสบความสำเร็จแต่ก็อยู่ได้ไม่นาน หรือบางคนทำไปได้ไม่เท่าไหร่ก็ต้องเลิกไป ทั้ง ๆ ที่ทุกคนต่างบอกว่าการทำธุรกิจบนออนไลน์นั้น ต้นทุนน้อย ไม่ต้องเสียค่าเช่าที่ ค่าแต่งร้าน แถมยังไม่ต้องสต็อกสินค้าให้มากมาย เพราะหลายคนทำในลักษณะพรีออร์เดอร์ ให้ลูกค้าสั่งสินค้าเข้ามาก่อนเมื่อได้ออร์เดอร์จำนวนหนึ่งจึงค่อยไปหาซื้อสินค้ามาส่งก็มี ด้วยเหตุนี้ จึงมีการตั้งคำถามกันว่าแล้วจะทำอย่างไรจึงจะสามารถค้าขายได้อย่างยั่งยืนบนออนไลน์ ซึ่งในเรื่องนี้ขอเสนอแนวคิด 4 ข้อสำหรับ SME ที่ต้องการเป็นเจ้าสัวออนไลน์ ดังนี้

ประการแรก ต้องมีความซื่อสัตย์ จริงใจ เพราะอย่างที่ทราบกันว่าการซื้อของบนโลกออนไลน์นั้นลูกค้าจะไม่เห็น สัมผัสสินค้าจริง ขณะที่ภาพสินค้าที่นำมาลงก็สามารถตกแต่งดัดแปลงได้หมด บางครั้งภาพสินค้ากับสินค้าจริงจึงไม่ตรงกัน และทำให้หลายครั้งที่ลูกค้ารู้สึกผิดหวัง เหมือนโดนหลอกเมื่อได้รับสินค้าแล้ว เช่น สีไม่ตรงกัน แบบผิดไปจากเดิม วัสดุของสินค้าที่ต่างออกไป เป็นต้น ซึ่งการหลอกลวงลูกค้าในลักษณะเช่นนี้ย่อมสามารถหลอกได้เพียงครั้งเดียวเท่านั้น ลูกค้าจะไม่กลับมาซื้อสินค้าซ้ำอีกอย่างแน่นอน ในทางกลับกัน หากสินค้ากับภาพที่ลงตรงกัน ลูกค้าเกิดความประทับใจเมื่อได้รับสินค้าแล้ว จะเกิดเป็น Word of Mouth ที่จะทำให้เกิดการบอกต่ออย่างรวดเร็วบนโซเชียลมีเดีย และทำให้สินค้าและแบรนด์เป็นที่รู้จักในเวลาอันรวดเร็ว

ประการที่สอง จะขายสินค้าอะไร SME หลายคนคิดไม่ตกว่าจะขายสินค้าอะไรดีบนออนไลน์ ง่าย ๆ ลองดูเทรนด์ของโลกว่าไปทางไหน แล้วลองหยิบเอาสินค้าที่อยู่ในเทรนด์นั้นมาขายดู เพราะอย่างไรเสีย สินค้าที่อยู่ในกระแส ย่อมได้รับความสนใจและยังคงเติบโตต่อไปได้อีกระยะหนึ่ง ซึ่งเทรนด์โลกในวันนี้หนีไม่พ้น สินค้าเกี่ยวกับสุขภาพ ความงาม และเทคโนโลยี

ประการที่สาม รู้พฤติกรรมผู้บริโภค ต่อให้สินค้าดีแค่ไหน แต่ถ้าไม่รู้ไม่เข้าใจพฤติกรรมผู้บริโภคก็อาจจะไปไม่รอดตั้งแต่เริ่มต้นได้ เพราะหากรู้และเข้าใจพฤติกรรมผู้บริโภค ก็จะทำให้สามารถวิเคราะห์และเห็นความต้องการของผู้บริโภคได้ ซึ่งจริง ๆ แล้วการค้าขายบนออนไลน์ ยิ่งทำให้มีโอกาสศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภคได้ง่ายขึ้น ยกตัวอย่างเช่น หากลูกค้าเข้ามาดูสินค้าในเว็บไซต์ เราอาจดูไปถึงว่าลูกค้าใช้เวลาอยู่ที่หน้าจอไหนนานที่สุด หรือลูกค้าคลิกดูสินค้าตัวไหน อันนี้จะทำให้รู้ว่าผู้บริโภคให้ความสนใจสินค้าชิ้นไหน ทั้งนี้ หากสังเกตจะพบว่าหลายครั้งที่ผู้บริโภคซื้อสินค้าเพียงครั้งเดียวแล้วไม่กลับมาซื้อซ้ำอีก อันนี้ก็ต้องวิเคราะห์ว่าเป็นเพราะอะไร การนำเสนอรูปคอนเทนต์หรือเปล่าหรือการบริการ เป็นต้น

ประการที่สี่ ความรู้ ต้องเข้าใจว่าเรื่องของดิจิตอลไม่ใช่ทุกคนจะรู้ทั้งหมด เพราะดิจิตอลเองก็เป็นเทรนด์ที่เพิ่งเกิด ดังนั้น SME ก็ต้องเรียนรู้ในหลาย ๆ แง่มุม บางคนทำธุรกิจบนออฟไลน์อยู่แล้ว แต่จะผันตัวเองมาอยู่บนออนไลน์ด้วย ก็จะต้องรู้จักการวางกลยุทธ์ เช่น การจัดหน้าเว็บยังไงให้ดึงดูดความสนใจ ภาพและคอนเทนต์แบบไหนที่ผู้บริโภคชอบ ฯลฯ ซึ่งการจะเข้าไปในธุรกิจออนไลน์ก็ควรต้องเอาตัวเองเข้าไปอยู่ในบริบทนั้นด้วย ก่อนจะเริ่มทำธุรกิจออนไลน์จึงควรศึกษาเรื่องนี้ก่อน ค้นคว้าหาความรู้ อย่างน้อยสุดก็ควรคุ้นชินกับระบบไปก่อน ซึ่งแต่ก่อนการโฆษณาสินค้าสักชิ้นจะจ้างพรีเซ็นเตอร์ที่มีชื่อเสียง เช่น ดารา แต่เดี๋ยวนี้เปลี่ยนไป การโฆษณาบนออนไลน์ เลือกที่จะใช้ Inuence ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าของผู้บริโภค เพราะผู้บริโภคจะเชื่อคนที่ใช้จริงมากกว่า ดังนั้น เจ้าของแบรนด์หลายรายเลือกใช้บล็อกเกอร์ inuence มารีวิวสินค้า เป็นการจูงใจ ช่วยผลักดันให้เกิดการซื้อขึ้น

เพราะ
ความสำเร็จ
ของธุรกิจ

คือการเรียนรู้ และสร้างสรรค์สิ่งใหม่ๆ

ร่วมหาคำตอบที่จะนำพาธุรกิจของคุณก้าวสู่ความสำเร็จ

แหล่งความรู้ คลังปัญญา พัฒนาเอสเอ็มอี

SME KNOWLEDGE

www.smeknowledge.com

ติดตามข่าวสารเพิ่มเติมที่ smeknowledge

กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม
DEPARTMENT OF INDUSTRIAL PROMOTION

Available on the App Store

GET IT ON Google play

SRTET
S.R.T. Electrified Train Company Limited

ARL

ฉลอง 5 ปี

รถไฟฟ้าแอร์พอร์ต เรล ลิงก์

เดินทาง ฟรี สูงสุด

(1 มี.ค. – 31 พ.ค. 59)

45฿
(เมื่อเติมเงิน 300฿)

30฿
(เมื่อเปิดบัตรใหม่)

รัชพล พลายด้วง พนักงานต้อนรับ บริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน)
นักแสดงนำ ภาพยนตร์ พันท้ายนรสิงห์
จักรพงษ์ เสมอวงษ์ พิธีกร รายการ O Shopping TV GMM Grammy

Call Center : 1690 www.srtet.co.th