

FREE

SME *encourage you to start your own biz* STARTUP

ISSUE 20 | 20 NOVEMBER 2015



beyond
thinking,
become
stronger

พบศิววัฒน์ ที่สมัครกุล



Photo : Otto

ล้มเหลวเพื่อสำเร็จ

"If you want to increase your success rate, double your failure rate." -ถ้าคุณต้องการที่จะประสบความสำเร็จมากขึ้นหนึ่งเท่าตัว จงเพิ่มความล้มเหลวเป็นสองเท่าตัว -Thomas Watson, Jr., ผู้ก่อตั้ง IBM-

ในขณะที่เจ็ด หม่า ผู้ก่อตั้งอาลีบาบา ก็มีทัศนคติเกี่ยวกับความล้มเหลวที่น่าสนใจว่า แทนที่เราจะเอาเวลาวิเคราะห์ศึกษาหาว่าอะไรทำให้ธุรกิจประสบความสำเร็จ จะดีกว่าหากจะหาสาเหตุของความล้มเหลวทางธุรกิจ

ทัศนคติเกี่ยวกับความล้มเหลวทั้ง 2 ตัวอย่างนั้น อาจจะสะท้อนแนวคิดความล้มเหลวที่หลายคนกลัวจนไม่กล้าที่จะเริ่มต้นหรือลงมือทำอะไรใหม่ เพราะจริงๆ แล้วความล้มเหลวจะเป็นบทเรียนราคาแพงให้กับผู้ประกอบการ ที่จะทำให้ได้เรียนรู้ว่า สาเหตุของความล้มเหลวเป็นเพราะอะไร ผิดพลาดตรงไหน และคิดหาทางป้องกันแก้ไขปัญหาเมื่อจะเริ่มต้นใหม่อีกครั้ง เพราะบางปัญหานั้นเราจะไม่มีโอกาสรู้ล่วงหน้าเลยจนกว่าจะเจอกับมัน หรือบางครั้งความล้มเหลวที่เกิดขึ้นก็จะกลายเป็นข้อมูลที่ช่วยในการตัดสินใจว่าจะเดินในเส้นทางเดิมหรือเปลี่ยนเส้นทางใหม่ ด้วยอาจพบว่า ธุรกิจที่ทำแล้วล้มเหลวไม่เหมาะกับเรา มองในแง่ความล้มเหลวก็จะเป็นโอกาสในการสร้างสรรค์ธุรกิจใหม่ๆ ต่อไป

เชื่อว่านักธุรกิจที่ประสบความสำเร็จในวันนี้ หากลองพลิกดูประวัติการก่อสร้างตัวก็จะพบว่าหลายคนเคยล้มเหลวมาก่อน และบางคนก็ล้มเหลวมาหลายครั้งด้วยกว่าจะเจอธุรกิจที่ใช่ เช่นเดียวกับ พงศ์วิวัฒน์ ทิมศิริกุล ผู้ปลูกปั้น KARMART ก็เคยล้มเหลวเมื่อเริ่มต้นค้นหาธุรกิจของตนเอง แต่สุดท้ายเมื่อเจอ KARMART ธุรกิจที่ใช่ก็สามารถสร้างรายได้ให้กับเขาถึงพันล้านบาททีเดียวในช่วงเวลาไม่กี่ปี

ธันนี่ พันธุ์รุ่งจิตติ

บรรณาธิการ

nee_pan@hotmail.com

Facebook : SME Startup

บรรณาธิการอำนวยการ สุจิตตรา บุณยวงกร **บรรณาธิการ** ธันนี่ พันธุ์รุ่งจิตติ **กองบรรณาธิการ** นิติยา สุริยมมา กฤษณา สังข์วงศ์ เจษฎา ปุรินทวงกร **บรรณาธิการเว็บไซต์** แก้วกัญญา ราดาบดินทร์ **ประสานงานกองบรรณาธิการ** สุชินษา แก้วโคตร **หัวหน้าฝ่ายภาพ** ชาศริต ยศสุวรรณ **ฝ่ายภาพ** กฤษณา ศิลปไชย **บรรณาธิการฝ่ายศิลปกรรม** ศุภราดา นำอำนวย **หัวหน้าฝ่ายพิสูจน์อักษร** อุดม วรรณวรรณ **พิสูจน์อักษร** วรรณช ใต้ตอ **ผู้จัดการฝ่ายโฆษณาและการตลาด** สุนิสา บุณยวงกร *Ins.08-5661-4782* **หัวหน้าฝ่ายโฆษณาและการตลาด** นันทกมล ชาวเวียงจันทร์ *Ins.09-1105-5510* **ฝ่ายโฆษณาและการตลาด** ศรัณย์ นวลดี *Ins.08-7314-5671* **หัวหน้าฝ่ายกิจกรรมพิเศษและส่งเสริมการตลาด** วีระชาติ วานเพชร **ฝ่ายสมาชิก** อมรรัตน์ ยาไทย **หัวหน้าฝ่ายบัญชีและการเงิน** นิติยา สังข์ทิพย์ **บรรณาธิการผู้พิมพ์ผู้โฆษณา** วิจัย วิโรจน์จริยากร

สำนักงาน บริษัท เพนนินซูลาร์ แอลโซซิเอตส์ 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

แยกสี่ ถนนกสิศิลป์ (ไทยแลนด์) จำกัด โทร. 0-2215-1588

พิมพ์ที่ บริษัท ดับบลิว พีเอส (ประเทศไทย) จำกัด โทร. 0-2313-4413-4

บทความ และรูปภาพใน SME STARTUP สงวนลิขสิทธิ์ตามกฎหมาย การจะนำไปเผยแพร่ต่อต้องได้รับอนุญาตเป็นลายลักษณ์อักษรจากบริษัท เพนนินซูลาร์ แอลโซซิเอตส์ จำกัด เท่านั้น และขอเขียน บทความ รวมทั้งข้อคิดเห็นใดๆ ที่ตีพิมพ์ในนิตยสาร SME STARTUP เป็นความคิดเห็นส่วนบุคคล บริษัท เพนนินซูลาร์ แอลโซซิเอตส์ จำกัดไม่จำเป็นต้องเห็นด้วย



CONTENTS

10

INTERVIEW

คิดที่ไกลไปถึง วสิจุดประกายพันที่หลายๆ คนใช้เป็นแรงบันดาลใจให้ตัวเอง มีพลังก้าวไปถึงเป้าหมายที่คาดหวังไว้ เอกเชน พงศ์วิวัฒน์ ทิมศิริกุล ผู้ปลูกปั้น KARMART ธุรกิจผลิตและจัดจำหน่ายเครื่องสำอางนำเข้ากว่า 3,000 แบนด์

15

MONEY

แนะนำ Flow Account ผู้ช่วย SME มือใหม่ ที่จะมาช่วยการบริหารจัดการบัญชี และเพราะอะไรเมื่อเงินหมดกระเป๋า จึงทำให้ผู้ประกอบการเก่งขึ้น

16-17

SELF-EMPLOYED

เพราะรู้ทำงานปักคืองานที่รักและอยากสร้างสรรค์งานศิลปะ ที่ขายได้ พลอยศิริ ธันยศิริ จึงเลือกทำงานประจำเพื่อมาเป็นศิลปิน นักปักผ้าของแบรนด์ Need a New Needle และการสโตร์ของธุรกิจของครอบครัว ด้วยการสร้างแบรนด์เสื้อผ้า Alla Moda ของสองพี่น้อง สุกัญญา และนงนพ มธุรส

18

MARKETING & IDEA

รู้จัก Shopee ตลาดออนไลน์มือถือในรูปแบบแอปพลิเคชันแห่งใหม่ที่กำลังมาแรง ได้ใจถึงชาวออนไลน์และเหล่าพ่อค้าแม่ขายบนโลกโซเชียล

20

INSPIRED ME

5 แรบบันดาลใจของ พรินา จักรพันธุ์ ณ อสุรยา ในการสร้างสรรค์ IceDEA ศิลปะสัมผัสได้

21

HEALTH

รู้บ้างว่ามีโรคร้ายหลายชนิดซ่อนอยู่ และวิธีรับมือกับโรคร้ายเหล่านี้

24

TRAVEL

สัมผัสความหลากหลายของชีวิตบนที่ราบลุ่มปากพวง



ดีเดเทอริง

ในมิตรความรักทุกงานเลี้ยง



DEE
CATERING

By Dee Prom

www.deecatering.com
082-7828958-9 02-7188033-6

What's up

GEN Y ต้องการโฆษณาที่ไม่ใช่แค่คำโฆษณา



ตระกะเก๋าๆ เกี่ยวกับการทำการตลาดคือ ต้องทำโฆษณา เพราะโฆษณาคงทำให้กลุ่มเป้าหมายคล้อยตามและเชื่อในสิ่งที่แบรนด์สื่อออกไป แต่ถึงกระนั้น ตระกะนั้นก็กลับใช้ไม่ได้กับ Gen Y โดยผลสำรวจของ NewsCred บริษัทซอฟต์แวร์ในนิวยอร์ก ระบุว่า 62 เปอร์เซ็นต์ของ Gen Y ชาวอเมริกัน 500 คน เห็นตรงกันว่าเนื้อหาต่างๆ ทั้งจากเว็บไซต์ โซเชียลมีเดีย และข่าวจะมีอิทธิพลต่อพวกเขาดีกว่าเมื่อทำให้พวกเขาารู้สึกว่า เนื้อหาเหล่านั้นมีจุดประสงค์มากกว่าความต้องการสร้างความสัมพันธ์และความจงรักภักดีต่อแบรนด์ โดยเนื้อหาปราศจากข้อมูลมีคุณค่าจะนำไปทำการตลาดสำหรับ Gen Y เพราะพวกเขาต้องการอิสระในการตัดสินใจมากกว่าการถูกบังคับให้เลือก

ทั้งนี้ 64 เปอร์เซ็นต์ของ Gen Y ตอบสนองเชิงบวกต่อข้อความของแบรนด์ที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับสิ่งที่พวกเขาสนใจ เช่น กีฬา ภาพยนตร์ และเพลง 62 เปอร์เซ็นต์ชอบข้อความที่มีเนื้อหาเป็นประโยชน์และสามารถนำไปแก้ไขปัญหาต่างๆ ที่เกิดในชีวิตประจำวันได้ และจำนวน 1 ใน 3 ระบุว่า พวกเขาไม่แน่ใจว่าจะซื้อสินค้าที่ต่อเมื่อเนื้อหาของแบรนด์ไม่เน้นขายของจนเกินไปและเนื้อหาเป็นสิ่งที่เกิดขึ้นจริง

ผู้ที่ประสบความสำเร็จมีพฤติกรรมอย่างไร?



การที่จะกลายเป็นเศรษฐีหรือมหาเศรษฐีนั้นไม่ได้เป็นเพราะอุบัติเหตุอย่างแน่นอน ผู้ประกอบการต้องใช้เวลาหลายสิบปีกว่าที่จะดำเนินธุรกิจจนประสบความสำเร็จและกลายเป็นเศรษฐีขึ้นมา บางคนอาจจะกังขาเกี่ยวกับความสำเร็จของพวกเขาเหล่านี้ว่าเป็นเพราะโชคช่วยหรือเกิดมาในความมั่งคั่งอยู่แล้ว แต่ในความเป็นจริงจากการศึกษาพฤติกรรมของผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จเหล่านั้น พบว่าพวกเขามีบางพฤติกรรมที่ตรงกัน เช่น ในขณะที่ทุกคนแข่งขันกำลังจับจิกกาแพ่แก้วแรกในยามเช้า พวกเขากลับกำลังสร้างคอนเนกชันทางธุรกิจกันอยู่ไม่เพียงเท่านั้น พวกเขายังมีพฤติกรรมชอบกำหนดเป้าหมายที่ชัดเจนทั้งระยะสั้นและระยะยาว ซึ่งการมีเป้าหมายที่ชัดเจนและลงมือทำ จะทำให้มีโอกาสถึง 78 เปอร์เซ็นต์ทีเดียวที่จะบรรลุความสำเร็จตามเป้าหมายนั้น

นอกจากนี้ ยังไม่หยุดที่จะเรียนรู้อย่างต่อเนื่อง เพราะรู้ว่าการเรียนรู้จะทำให้สามารถนำข้อมูลใหม่มาช่วยในการทำงานได้ ที่สำคัญคือ ไม่กลัวที่จะล้มเหลว โดยไม่กลัวที่จะก้าวข้าม

Comfort Zone และพร้อมที่จะเสี่ยง เพราะพวกเขารู้ว่าความล้มเหลวนั้นเป็นส่วนหนึ่งของกระบวนการเรียนรู้ สุดท้าย ไม่มีใครจะสร้างความมั่งคั่งได้โดยไม่ต้องทำงาน ฉะนั้น แน่แน่นอนว่าพฤติกรรมที่สำคัญของผู้ประกอบการเหล่านี้คือ การทำงานอย่างจริงจังตลอดเวลา

สิ่งที่ต้องเจอเมื่อมีหุ้นส่วน

อย่างที่ทราบกันว่า หากทำธุรกิจเพียงลำพัง ผู้ประกอบการจะต้องแบกรับภาระต่างๆ ไว้เพียงผู้เดียว แต่เมื่อมีหุ้นส่วน พวกเขาจะเข้ามาช่วยเหลือและสนับสนุนการตัดสินใจในเรื่องต่างๆ รวมถึงการลงทุนธุรกิจ แต่ถึงกระนั้น ยังมีบางเรื่องเกี่ยวกับหุ้นส่วนที่ผู้ประกอบการควรรู้ ซึ่ง Murray Newlands นักการตลาดออนไลน์มืออาชีพ และผู้สื่อข่าวของ YourStory.com ได้เล่าถึงสิ่งที่ผู้ประกอบการต้องเผชิญเมื่อมีหุ้นส่วนให้ฟังว่า สิ่งแรกที่ต้องเจอคือ รูปแบบการจัดการที่ต่างกันระหว่างผู้ประกอบการกับหุ้นส่วน ซึ่งเป็นผลมาจากการมีทักษะที่ต่างกัน ดังนั้น จึงต้องทำความเข้าใจถึงความแตกต่างนี้ และกำหนดกฎระเบียบสำหรับใช้ในการจัดการเรื่องจรรยาต่างๆ เพื่อให้การดำเนินการเป็นไปในรูปแบบเดียวกัน และปัญหาทางการเงินก็เป็นสิ่งที่ต้องเผชิญอย่างเลี่ยงไม่ได้ ฉะนั้นไม่ให้เกิดปัญหานี้ ผู้ประกอบการและหุ้นส่วนควรตกลงเรื่องส่วนแบ่งให้ลงตัวว่าแต่ละคนจะได้รับส่วนแบ่งในสัดส่วนเท่าไร

ไม่เพียงเท่านั้น การเลือกเพื่อนสนิทมาเป็นหุ้นส่วนอาจทำให้เสียเพื่อนได้ หากเกิดความขัดแย้งระหว่างกัน ปัญหา แต่ในทางกลับกัน หุ้นส่วนซึ่งเป็นเพื่อนสนิทจะช่วยให้อุบัติเหตุได้ดี เพราะผู้ประกอบการและหุ้นส่วนต่างเข้าใจความคิดและรู้ถึงจุดแข็งของกันและกัน จึงสามารถหยิบจุดแข็งของแต่ละคนมาประยุกต์ใช้กับธุรกิจได้อย่างมีประสิทธิภาพ และความมุ่งมั่นของหุ้นส่วนที่แผ่วลงทุกขณะก็เป็นอีกสิ่งที่ต้องเจอ เพื่อกระตุ้นให้หุ้นส่วนเกิดความมุ่งมั่นเหมือนช่วงแรกที่เข้ามาทำธุรกิจ ผู้ประกอบการต้องกำหนดเป้าหมายความสำเร็จให้ชัดเจนและทำให้พวกเขาเห็นถึงความเป็นไปได้ที่ความสำเร็จนั้นจะเกิดขึ้นจริงในเร็ววัน

พฤติกรรมผู้ใช้อินเทอร์เน็ตที่มีต่อ Social Logins



เพื่อรองรับความต้องการของผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ตที่ไม่ต้องการลงทะเบียนเข้าใช้งานเว็บไซต์ซ้ำแล้วซ้ำเล่า เว็บไซต์ต่างๆ จึงเพิ่มระบบ Social Login เพื่อให้ผู้ประสงค์จะใช้งานเว็บไซต์สามารถเข้าถึงเว็บไซต์ได้ทันทีผ่านบัญชีของสื่อสังคมออนไลน์อย่าง Facebook Twitter และ Google+ โดยผลสำรวจพฤติกรรมการใช้งาน Social Logins ของผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ตที่จัดทำโดย Giga ผู้ให้บริการซอฟต์แวร์ด้านการบริหารจัดการลูกค้าบนเครือข่ายสังคมออนไลน์ พบว่า ผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ตลงทะเบียนเข้าใช้งานแอปพลิเคชันต่างๆ บนมือถือผ่านบัญชี Facebook 76 เปอร์เซ็นต์ Google+ 6 เปอร์เซ็นต์ และ Twitter 7 เปอร์เซ็นต์ นอกจากนี้ Gen Y ยังเข้าสู่เว็บไซต์ซื้อสินค้าออนไลน์ด้วยบัญชี Facebook มากถึง 69 เปอร์เซ็นต์ และใช้บัญชีของ Amazon เพื่อซื้อสินค้าบน Amazon เพียง 6 เปอร์เซ็นต์ ส่วนการทำธุรกรรมทางการเงินบน PayPal มีเพียง 2 เปอร์เซ็นต์เท่านั้นที่เข้าสู่ระบบด้วยบัญชีผู้ใช้งาน PayPal

ครั้นมองภาพรวมของพฤติกรรมผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ตทั่วโลกที่มีต่อ Social Logins พบว่า ผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ตทั่วโลกนิยมลงทะเบียนเข้าเว็บไซต์และแอปพลิเคชันต่างๆ ผ่านบัญชี Facebook มากที่สุด โดยชาวอเมริกาใต้ใช้งาน Social Logins ผ่าน Facebook มากถึง 81 เปอร์เซ็นต์ รองลงมาคือ ชาวเอเชีย 77 เปอร์เซ็นต์ และชาวยุโรป 74 เปอร์เซ็นต์ หากแต่ทวีปยุโรปมี Social Logins ให้เลือกใช้งานมากที่สุด ไม่ว่าจะเป็น Facebook Google+ Twitter Yahoo LinkedIn และอื่นๆ

START BY DOING WHAT'S NECESSARY; THEN DO WHAT'S POSSIBLE; AND SUDDENLY YOU ARE DOING THE IMPOSSIBLE.

-- Francis of Assisi นักเทศน์นักบุญโรมันคาทอลิก และผู้ก่อตั้งคณะฟรันซิสกัน --

เริ่มต้นทำในสิ่งที่จำเป็น จากนั้นจึงทำในสิ่งที่เป็นไปได้ และท้ายสุดคุณจะทำในสิ่งที่เป็นไปได้



ลีดียาน! เอลิส พอลิน รอยัลเยลลี่ อัดเม็ด

นี่แหละเคล็ดลับของลีดียาน
2 เม็ดตอนเช้าทุกวัน



รอยัลเยลลี่อัดเม็ด



กลูตาไธโอนผสม
คอลลาเจนอัดเม็ด



ลีดียาน

ลีดียา ศรีณย์รัชต์
พรีเซนเตอร์ / ผู้ใช้ผลิตภัณฑ์

อ่านคำเตือนในฉลากก่อนบริโภค ไม่มีผลในการป้องกันหรือรักษาโรค

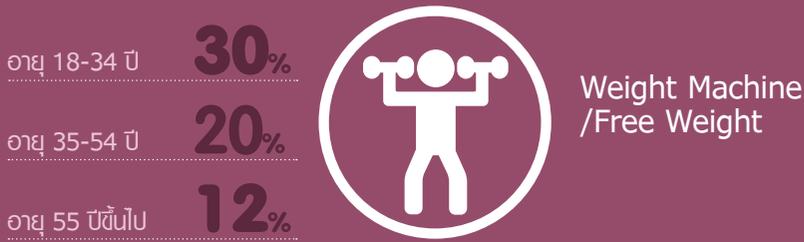
รายละเอียดเพิ่มเติม : alizpaulin 085-0745074 alizpaulin_rj alizpaulin

ร้าน Nezedithailand			nezedithailand
ร้าน Beauty Shop by Kob			081-812-5714 / 0818125714
ร้าน T&K			sakunrat.adichaikun
Alin			aliz_pywtnw

ร้าน Titolio baby store			ploenny
คุณแอน (สาว)			+8562099889789 / 99889789
คุณก้อย, คุณมินา (สาว)			+8562052025595 / aliz_paulin

เจาะทรนดี้การออกกำลังกาย

คนนิยมออกกำลังกายประเภทไหน



ปัจจัยเลือกฟิตเนส



มูลค่าตลาดชุดกีฬาในไทย



มูลค่าสินค้านำเข้าชุดกีฬาไทย



ตลาดชุดกีฬาไทย





บรรณาธิการ ที่อายุน้อยสุดในโลก

Text : วิภาลี วิวัฒนกุลพาณิชย์

ชาวานนาห์ บริตต์ สาวน้อยวัย 21 ปีที่กำลังเป็นดาวรุ่งแห่งวงการแมกกาซีนและธุรกิจประชาสัมพันธ์ในสหรัฐฯ มีแววเป็นนักเขียนก่อนที่จะอ่านหนังสือออกด้วยซ้ำ อายุ 4 ขวบเธอก็มีความคิดอยากจ้อจอกเขียนทุกอย่างที่เข้ามาในหัวลงบนกระดาษทักษะการเขียน การอ่านถูกนำมาใช้เป็นอาชีพครั้งแรกตอนอายุ 9 ขวบ เมื่อเธอได้งานเขียนบทความวิจารณ์หนังสือเด็กให้หนังสือพิมพ์ท้องถิ่น The Kitchen Table News ที่มีผู้อ่านประมาณ 70,000 คน แต่ทำได้ไม่นาน หนังสือพิมพ์ก็ปิดตัวลง

“งานเขียนเป็นอะไรที่ฉันรักมาตลอด ตอนนั้นฉันรู้แล้วว่าอาชีพในอนาคตจะต้องเกี่ยวกับการเขียน” ชาวานนาห์เล่าว่าหลังจากที่หนังสือพิมพ์ปิดไป เธอก็เริ่มคิดถึงการทำหนังสือของตัวเอง โดยวางแผนจะผลิตนิตยสารเกี่ยวกับแฟชั่นและความงาม และการขึ้นเเนะเด็กวัยรุ่นหญิงเกี่ยวกับการพัฒนาตัวเอง “ไม่ใช่เรื่องง่ายที่แค่ตื่นมาแล้วบอกกับตัวเองว่า ฉันอยากทำหนังสือแล้วลงมือทำเลย เพราะงานนี้คุณต้องทำการบ้านอย่างมาก พุ่มเทเพื่อให้ได้งานดี ๆ ออกมา แล้วท้ายที่สุดมันก็จะเหมือนหนังรางวัลชีวิตให้ตัวเอง”

ช่วงที่เริ่มทำแมกกาซีน ชาวานนาห์อายุแค่ 12 ปี เธอต้องเตรียมงานหนักมากแต่เมื่อเดินหน้าแล้วก็ไม่ได้จะถอย เธอทำเว็บไซต์ www.girlpez.com พร้อมกับเปิดตัว Girlpez Fashion Magazine ซึ่งเป็นนิตยสารเพื่อคนอ่านที่เป็นเด็กสาวและจัดทำโดยเด็กสาวเช่นกัน โดยมีเนื้อหาเกี่ยวกับแฟชั่น คอนเสิร์ต งานมอบรางวัลต่าง ๆ รวมถึงบทสัมภาษณ์ และบทความหลากหลาย ซึ่งชาวานนาห์กำหนดกลุ่มคนอ่านที่เป็นวัยรุ่นหญิงอายุ 13-17 ปี

ช่วงที่ทำนิตยสาร ชาวานนาห์ก็ยังเรียนชั้นมัธยม เธอใช้ชีวิตไม่ต่างจากนักเรียนทั่วไป คือ 6 ชั่วโมงหมดไปกับการเรียนในชั้น หลังเลิกเรียนซ้อมกีฬาบาสเกตบอล แต่สิ่งที่ไม่เหมือนคนอื่นคือ

เมื่อกลับบ้านเธอจะทำงานที่เธอรัก นั่นคือการสัมภาษณ์ผู้คนและเขียนบทความ วัตถุประสงค์ที่นำมาเขียนมาจากหลายที่แต่ส่วนใหญ่มาจากบรรดาคนอ่านที่ส่งอีเมลมาเล่าเรื่อง ปรีกษาปัญหาต่างๆ ชาวานนาห์ถือเป็นไอดอลของวัยรุ่นสาว ๆ จึงไม่แปลกที่เธอจะได้รับอีเมลหลายร้อยฉบับต่อวัน บางคนเขียนมาเล่าอาการคลั่งผอม (Anorexia) ที่กำลังเผชิญ หรือปรึกษาเรื่องการซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นในราคาประหยัด เท่านั้นที่เป็นแรงบันดาลใจให้ชาวานนาห์นำไปเขียนเป็นบทความได้

ตัวชาวานนาห์เองก็มีต้นแบบที่เธอปลื้มอยู่ 2 คน คือแอนนา วินทัวร์ บรรณาธิการนิตยสาร VOGUE และ เอมี แอทลีย์ บรรณาธิการนิตยสาร TeenVOGUE “สองคนนี้เป็นเหมือนผู้ครูทางให้ผู้หญิงอย่างพวกเรา และฉันก็ชื่นชมบรรณาธิการเหล่านี้อย่างมากที่ทำหนังสือออกมาให้ฉันได้เจริญรอยตาม” หลังจากที่ทำนิตยสาร Girlpez ของชาวานนาห์ประสบความสำเร็จ เธอก็ได้รับจดหมายจากเอมี แอทลีย์ ไอดอลของเธอที่เขียนมาแสดงความชื่นชมและยินดี เอมียังทำตัวเป็นที่เลียดคอยชี้แนะแนวทางต่างๆ ให้อีกด้วย ความรู้สึกของชาวานนาห์นอกจากดีใจแล้วเธอมองว่าน่าจะเป็นที่นิตยสารได้รับความนิยมได้ เรียกว่าใช้พลังมหาศาลมาก แต่สิ่งที่ยากยิ่งกว่าคือ ทำอย่างไรจึงจะทำให้ นิตยสารอยู่รอดและประสบความสำเร็จเช่นนี้ไปเรื่อย ๆ

ชาวานนาห์จบการศึกษาระดับปริญญาตรีควบ 2 วิชาเอก คือ รัฐศาสตร์กับสื่อสารมวลชน ที่มหาวิทยาลัย Rutgers ด้วยเกรดเฉลี่ย 3.3 อาจเรียกได้ว่าเธอประสบความสำเร็จทั้งด้านการเรียนและการงาน แต่ในเรื่องของงาน เธอไม่หยุดแค่การทำนิตยสาร เมื่อมองเห็นโอกาส ชาวานนาห์จึงขยับขยายเข้าสู่ธุรกิจประชาสัมพันธ์ โดยผันตัวเองมาดูแลงานสร้างภาพลักษณ์ให้สินค้าและแบรนด์ต่างๆ ทำให้มีโอกาสพบเจอผู้คนที่มีชื่อเสียงในวงการแฟชั่น ดนตรี

และแวดวงโฆษณา ศิลปินที่ไว้วางใจให้เธอทำงานให้ ก็เช่น Fat Joe, Smaoke DZA, Cassidy, Scoth Scoth, Ryan Leslie และ Royce Rizzy เป็นต้น

ขณะนี้เธอยังมีโปรเจกต์ปั้นนักร้องขึ้นมาเอง โดยกำลังเป็นเจ็ดต้นปั้น นาดาชา พิซเซอร์ นักร้องเพลงคัฟเวอร์ที่เธอไปเจอในยูทูปเข้าสู่วงการ สำหรับงานประชาสัมพันธ์ ชาวานนาห์กล่าวว่า เป็นงานอีกด้านที่ทำให้เธอรู้สึกสนุกมาก ๆ และเธอยังได้ลองเล่นมิวสิก วิดีโอเพลง Don't Panic ของ French Montana อีกด้วยขอให้มีโอกาสทำอะไรใหม่ๆ คนอย่างเธอไม่ลังเลที่จะลอง

ขณะที่สโลแกนประจำตัวคือ การสร้างชื่อเสียงให้คนอื่น แต่งานที่ชาวานนาห์ทำก็ส่งผลให้เธอเป็นที่รู้จักเช่นกันในฐานะเจ้าแม่แฟชั่นและงานด้านการประชาสัมพันธ์ เธอจึงมักได้รับเชิญไปร่วมงานพรมแดงต่างๆ รวมถึงงานประกาศรางวัล และงานแฟชั่นวีค เธอได้รับการสัมภาษณ์ลงในสื่อต่างๆ มากมาย ทั้งโทรทัศน์ วิทยู และสื่อสิ่งพิมพ์ สิ่งหนึ่งที่เธอมักบอกกระหว่างการให้สัมภาษณ์คือ เธอยังยึดในความฝันที่จะสร้างแรงบันดาลใจให้กับเด็กสาวทั่วโลก เธออยากแสดงให้เห็นว่า การเป็นเจ้าของกิจการนั้นเป็นไปได้สำหรับใครก็ตามที่พร้อมจะลงมือทำงาน “ไม่มีเหตุผลใดที่จะลังเล เพราะการเป็นผู้ประกอบการคือ ประสบการณ์ที่เราจะได้เรียนรู้”

คำแนะนำจากชาวานนาห์สำหรับผู้ที่ยอยากเริ่มธุรกิจคือ ไม่ว่าจะเปิดสาขาอาชีพใด สิ่งที่ต้องทำคือศึกษาข้อมูล ร่างแผนธุรกิจ สร้างคอนเนกชัน แล้วทำตามแผนที่วางไว้ โอกาสที่จะประสบความสำเร็จมีสูงมาก อีกอย่างที่สำคัญมาก ๆ คือ ต้องมีความคิดสร้างสรรค์ตลอดเวลา และพึงระลึกเสมอว่า ควรทำในสิ่งที่รัก พยายามคิดนอกกรอบ อะไรที่คู่แข่งเราไม่ทำ ฉวยโอกาสนั้นทำมันซะ **S**



|| LEARNING BY DOING ||

CLUB SWEETLY

HOMEMADE ICE CREAM MADE EASY

Text : ฤชญา สังข์วงศ์ / Photo : Otto

ไม่ใช่แค่เด็กเท่านั้นที่ชอบไอศกรีม แต่คนทุกเพศทุกวัยก็โปรดปรานไม่แพ้กัน เพราะไอศกรีมเป็นของหวานล้างคาใจได้ดี ทั้งยังช่วยดับร้อน และเรียกความสดชื่นได้ ฉะนั้นจึงไม่แปลกเลยที่จะเห็นร้านไอศกรีมเกิดขึ้นมากมาย โดยเฉพาะร้านไอศกรีมโฮมเมด

เมื่อจำนวนผู้บริโภคไอศกรีมเพิ่มมากขึ้น หลายคนก็หวังทำธุรกิจด้านนี้จึงมองหาโรงเรียนสอนทำไอศกรีมที่เปิดอยู่หลายแห่ง หนึ่งในนั้นคือ Club Sweetly ของสาวสวย นิมมิชา กรรณเลขา ซึ่งโดดเด่นเรื่องคอร์สเรียนที่หลากหลาย เน้นปฏิบัติมากกว่าทฤษฎี และสามารถสร้างสรรค์รสชาติได้ตามชอบ

Club Sweetly มีคอร์สเรียนที่คนทุกเพศทุกวัยสามารถเรียนได้ โดยคอร์สไอศกรีม Workshop Chic & Fun ใช้เวลาเรียนเพียงครึ่งวัน เหมาะสำหรับผู้ออกกำลังกายทำไอศกรีมแต่มีเวลาจำกัด ผู้ที่ทำไอศกรีมเป็นแล้วแต่อยากเพิ่มเติมเทคนิคการตกแต่งไอศกรีม และเด็กๆ ที่สนใจทำไอศกรีม แต่ไม่ชอบนั่งเรียนเป็นเวลานาน สำหรับคอร์สนี้ ผู้เรียนจะได้เรียนรู้วิธีทำไอศกรีม 3 สูตร และเทคนิคเก๋ๆ สำหรับนำไปใช้ตกแต่งไอศกรีม

ในส่วนของผู้ที่ต้องการทำธุรกิจร้านไอศกรีมแนะนำให้เรียนคอร์สทำไอศกรีมหลักสูตรพื้นฐาน ซึ่งใช้เวลาเรียนเพียง 1 วัน โดยช่วงเช้าจะเรียนภาคทฤษฎีเรื่องสูตรเบสพื้นฐาน เช่น เบสนม เบสไข่แดง โยเกิร์ตเบส การทำซอร์เบตแบบผลไม้ และเทคนิคการเลือกซื้อส่วนผสมสำหรับทำไอศกรีม ส่วนช่วงบ่ายเน้นลงมือปฏิบัติจริง โดยผู้เรียนจะได้ลงมือทำไอศกรีม เซอร์เบต ซอร์เบตสูตรต่างๆ และเจลาโต้ นอกจากนี้ ผู้เรียนยังได้เรียนรู้วิธีคำนวณต้นทุนสำหรับเปิดร้านไอศกรีม เกร็ดความรู้ในการเปิดร้าน และการทำการตลาด

ที่สามารถนำไปใช้ได้จริงในการประกอบธุรกิจร้านไอศกรีม

แต่หากต้องการเรียนรู้วิธีทำไอศกรีมเจลาโต้แบบเจาะลึกยิ่งขึ้น สามารถลงเรียนคอร์ส Gelato Advance Course เพิ่มเติมได้ โดยผู้ที่เรียนคอร์สนี้จะสามารถทำไอศกรีมได้ทุกประเภท และเป็นไอศกรีมคุณภาพสูง ไม่เป็นแฉืดน้ำแข็ง อีกทั้งยังได้เรียนรู้วิธีการคำนวณสูตรไอศกรีมด้วยตนเอง และลงมือทำจริงทุกสูตร

แม้ปัจจุบันจะมีร้านไอศกรีมเกิดขึ้นมากมาย โดยเฉพาะไอศกรีมเจลาโต้ ไอศกรีมไขมันต่ำ น้ำตาลน้อยที่กำลังเป็นนิยมในขณะนี้ แต่จะทำอย่างไรให้ไอศกรีมของเราแตกต่างจากเจ้าอื่นๆ นั้น นิมมิชานะแนะนำว่า ไอศกรีมต้องมีรสชาติที่ต่างจากร้านอื่น อย่างร้าน Love Load ดึงดูดลูกค้าด้วยไอศกรีมเจลาโต้เนื้อเนียนที่คัดสรรแต่วัตถุดิบคุณภาพดีในการทำไอศกรีม รวมทั้งมีรสชาติที่หลากหลายให้เลือก และเป็นรสชาติที่แปลกใหม่ เช่น รสชาวมะลิลอร์ รสคามิกายเช่ ค็อกเทล รสเนยถั่ว รสผงถ่านญี่ปุ่น และรสฝรั่งบิว

“แม้ตอนนี้จะมีร้านไอศกรีมเปิดมากมายจนเลือกไม่ถูกว่าจะนั่งร้านไหนดี แต่ก็เชื่อว่าทำธุรกิจร้านไอศกรีมจะเป็นเรื่องยากและน่ากลัว เพราะหากสร้างความโดดเด่นให้เกิดได้ ลูกค้าก็ย่อมเข้ามา และลูกค้าจะกลับมาซ้ำอีก หากไอศกรีมรสชาติถูกปาก อย่างร้าน Love Load จุดเด่นอยู่ที่รสชาติไอศกรีมที่มีให้เลือกกว่า 30 รสชาติ เป็นรสชาติที่คิดค้นขึ้นเอง มีการตกแต่งหน้าไอศกรีมเป็นรูปหมี และ

ไม่เน้นการแต่งกลิ่นไอศกรีม หากเป็นไอศกรีมรสผลไม้ก็ใส่เนื้อผลไม้ลงไปจริงๆ ไม่ใช่แค่แต่งกลิ่นให้เหมือนผลไม้เท่านั้น หรือไอศกรีมรสช็อกโกแลตก็เลือกใช้ช็อกโกแลตชั้นดี ซึ่งเมื่อเราใช้วัตถุดิบจริงในการทำไอศกรีม หลังกินไอศกรีมลูกค้าจะสัมผัสได้ถึงวัตถุดิบอันเป็นที่มาของกลิ่นและรสชาติของไอศกรีมนั้นๆ”

คอร์สเรียน

คอร์สไอศกรีม Workshop Chic & Fun
หลักสูตรครึ่งวัน ค่าเรียน 1,890 บาท/คน

คอร์สไอศกรีมหลักสูตรพื้นฐาน
หลักสูตร 1 วัน ค่าเรียน 4,000 บาท/คน

คอร์สไอศกรีม Gelato Advance Course
หลักสูตร 2 วัน ค่าเรียน 9,500 บาท/คน

สอบถามรายละเอียดเพิ่มเติม

☎ 0-2960-1714, 08-8896-8083 และ 08-1436-9998

🏠 www.clubsweetly.com

📌 clubsweetly

📞 nimmiclubsweetly

GIANT SQUID

โอกาสใหญ่ที่มาพร้อมกับปลาหมึกยักษ์

Text : numnim / Photo : Otto

จากการเดินทางไปดูงานที่ต่างประเทศของธุรกิจตัวแรกเกี่ยวกับอุปกรณ์ Gadget ง่ายๆ วลี วชิรปราการสกุล หรือ จิ้ง ก็มองเห็นโอกาสของธุรกิจตัวใหม่ และกลายเป็นจุดเปลี่ยนที่ทำให้เขาเปลี่ยนหันมาทำธุรกิจเพิ่มขึ้นมาอีกหนึ่งตัว จากเจ้าปลาหมึกตัวโตที่เขายื่นต่อคิวรอซื้ออยู่เป็นนานสองนาน

“มันเริ่มมาจากที่เราบินไปดูงานที่จีน เกี่ยวกับอุปกรณ์ Gadget ซึ่งเป็นธุรกิจตัวแรกที่ทำกันอยู่ และมีโอกาสได้ไปเห็นร้านขายปลาหมึกชุปแป้งทอดร้านหนึ่ง คนยื่นต่อคิวรอซื้อยาวเลย กลิ่นมันหอมรัญจวนใจมาก ผมกับเพื่อนก็เลยลองไปต่อคิวซื้อเหมือนกันคนละไม้ ระหว่างนั้นเราก็เดินช้อปปิ้งดูของไปด้วย เผอิญเพื่อนแฉะไปดูเสื้อผ้าร้านหนึ่งเขาไม่ให้เอาของกินเข้าไป เลยฝากผมถือ ปรากฏว่าพอเขาเดินออกมาผมกินไปหมดสองไม้เลย อย่างรวดเร็ว โดยไม่รู้ตัว คือมันอร่อยมากก็เลยต้องไปต่อคิวซื้อกันใหม่ กลับมาเมืองไทยยังติดใจในรสชาติเลยลองทำดู แต่ทำยังไงก็ไม่อร่อยเหมือนเขา พอทดลองหลายๆ เข้าจากแค่อายากก็เลยกลายเป็นมองเห็นโอกาสว่า ถ้าเราติดต่อนำเข้ามาขายในเมืองไทยบ้างน่าจะดี”

ด้วยติดใจในรสชาติแสนความอร่อยที่ยังหาซื้อไม่ได้ในเมืองไทยทำให้วสุ และเพื่อนอีก 2 คน อัฐ-มณี แซ่เล้า และ นาน-สาธิมา มณีสถิต ปรึกษากันว่า อยากรู้เสียต้องนำเข้ามาให้คนไทยได้ลิ้มลองให้ได้ จึงเริ่มต้นจากการติดต่อไปที่เจ้าของแฟรนไชส์ ซึ่งเขาเล่าว่าเป็นแฟรนไชส์ของไต้หวันที่ไม่เคยมีแต่จะขายแฟรนไชส์ไปต่างประเทศไกลๆ อย่างมากก็แค่ประเทศจีน และเมื่อตกลงสัญญาธุรกิจกันได้เขาใช้เวลาร่วมเดือนไปเรียนรู้สูตรการทำ ซึ่งทำให้เขาเข้าใจแล้วว่า



ทำไมถึงไม่สามารถทำเองได้ในตอนแรก

“มีความพิถีพิถันมาก ตั้งแต่ขั้นตอนการเตรียมวัตถุดิบ จนถึงการผลิตประกอบอาหาร ตัวปลาหมึก ซอสหมัก ผงโรยเพิ่มรสชาติ เรานำเข้ามาจากไต้หวันหมด ระหว่างนั้นเราก็ติดต่อเซ็นทรัล เวิลด์ และสยามพารากอนไว้ด้วย ซึ่งใช้เวลาานพอสมควร ที่เลือกห้างระดับไฮเอนด์เพราะเราต้องการสร้างภาพลักษณ์ของแบรนด์ที่ดี เพราะราคาค่อนข้างสูง ถ้าเป็นชิ้นๆ ขายกล่องละ 89 บาท เป็นตัวเสียบไม้ 169 บาท”

จากการทดลองขายในเวลาเพียงไม่กี่เดือน Giant Squid ก็ได้รับผลตอบรับดีเกินคาด แม้จะเป็นเพียงบิโอบัสเตอร์เล็กๆ แต่ปรากฏการณ์คนยื่นรอต่อคิวยาว โดยการถ่ายภาพแล้วแชร์ไปในโลกอินเทอร์เน็ตมีผลมากที่ทำให้ Giant Squid เป็นที่รู้จักได้ในระยะเวลาอันรวดเร็ว ซึ่งหากมองกลับกันในอีกมุมหนึ่งหลายคนอาจคิดว่า Giant Squid เป็นเพียงกระแสแปลกใหม่ นานวันไปอาจเสื่อมความนิยมลง แต่เขาบอกกับเราว่า หากเพียง Giant Squid มีเพียงแค่ปลาหมึกตัวโตๆ เพียงอย่างเดียว เขาคงไม่เลือกที่จะนำมาทุ่มทุนสร้างเป็นธุรกิจใหม่อย่างแน่นอน

“ปลาหมึกเป็นแค้ชิกเนเจอร์ของร้าน เป็นตัวดึงดูดลูกค้า แต่เรายังมีอาหารทะเลอีกประมาณ 30-40 เมนู เป็นชีฟูตชุปแป้งทอด ในอนาคตต้นปีหน้าเราจะทำเป็นร้านประจำด้วย มีที่นั่งกินที่ร้าน รวมถึงเรื่องแฟรนไชส์ รวมกันแล้วน่าจะประมาณ 10 สาขา เพราะที่เลือกทำธุรกิจตัวนี้เรามองระยะยาวด้วยว่า สามารถต่อยอดธุรกิจต่อไปได้ มีโปรดักต์ไลน์ให้ลูกค้าลองได้เยอะๆ ไม่เบื่อ”

ในโลกธุรกิจเราสามารถมองเห็นโอกาสใหม่ได้เสมอ เหมือนที่เขาทำธุรกิจเกี่ยวกับ Gadget ซึ่งไม่น่าจะเกี่ยวกันได้ แต่ก็เป็นตัวนำพาให้ไปเจอโอกาสใหม่ๆ เพียงแต่เราต้องนำมาวิเคราะห์ให้ดีกว่ามันสามารถเป็นไปได้มากน้อยแค่ไหน 📍

☎ 09-6609-6669

📌 GiantsquidTH

📍 GIANTSQUIDTH

ตอบโจทย์ด้วยไอเดีย



เสน่ห์ของ Flea Market ที่ทำให้บรรดานักช้อปปิ้งไม่อาจพลาดได้คือ ความแปลกใหม่ เพราะต้องยอมรับว่าพฤติกรรมการช้อปปิ้งของคนรุ่นใหม่เน้นนิยมสรรหาประสบการณ์ใหม่ๆ ให้กับตัวเองตลอดเวลา ดังนั้น Flea Market ใดที่ตอบโจทย์ความต้องการนี้ได้ก็จะฮอตฮิตได้ในเวลาอันรวดเร็ว

ท่ามกลาง Flea Market มากมายที่เกิดขึ้นราวดอกเห็ด The Great Outdoor Market เป็น Flea Market ที่กำลังเป็นที่จับตามอง เพราะสามารถตอบโจทย์พฤติกรรมการช้อปปิ้งของคนรุ่นใหม่ได้เป็นอย่างดี ลองจินตนาการสิ จะมี Flea Market ไหนที่เลือกเนรมิตอยู่ต่อเรือแถววัดยานนาวา มาให้เดินช้อปปิ้งแบบอารมณ์คูลๆ ได้ ไม่เพียงเท่านั้นถัดจากนั้นไม่นาน ยังรังสรรค์ลานกว้างริมแม่น้ำโครงการคานาปายา พระราม 3 ให้นักช้อปปิ้งเดินช้อปปิ้งท่ามกลางลมที่โชยมาจากแม่น้ำเจ้าพระยา และล่าสุดกับสถานที่ที่เก็บถนอมอาคารลานจอดรถตึก BBC เอกมัย ที่ได้เฟลิดเฟลีนไปกับการมองวิวบนที่สูง

ทั้งหมดนี้เป็นไอเดียที่มาจาก ธารณ์พัทธ์ สหเจริญวัฒน์ สถาปนิกสาว และ ดาลี สุนตระกูล เพื่อนซี้ที่จับมือกันมาเป็นออร์แกนไนซ์จัดอีเวนต์ที่ชื่อว่า The Great Outdoor Market

“The Great Outdoor เป็นโปรเจกต์ที่คิดไว้ตั้งแต่เรียนคณะสถาปัตย์ จุฬาฯ ที่อยากให้คนกรุงเทพฯ มีที่แฮงเอาท์ ที่นั่งชิวๆ ที่ไม่ใช่แค่ In door เท่านั้น คอนเซ็ปต์ที่วางไว้แต่แรกคืออยากจัดอีเวนต์ที่เป็น Outdoor แล้วก็อยากให้คนได้ออกมาเจอสถานที่แปลกๆ บรรยากาศใหม่ๆ บ้าง อย่างอยู่ต่อเรือเราเห็นมาตั้งแต่ตอนเรียนแล้ว ก็มีความคิดว่าที่ตรงนี้สวย แปลก ยังไม่เคยมีใครจัดอีเวนต์อะไรเลย แต่มันสามารถจัดได้ พอเรียนจบ ก็เลยร่วมกับเพื่อนใช้อู่อเรือมาจัด

เป็น Flea Market ปรากฏว่าคนชอบ เพราะมันแปลกใหม่ ผลตอบรับดีมาก”

อันที่จริงภรณ์พัทธ์ไม่ได้ตั้งใจเริ่มต้นจากว่าจะต้องทำ Flea Market แต่ตั้งใจจากบรรยากาศสภาพแวดล้อมของพื้นที่มากกว่า กล่าวคือ เธอจะหาพื้นที่ที่มีบรรยากาศแปลกใหม่ไม่ซ้ำใคร สามารถเข้าถึงได้สะดวก จากนั้นจึงค่อยคิดต่อว่าโดยสภาพแวดล้อมดังกล่าว ควรจะจัดอีเวนต์แบบไหนถึงจะเหมาะสม และสร้างคอนเซ็ปต์ของแต่ละงานที่สอดคล้องไปกับพื้นที่และอีเวนต์นั้นๆ อย่างไรก็ตาม ซึ่งด้วยวิธีคิดเช่นนี้ ทำให้แต่ละอีเวนต์ของเธอมันมีความแตกต่างกันไม่เหมือนกัน และกลายเป็นความแปลกใหม่ที่ถูกพูดถึงในเวลาอันรวดเร็ว

“เป้าหมายคืออยากพัฒนาพื้นที่ในเมือง ซึ่งมีศักยภาพอีกเยอะ บางพื้นที่คนอาจมองเป็นที่รกร้าง หรือบางพื้นที่คนไม่รู้จักว่ามีที่แบบนี้ในกรุงเทพฯ แล้วนำมาพัฒนา อย่างอยู่ต่อเรือเป็นพื้นที่ที่ติดมากแต่คนไม่รู้จัก พอหลังจากเราจัดเสร็จปรากฏว่าคนรู้จักที่นั่นกันเยอะขึ้นได้รู้ทั่วกรุงเทพฯ ก็มีที่อย่างนี้ด้วย ดังนั้นโดยการทำงานเราจะเริ่มจากหาสถานที่ที่เราคิดว่าสามารถพัฒนาได้ เดินทางสะดวก ซึ่งผู้บริโภคก็จะได้มีโอกาสเดินทางไปตามที่ตั้งที่บรรยากาศไม่เหมือนกัน กิจกรรมในงานก็แตกต่างกันไปทุกครั้ง”

ด้วยแนวคิดที่ชัดเจนและแตกต่าง ทำให้คอนเซ็ปต์ของ The Great Outdoor Market โดดเด่น เพียงการจัดครั้งแรกก็ถูกกล่าวถึงกันมากมาย และทำให้มีคนติดตาม รอคอย และลุ้นว่าครั้งต่อไปจะเป็นที่ไหน นี่แหละการทำงานที่หากเริ่มต้นด้วยการตอบโจทย์ความต้องการของตลาด ก็จะทำให้ก้าวที่สองและสามง่ายขึ้น

📌 The Great Outdoor Market

พงษ์วิวัฒน์ ทิมศิริกุล

beyond
thinking,
become
stronger

คิดให้ไกลไปถึง

วัสดุคุณภาพที่หลายๆ คน
ใช้เป็นแรงกระตุ้นให้ตัวเอง
มีพลังก้าวไปถึงเป้าหมายที่คาดหวังไว้
เฉกเช่น พงษ์วิวัฒน์ ทิมศิริกุล
ผู้ปลุกปั้น KARIMART
ธุรกิจผลิตและจัดจำหน่าย
เครื่องสำอางนำเข้ากว่า 3,000 แบนด์



Interview

Text : วัชรพงศ์ แซ่เตี๋ย / Photo : Otto

ความสามารถในการหารายได้หลักแสนขณะยังเป็นเพียงนักศึกษาในรั้วมหาวิทยาลัย ทำให้เด็กหนุ่มผู้ตัวแสบคิดว่า เป้าหมายหลังเรียนจบคือการเป็นเจ้าของธุรกิจของตัวเอง ทั้งที่ในเวลานั้นธุรกิจประกอบรถบัลของครอบครัวกำลังย่ำแย่หนักถึงขั้นจวนเจียนล้มละลายด้วยหนี้สะสมก้อนโต แต่นั่นก็ไม่ได้ทำให้เขาคิดหวนไหวแต่อย่างใด

เมื่อเป้าหมายชัด พงศ์วิวัฒน์จึงเดินหน้าลุยทำธุรกิจทุกประเภทที่มองว่ามีโอกาสสร้างผลกำไรให้ตนมีเงินไปหักล้างหนี้ให้กับธุรกิจครอบครัว ทว่าหนทางสู่ความสำเร็จไม่ได้ง่ายเพียงพลิกฝ่ามือ ธุรกิจแรกพลาดท่า ธุรกิจต่อมาไม่สร้างผลกำไร ธุรกิจที่สามก็ยังไม่ดี แต่เพราะความเป็นคนสู้ไม่ถอยเช่นเดียวกับผู้เป็นพ่อ พงศ์วิวัฒน์เปลี่ยนธุรกิจไปเรื่อย จนค้นพบธุรกิจที่ใช้ในแบบที่ตนถนัด KARMART คือธุรกิจเครื่องสำอางน้องใหม่ที่เขากลุกบันให้เติบโตแบบก้าวกระโดดจนเป็นที่น่าจับตามอง

ทราบว่าเป็นคนชอบค้าขายหาเงินได้ตั้งแต่เด็ก

ใช่ครับ ตอนเรียน ป.1 พ่อแม่ผมพาไปเที่ยวต่างประเทศ ผมซื้อเลย์ส์ตีกลับมาขายเพื่อน ๆ ได้กำไร 5,000 บาทเขาไปซื้อกระเป๋าหิ้วที่อยากได้ พ่อเข้ามหาวิทยาลัยปีหนึ่ง เป็นช่วงที่ริสแบรนด์กำลังเท่อกัน เส้นหนึ่งขายกันหลายร้อยบาท ผมไปสั่งทำที่โรงงานต้นทุนเส้นละ 5-6 บาท ขายส่งเส้นละ 50 บาท ขายปลีก 100 บาท กำไรเยอะมาก ขายได้วันหนึ่งเป็นหลักแสนบาท ขายดีจนผมไม่มีเวลาเข้าร่วมกิจกรรมรับน้อง ตอนนั้นไม่ได้คิดว่าเราเด็กอยู่แล้วจะทำได้มัย แต่มองว่าโอกาสมันมาเราก็คว้าไว้

ตอนเรียนหนังสือหาเงินได้หลักแสน ทำให้ผมคิดว่าจบไปผมคงไปเป็นลูกจ้างใครไม่ได้แน่ ๆ คือพอเราตัวแล้วว่าศักยภาพของเราอยู่ตรงไหน ก็อยากตั้งเป้าให้ไกลกว่าศักยภาพที่เราจะทำได้ เมื่อตอนเรียนเราทำได้ 100,000-200,000 บาท เมื่อเรียนจบเราต้องทำงานที่สร้างรายได้ได้มากกว่านั้น คิดตั้งแต่ตอนเรียนเลยว่า ถ้าจะทำงานประจำคนจ้างต้องจ่ายเราให้ได้ 400,000-500,000 บาท ไม่งั้นไม่ทำ เลยมั่นใจว่าคงไปเป็นลูกจ้างใครไม่ได้แน่ อาจฟังดูเหมือนบ้า แต่จริงๆ ไม่น่าจะ เพราะเป็นสิ่งที่เราเคยทำมาก่อน แล้วทำได้ ทำให้มั่นใจว่าตัวเองต้องทำได้แน่ ๆ ก็ลุยทำเลย

ครอบครัวคุณก็ทำธุรกิจเช่นกัน

ใช่ครับ ก่อนหน้านี้ คุณพ่อทำธุรกิจเครื่องใช้ไฟฟ้า เริ่มแรกทำลักษณะการรับจ้างผลิต หรือ OEM (Original Equipment Manufacturer) นำสินค้าเข้ามาขายในไทย จนประสบความสำเร็จ

และมีโน้ตบุ๊ก ก็ตั้งเป็นโรงงานประกอบในไทย แต่อิงเทคโนโลยีจากเกาหลี และเอามาประกอบเอง ใช้ชื่อแบรนด์ว่าโดสตาร์ คุณพ่อทำมา 20 กว่าปี จนมีการเปิดเสรีการนำเข้าสินค้าต่างๆ โดยเฉพาะเครื่องใช้ไฟฟ้า ทำให้มีสินค้าราคาถูกเข้ามามากขึ้น ที่สำคัญช่วงนั้นคนเริ่มมีทัศนคติว่าเครื่องใช้ไฟฟ้าออกมาไม่นานก็จะมีเทคโนโลยีใหม่ที่ดีกว่าออกมาทดแทน การซื้อแต่ละครั้งจึงไม่ได้หวังใช้ 10-20 ปี อีกต่อไป มาร์จินลดลงจนเราได้รับผลกระทบหนัก ประกอบกับมาเจอพิษวิกฤตเศรษฐกิจปี 2540 ทำให้ตอนนั้นบริษัทมีหนี้เป็นพันล้าน พ่อเลยคิดอยากเปลี่ยนไปทำธุรกิจอย่างอื่น เป็นช่วงจังหวะเดียวกับที่รัฐบาลมีแผนจะเปลี่ยนเป็นรถเอ็นจีวี 2,000 คัน และบริษัท ปตท.ให้การสนับสนุนธุรกิจประกอบรถบัล พ่อก็เลยตัดสินใจมาทำธุรกิจประกอบรถบัล แต่ตอนหลัง ปตท.ยกเลิกการสนับสนุน ประกอบกับธุรกิจประกอบรถบัลอิงกับราคาน้ำมัน และก๊าซธรรมชาติที่ขึ้นลง ที่สุดก็เลยต้องเลิกไปและกลายเป็นขาดทุนสะสม

ปัญหาทางธุรกิจที่ครอบครัวต้องเจอ ไม่ได้ทำให้คุณลังเลในการเริ่มต้นธุรกิจของตัวเอง



จริงๆ คุณพ่อเป็นตัวอย่างที่ดีของผม ท่านไม่เคยท้อ แม้จะทำธุรกิจเจ๊งมาหลายครั้ง ทุกครั้งธุรกิจเจ๊ง ท่านจะกลับมาคิดใหม่ว่าจะขายอะไรดี ที่ทำให้ได้กำไร ธุรกิจโปรดจริงๆ ตอนที่เป็นอย่างนี้ก่อนใหญ่ ท่านไม่ได้หวังถึงขนาดให้ธุรกิจได้กำไรด้วยซ้ำ คิดแค่ว่าจัดการหนี้ที่มีอยู่ให้สบายตัวขึ้น ส่วนตัวผมเองก็เป็นคนที่ชอบคิดอะไรให้เกินๆ ไว้ก่อนอยู่แล้ว แต่เป็นไปในทางแง่บวก

แล้วมาเริ่มธุรกิจของตัวเองจริงจัง ตั้งแต่เมื่อไหร่

ตอนที่พ่อเลิกทำธุรกิจประกอบรถบัล เป็นช่วงจังหวะที่ผมเรียนจบสถาปัตย์ จุฬาฯ พอดี พ่อก็เลยชวนทำคอนโดมิเนียม โครงการแรกก็เอาพื้นที่หอพักด้านหลังโรงงานของเราที่ระยอง มารีโนเวตเป็นคอนโดมิเนียม และก็พยายามแปลงทรัพย์สินของเราให้เป็นเงินเพื่อลดหนี้ที่มีอยู่ลง แต่ปรากฏว่าเศรษฐกิจยังคงแย่งเรื่อยๆ คนทยอยกันออกจากนิคมอุตสาหกรรม เราเลยต้องหยุดโปรเจกต์ไว้ก่อน และขายไปในที่สุด

หลังจากนั้น ผมทำมาอีกหลายอย่างมาก เริ่มจากเรารถบัลที่มีอยู่มาทำ Food Truck แต่ทำ

ไปได้สักระยะก็รู้สึกว่าการทำร้านอาหารค่อนข้างบริหารจัดการยาก เพราะต้องคำนวณให้ดีระหว่างวัตถุดิบที่นำมาใช้สำหรับการขายในแต่ละวัน ถ้าซื้อมากเกินไปก็ทำให้กินต้นทุนมาก แกรมพอได้ทำเลดี ๆ ก็โดนตำรวจไล่จับอีก เลยคิดจะเปลี่ยนมาขายพวกเสื้อผ้าแฟชั่น ตัดสินใจจะไปเลือกซื้อที่จีนมาขาย แต่พอไปถึงเปลี่ยนใจเอาเสื้อผ้าในกางเกงในมาแทน เพราะคิดว่าแฟชั่นเสื้อผ้าเปลี่ยนเร็วมาก แต่ชุดชั้นในจะไม่เปลี่ยน เต็มที่ก็ 3-4 เดือนเปลี่ยนครั้ง แต่ขายได้ไม่นานก็เปลี่ยนสินค้าขายอีก เพราะด้วยความที่ชุดชั้นในมีหลายไซส์ และการสั่งซื้อมีขั้นต่ำ แบบหนึ่งต้องสั่ง 12 โหล ปัญหาคือถ้าแบบไหนขายไม่หมดก็จะต้องขายต่อลำบากทำให้กินทุน ก็เลยเปลี่ยนไปขายพวกเคสเคสคอนซูมเมอร์โปรดักต์อย่างพวกซองซักฟอก ทิชชู นี่ก็เอาที่จีนอีกเหมือนกัน คราวนี้ยังเข้าไปใหญ่ เพราะสินค้าพวกนี้มาร์จินต่ำ การแข่งขันสูง แกรมยังไม่มียี่ห้อดี ๆ ไปเสนอขายตามห้างแล้วถูกเขาไล่เหมือนหมูเหมือนหมากลับมาตั้งรังให้ก็ยังเคย จนที่สุดเราก็คิดว่าคงต้องเปลี่ยนเป็นสินค้าตัวอื่นแล้วละ ก็คิดว่าเขาเครื่องสำอางมาขาย

ถือเป็นจุดเริ่มต้นของ KARMART

ใช่ ช่วงนั้นซีรีส์เกาหลีเป็นที่นิยมมาก และเราก็ยังคงคอนเซ็ปต์ให้เป็นสินค้าเกาหลี ต้องบินไปเลือกสินค้าทั้งที่จีนและเกาหลี ในสัดส่วนเท่า ๆ กัน ก็เอามาขายด้วยกัน ครั้งแรกเลยไปเสนอขายแถวตลาดดอนเมืองที่ร้านแจ๊ส ได้เงินสดมา 300,000 บาท ตกใจมากกลับมาบอกพ่อว่าเครื่องสำอางทำอะไร เพราะไปแค่ครั้งแรก ร้านแรกคนเดียวได้มา 300,000 ได้เป็นเงินสด แล้วกำไรเยอะด้วย ทำไป ๆ เดือนหนึ่งได้หลายล้านบาทโดยมีพนักงานแค่คนเดียว คือผมกับคนขับรถอีกคน เพราะเราต้องคอยจ้องดูว่ามีร้านขายเครื่องสำอางข้างทางตรงไหนบ้าง พอเห็นก็จะจอดแล้ววิ่งลงไปคุยกับทุกร้าน แทบทุกร้านต้อนรับหมด เพราะเห็นเป็นสินค้าเกาหลีมีคุณภาพ ตลาดกำลังมาแรง แกรมยังไม่แพง

ช่วงที่ผมเริ่มทำตลาดเครื่องสำอางใหม่ๆ ตอนนั้นตลาดดอนเมืองซบเซามาก กำลังจะปิด เพราะช่วงนั้นเขาจะขายครีมกวนเองแล้วดักขายเป็นกิโลๆ ตำรวจมาจับบ่อย มีร้านปิดไปเยอะ ทำให้ตลาดซบเซาลง พอเราเอาสินค้ามาลงตลาดกลับมาบูมอีกครั้ง คนอื่นก็เริ่มเอามาขายบ้างด้วยความที่กำไรเยอะทำให้มีการตัดราคากัน ทำให้เราเริ่มคิดแล้ว เพราะเราเป็นคนเริ่มตลาดมา กว่าจะทำให้ติดตลาดขึ้นมาได้เหนื่อยแทบแย่เลยเริ่มคิดที่จะสร้างแบรนด์ของตัวเองเพื่อไม่ให้ใครมาถือบังเราได้



ผมเชื่อว่าธุรกิจ SME ส่วนใหญ่

ก็เริ่มจากเงินแค่ 100,000-200,000

อย่างที่ผมเริ่มมานี้แหละ

แล้วค่อยๆ ขยายเป็นล้าน

เป็นสิบล้าน เป็นร้อย เป็นพันล้าน ทับล้าน

จริงๆ มันไม่ได้ยากเลย

เพียงแต่คุณกล้าที่จะลงทุนหรือเปล่า

วันเดียวขายได้ 3 แสน เลยก็คว่าธุรกิจนี้ ต้องใช้แน่ๆ จันทโร

วันเดียวขายได้ 300,000 บาท เดือนหนึ่งได้หลายล้าน จบปีแรกยอดขายได้เป็น 10 ล้านบาท คุณพ่อเองยังทิ้งไว้ว่าทำไมเราเก่งจังเพราะทำคนเดียวกับลูกน้องอีกคน ขายได้ 10 ล้านบาทแถมยังเป็นเงินสดอีก ก็เริ่มคิดที่จะเอาเซลล์จากบริษัทพ่อมาช่วยขาย ซึ่งก็ต้องเทรนกันยกใหญ่ แต่จุดเด่นในการขายสินค้าของตัวเอง ผมจะศึกษารายละเอียดของสินค้าทุกตัว แล้วไปนั่งพรีเซนต์ให้ลูกค้าฟังสาธิตให้ดู ตอนนั้นผมต้องนั่งท่องสรรพคุณของสินค้า กลไกของสารต่างๆ ที่ทำปฏิกิริยาต่อกันแทบทุกคืน ที่มีกำลังใจทำก็เพราะรู้สึกว่ามันไปได้ คือบางคนคิดได้แต่ขายไม่ได้มันก็ไม่สำเร็จ บางคนขายได้แต่คิดไม่ออกว่าจะไปต่ออย่างไรก็ไม่สำเร็จอยู่ดี เราารู้ตัวว่าเราต้องคิดได้เรื่อยๆ เพราะเราเรียนด้านการออกแบบคิดงานสร้างสรรค์มา และทุกช่องทางการขายก็ต้องรับเราดีมาจากใจเรา

พอมันลงล็อกทุกอย่าง เราก็พร้อมระเบิดทันที คราวนี้ไปข้างหน้าอย่างเดียวนั้นพูดไม่ได้ ปีแรกที่ยังไม่มีแบรนด์เอาเข้ามาทุกอย่างเลย ทั้ง สกินแคร์ เมคอัพ ขายได้เดือนละเป็นแสนขึ้น พอปีที่ 2 ถึงเริ่มจะมีแบรนด์เป็นของตัวเอง เราจะดูว่าสินค้าตัวไหนขายดีก็ทำตัวนั้น การสร้างแบรนด์ของเราเอง ทำให้เราได้เป็นเจ้าของลิขสิทธิ์แบรนด์เอง โดยที่ไม่ต้องไปอิงกับเกาหลี คนที่ทำธุรกิจนำเข้าสินค้าแบรนด์เกาหลีอาจเสี่ยงต่อกรณีที่เจ้าของลิขสิทธิ์อาจไม่ต่อสัญญาได้ ซึ่งเป็นเรื่องน่าเสียดายถ้าเราทุ่มเงินทำตลาดไปตั้งเยอะจนสินค้าติดตลาดแล้ว การทำแบรนด์ให้ติดตลาดไม่ใช่เรื่องง่ายเลย ปีที่ 2 เราก็เพิ่มสินค้าเข้ามาอีกหลายตัว มียอดขาย 18 ล้านบาท พอปีที่ 3 เรามีรายได้กว่า 60 ล้านบาท ปีที่ 4 รายได้ 300 ล้านบาท แล้วก็ค่อยๆ เพิ่มขึ้น

จนเป็นพันล้านบาทในปีล่าสุด ซึ่งใช้เวลา 5 ปีจาก 10 ล้านเป็นพันล้านบาท

ชื่อ KARMART มีที่มาจากอะไร

คุณพ่อเป็นคนตั้งให้ เพราะเราเริ่มต้นธุรกิจจากการขับรถตระเวนหาตลาด คำว่า Car ก็คือรถยนต์ เพียงแต่เราเปลี่ยนจากตัว C เป็นตัว K เพื่อให้เป็นตัวย่อมาจาก Korea KARMART ไม่ใช่ชื่อแบรนด์ แต่เป็นชื่อกลุ่มสินค้า สินค้าที่เราขายมีทั้งที่เป็นแบรนด์ของเราเอง และแบรนด์จากเกาหลี ของเราเองหลักๆ มี 6 แบรนด์ คือ คอนเซ็ปต์และกลุ่มเป้าหมายแต่ละแบรนด์จะแตกต่างกันไป คือ Cathy Doll เน้นกลุ่มวัยรุ่น ที่สไตล์น่ารักหวานๆ แบรนด์ Baby Brigh กลุ่มอายุใกล้เคียงกับ Cathy Doll แต่ตอบใจผู้หญิงที่ไม่ชอบอะไรที่ดูหวานเกินไป แบรนด์ Crayon เน้นสินค้าเมคอัพที่ดูเป็นโปรเฟสชันแนล นอกจากนี้ เรายังพยายามดูเทรนด์ตลอด พบว่าคนไทยบางส่วนชอบความเป็นไทยสมุนไพรร เราเลยออกแบรนด์ รื่นรมย์ ซึ่งมีตลาดอยู่แล้วเพียงแต่เราเอามาทำให้อุ่นนุ่มขึ้นอีกแบรนด์ คือ Cathy Choo เป็นสปาที่เป็นระดับสูง และแบรนด์สุดท้าย Jevuvita ผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร ปีหน้าเราจะออกอีกแบรนด์เป็นเวชสำอาง ซึ่งจะครบในไลน์ที่เป็นเครื่องสำอางทั้งหมด

เราจะต่างจากบริษัทขายเครื่องสำอางทั่วไปตรงที่มีความยืดหยุ่นค่อนข้างมาก สินค้าของเรามีกว่า 3,000 รายการ โดยทั้งหมด 100 เปอร์เซ็นต์ผลิตที่ต่างประเทศ มีทั้งจีน เกาหลี ไต้หวัน ญี่ปุ่น แม้แต่ยุโรป และอเมริกา เนื่องจากหลักการเลือกสินค้ามาเสนอขายผู้บริโภค เราจะเลือกจากผู้ผลิตที่ได้มาตรฐานมีคุณภาพสูง แล้วสั่งเข้ามาเป็นล็อตใหญ่เพื่อให้ได้ต้นทุนถูก โดยเรามีเล็บสำหรับตรวจสอบคุณภาพสินค้าที่กรุงเทพฯ และกำลัง

จะตั้งเป็นโรงงานที่ระยอง ระยะเวลาไม่กี่ปีเพื่อตรวจสอบคุณภาพสินค้ามากกว่าผลิตเอง

คือเรามองว่าบริษัทใหญ่ๆ จะมีห้องแล็บของตัวเอง ซึ่งเราเองคงไม่ได้อยู่ 5 ปีแค่นั้นแน่ แต่จะอยู่อีกนาน เราต้องการวางรากฐานที่แข็งแกร่งให้กับบริษัท ต้องเปลี่ยนโปรแกรมของบริษัทให้สอดคล้องกับการสร้างยอดขายให้ได้ 5 พันล้านใน 5 ปีข้างหน้า และเป็นหมื่นล้านในอีก 5 ปีต่อไป การที่เราไม่เปลี่ยนแปลงอะไรเลยมันเป็นไปได้ยาก ผมเชื่อว่าธุรกิจ SME ส่วนใหญ่ก็เริ่มจากเงินแค่ 100,000-200,000 บาทอย่างที่ผมเริ่มมานี้แหละ แล้วค่อยๆ ขยายเป็นล้าน เป็นสิบล้าน เป็นร้อย เป็นพันล้าน หมื่นล้าน จริงๆ มันไม่ได้ยากเลย เพียงแต่คุณกล้าที่จะลงทุนหรือเปล่า เช่น คุณอยากจะมียอดขาย 5 พันล้าน ถ้าคุณไม่เพิ่มคนมาก่อน ไม่เพิ่ม Facility ก่อน ไม่มีโกดังเก็บของ ถ้ามัวมันจะไปถึง 5 พันล้านได้ไหม เป็นไปไม่ได้เลยถ้าไม่ได้เตรียมการเอาไว้ก่อน

วันนี้สิ่งที่คุณทำเรียกได้ว่าประสบความสำเร็จแล้วหรือยัง

ส่วนหนึ่งใช่ แต่ยังไม่ใช่เป้าหมายที่ผมตั้งไว้ ผมคิดว่า KARMART จะต้องไปถึงระดับโลกให้ได้ ไม่ใช่แค่ในเมืองไทยเท่านั้น ทั้งที่จริงๆ ตอนนี้แม้แต่ในเมืองไทยยังมีคนรู้จักเราไม่มากเลย แต่ตอนนี้ผมก็ไปตั้งออฟฟิศที่จีน เวียดนาม อินโดนีเซีย และหาตลาดแล้ว คืออย่างน้อยขอให้ยอดขายครอบคลุมกับเงินทุนก็ถือว่าเราประสบความสำเร็จแล้ว อย่างน้อยก็มีคนต่างประเทศได้ใช้สินค้าของเรา เริ่มรู้จักสินค้าของเรา ข้อดีอีกอย่างคือการขยายไปต่างประเทศทำให้สินค้าของเรามีต้นทุนถูกลงด้วย เพราะมีวอลุ่มมากขึ้น สามารถสั่งซื้อสินค้าได้เพิ่มขึ้นในต้นทุนที่ถูกลง คนทั่วไปอาจสั่งได้เพิ่มขึ้น แต่ KARMART สั่งเป็นแสนชิ้น ต้นทุนระหว่างหมื่นชิ้นกับแสนชิ้นต่างกันลิบลับเลย ตอนนี้เรามีไปตั้งสำนักงาน 3 ประเทศ แต่ถ้าส่งออกมี 10 กว่าประเทศ เรามีทีมส่งออกที่ประเทศเพื่อนบ้าน เช่น ลาว เวียดนาม จีน สิงคโปร์ มาเลเซีย และกำลังจะเริ่มขายออนไลน์ที่เกาหลี

ตอนนี้การลงทุนที่ถนัด ถึงจุดที่เรียกว่าคุ้มแล้วหรือยัง

ยอดขายมีแนวโน้มที่ดี เมืองจีนเป็นอะไรที่ถ้าใครทำได้ รายช้อนมาได้เลย เพราะเป็นประเทศที่ใหญ่มาก ขนาดคนที่ไม่น่าจะขายอะไรได้เขายังขายได้เป็นหมื่นล้าน ชาวจีนเป็นเศรษฐกิจใหม่กันเยอะขึ้น ซึ่งผมคิดว่าเราไปก่อนก็ยังมีโอกาสมาก่อน ค่อยๆ เริ่มทำตลาดทีละนิด คิดว่าพอถึงจุดจุดหนึ่งมันก็จะคุ้มขึ้นมาได้

จากที่ผมศึกษาตลาดต่างประเทศมาหลายๆ ปี แต่ละประเทศจะข้อของไม่เหมือนกัน เช่น สมมุติจะขายตะวันออกกลางเขาจะชอบอะไรที่ดูเยอะดูอลังการไว้ก่อน จะมาเรียบหรูเป็นอเมริกันสไตล์ไม่ได้ เขาไม่เอาแน่นอน ฉะนั้นถ้าส่งไปขายที่นี่ก็ต้องทำแพ็คเกจจิ้งใหม่ กลิ่นต้องจูนๆ แรงๆ เฟอร์นิเจอร์น่าหอมต้องเยอะมาก แต่ถ้าไปขายที่จีน คนจีนจะชอบอะไรที่กลวงๆ เรียบมากเขา

อาจจะไม่ชอบ แต่สินค้าก็ต้องดูเหมือนมีดีเทล เพราะคนจีนจะมองของจากภายนอก ของอาจไม่ดี แต่ถ้าขายแพงจะเข้าใจว่าของชิ้นนี้มีคุณภาพดี ขายที่เมืองจีนจะแพงกว่าเมืองไทย 2-3 เท่า อย่างเบิ่งตลับละ 200 สามารถขายที่นั่นได้ประมาณ 500 บาท

KARMART มีกลยุทธ์ในการกระจายสินค้าอย่างไร

เราเริ่มต้นธุรกิจนี้จากการค้าส่ง แล้วค่อยขยายไปส่วนค้าปลีก ทำให้ตอนนี้ไปที่ไหนก็มีสินค้าของ KARMART วางขายอยู่ ขายตามถนนยังมีเลยช่องทางที่สองคือโมเดิร์นเทรด แล้วก็ไปพวก Special Store, Drug Store แล้วก็ร้าน KARMART เราเองด้วยประมาณ 60 สาขา จริงๆ เคยแตะถึง 100 สาขา แต่เรามีการปรับเปลี่ยนพื้นที่ใหม่เนื่องจากธุรกิจเราไม่ต้องการเปิดแข่งกับคู่แข่ง นอกจากนี้ เรายังมีขายแบบไดเร็กเซลล์แบบที่มีแค็ตตาล็อก และขายออนไลน์ด้วย

อะไรเป็นความยากของการทำธุรกิจสินค้าแล้ว

การสร้างแบรนด์เพื่อทำให้ผู้บริโภคเกิดความเชื่อถือในตัวสินค้า ซึ่งต้องใช้เวลา เครื่องสำอางหลายยี่ห้อในไทยใช้เวลาเป็น 10-20 ปีกว่าคนจะเชื่อมั่น KARMART เองเพิ่งจะทำแบรนด์มาได้แค่ 5 ปีเอง ยังต้องใช้เวลาในการทำตลาดให้คนเชื่อมั่นและซึมซับกับสินค้าของเราไปเรื่อยๆ เรียกว่าเริ่มยอมรับดีกว่า สินค้าที่เราขายมีหลายเซกเมนต์ทุกคนจะมองเราเป็น KARMART ก่อน แต่คนที่รู้จักแบรนด์เราน้อย เราต้องทำให้คนเชื่อในตัวแบรนด์ด้วย ไม่ใช่เฉพาะ KARMART อย่างเดียว เพราะ KARMART ไม่ใช่สินค้า แต่เป็นร้านค้าซึ่งข้างในช็อปก็จะมีสินค้าหลายๆ แบรนด์ ซึ่งตอนนี้เรากำลังปรับเปลี่ยนแผนกบริหารจัดการแบรนด์ มีแต่งตั้งผู้จัดการแบรนด์ขึ้นมาดูแลสินค้าแต่ละแบรนด์ เชื่อว่าอนาคตจะเห็นเป็นรูปเป็นร่างมากขึ้น ผมเชื่อว่าสินค้าหลายตัวสามารถเห็นผลสำเร็จได้ หากทำได้ก็จะกลายเป็นว่าใน KARMART มีสินค้าหลายแบรนด์ที่ประสบความสำเร็จ

แต่ต้องยอมรับว่าตอนแรกเราไม่ให้ความสำคัญอะไรเลย ผู้บริโภคเอาไปใช้แล้วเอาไปแชร์กัน ธุรกิจของเราเติบโตในช่วงดิจิทัลด้วย คนเริ่มใช้อินสตาแกรม เริ่มใช้เฟซบุ๊กกันเพิ่มมากขึ้นแบบก้าวกระโดดในแต่ละปี อย่าง Line คนไทยใช้ในระดับท็อปของโลกเลย ฉะนั้นการที่เราทำการตลาดผ่านช่องทางออนไลน์ค่อนข้างทำให้ผู้บริโภคซึมซับได้ง่าย ขณะเดียวกันเราก็เริ่มจ้างพรีเซ็นเตอร์ที่เป็นแม่เหล็กดึงดูดผู้คน ทำให้คนรู้สึกว่าขนาดพรีเซ็นเตอร์ที่ตั้งขนาดนี้ยังเป็นพรีเซ็นเตอร์ให้เราเลย จากเดิมที่เราใช้แต่นางแบบเกาหลี นักร้องเกาหลี ช่วงปีที่ผ่านมามาเริ่มใช้พรีเซ็นเตอร์คนไทย คือการที่เราจะไปบอกให้ใครๆ ทักมาใช้แบรนด์ของเราไม่ใช่เรื่องง่าย โดยเฉพาะคนที่ไม่มีแบรนด์ของตัวเองอยู่ในใจแล้ว แต่ถ้าเราให้คนที่ที่มีลักษณะเป็นแม่เหล็กของสังคม มีคนติดตามหลักแสนหลักล้าน อาจทำให้ได้คนกลุ่มหนึ่งมาชื่อ KARMART ให้เพิ่มขึ้นและถ้าคนกลุ่มนี้ใช้แล้วดีก็อาจมีการบอกต่อเราก็จะได้คนกลุ่มใหม่ๆ เพิ่มเข้ามาอีก เป็นการสะสมฐานลูกค้าให้กว้างขึ้นเรื่อยๆ

จุดแข็งของ KARMART คืออะไร

ก็ต้องสู้กันที่ไอเดีย ยกตัวอย่าง โลกนี้บางธุรกิจมีเป็นหลายร้อยแบรนด์ ถามว่าแบรนด์เราต่างกับที่เหลือยังไง คือคอนเซ็ปต์ นวัตกรรม สิ่งเหล่านี้ทำให้เราแตกต่างจากคู่แข่งได้ เพราะถ้าไอเดียดียังไงคนก็ซื้อ เราจะไม่ค่อยทำตามสินค้าที่กำลังฮิต เพราะมองว่ามันเหนือกว่าที่จะไปแข่งกับเขา แต่จะใช้ไอเดียคิดอะไรใหม่ๆ มากกว่า ก็จะพัฒนาสินค้าที่ช่วยแก้ปัญหาต่างๆ ให้กับผู้บริโภคออกมาได้

ยกตัวอย่าง ครีมนวดหน้าขาวของเราสต็อกค้างเยอะมาก เพราะช่วงนั้นมีแบรนด์อื่นๆ เข้ามาตีตลาดเยอะแล้วราคาถูกลงด้วย เราเลยพลิกเปลี่ยนจากที่ทาหน้าให้มาทาตัวได้ด้วย ทาแล้วตัวขาว เพราะคนจะนอยด์เวลาที่มีคนทักหน้าขาวแต่ตัวไม่ขาว เราก็ไปขอจดแจ้งใหม่ว่าทาหน้าได้ก็ทาตัวได้ กลายเป็นว่าจากที่ค้างสต็อก 40,000-50,000 ชิ้น หมดเกลี้ยงเลยไม่พอขายด้วย ช่วงนั้นเดือนหนึ่งขายได้เป็นแสนชิ้น นั่นเป็นจุดที่ทำให้รู้สึกว่าจะจริงๆ แล้วมันอยู่ที่ไอเดียในการขาย

ด้วยธุรกิจที่อิงกระแสเกาหลี ถ้าวันไหนกระแสเกาหลีหายไปคุณจะทำยังไง

แต่เดิมเราอิงเกาหลี แต่ตอนนี้เรามีการริเริ่มแบรนด์ใหม่ มีการเปลี่ยนภาษาข้างล่างโลโก้ ถ้าเป็นแบรนด์เก่าๆ อย่าง Cathy Doll ยังมีความเป็นเกาหลีอยู่ แต่ถ้าเป็นแบรนด์ใหม่ๆ จะไม่มีภาษาเกาหลีบนแพ็คเกจจิ้งแล้ว และเราจ้างนางแบบอินเตอร์มาเป็นพรีเซนเตอร์ บางแบรนด์ก็จะมีความเป็นไทย มีภาษาไทยบนแพ็คเกจจิ้ง คือช่วงหลังเราพยายามทำให้มีความหลากหลายไม่อิงกับกระแสเกาหลีมากนัก แต่ว่ากันจริงๆ กระแสเกาหลีก็น่าจะยังอยู่อีกนาน เราก็ไม่ได้วางใจไปเลย เพียงแค่เตรียมการไว้ก่อน เพราะจะเหมือนกับยุคหนึ่งที่ญี่ปุ่นได้รับความนิยมในเมืองไทย แต่พอเกาหลีมาญี่ปุ่นก็หายไปเลย

อะไรคืออุปสรรคสำคัญของธุรกิจนี้ และแนวทางในการแก้ปัญหา

จริงๆ อุปสรรคเยอะมาก เล่าให้ฟังประมาณ 3 เรื่องที่หนักๆ อย่างแรกเลยคือสินค้าก็อปปี มีตั้งแต่ก็อปปีเล็กๆ น้อยๆ ไปจนถึงก็อปปี 100 เปอร์เซ็นต์เลย บางคนเรียกว่า Me Too Product คือสินค้าที่คล้ายๆ กัน ชื่อทดแทนกันได้ สินค้าบางตัวที่มียอดขายดีๆ อย่างครีมอาบหน้า ปีหนึ่งขายได้หลักแสนขวด พอมีของปลอมแบบ 100 เปอร์เซ็นต์ออกมาขายตัดราคาสัก 5-10 บาท ยอดขายตกไปเกินครึ่ง เราก็แก้ปัญหาด้วยการหาวิธีอธิบายให้ลูกค้าสามารถแยกออกถึงความแตกต่างระหว่างของจริงกับของปลอม ตอนแรกๆ มีทำสติ๊กเกอร์กันปลอมออกมา ปรากฏว่าเขาก็ปลอมสติ๊กเกอร์เราได้อีก ตอนหลังเรามีการปรับแพ็คเกจจิ้งไปเรื่อยๆ ถ้าสังเกตให้ดีจะเห็นว่าแบรนด์ต่างๆ หลายแบรนด์ก็มีการปรับเปลี่ยนแพ็คเกจจิ้งเหมือนกัน โดยจะเปลี่ยนแบบ Minor Change ทุกๆ 1-2 ปี เพื่อให้ทันต่อตลาด และหลบเลี่ยงของปลอม พอเปลี่ยนแล้วก็ลงโฆษณาเพื่อประกาศให้คนรับรู้ถึงแพ็คเกจจิ้งใหม่

อุปสรรคที่สองที่เจอ คือสต็อกสินค้า เนื่องจากสินค้าเรามีประมาณ 3,000 รายการ เราต้องมีทีมงานเยอะในการดูแล ซึ่งเป็นเรื่องที่ยุ่งยากมาก พอๆ กับการทำตลาด เป็นอีกหนึ่งบทเรียนของเราเหมือนกันว่า การมีรายการสินค้าจำนวนมากๆ ทำให้เกิดปัญหาการจัดการได้ ทุกวันนี้หากสินค้าขายไม่หมดก็ต้องตัดใจทิ้งไป ทำให้รู้ว่าถ้าเรามีสินค้ามากรายการก็ไม่ได้ทำให้ยอดขายได้เพิ่มขึ้นไปกว่าการมีสินค้าน้อยรายการหน่อย แต่มีการทำตลาดดีๆ ช่วงหลังเราก็พยายามจะลดรายการสินค้าบางตัวออกไป

อุปสรรคสุดท้ายที่ผมเชื่อว่าทุกธุรกิจต้องเจอ คือเรื่องของทีมงาน เราเจอทั้งพนักงานโกง หรือเอาข้อมูลของเราไปให้บริษัทอื่น บางคนก็ดี แต่เพราะอยากเติบโตเร็วๆ ก็ทำกับเราแค่ 1-2 ปี แล้วก็ย้ายไปอยู่กับบริษัทอื่น ทำให้มีเทิร์นโอเวอร์ค่อนข้างเยอะ เราแก้ปัญหาด้วยการเพิ่มสวัสดิการต่างๆ เพื่อดึงดูดใจพนักงานให้อยู่กับเรานานขึ้น และมีกำลังใจในการทำงานอย่างเต็มที่ คือทำยังไงให้เขารู้สึกว่าเราไม่ได้เห็นเขาเป็นแค่พนักงาน แต่เป็นคนในครอบครัว

คุณวางแผนอนาคตของ KARMART ไว้อย่างไร

เป้าหมายแรก เราอยากมียอดขายเป็นหมื่นล้าน คิดว่าไม่เกิน 5 ปี ได้ 5 พันล้าน 10 ปีก็ต้องได้หมื่นล้านแน่ๆ คือต้องทำให้ได้ อีกเป้าหมายหนึ่งคือ KARMART จะต้องเป็นที่รู้จักให้มากกว่านี้ภายใน 5 ปี อาจจะต้องไปไว้ที่แค่คนเอเชียก่อน ในส่วนของเงินได้หวั่น ฮ้อกงง ญี่ปุ่น อย่างน้อยก็รู้จักแล้วว่า KARMART คือใคร ไม่ต้องซื้อใช้ก็ได้นะ แค่พูดถึง KARMART แล้วรู้ว่าเป็นใคร สักประมาณ 10 ปี เราหวังว่าจะมีคนใช้สินค้าของเรามากขึ้น เริ่มมีตลาดอเมริกา ออสเตรเลีย คืออยากให้เป็นไกลบอลมากขึ้น ในอีก 5-10 ปีข้างหน้า **S**

“

การสร้างแบรนด์ของเราเอง
 ทำให้เราได้เป็นเจ้าของลิขสิทธิ์แบรนด์เอง
 โดยที่ไม่ต้องไปอิงกับเกาหลี
 คนที่ทำธุรกิจนำเข้าสินค้าแบรนด์เกาหลี
 อาจเสี่ยงต่อการที่เจ้าของลิขสิทธิ์
 อาจไม่ต่อสัญญาก็ได้
ซึ่งเป็นเรื่องน่าเสียดาย
 ถ้าเรากุ้มเงินทำตลาดไปตั้งเยอะ
 จนสินค้าตีตลาดแล้ว

”



FLOW ACCOUNT

ผู้ช่วย SME มือใหม่

Text : กอบสุวรรณอักษร Photo : Otto



อย่างที่ทราบกันดีว่า อุปสรรคในการบริหารจัดการทางการเงินของผู้ประกอบการขนาดเล็กคือ เรื่องของการทำบัญชี ไม่ว่าจะเป็นการที่ไม่มีความรู้ ทำบัญชีไม่เป็น หรือการที่ไม่มีเงินจ้างพนักงานบัญชีมาประจำที่บริษัทก็ตาม ขณะเดียวกันระบบซอฟต์แวร์บัญชีในปัจจุบันที่มีอยู่ในท้องตลาดก็เป็นระบบที่ค่อนข้างยาก ซึ่งเหมาะกับนักบัญชีมากกว่า ฉะนั้นถ้าไม่มีความรู้ ไม่มีประสบการณ์เมื่อต้องมาเจอกับโปรแกรมบัญชีเต็มรูปแบบดังกล่าวก็กลายเป็นความยุ่งยาก

ด้วยความเข้าใจปัญหานี้ ทำให้ กฤษฎา ชุตินธร Co-Founder บริษัท Flow Account ได้พัฒนาซอฟต์แวร์ Flow Account ขึ้นมา เพื่อช่วยผู้ประกอบการ SME ที่เพิ่งเริ่มต้นทำธุรกิจสามารถทำบัญชีเบื้องต้นได้ ซึ่งล่าสุดซอฟต์แวร์นี้ยังได้รับรางวัลชนะเลิศจากโครงการ AIS The Startup 2015 อีกด้วย

“ไอเดีย Flow Account มาจากการที่เราเป็นผู้ประกอบการขนาดเล็กที่ทำธุรกิจด้านซอฟต์แวร์ พอบริษัทเล็กอะไรๆ ก็ต้องทำเองทุกอย่าง รวมทั้งงานด้านบัญชีด้วย ทำให้เข้าใจปัญหานี้ เราจึงพัฒนา Flow Account เพื่อมาแก้ปัญหาที่เรามีว่า จะทำยังไงเราถึงจะบริหารงานบัญชีของบริษัทเล็กๆ แบบง่ายๆ ไม่ยุ่งยากซับซ้อน ช่วยประหยัดเวลาได้ คือขอให้สิ้นเดือนได้รู้ว่ามียอด รายจ่าย ยอดค้างรับ ถ้าไปประมาณเท่าไร เพื่อจะได้บริหารจัดการทางการเงินต่อไป”

ทั้งนี้ กฤษฎาอธิบายว่า Flow Account เป็นซอฟต์แวร์ที่เหมาะสมสำหรับธุรกิจขนาดเล็กที่มีพนักงานเพียง 5-10 คน หรือที่เพิ่งเริ่มต้นธุรกิจ ซึ่งธุรกิจเหล่านี้มักจะไม่มียุทธศาสตร์ที่เหมาะสม โดยมองว่าหากสามารถจัดระเบียบบัญชีเบื้องต้นได้ ก็จะเป็นฐานที่ดีที่ช่วยให้สามารถประสบความสำเร็จทางธุรกิจได้

“ตั้งใจให้กับธุรกิจเอสเอ็มอีขนาด 5-10 คน หรือเป็นฟรีแลนซ์ก็ได้ และเหมาะกับบริษัทที่ไม่มีนักบัญชีประจำ ซึ่งธุรกิจขนาดเล็กจะมีปัญหาคล้ายๆ กันคือ ไม่มีวิธีการเอกสารที่เป็นระบบ ไม่มีวิธีการจัดบันทึก ซอฟต์แวร์นี้จะช่วยบริหารจัดการงานเอกสารที่ยุ่งยากให้เป็นเรื่องง่าย สามารถเปิดเอกสาร ใบเสนอราคา ใบวางบิล ใบกำกับภาษี และใบสั่งซื้อ ได้ทันที ช่วยบริหารยอดค้างชำระ ทำให้เก็บเงินได้ตามเวลาที่กำหนด และรายงานสรุปสำหรับเตรียมเอกสารส่งสำนักงานบัญชีทุกสิ้นเดือน”

Flow Account เป็นระบบบัญชีออนไลน์ และมีแอปพลิเคชันด้วย จึงทำให้สามารถทำงานได้ทุกที่ ทุกเวลา ซึ่งคำว่าทำงานได้ทุกที่นั้นมีความสำคัญกับธุรกิจขนาดเล็กที่ไม่มีพนักงานธุรการ ไม่มีเลขานุการ เป็นอย่างมาก เพราะหากทำงานอยู่นอกสถานที่แล้วสามารถเปิดเอกสารผ่านระบบออนไลน์ได้ก็จะทำให้เกิดความสะดวก และมีประสิทธิภาพมากขึ้น

“เราจะมีการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง บางทีลูกค้าแนะนำว่าอยากได้ฟังก์ชันอื่นเพิ่ม เราก็สามารถพัฒนาและอัปเดตได้เพราะเป็นระบบออนไลน์ ลูกค้าก็จะได้อะไรใหม่ๆ ที่เป็นประโยชน์เพิ่มขึ้นตลอดเวลา ซึ่งไม่เหมือนกับซอฟต์แวร์สมัยก่อนที่ว่าทำอะไรมาแล้วขายเป็นกล่องแล้วก็ใช้อยู่อย่างนั้น โดยจะมีทั้งระบบฟรีและมีค่าใช้จ่าย ซึ่งเราคิดค่ามากปีละประมาณ 990 บาท เราตั้งใจทำให้ไม่แพง เพื่อให้คนส่วนใหญ่สามารถใช้ได้”

เมื่อเงินหมดกระเป๋าค่า

จะ ทำให้

ผู้ประกอบการเก่งขึ้น?

Text : เฉษฐา สุวรรณอักษร

1

เราจะมีคำถามที่เจ็บคมากขึ้น และมีคำตอบที่ดีกว่าเดิม

ตอนที่เรารู้เงินที่เก็บสะสมมาหลายปีไปลงทุนทำธุรกิจสักอย่าง การตัดสินใจในเรื่องบางเรื่องของเราอาจลังเล สับสน หรือพุ่งชนไปบ้าง ซึ่งบางครั้งเมื่ออยู่ในสถานการณ์หลังชนฝาและธุรกิจกำลังอยู่ในภาวะที่เสี่ยงต่อการปิดกิจการ สิ่งสำคัญคือ ต้องไม่ลืมที่จะใส่ใจกับคำถามในสถานการณ์นั้นๆ

แทนที่จะถามว่า “ทำไมเรื่องแบบนี้ถึงเกิดขึ้นกับเราบ่อยนัก”

ให้เปลี่ยนเป็นคำถามที่จะช่วยพัฒนาตัวเองแทน เช่น “สิ่งที่เราได้เรียนรู้จากเหตุการณ์ในครั้งนี้คืออะไร”

จากคำถามดังกล่าว อาจทำให้เราได้เริ่มคิดทบทวนว่า ทำไมธุรกิจถึงมาอยู่ในสถานการณ์ที่ย่ำแย่ได้ขนาดนี้ เพราะเราฟุ่มเฟือย ไม่ทำบัญชีรายรับรายจ่ายให้ชัดเจน หรือเราอาจเอาเวลากับเงินไปใช้กับเรื่องที่ไม่สำคัญต่อธุรกิจก็เป็นได้

2

เราจะมีดวงการใช้เงินมากยิ่งขึ้น

หากเดิมที่เราเคยใช้เงินมากเกินไปจนเงินในธนาคารหมดไปจนเงินส่วนตัว ที่สำคัญคือ ไม่สนใจที่จะทำการเงินอีกต่างหาก ซึ่งการใช้เงินแบบนี้ไม่มีดวงใช้นั้น จะทำให้ธุรกิจเสี่ยงต่อการถูกปิดกิจการ ถ้ากำลังมาในเส้นทางสายนี้อยู่ ควรรีบเปลี่ยนวิธีการใช้เงินและแนวคิดเสียใหม่

จากความคิดธรรมดาที่ทำไมเงินลงทุนจมไปกับสิ่งที่ไม่ก่อให้เกิดรายได้ “ตกแต่งออฟฟิศให้สวยยังงี้” ไปเป็น “จะจ่ายเงินลงทุนอย่างไรให้ได้รับผลตอบแทนกลับมาคุ้มค่าที่สุด”

3

เมื่อพบปัญหา เราจะพบว่า “ความหวัง” ไม่ใช่ “แผน”

ไม่ใช่เรื่องแปลกอะไร ถ้าเราพบกับปัญหาระหว่างดำเนินธุรกิจ เช่น ลูกค้านำเงินไม่ตรงเวลา เช็คเด็ง หรือปัญหาด้านอื่นๆ อีกมากมาย เราอาจจะหวังว่าสถานการณ์ควรจะดีขึ้นในวันต่อไป แต่ขอแสดงความเสียใจด้วยที่ “ความหวัง” ไม่ใช่ “แผน”

สมมุติบริษัทจำเป็นต้องใช้พนักงานขาย เพราะเป็นช่องทางหลักในการสร้างยอดขายเพื่อทำกำไรให้กับบริษัท แต่เดือนแรกๆ พนักงานขายไม่สามารถทำงานได้อย่างที่หวังเอาไว้ และคุณก็ไม่ได้คิดแผนสำรองเอาไว้ เพราะหวังว่าเดือนต่อไป ยอดขายน่าจะกระเด้งขึ้น แต่สุดท้ายมันกลับแยกลง ที่แย่ที่สุดก็จะกลายเป็นวิกฤตทางการเงินของบริษัท เพราะสินค้าขายไม่ได้ แต่รายจ่ายซึ่งเป็นต้นทุนคงที่อย่างค่าจ้าง ค่าน้ำ ค่าไฟ ค่าเช่าที่เราต้องจ่ายอยู่ทุกเดือน ถ้าคุณไม่ลงมือแก้ไขสถานการณ์ ก็มีแต่เงินกับเงินอย่างแน่นอน

NEED A NEW NEEDLE ศิลปะขายได้

Text : กฤษณา สังข์วงศ์ / Photo : Otto

เพราะรู้ว่างานปักคืองานที่รัก
และอยากสร้างสรรค์งานศิลปะที่ขายได้
กรรพิกสาววัย 25 ปี จึงเลือกทำงานประจำ
เพื่อออกมาทำในสิ่งที่รัก
ณ ตอนนี้เธอกลายเป็นศิลปินนักปัก
เจ้าของแบรนด์ Need a New Needle
ที่ไม่เพียงแต่เป็นที่รู้จักในไทย
หากแต่ผู้หลงใหลเล่นทั้งงานปักในต่างแดน
ก็รู้จักแบรนด์ของเธอเช่นกัน



พลอย-พลอยศิริ รั้งคดิลก ชอบทำงานฝีมือตั้งแต่เด็กอย่างงานประดิษฐ์ประดิษฐ์ และสอยผ้า แต่ไม่เคยคิดว่าจะชอบงานปักผ้า จนเมื่อได้ไปฝึกงานที่สำนักพิมพ์ Polkadot ขณะนั้นทางสำนักพิมพ์ทำหนังสือเกี่ยวกับงานปักผ้าและเธอได้เข้าไปช่วยงาน จึงทำให้ได้รู้จักกับงานฝีมือประเภทนี้ และเกิดหลงรักในที่สุด

“เราทำงานกราฟิกดีไซน์หลังเรียนจบ แต่มีงานอดิเรกเป็นงานปักผ้า และสร้างเพจเฟซบุ๊กชื่อ ployseepage ขึ้น เพื่อเป็นพื้นที่โชว์งานปักของเรา หลังจากทำงานประจำได้ระยะหนึ่งก็ลาออก เพราะตาแพ้แสงจากการใช้คอมพิวเตอร์เป็นเวลานาน เมื่อไม่ได้ทำงานก็มีเวลาปักผ้ามากขึ้น ตอนนั้นเลยปักเสื้อยืดเป็นเนื้อเพลงแล้วถ่ายรูปลงอินสตาแกรม ปรากฏว่ามีคนที่ติดตามเพจมาสั่งซื้อ เมื่อเห็นว่าขายได้ก็อยากทำชุดเดรสปักลายขายบ้าง เราเขียนแพตเทิร์นไม่เป็นก็วาดแบบลายเส้นการ์ตูนไปให้ช่างเลย”

เสน่ห์ของ Need a New Needle ไม่ใช่แค่ตัวการ์ตูนที่พลอยออกแบบเอง หากแต่ยังอยู่ที่การตัดชุดด้วยผ้าลินิน ผ้าธรรมชาติที่แม้จะยังง่ายแต่ใส่สบาย และการเล่นลวดลายที่เข้ากับสีของผ้า เช่น หากนำผ้าสีเขียวกับฟ้ามาต่อกันแล้วตัดเป็นเส้น ลายของเส้นจะเป็นบ้าน ต้นไม้ ก้อนเมฆ หากผ้าสีฟ้าล้วนจะปักลายคนว่ายน้ำ และผ้าสีแดงจะปักลายเมล็ดแตงโต ไม่เพียงเท่านั้น เธอได้เพิ่มเทคนิคภาพพิมพ์ลงไปด้วยเพื่อให้งานดูสนุกยิ่งขึ้น โดยแกะสลักยางลบและทำบล็อกสกรีนเป็นรูปที่ออกแบบเองแล้วปักลายด้วยหมึกปักผ้า

ทั้งนี้ เพราะเข้าใจว่าความชอบของแต่ละคนนั้นต่างกัน ลูกค้าจึงสามารถสั่งปักลายตามชอบได้ แต่จะใช้เวลาในการทำงานสักหน่อย เพราะต้องคิดและวาดลายขึ้นใหม่ โดยจะคิดราคาลายที่สั่งปักตามจำนวนชั่วโมงที่ปักงานตั้งแต่เริ่มจนแล้วเสร็จ ดังนั้น ยิ่งลายมีความละเอียดมาก ราคาก็จะสูงตามไปด้วย นอกจากนี้ ลูกค้าสามารถสั่งตัดชุดที่พลอยออกแบบตามไซส์ของตนเองได้ แต่ต้องวัดไซส์มาให้พอดี เพราะหากเกิดความผิดพลาดจะไม่รับเปลี่ยน เนื่องจากนำไปขายต่อได้ยาก ส่วนใครที่สั่งไซส์ S M และ L แล้วใส่ไม่ได้ สามารถเปลี่ยนได้ แต่รับเปลี่ยนเฉพาะลูกค้าที่อยู่ในไทยเท่านั้น

อย่างที่เกริ่นไปข้างต้น Need a New Needle เป็นที่รู้จักในหมู่ผู้ชื่นชอบงานปักทั้งชาวไทยและต่างชาติ โดยพลอยบอกเราว่า ตอนนี้สัดส่วนลูกค้าต่างประเทศทั้งจากไต้หวัน ฮองกง และสิงคโปร์มีมากถึง 80 เปอร์เซ็นต์ ซึ่งเพิ่มมาจาก Pinkoi เว็บไซต์ซื้อ-ขายงานดีไซน์สัญชาติไต้หวัน

“มีเพื่อนชาวไต้หวันแนะนำให้ลงขายใน Pinkoi โดยให้เลือกขายแบบ Designer เพราะจะทำให้ลูกค้าเชื่อถือในงานมากกว่าขายแบบ Studio และด้วยความที่ลูกค้าส่วนใหญ่พิมพ์ข้อความเป็นภาษาจีนมากกว่าภาษาอังกฤษ จึงต้องใช้ Google Translate ช่วยแปล เพื่อให้เข้าใจคร่าวๆ ว่าลูกค้าต้องการอะไร ซึ่งโดยมากพวกเขาจะถามเรื่องไซส์และสีของเส้นผ้า และตอนนี้อินสตาแกรมก็มีลูกค้ายุโรปติดตามเพิ่มขึ้นเรื่อยๆ โดยพวกเขาตามมาจากบทความรีวิวงานของเราที่เขียนโดยบล็อกเกอร์ชาวยุโรป”

ด้วยความที่เป็นงานทำมือ เส้นผ้าแต่ละชุดจึงมีราคาสูง แต่ถึงกระนั้นก็ขายไม่ยาก เพราะยังมีกลุ่มลูกค้าที่เป็นผู้หญิงวัยทำงานจนถึงวัยเกษียณที่คิดถึงงานปัก คิดถึงเส้นผ้าที่ตัดจากผ้าลินิน และแม้จะมีลูกค้าบางรายต่อราคาลง แต่เธอก็ยืนยันที่จะไม่ขายแบบลดราคา เพราะเหมือนเป็นการลดคุณค่าของงาน เมื่อยืนยันเช่นนั้น เวลาออกบู๊ธจึงเลือกงานอีเวนต์ที่เกี่ยวข้องกับงานทำมือ เพราะคนที่มาเดินงานจะเข้าใจว่า ทำไมจึงตั้งราคาสูง และทำไมจึงลดราคาไม่ได้

“ถ้าอยากเข้าไปอยู่ในตลาดงานทำมือ สิ่งแรกที่ต้องมีคือ Passion ว่า อยากทำอะไร ซึ่งอยากให้เลือกทำสิ่งที่รัก เพราะเราจะสามารถอยู่กับมันได้ทั้งวัน ไม่มีเบื่อ จากนั้นลงมือสร้างงานออกมา แต่ไม่ต้องทำเยอะ เพราะไม่รู้ว่าขายได้หรือไม่ เพื่อลดความเสี่ยงอาจทำแค่ชิ้นหรือสองชิ้นแล้วโพสต์ภาพสินค้าลงบนช่องทางออนไลน์ต่างๆ ที่มีในมือ ถ้าได้รับการตอบรับดีค่อยทำสต็อกสินค้าขึ้นมา หรืออาจเปิดรับงานแบบ Made to Order ในช่วงแรก เมื่อมั่นใจว่าสินค้าเป็นที่ต้องการของตลาดแล้วจึงเพิ่มปริมาณการผลิตก็ไม่ถือว่าสาย”



ALLA MODA แฟชั่นของสาวเมือง

Text : รัชมี พันธุ์รุ่งจิตติ / Photo : Otto

การเกิดและเติบโตในครอบครัวที่ทำธุรกิจ
รับจ้างผลิตเสื้อผ้าให้กับแบรนด์ต่างๆ

ทำให้สองพี่น้อง

เนติ-สุกัญญา และ นิว-นพพร มธุพร

ได้มีโอกาสคลุกคลีและเรียนรู้ธุรกิจนี้มาแต่ตั้งเด็ก
ด้วยเหตุนี้จึงตั้งใจที่จะสานต่อธุรกิจของครอบครัว

และพยายามต่อยอด ด้วยการสร้างแบรนด์

เสื้อผ้า Alla Moda ของตนเอง

โดยอาศัยฐานธุรกิจเดิมมาเป็นตัวหนุนช่วย



“ครอบครัวเราเป็น OEM รับจ้างผลิตเสื้อผ้าให้กับแบรนด์ดังอยู่แล้ว ประกอบกับตัวเองเป็นคนชอบแฟชั่นมาตั้งแต่เด็ก ก็เลยตัดสินใจเรียนทางด้าน Fashion Entrepreneurship ที่ลอนดอน เพราะตั้งใจเลยว่ายังไงก็ต้องมาทำธุรกิจของครอบครัว แต่พอได้มาทำงานจริงๆ ได้มีโอกาสคุยกับช่างที่เก่ง ได้เจอซัพพลายเออร์ ได้ไปดูสินค้าเลยกลายเป็นแรงบันดาลใจให้เราอยากจะสร้างแบรนด์ของตัวเองขึ้นมา ซึ่งคิดว่าถ้าไม่เริ่มทำในตอนนี้นั้นก็จะเป็นแค่ความฝันอยู่อย่างนั้น เลยทำแบรนด์ Alla Moda ขึ้นมาเมื่อปีที่ผ่านมานี้” สุกัญญา ซึ่งเป็นหัวเรี่ยวหัวแรงในการปั้นแบรนด์ Alla Moda เล่าถึงจุดเริ่มต้นในการต่อยอดธุรกิจครอบครัว

สุกัญญานั้นเรียนมาทางด้านแฟชั่นโดยตรงจึงรับผิดชอบดูแลงานด้านการผลิตและการออกแบบทั้งหมด ส่วนนพพร น้องสาวเรียนมาทางไฟแนนซ์ จึงเป็นฝ่ายสนับสนุน ดูแลงานด้านการเงิน สต็อก ฯลฯ จึงเป็นการแบ่งภารกิจหน้าที่ลงตามความถนัดของทั้งคู่

ทั้งนี้ Alla Moda ถูกวางคอนเซ็ปต์เอาไว้ว่าเป็นแบรนด์เสื้อผ้าสำหรับผู้หญิงคนเมืองที่ ณ ปัจจุบันจะมีไลฟ์สไตล์ที่หลากหลายตั้งแต่เข้าจรวดค้า เสื้อผ้าจึงเป็นอีกหนึ่งทางเลือกที่ทำให้ชีวิตมีสีสันขึ้น โดย Alla Moda จะเป็นทางเลือกสำหรับสาวเมืองที่สามารถสวมใส่เพียงชุดเดียวแต่ทำกิจกรรมต่างๆ ได้ตลอดทั้งวัน โดยไม่ต้องไปเปลี่ยนชุดให้ยุ่งยาก

“ด้วยความที่เราเป็นผู้ผลิตอยู่แล้ว ทำให้มีความได้เปรียบ คือเรามีโอกาสที่จะทดลองตลาดก่อนที่จะลงมือผลิตจริง พอเริ่มทำคอลเลกชันใหม่ขึ้นมา ทำตัวอย่างเสร็จเวลาไปออกบูธก็เอาไปทดลองขายก่อน ลูกค้ายิ้มคอมเมนต์อะไรกลับมา เราก็เอามาปรับอีกทีแล้วค่อยทำจริงขึ้นมา ซึ่งถ้าเราไม่มีโรงงานเองจะทำแบบนี้ไม่ได้แล้วก็มีปัญหาเรื่องจำนวนที่สั่งผลิต คือต้องมีสต็อกเยอะพอสมควร อีกอย่างบางทีลูกค้าบอกว่าขอเอาเข้าหน่อย เราสามารถปรับให้ได้ ถือเป็นบริการจากทางเรา ส่วนผ้าจะนำเข้า โดยเราจะเลือกผ้าที่มีจำนวนน้อย มีจำกัดเพื่อไม่ให้ซ้ำกับใคร”

ขณะที่นพพรกล่าวเสริมว่า นอกจากการขายผ่านออนไลน์แล้ว ยังเน้นออกบูธในงาน Flea Market ทำให้มีโอกาสได้คุยกับลูกค้า ทำให้ลูกค้าเข้าถึงแบรนด์ ไร่ใจแบรนด์มากขึ้น และยังใช้กลยุทธ์สร้างความสัมพันธ์กับลูกค้าเก่าเพื่อสร้างความเข้มแข็งให้กับแบรนด์อีกด้วย

“การออกบูธเป็นการเปิดให้ลูกค้าได้เจอกับเราจริงๆ ทำให้การตัดสินใจซื้อออนไลน์ง่ายขึ้น แต่ก็ต้องเลือกงานเพราะเดี๋ยวนี้ Flea Market มีเยอะมาก โดยจะเลือกจากทำเลและกลุ่มเป้าหมายเป็นหลัก แต่เนื่องจากเราเป็นแบรนด์เสื้อผ้า เวลาซื้อก็อยากให้เราลองสวมเพราะเป็นเรื่องของแพตเทิร์น เราเลยจะมีห้องลองให้ด้วย เพื่อที่เราจะได้สามารถแนะนำไซส์ที่เหมาะสมหรือทรงที่เหมาะสมกับเขาได้ ขณะเดียวกันเรามองว่าเรื่องความสัมพันธ์กับลูกค้าเป็นเรื่องสำคัญมาก เราจะมีบันทึกข้อมูลลูกค้าเอาไว้หมดเลย นอกจากจะบันทึกสัดส่วนเบอร์โทรแล้ว เรายังบันทึกสไตล์ความชอบของเขา หรือบางทีมีกระทั่งว่าเขามากับใครด้วยคือทำข้อมูลค่อนข้างละเอียดมาก เพื่อที่ว่าเราจะได้รับการได้ถูกใจเขา อีกอย่างเราจะให้ความสำคัญกับลูกค้าเก่า เพราะเป็นเหมือนฐานที่ทำให้แบรนด์ของเราแข็งแรง โดยเราจะให้โอกาสลูกค้าเก่าได้เห็นสินค้าก่อน ถ้าจะออกคอลเลกชันใหม่ เราจะส่งรูปไปให้เขาส่วนตัวก่อนที่จะลงออนไลน์ เพื่อจะได้มีโอกาสเลือกซื้อก่อนคนอื่น เขาจะรู้สึกพิเศษขึ้นมา”

สำหรับเป้าหมายของ Alla Moda นั้น สุกัญญาบอกว่า ทุกวันนี้ก็มีลูกค้าในเอเชียเพิ่มมากขึ้นเรื่อยๆ ดังนั้น จึงตั้งใจจะเปิดตลาดต่างประเทศด้วย โดยในขณะนี้กำลังศึกษาตลาด และเตรียมความพร้อมของสินค้า โดยคาดว่าจะอีกไม่นานจะได้เห็น Alla Moda ไปจัดแสดงในต่างประเทศอย่างแน่นอน 📍

f ALLA MODA Thailand
☎ 09-2279-0390
LINE allamodafashion

SHOPEE

ตลาดออนไลน์ใหม่ของนักช้อป

Text : กฤษณา สิวังค์

Shopee เป็นตลาดออนไลน์บนมือถือในรูปแบบแอปพลิเคชันแห่งใหม่ที่กำลังมาแรง โดยสามารถโต้ตอบกับช้อปออนไลน์และเหล่าพ่อค้าแม่ขายบนโลกโซเชียลได้ทันที ด้วยความสะดวกสบายในการซื้อ-ขายสินค้า ที่สามารถทำได้ทุกที่ ทุกเวลา และมีสินค้าให้เลือกหลายประเภท ทั้งของใหม่แกะกล่องและสินค้ามือสองเกือบ 20 หมวดทุกคู่สินค้า

ไม่ว่าจะเป็นเสื้อผ้าแฟชั่นและเครื่องประดับทั้งชายและหญิง มือถือและอุปกรณ์ไอที ผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพและความงาม เครื่องใช้ในบ้าน ของเล่น ของสะสม ตัวและบัตรกำนัล อุปกรณ์เครื่องเขียน และหนังสือ หรือแม้กระทั่งของใช้สำหรับสัตว์เลี้ยง

คอนเซ็ปต์ของ Shopee นั้น ไม่ได้เป็นแค่แพลตฟอร์มสำหรับซื้อ-ขายสินค้าเท่านั้น แต่ยังเป็นโซเชียลคอมมิวนิตี ที่ทำให้ผู้ขายและผู้ซื้อได้ปฏิสัมพันธ์กัน จนเกิดการจูงใจและความผูกพันในแบรนด์สินค้าหรือร้านค้าได้ในท้ายที่สุด อีกทั้งยังเน้นการใช้งานที่ง่ายตั้งแต่การสมัครสร้างบัญชี การลงทะเบียนผู้ใช้โดยไม่มีค่าธรรมเนียม นอกจากนี้ ยังเพิ่มการสนับสนุนระบบชำระเงินที่รองรับได้ 3 ช่องทางคือ ผ่านบัตรเครดิต โอนเงิน และเก็บเงินปลายทาง โดย Shopee จะทำหน้าที่เป็นคนกลางในการจัดเก็บเงินดังกล่าวไว้ และจะรอจนลูกค้ายืนยันการได้รับและตรวจสอบว่าสินค้านั้นถูกต้องตามที่สั่งซื้อ จากนั้น Shopee จึงจะจัดส่งสินค้าไปยังผู้ซื้อ ทั้งนี้ก็เพื่อป้องกันหากลูกค้าไม่ได้รับสินค้าหรือสินค้ามีตำหนิ เสียหาย ไม่ตรงกับที่สั่งซื้อจนลูกค้าไม่พอใจสินค้า

ทั้งนี้ Shopee เปิดให้บริการอีก 6 ประเทศ ได้แก่ สิงคโปร์ มาเลเซีย ใต้หวัน อินโดนีเซีย เวียดนาม และฟิลิปปินส์

ด้วยความที่สามารถลงขายสินค้าได้หลากหลาย และการซื้อ-ขายก็ทำได้ง่าย จึงไม่แปลกที่ Shopee จะกลายเป็นแหล่งค้าขายที่ผู้ขายยุคใหม่ต่างหันมาใช้งาน แต่ถึงกระนั้นก็มีผู้ขายจำนวนไม่น้อยที่กังวลใจว่าสินค้าจะขายได้หรือไม่ ดังนั้น เพื่อกระตุ้นความสนใจและทำให้นักช้อปตัดสินใจซื้อสินค้าง่ายขึ้น เทคนิคเหล่านี้จึงเป็นสิ่งที่ควรทำตามอย่างยิ่ง

● รูปสินค้าต้องสวย

การถ่ายภาพสินค้าให้น่าสนใจสามารถทำได้ง่ายๆ อย่างการถ่ายภาพสินค้าประเภทเสื้อผ้า แนะนำให้ใช้นางแบบหรือแขวนเสื้อบนไม้แขวนเสื้อ ส่วนพื้นหลังควรเป็นสีเรียบๆ อย่างสีขาว และ

ถ่ายภาพในสถานที่ที่มีแสงสว่างเพียงพอ เพราะจะทำให้สินค้าโดดเด่น ทั้งนี้ควรถ่ายภาพสินค้าหลายๆ มุมเพื่อให้ลูกค้าได้เห็นรายละเอียดในส่วนต่างๆ ของสินค้า

● ใส่ข้อมูลสินค้าให้ครบ

ข้อมูลสินค้าจำเป็นต้องใส่ให้ครบถ้วน ไม่ว่าจะเป็นราคา สภาพสินค้า สี ขนาด วัสดุที่ใช้ในการผลิต หรือแม้แต่เหตุผลในการขายสินค้า หรือข้อบกพร่องของสินค้า หากเป็นสินค้าประเภทมือสอง ควรเขียนข้อมูลให้น่าสนใจ เช่น เสื้อยืดพิมพ์ลายไซส์ S สีไม่ตก

ซักเครื่องได้ ใส่ได้ทุกโอกาส ค่าจัดส่งฟรี

● ตั้งราคาที่เหมาะสมและจัดโปรโมชั่นโดนๆ

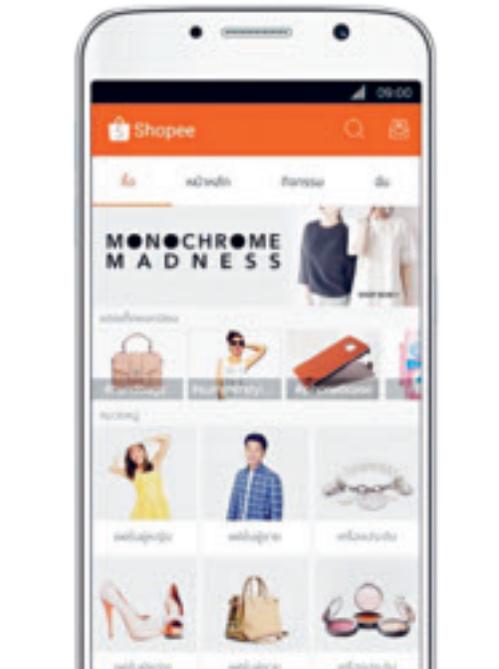
เมื่อถูกใจสินค้าแล้ว สิ่งต่อไปที่ลูกค้าต้องการรู้คือ ราคา ซึ่งเทคนิคการตั้งราคาทำได้โดยศึกษาราคาที่ผู้ขายรายอื่นตั้งไว้ และพิจารณาว่าจะสามารถขายได้ถูกกว่าได้หรือไม่ เพื่อให้สินค้าขายได้เร็วขึ้น หรือหากจะตั้งราคาให้สูงกว่าก็ต้องรอเวลาสักหน่อย เพราะสินค้านั้นจะถูกมองว่าขายได้เร็วกว่า นอกจากนี้ การจัดโปรโมชั่นสามารถกระตุ้นยอดขายได้ โดยลองจัดโปรโมชั่นหลายๆ รูปแบบเพื่อดูว่าโปรโมชั่นใดดึงดูดลูกค้าได้มากที่สุด แต่อย่างไรก็ตาม ไม่ควรจัดโปรโมชั่นบ่อยเกินไป เพราะจะทำให้ลูกค้าสนใจแต่โปรโมชั่นไม่สนใจสินค้า

● บริการต้องดี

การจะทำให้ลูกค้ากลับมาที่ร้านอย่างต่อเนื่องและเกิดการซื้อซ้ำ นอกจากสินค้าคุณภาพดีและราคาเหมาะสมแล้ว การบริการก็มีส่วนเช่นกัน ตัวอย่างการให้บริการที่ทำให้ลูกค้าเกิดความประทับใจ เช่น การตอบสนองอย่างรวดเร็วต่อคำถามต่างๆ ซึ่งทำให้พวกเขารู้สึกว่าตนเองสำคัญ การจัดส่งสินค้าภายในวันที่สั่งซื้อ การมอบส่วนลดสินค้าในกรณีที่ลูกค้ามารับสินค้าเอง และการเขียนการ์ดขอบคุณลูกค้า

● เก็บหลักฐานการซื้อ-ขายและเอกสารการส่งสินค้า

หากเกิดกรณีสินค้าสูญหายหรือลูกค้าได้รับสินค้าล่าช้า หลักฐานการซื้อ-ขายและเอกสารเกี่ยวกับการจัดส่งสินค้าจะช่วยพิสูจน์ให้ลูกค้าเห็นว่า ผู้ขายทำการจัดส่งสินค้าตามวันเวลาที่ตกลงกับลูกค้า ซึ่งเอกสารเหล่านี้ไม่เพียงแต่ยืนยันความบริสุทธิ์ได้ หากแต่ยังแสดงให้เห็นถึงความรับผิดชอบลูกค้าและความปลอดภัยในการซื้อสินค้ากับร้านค้าร้านนี้ 📄



FAST PROMO เครื่องมือบริหารสมาชิกร้านค้า

ผู้ประกอบการ SME ส่วนมากนิยมใช้บัตรสมาชิกเพื่อเป็นเครื่องมือในการสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า ด้วยหวังว่าจะเป็นเครื่องมือที่ทำให้รู้จักลูกค้า และเป็นช่องทางในการนำเสนอโปรโมชั่นต่างๆ แต่ในความเป็นจริงแล้ว กลับไม่ตอบโจทย์ทางการตลาด ทั้งยังเป็นภาระในการบริหารจัดการเพื่อแลกกับการรับสิทธิประโยชน์และการสะสมคะแนน ดังนั้น Fast Promo จึงเป็นแอปพลิเคชันที่ตอบโจทย์ดังกล่าวด้วยการเปลี่ยนมือถือให้กลายเป็นเครื่องมือบริหารร้านค้า และทำการตลาดแบบมืออาชีพ

จากเดิมที่ผู้ประกอบการร้านค้า ร้านอาหาร ฯลฯ มักจะมีบัตรสะสมคะแนน มีความยุ่งยากในการสมัครสมาชิก และติดต่อกับลูกค้าลำบาก แต่หากใช้ Fast Promo ก็จะช่วยผู้ประกอบการรู้จักลูกค้าเป็นรายบุคคล มีระบบบันทึกการขายและสะสมคะแนน ซึ่งสามารถสรุปเป็นรายงานเพื่อนำมาวิเคราะห์เพื่อทำการตลาดได้ มีช่องทางในการสื่อสารกับลูกค้าโดยตรง ทำให้สามารถกระจายข่าวสารและโปรโมชั่นได้ทันที รวดเร็ว ลดต้นทุนด้านการตลาด ขณะเดียวกันลูกค้าก็ไม่เสียโอกาสในการสะสมคะแนน และรับสิทธิประโยชน์เมื่อถึงวันครบสมาชิก

ทำการตลาดบน IG ให้มีประสิทธิภาพได้อย่างไร

Text : นฤศนา สังข์วงศ์

ณ ขณะนี้อินสตาแกรมได้กลายเป็นพื้นที่ที่เหมาะสมแก่การทำตลาดมากที่สุด นั่นเพราะแพลตฟอร์มของอินสตาแกรมรองรับการทำตลาดของธุรกิจทุกประเภท ไม่ว่าจะเป็นธุรกิจท่องเที่ยว แฟชั่น อี-คอมเมิร์ซ อาหารและเครื่องดื่ม หรือแม้กระทั่งธุรกิจฟิตเนส และนี่คือเคล็ดลับ (ไม่)ลับที่ช่วยให้การทำตลาดบนอินสตาแกรมมีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น



1

มีรูปแบบโฆษณาให้เลือกหลากหลาย

การลงโฆษณาในอินสตาแกรมมีให้เลือก 3 ประเภท ได้แก่ ภาพถ่าย โดยสามารถกำหนดรูปแบบการแสดงผลภาพในขั้นตอนการสร้างโฆษณาได้ว่าต้องการให้ภาพปรากฏในรูปแบบสไลด์หรือสไลด์เลื่อน หรือสไลด์เลื่อนผืนผ้า อีกทั้งอินสตาแกรมยังอนุญาตให้ใช้ภาพวาดในการโฆษณา ซึ่งภาพวาดที่บอกเล่าเรื่องราวของแบรนด์ได้จะช่วยดึงดูดความสนใจของกลุ่มเป้าหมายได้ดีไม่แพ้ภาพถ่าย ส่วนวิดีโอโฆษณานั้น อินสตาแกรมอนุญาตให้มีความยาวได้มากถึง 30 วินาที และเลือกได้ว่าจะให้วิดีโอปรากฏในรูปแบบสไลด์หรือสไลด์เลื่อนผืนผ้า ท้ายสุดการโฆษณาแบบ carousel ที่ช่วยเพิ่มความน่าสนใจให้โฆษณาได้มาก เพราะสามารถลงภาพได้หลายภาพ และผู้ชมใช้วิธีสไลด์นิ้วเพื่อดูภาพ ทั้งนี้ ทั้งสามรูปแบบโฆษณาสามารถเพิ่มปุ่ม Call-to-Action ได้ และจะมีปุ่ม "ได้รับการสนับสนุน" แสดงชัดเจน

2

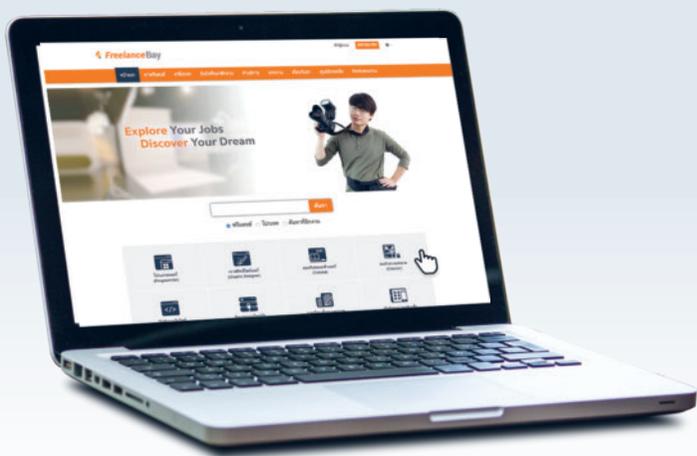
โฆษณาให้ถูกเวลา

โฆษณานบนอินสตาแกรมต่างจากโฆษณาบนบล็อกและวิดีโอตรงที่เนื้อหาไม่คงอยู่ตลอด ซึ่งระยะเวลาในการแสดงโฆษณาขึ้นอยู่กับจำนวนเงินที่จ่าย เช่น ต้องการให้โฆษณาแสดง 1 ชั่วโมงต้องจ่าย X บาท และหากต้องการให้โฆษณาแสดง 5 ชั่วโมงต้องจ่าย Y บาท เมื่อหมดเวลาโฆษณาจะถูกลบ ดังนั้น เพื่อให้คุ้มค่ากับเงินที่เสียไปและให้โฆษณาเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายมากที่สุด การกำหนดช่วงเวลาในการแสดงโฆษณาจึงเป็นสิ่งสำคัญ เช่น หากกลุ่มเป้าหมายเป็นชาวยุโรป ควรกำหนดเวลาแสดงโฆษณาเป็นช่วงค่ำ เพราะตรงกับช่วงเช้าของพวกเขา หรือกลุ่มเป้าหมายเป็นพนักงานออฟฟิศ ควรกำหนดเวลาแสดงโฆษณาเป็นช่วงหลังเลิกงาน ทั้งนี้ การซื้อโฆษณาจำนวนมากในครั้งเดียวจะถูกกว่าการซื้อโฆษณาทีละครั้ง

3

ทำโฆษณาร่วมกับแบรนด์อื่น

ลองมองดูซิว่า บนอินสตาแกรมมีแบรนด์สินค้าที่คล้ายกับเรามากน้อยแค่ไหน และดูการทำโฆษณาของพวกเขาว่าได้ผลอย่างไร หากผลการตอบรับดี นี่เป็นโอกาสที่ดีที่จะเสนอตัวเข้าไปทำโฆษณา ร่วม แต่ก่อนจะทำโฆษณาร่วมกับแบรนด์อื่น ควรเช็คให้แน่ใจเสียก่อนว่า แบรนด์ที่กำลังจะเข้าไปทำโฆษณาร่วมนั้นมีความคล้ายคลึงกับแบรนด์ของเรา เช่น แบรนด์เครื่องสำอางเพื่อสุขภาพควรทำโฆษณาร่วมกับแบรนด์เครื่องสำอางเพื่อสุขภาพ และต้องมีข้อตกลงที่ชัดเจนในการทำโฆษณาร่วม เช่น หากผลการตอบรับไม่ดีจะไม่ทำต่อ หรือหากผลการตอบรับดีจะทำโฆษณาร่วมต่อเป็นรายเดือน



“ การจะหาคนเก่งๆ มาทำงานด้วยเป็นเรื่องที่สร้างความลำบากใจให้กับเจ้าของธุรกิจ SMEs ไม่น้อย ”

ด้วยมุมมองการทำงานของคนรุ่นใหม่ที่เปลี่ยนไป ที่อยากมีอิสระในการทำงาน สามารถจัดการชีวิตของตัวเองได้และปฏิเสธที่จะเป็นลูกจ้างหรือพนักงานประจำ โดยหันหลังให้กับงานบริษัท และหันมาประกอบอาชีพฟรีแลนซ์กันเพิ่มมากขึ้น แร่งงานฟรีแลนซ์ จึงเป็นอีกทางเลือกหนึ่งซึ่ง

นอกจากจะประหยัดค่าใช้จ่าย และได้งานคุณภาพดีแล้ว ฟรีแลนซ์มืออาชีพมักมีประสบการณ์จากงานที่หลากหลาย ซึ่งตอบโจทย์ตามความต้องการของผู้ว่าจ้างได้อย่างดีและรวดเร็ว

แต่การหาฟรีแลนซ์มืออาชีพ มีความสามารถ และทักษะที่ตรงกับความต้องการของเรา ไม่ใช่เรื่องง่าย ซึ่งในวงการฟรีแลนซ์การหาคนมาร่วมงานด้วย ส่วนมากมักอาศัย คอนเนคชั่นจากเพื่อน หรือคนรอบข้างที่เคยร่วมงานกันมาก่อน แต่สำหรับคนที่ไม่รู้จักใคร อาจเริ่มต้นหาจากการประกาศหาคนทำงานใน Facebook ซึ่งบางครั้งไม่อาจการันตีได้ว่าจะได้งานที่มีคุณภาพ และตรงกับความต้องการของเราจริงๆ

Freelance Bay

ช่วยทำให้การหาฟรีแลนซ์เป็นเรื่องง่าย เราได้รวบรวมฟรีแลนซ์มืออาชีพไว้มากมาย จากทุกสาขาอาชีพกว่า 36,000 คน

ไม่ว่าจะเป็นงานออกแบบกราฟิก งานออกแบบเว็บไซต์, โปรแกรม และแอปพลิเคชัน งานเขียนเนื้อหาและบทความ เป็นต้น ให้เจ้าของธุรกิจ SMEs ได้เลือกทำงานด้วยเพียง 3 ขั้นตอนง่ายๆ ก็ทำให้คุณได้ฟรีแลนซ์มืออาชีพ มีทักษะและความสามารถตรงตามที่คุณต้องการ

ลงประกาศงาน



รอฟรีแลนซ์มาเสนอราคา



เลือกใช้งานฟรีแลนซ์



info@freelancebay.com
Freelancebay

www.freelancebay.com



Inspired me



หนังสือ Food Design

“เพราะทำงานเกี่ยวกับการออกแบบโดยเฉพาะที่เกี่ยวข้องกับไอศกรีมและอาหาร หนังสือ Food Design ต่าง ๆ รวมถึงหนังสือคู่มือจากนิตยสาร Food Design ที่จัดขึ้นตามทีต่างๆ ทั่วโลกจึงกลายเป็นสิ่งที่ชื่นชอบและสนใจ ซึ่งในประเทศไทยนั้นงานเกี่ยวกับ Food Design ไม่ว่าจะเป็นนิตยสารหรือหนังสือยังมีไม่มากนัก แต่ในต่างประเทศกลับให้ความสำคัญกับการออกแบบอาหารมาก จึงทำให้มีนิตยสาร ผลงาน และหนังสือ Food Design ออกมามากมาย โดยทุกครั้งที่มีโอกาสไปต่างประเทศเป็นต้องแวะไปดูงานนิตยสารหรือเข้าร้านหนังสือแล้วซื้อหนังสือ Food Design กลับมาเพื่ออัปเดตข้อมูล และเป็น Reference ในการออกแบบ และหากในเมืองไทยมีหนังสือหรือนิตยสารเล่มไหนที่มีธีมเกี่ยวกับอาหารก็จะซื้อเก็บไว้เช่นกัน จนตอนนี้กลายเป็นนักสะสมหนังสือไปเสียแล้ว”



ท่องเที่ยว

“โดยส่วนตัวแล้วเราถือคติว่า ทุกสิ่งทุกอย่างรอบตัวสามารถนำมาประยุกต์ใช้เป็นไอเดียใหม่ๆ หรือนำมาสร้างเป็นแรงบันดาลใจได้ โดยขึ้นอยู่กับว่าเราจะตีความข้อมูลเหล่านั้นและมองออกกรอบได้มากน้อยแค่ไหน อย่างการท่องเที่ยวไปตามสถานที่ต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นต่างประเทศหรือในประเทศ ในกรุงเทพฯ หรือต่างจังหวัดก็ล้วนเป็นที่มาของไอเดียต่างๆ เพราะเราได้เปิดโลกทัศน์ ได้พบเจอกับสิ่งใหม่ๆ เช่น ข้อมูลใหม่ๆ ที่น่าสนใจ วัฒนธรรม รสชาติอาหาร ประเพณี และร้านรวงต่างๆ”



IceDEA ศิลปะ:ลิ้มรสได้
พริมา จักรพันธ์ ณ อยุธยา

Text : กฤษณา สังข์วงศ์

ด้วยคาบความทรงจำเมื่อครั้งยังเด็กที่คุณพ่อผู้ชื่นชอบไอศกรีมมักชวนลูกสาวไปเสาะหาร้านไอศกรีมอร่อยๆ อยุธยาชอบ ทาเก้แต่ไปชมร้านที่ถูกใจสักที พริมา จักรพันธ์ ณ อยุธยา นักออกแบบไอศกรีม และเจ้าของร้านไอศกรีมสุดสร้างสรรค์ IceDEA จึงหยิบเอาความทรงจำครั้งนั้นมาเป็นแรงบันดาลใจในการเรียนรู้และทดลองทำไอศกรีม จนในที่สุดได้ไอศกรีมไอศกรีมสูตรของตัวเอง แต่เพื่อความแปลกใหม่ แหกแนว เธอตั้งใจทำไอศกรีมก้าวข้ามความเป็นไอศกรีมด้วยการออกแบบไอศกรีมให้ออกมาบรรจงจัดดูๆ ซึ่งไอเดียสุดสร้างสรรค์ที่เธอใช้ในการออกแบบนั้นมาจากสิ่งรอบตัว



Marije Vogelzang

“Marije Vogelzang ถือเป็น Food Designer คนแรกๆ ที่เริ่มต้นสายงานออกแบบอาหาร โดยงานออกแบบอาหารแต่ละชิ้นของเธอไม่เพียงแต่สามารถสื่อความหมายได้เป็นอย่างดีเท่านั้น หากแต่ยังเป็นงานออกแบบที่เล่นกับเรื่องของความรู้สึกและประสบการณ์ ซึ่งนับว่าเป็น Food Designer คนแรกที่หยิบเอาสิ่งเหล่านี้มาเป็นประเด็นในการออกแบบ ดังนั้น เธอจึงเป็นเสมือนบุคคลตัวอย่างและบุคคลที่สร้างแรงบันดาลใจให้เธอเสมอมา”



อาหาร

“อาหารต่างๆ ซึ่งไม่จำเป็นต้องจำกัดเพียงแค่นี้ของหวานสามารถนำมาสร้างเป็นแรงบันดาลใจในการออกแบบไอศกรีมได้ เพราะจะทำให้ได้ Combination ของรสชาติใหม่ๆ และ Texture ใหม่ๆ ที่สามารถนำมาปรับเปลี่ยนและประยุกต์ใช้กับไอศกรีมได้ ซึ่งเมื่อเราเกิดความสนใจอาหารชนิดใดที่ไปที่ไปรับประทานมาจากร้านต่างๆ และอาหารที่ทดสอบขึ้นเอง เราจะถ่ายรูปและจดบันทึกเป็นข้อมูลเก็บไว้ใน Evernote แอปพลิเคชันที่เป็นเสมือนสมุดจดบันทึกไอเดียและแรงบันดาลใจที่สามารถกลับมาค้นหาข้อมูลในภายหลังได้ตามสะดวก”



แอปพลิเคชันต่างๆ บนสมาร์ตโฟน

“เนื่องจากเป็นคนชอบจดบันทึกทั้งที่เป็นตัวหนังสือเป็นการสเก็ตช์ภาพ และถ่ายภาพ ดังนั้น เมื่อก่อนจึงพกอุปกรณ์สำหรับจดบันทึกเยอะมากทั้งสมุดสเก็ตช์ กล้องถ่ายรูป และมือถือเพื่อติดต่องานกับลูกค้า แต่ในปัจจุบันนี้ เทคโนโลยีก้าวไกลไปมาก กล้องจากสมาร์ตโฟนมีคุณภาพการถ่ายภาพที่ดีขึ้นสามารถใช้ถ่ายภาพแทนกล้องถ่ายรูปได้ อีกทั้งสมาร์ตโฟนยังมี Evernote แอปพลิเคชันสำหรับจดบันทึกและสเก็ตช์ภาพ จึงสามารถใช้งานแทนสมุดสเก็ตช์ได้ หรือบางครั้งไม่มีเวลาสเก็ตช์ภาพ ก็แค่ถ่ายภาพแล้วจัดรายละเอียดต่างๆ ลงบนภาพได้เลย และ Pinterest อีกหนึ่งแอปพลิเคชันที่เราใช้หาข้อมูล Reference ซึ่งแอปพลิเคชันนี้ช่วยในการจัดระเบียบความคิดและสร้างแรงบันดาลใจได้มาก แต่อย่างไรก็ตาม แม้ตอนนี้จะใช้งานแอปพลิเคชันต่างๆ บนสมาร์ตโฟนเป็นส่วนใหญ่ แต่กล้องถ่ายรูปก็ยังคงใช้อยู่ โดยจะใช้ในกรณีเดินทางท่องเที่ยวหรือทำงานให้กับลูกค้า”

|| GOOD LIFE ||

มีอะไรใน ยาลดความอ้วน

Text : Morning Dew



นอกจากจะเป็นบ่อเกิดของการทาแฟนยาก ความอ้วน ยังเป็นปัจจัยเสี่ยงต่อการเกิดโรคภัยรุมเร้า และสังคมส่วนใหญ่ก็มีค่านิยมชมชื่นคนพอมบางรูปร่างที่มากกว่า แต่ด้วยเหตุผลอะไรก็ตาม เราจะเห็นคนจำนวนมากพยายามรีดน้ำหนัก เพื่อใส่ตัวเองคู่ดี ล้วนสรรหาวิธีการต่างๆ นานา

วิธีการหนึ่งของคนที่อยากผอมแบบทางลัดคือการใช้ยาลดความอ้วน เป็นทางเลือกที่ส่งเสริมให้อุตสาหกรรมนี้เติบโตมหาศาลมาก บางคนใช้ยาลดความอ้วนตามคำแนะนำของเภสัชกร และยังมีความเข้าใจคลาดเคลื่อนกันอยู่มาก ยกตัวอย่าง ยาลดความอ้วนเฉพาะจุดขายกันตามเว็บไซต์ที่มีหลากหลายสีให้เลือก เช่น (สมมุติ) สีเขียวลดไขมันต้นขา สีแดงลดขนาดแขน สีเหลืองลดหน้าท้อง คือไม่ใช่เลย ยามันไม่ลดขนาดนั้น ร่างกายจะลดไขมันได้ดีด้วยการออกกำลังกายเพื่อเผาผลาญ แล้วไขมันทุกส่วนจะถูกเบิร์น ไม่ได้เบิร์นเฉพาะจุดใดจุดหนึ่งด้วย

ยาลดความอ้วนแต่ละยี่ห้อจะมีส่วนผสมแตกต่างกันไป แต่โดยทั่วไปจะแบ่งเป็นกลุ่ม เช่น กลุ่มยับยั้งความอยากอาหาร (Appetite Suppressants) ยาประเภทนี้จะส่งผลต่อไฮโปทาลามัส สมองส่วนที่ควบคุมความหิวหรือความอยากอาหาร ปกติหลังรับประทานอาหารมื้อใหญ่ สมองจะหลั่งสารเคมี 2 ตัว ได้แก่ เซโรโทนิน และนอร์เอพิเนฟรินออกมาเพื่อให้รู้ว่ามีอิ่ม การที่ร่างกายมีเคมี 2 ตัวที่ว่ามีปริมาณที่มากขึ้นจะทำให้ไม่รู้สึกหิว อย่างไรก็ตาม ยาลดความอ้วนประเภทนี้มีผลข้างเคียงคือ กระแทบต่อความดันเลือด อัตราการเต้นของหัวใจ และเพิ่มความเสี่ยงทำให้หัวใจวาย คนที่เป็นโรคความดันโลหิตสูงอยู่แล้วควรระมัดระวังอีกกลุ่มหนึ่งคือ ยาสกัดไขมัน หรือ **Fat Blockers** ซึ่งยับยั้งการทำงานของเอนไซม์ไลเปส (Lipase) อันเป็นเอนไซม์ช่วยย่อยไขมัน การรับประทานยาลดความอ้วนประเภทนี้เท่ากับไขมันจากอาหารที่รับประทานเข้าไปจะไม่ถูกย่อยและดูดซึม ไขมันจะผ่านไปอย่างลำไส้เพื่อรอขับออก ผลข้างเคียงก็คือ นอกจากลดการดูดซึมไขมันแล้ว วิตามินและสารอาหารอื่นๆ ก็จะถูกดูดซึมน้อยลงด้วย จึงเสี่ยงต่อการขาดสารอาหาร คนที่รับประทานยาลดความอ้วนกลุ่มนี้จำเป็นต้องรับประทานวิตามินบีรวมเสริม

ยาลดความอ้วนอีกประเภทเป็นชนิด ยาระบาย (Laxatives) บางทีก็ผสมยาขับปัสสาวะด้วย แน่นอนเมื่อรับประทานเข้าไปจะทำให้ขับถ่ายหรือปัสสาวะบ่อยขึ้น ยาประเภทนี้จึงมักมาพร้อมคำเตือนให้ดื่มน้ำมากๆ และหลีกเลี่ยงการใช้กรณีที่กำลังรับประทานยารักษาโรคตัวอื่นอยู่เพราะอาจมีผลข้างเคียงและส่งผลกระทบต่อการรักษา การใช้ยาประเภทนี้หลายๆ เมื่อหยุดยา อาจทำให้ท้องผูกและขับถ่ายลำบากเนื่องจากร่างกายเคยชินกับยาระบาย ที่สำคัญการขับถ่ายของเสียและน้ำออกจากร่างกายอาจทำให้น้ำหนักลดลงก็จริง แต่ไขมันยังอยู่เท่าเดิมเพราะไม่ได้มีการเบิร์นแม้แต่หนึ่งน้อย

สมุนไพร (Herbs) หลายชนิดก็ถูกนำมาใช้เป็นยาลดความอ้วน โดยมีสรรพคุณแตกต่างกันไป เช่น กระตุ้นระบบเมตาบอลิซึม หรือทำให้รู้สึกอิ่มเนื่องจากมีไฟเบอร์สูง อย่างไรก็ตาม อะไรก็ตามมาจากธรรมชาติ ใช่ว่าจะปลอดภัยร้อยเปอร์เซ็นต์เสมอไป อาจเกิดผลข้างเคียงได้หากรับประทานไม่ถูกวิธี

ในวงการแพทย์ ยาลดความอ้วนจะถูกนำมาใช้ในกรณีที่คนไข้อยู่ในภาวะน้ำหนักเกินหรือเป็นโรคอ้วน การจ่ายยาจะอยู่ในการดูแลของแพทย์ และยาพวกนี้ไม่ควรใช้ติดต่อกันนานเกิน 6 เดือน บางตัวไม่เกิน 3 เดือนด้วยซ้ำ คนที่ดัดขี้นมร่างกายไม่ได้สูงมากมายอะไรนัก ควรใช้ชีวิตควบคุมอาหารและออกกำลังกายจะปลอดภัยกว่า เพราะการรับประทานยาลดความอ้วนก็ไม่ต่างอะไรจากการจ่ายเงินซื้อความหวังที่มาจากยาเม็ดในขวด สิ่งที่เหมาะสมคือผลข้างเคียงมากมาย ☹

|| FIT AND FAB ||

เบิร์นไขมัน วิธีไหนดีนะ

Text : ป้าคำ

เมื่อแจกแจงเรื่องยาลดความอ้วนไปแล้ว คราวนี้เรามาพูดถึงการกำจัดไขมันในร่างกายกัน สำหรับคนที่ต้องการลดน้ำหนัก อย่่าลืมสูตร 80:20 คือควบคุมอาหาร 80 เปอร์เซ็นต์ และออกกำลังกาย 20 เปอร์เซ็นต์ แต่บางคนก็ใช้สูตร 70:30 อันนั้นก็แล้วแต่ความพึงพอใจเลย มาดูกันว่าเอ็กเซอร์ไซส์แบบไหน กำจัดได้ก็แคลอรี ทั้งนี้เป็นการคำนวณจากการใช้กำลังกายสูงสุดต่อเนื่องใน 1 ชั่วโมง ตัวเลขอาจไม่เป๊ะ ขึ้นอยู่กับเพศ วัย และสภาพร่างกายของแต่ละคน เขาเป็นว่าค่าเฉลี่ยที่ทำให้พอมองภาพออกก็แล้วกัน



ปั่นจักรยาน

กำลังอินเทรนด์เลยทีเดียว เบิร์นได้เฉลี่ย 850-950 แคลอรี เลย ขึ้นอยู่กับความเร็วในการปั่นด้วย



กระโดดเชือก

เป็นหนึ่งในการออกกำลังกายที่เผาผลาญได้ดี 750-850 แคลอรี โดยประมาณ



ว่ายน้ำ

เหมาะกับคนแพ้อากาศและข้อเข่า 720-840 แคลอรี แล้วแต่ท่าและความเร็ว



เดินแอโรบิก

นอกจากเบิร์นได้ราว 680 แคลอรียังช่วยสลายเซลล์ไขมันบริเวณขาอ่อนอีกด้วย



เครื่อง Elliptical

ใครไม่ได้ออกกำลังกายกลางแจ้ง เข้ายิมใช้เครื่องนี้ เบิร์นดีเหมือนกัน 600 แคลอรี



แดนซุมบา (Zumba)

กำลังอินเทรนด์เลย 400-700 แคลอรีต่อชั่วโมงที่เบิร์นได้ แถมยังได้ทักษะการเต้นไววาลวดลายบนฟลอร์



แอโรบิกในน้ำ

สำหรับคนสูงวัย และคนที่ว่ายน้ำไม่เก่ง 200-400 แคลอรี แล้วแต่ความเข้มข้นในการฝึก



จ็อกกิ้ง

การออกกำลังกายที่ได้รับความนิยมทุกยุคทุกสมัย กำจัดพลังงานส่วนเกินได้ 550-600 แคลอรี



HIIT

เป็นการออกกำลังกายแบบหนักหน่วงสลับเบา คล้ายๆ T25 แต่ 20 นาที เบิร์นไปเลย 300 แคลอรี



Kickboxing

นอกจากจะเบิร์นไขมันในระยะเวลาอันสั้น ยังผ่อนคลายได้ดี วันไหนรู้สึกแย่ๆ ลองเข้ายิมเตะต่อยกระสอบทรายปลดปล่อยความเครียดดู

ขอบแบบไหน จัดไปเลย การออกกำลังกาย นอกจากสุขภาพกายแข็งแรง สุขภาพจิตยังแข็งแรงอีกด้วย ส่วนการมีรูปร่างดีเป็นแค่ผลพลอยได้

EATING OUT Text : Duckkiez / Photo : Otto

ICHI-MESHI

SUPER FRESH SASHIMI FROM JAPAN



ร้านอาหารญี่ปุ่นของ เนย-ดร.รัฐวิไล รังสีสิงห์พิพัฒน์ ที่มีความหมายว่า อาหารที่อร่อยที่สุด ซึ่งไม่เพียงแต่ใส่ใจเรื่องการปรุงอาหารจนได้รสชาติญี่ปุ่นแท้เท่านั้น หากแต่วัตถุดิบที่ทางร้านเลือกใช้ยังได้รับการคัดสรรอย่างดีจากแหล่งวัตถุดิบชั้นเยี่ยมส่งตรงจากประเทศญี่ปุ่น รวมทั้งการดีไซน์อาหารแต่ละเมนูให้มีความโดดเด่น สวยงาม โดยเชฟชาวไทยที่มีประสบการณ์ด้านการทำอาหารญี่ปุ่นมานานกว่า 40 ปี



Ichi-Meshi Sashimi ซาซิมิชุดใหญ่ที่คัดสรรตัวเอกของท้องทะเลมาให้หม่าแบบจุใจทั้งปลาโอโทโร่ ปลาอากา มิ ปลาฮามาจิ ซาเบะ แซลมอน ไข่หอยเม่น หอยเชลล์สดๆ รสหวานนุ่ม และกุ้งโบตันรสชาติหวานมัน สำหรับผู้รักสุขภาพ สลัดไคเซ็นเป็นอีกหนึ่งเมนูทางเลือก ผักสดๆ กับแซลมอน ทูน่า หอยปีกนกเนื้อนุ่ม และปูอัด โรยหน้าด้วยไข่กุ้งเข้ากันดีกับน้ำสลัดโฮมเมด 3 รสชาติทั้งน้ำสลัดงา น้ำสลัดซีอิ๊วผสมน้ำมันงา และน้ำสลัดซอสเต้าเจี้ยว เกาหลีผสมมายองเนสให้รสเปรี้ยวซ่าเค็มตามด้วยรสชาติหวานเล็กๆ ในปาก



ICHI-MESHI ยังมีเมนูเทศกาลอาหาร เช่น เทศกาลข้าวหน้าแกงกะหรี่ เทศกาลหัวปลาแซลมอน และเทศกาลข้าวหน้าต่างๆ โดยแต่ละเทศกาลจัดเพียง 2 สัปดาห์ แล้วจึงเปลี่ยนเป็นเทศกาลใหม่ เพื่อให้ลูกค้ามีทางเลือกในการบริโภคอาหารมากขึ้น และรู้สึกตื่นเต้นกับการคาดเดาว่าเมนูเทศกาลอาหารครั้งหน้าจะเป็นอะไร



ทุกเมนูอาหารของ ICHI-MESHI ทั้งอาหารว่าง อาหารคาวประเภททอด ปิ้งย่าง ต้ม และผัด เมนูสเต็ก น้ำจิ้ม และซอส เครื่องเคียงอย่างกิมจิ รวมทั้งเครื่องดื่ม ไอศกรีม ของหวานและขนมอย่างคูกี้ ล้วนเป็นเมนูโฮมเมดสูตรเฉพาะของทางร้าน ด้วยเห็นว่าอาหารที่รังสรรค์ขึ้นเองสามารถนำไปต่อยอดเป็นเมนูอื่นได้ง่าย และหากต้องการทราบว่ามี Signature Dish มีอะไรบ้าง สั่งเกตได้ง่ายๆ จากชื่อเมนู เพราะจะมีคำว่า Ichi-Meshi นำหน้าชื่อเมนูนั้นๆ

The Paseo Park เปิดบริการทุกวัน 11.00-22.00 น.

☎ 0-2111-3904 📍 Ichi-Meshi อีจี้-เมชิ



THE WHITE HOUSE KAFE

คุณลิ้นอาหารไทยในบรรยากาศวินเทจ



The White House Kafe ร้านอาหารไทยรสชาติดั้งเดิมที่ โด-นฤดม เชนยะวณิช อยากรให้เป็นร้านอาหารไทยรสชาติคุณลิ้น และสามารถรับประทานได้ทุกวันในบรรยากาศที่ลงตัว



กากหมูผัดพริกขิง ถูกยกให้เป็นพระเอกของร้าน กากหมูถูกนำไปทอดจนกรอบก่อนจะผัดกับพริกแกงสูตรเฉพาะที่มีรสชาติเผ็ดอมหวาน และเพิ่มกลิ่นหอมด้วยใบมะกรูดหั่นฝอย ถัดมาเป็น ทอหมกทะเลรสชาติเข้มข้น หอมเครื่องเทศ พร้อมอัดแน่นด้วยหอย ปู ปลาหมึกชิ้นโต และกุ้งตัวใหญ่ ในส่วนของเมนูปิดท้าย เลือกลิ้มลองความอร่อยของอาหารได้อย่าง แกงเหลือง ไข่เจียวหระพา ที่ลดเผ็ดลงเล็กน้อยเพื่อให้คนภาคกลางรับประทานได้ง่ายขึ้น แต่ถึงกระนั้นก็ยังคงรสชาติเปรี้ยวและเผ็ดน่า อันเป็นเอกลักษณ์ของแกงเหลือง หากใครยังรู้สึกเผ็ดร้อนอยู่ ไข่เจียวหระพาที่ทอดจนเหลืองกรอบช่วยตัดเผ็ดได้เป็นอย่างดี



ทางร้านยังคิดค้นเมนูใหม่ๆ ตามวัตถุดิบที่ได้มา เช่น ปลาบางประเภท ซึ่งเมนูใหม่นี้จะมีเพียงไม่กี่วันเท่านั้น และทางร้านจะแจ้งให้ทราบผ่านทางเฟซบุ๊กเพจ The White House Kafe



สำหรับผู้ที่กำลังมองหาห้องจัดเลี้ยงแบบส่วนตัว The White House Kafe มีห้องจัดเลี้ยงที่รองรับได้ถึง 20 ท่านไว้บริการ หากแต่ต้องโทรศัพท์จองล่วงหน้า

ช.หัวหมาก 9 เปิดบริการทุกวัน 11.00-23.00 น.

☎ 0-2736-3363, 08-5444-2283 📍 thewhitehousekafe 📍 thewhitehousekafe

SHOPPING@ONLINE Text : Duckkiez

HANDMADE JEWELRY

ITEM FOR HIPSTER GIRL

เมื่อพูดถึงสาว ๆ สิ่งที่เราเห็นแล้วมักนึกถึงพวกหล่อนเห็นทีจะเป็นเครื่องประดับที่หากมีก็ขี้ได้เข้ากับชุดที่สวมใส่จะช่วยเพิ่มความคูลให้พวกเธอได้มาก และด้วยกระแสฮิปสเตอร์กำลังมา เชื่อว่าฮิปสเตอร์สาวหลายคนคงมองหาเครื่องประดับแฮนด์เมดอยู่เป็นแน่ และยังมีความน่ารักไม่แพ้กันด้วย ยิ่งต้องรีบมาครอบครองโดยไว



RAINBOW CUTESHOP

หากกำลังมองหาไอเท็มเก๋ ๆ แต่แฝงด้วยความอ่อนหวาน เครื่องประดับแฮนด์เมดจาก Rainbow Cuteshop ตอบโจทย์ความต้องการของสาว ๆ ได้อย่างแน่นอน เพราะเครื่องประดับแฮนด์เมดจากทางร้าน ไม่ว่าจะแหวน สร้อยคอ หรือแม้แต่สร้อยข้อมือล้วนตกแต่งด้วยดอกไม้แห้งสีต่างๆ ที่มีความหมายดี ๆ แฝงอยู่ เช่น ดอกยิบไซ ที่หมายถึง รักแรก หรือดอกสแตติส ที่ให้ความหมายว่า ความรู้สึกดี ๆ ที่คงอยู่ตลอดไป

-  Rainbowcute1shop
-  rainbow_cuteshop
-  neungneung1

GETNATURE.HOUSE

ส่วนสาว ๆ คนไหนชื่นชอบเครื่องประดับแฮนด์เมดที่ตกแต่งด้วยดอกไม้สีสดใส เราขอแนะนำเครื่องประดับจากร้าน Getnature.house ซึ่งจุดเด่นไม่ใช่เพียงดอกไม้ที่นำมาประดับจะให้ความหมายดีและมีสีสันสะดุดตาเท่านั้น หากแต่รูปทรงของตัวแหวน หัวแหวน และจี้สร้อยคอ ยิ่งแปลกตา เพราะได้รับการออกแบบให้มีดีไซน์เรียบ ๆ แต่แอบหวู

-  getnature.house
-  preawchudapa



TRAVEL & RELAX Text : Duckkiez

KIRIMAYA

ที่พักชั้นดีระดับ Hi-Ended แห่งแรกในเขาใหญ่ที่พร้อมมอบประสบการณ์ดีๆ เช่น การทำสปาเพื่อสุขภาพ และการเรียนทำอาหารแก่ผู้มาเยือน และหากมาพักผ่อนในช่วงฤดูหนาว ระหว่างเดือนธันวาคม-พฤษภาคม จะได้รับสัมผัสความสวยงามของดอกไม้ไม้ไม่นานาพันธุ์ รวมถึงกล้วยไม้ป่า และพืชหายากชนิดอื่นที่เป่งบานไปทั่วทุกสารทิศ



อ.ปากช่อง จ.นครราชสีมา
☎ 0-4442-6000 🌐 www.kirimaya.com

SPA THE ROCK HUA HIN



สปาที่มีความโดดเด่นด้านการวดตามธาตุ โดยคนแต่ละธาตุ จะได้รับการวดที่ต่างกันไปอยู่คนธาตุดินคนธาตุน้ำคนธาตุไฟหรือคนธาตุน้ำมัน เพราะช่วยลดการเกร็งของกล้ามเนื้อ คนธาตุน้ำควรนวดน้ำมันด้วยสมุนไพร

ประคบร้อน คนธาตุลมแนะนำให้นวดคอ บ่า และไหล่ และคนธาตุไฟเหมาะกับการนวดน้ำมัน ซึ่งช่วยกำจัดของเสียจากการทำงานของเซลล์ได้ดี

The Rock Hua Hin Beach Resort อ.หัวหิน จ.ประจวบคีรีขันธ์
☎ 0-3253-7100 🌐 www.therockhuahin.com

THE SPA @ PARADISE

สปาท่ามกลางบรรยากาศอันสวยงามของเกาะยาวพร้อมต้อนรับผู้มาเยือนด้วยประสบการณ์ที่แสนผ่อนคลายไปกับการนวดสปาที่มีให้เลือกทั้งการนวดน้ำมัน และการนวดแผนไทย ตลอดจนการบำบัดด้วยหินร้อน และการนวดศีรษะแบบอินเดียที่ช่วยปลดปล่อยความตึงเครียดและเพิ่มพลังให้ร่างกาย



PARADISE KOH YAO อ.เกาะยาว จ.พังงา
☎ 0-7658-4450 🌐 www.paradise-kohyao.com

ART WALK Text : Duckkiez



ศูนย์วัฒนธรรมอาเซียน

ศูนย์วัฒนธรรมอาเซียนออกแบบภายใต้แนวคิดที่มุ่งเน้นให้เกิดการสร้างสรรคการเรียนรู้ด้านวัฒนธรรมของประเทศสมาชิกอาเซียน และก่อให้เกิดความเข้าใจอันดีต่อกัน โดยนำเสนออัตลักษณ์ร่วมทางวัฒนธรรมของ 10 ประเทศสมาชิกอาเซียนในรูปแบบนิทรรศการถาวร และใช้เทคโนโลยีมัลติมีเดียที่ทันสมัยร่วมด้วย

ชั้น 3 หอศิลป์ร่วมสมัยราชดำเนิน เปิดบริการ 10.00-17.00 น. ปิดทุกวันจันทร์และวันหยุดนักขัตฤกษ์
☎ 09-2248-2429 🌐 www.elibrary-acc.com



นาธรรม : สัจจะแห่งศิลปะ

นิทรรศการงานศิลปะที่รวบรวมผลงานของ อธิพิพล ตั้งใจโลก หนึ่งในศิลปินร่วมสมัยของไทยที่ยังคงยืนหยัดบนเส้นทางการสร้างสรรค์ผลงานศิลปะนามธรรมอย่างมั่นคงและมั่นใจ นิทรรศการครั้งนี้รวบรวมผลงานของอธิพิพลตั้งแต่สมัยเรียนปริญญาตรีและปริญญาโท ผลงานจากนิทรรศการเดี่ยวครั้งแรก และผลงาน

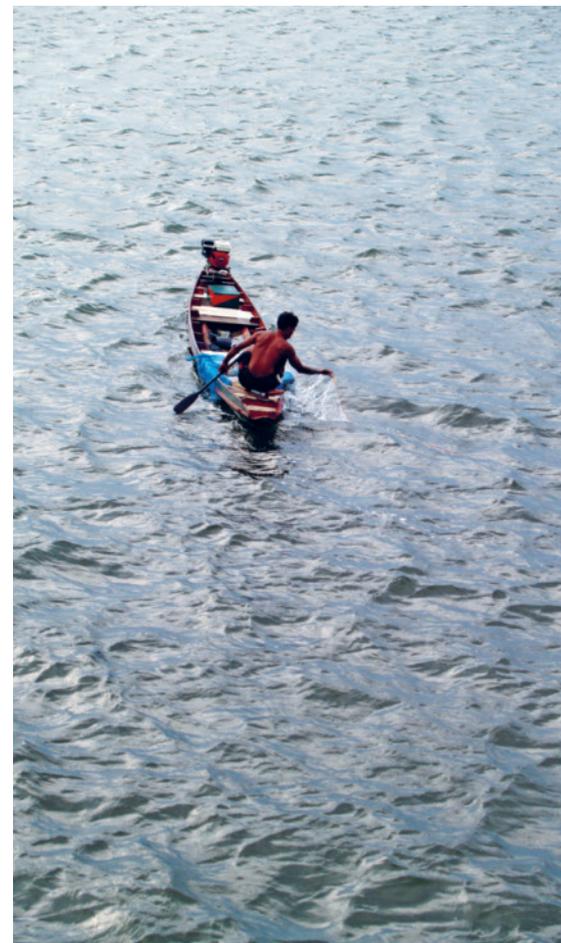
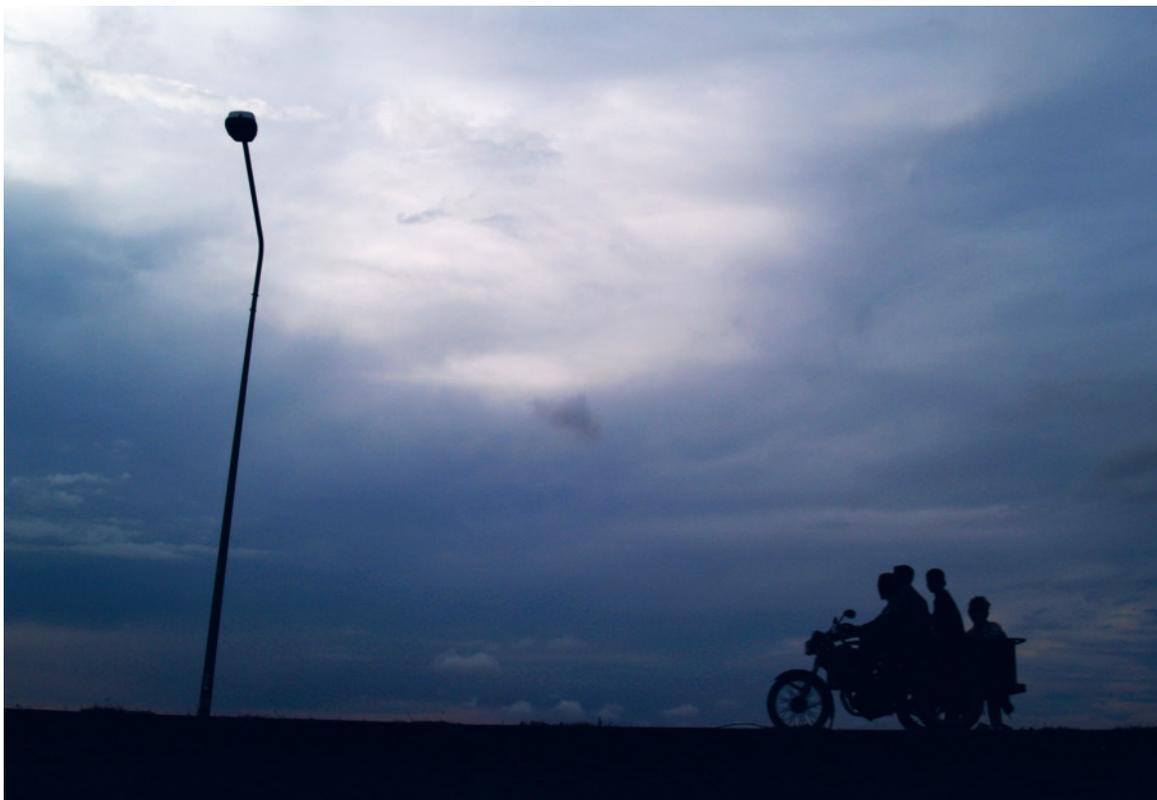
ชุดล่าสุดที่นำมาจัดแสดงเป็นครั้งแรกในชื่อ การเดินทางของเส้นพาทินสัน
จัดแสดงตั้งแต่วันที่-21 กุมภาพันธ์ 2559
ณ ห้องนิทรรศการหลัก ชั้น 8 หอศิลป์วัฒนธรรมแห่งกรุงเทพมหานคร

ปากกาน้ำ

จากวันวานสู่วันนี้

Text / Photo : ชฎาทู โทมรฤๅ ณ นคร

เกือบเขาลวงอันเหยียดยาวตกทอด
เป็นภูมิประเทศสีเขียวแห่งเมืองนครศรีธรรมราช
ข้ามผ่านสูงชันรถเข็น ทยอยอด
ถึงที่รายอีกฟากฝั่งริมทะเลอ่าวไทย
หากใครสักคนค่อยๆ พาตัวเองย้อนกลับไป
รู้จักหนทางแห่งวันเวลา สายสัมพันธ์ของผู้คน
แห่งภูเขาและทะเลของคนที่นี่คือภาพเรด
ของการ “อยู่ร่วม” อันน่าศรัทธา



ระหว่างลมตะวันออกเฉียงใต้ ที่อำเภอปากพนัง พื้นแผ่นดินที่ราบลุ่มริมทะเลอ่าวไทย เรื่องราวของผู้คนอันผูกพันอยู่กับโลกกสิกรรมโบราณได้ผ่านพื้นเรื่องราวมายาวนาน ตกทอดเป็นประวัติศาสตร์แห่งการอยู่กิน มากไปด้วยตำนานแห่งข้าวและคืนวันของการเปลี่ยนแปลง

ที่ราบลุ่มปากพนังครอบคลุมพื้นที่ตั้งแต่ปากแม่น้ำปากพนัง ไล่เรื่อยไปจนถึงอำเภอเชียรใหญ่ เข้าสู่หัวไทร และลากยาวต่อไปถึงระโนดและแถบทะเลสาบสงขลา เดิมข้าวคือสิ่งหล่อเลี้ยงผู้คนให้มีชีวิตยืนยาว เชื่อมโยงภาพรวมของเมืองนครฯ ในอดีตให้ดูมีชีวิตชีวา เทือกเขาหลวงที่ทอดขวางแผ่นดินนครศรีธรรมราชไว้ทั้งจังหวัดนั้นเป็นดังเหตุมูลของธรรมชาติที่ก่อให้เกิดความผูกพันของผู้คนหลายกลุ่มทั้งสองฟากเขา

แต่ดั้งเดิม ข้าวของจากชาวเหนือทั้งของป่า ผลไม้ สมุนไพรลงมาถึงปากพนังกันทางเรือ ล่องกันมาตามคลอง ชาวนอกอย่างเราในสมัยนั้นก็เอาข้าวแลกกลับไป “ชาวเหนือ” นั้นหมายถึงคนจากแถบลานสกา พิปูน ที่ยังชีพอยู่ด้วยการเพาะปลูกพืชสวนผสมหรือที่เรียกกันว่าสวนสมรม ส่วน “ชาวนอก” ก็คือคนบนพื้นที่ลุ่มริมลำน้ำปากพนังในฝั่งทะเลด้านตะวันออกทั้งปลูกข้าวและทำการประมง ไม่ใช่แค่ปากพนัง แต่ยังมีพื้นที่ไปถึงหัวไทร ท่าศาลา สิชล และขนอม

ยังมี “พวกนอกเขา” อีกกลุ่มหนึ่ง ที่อยู่ไกลออกไปอีกด้านหนึ่งของภูเขา ซึ่งก็คือผู้คนในแถบอำเภอฉวาง ทู่งสง ชีวิตของพวกเขาโอบล้อมอยู่ด้วยสวนยางพารานับหมื่นนับแสนไร่ รางไม้ เครื่องเทศ

และไม้ผลบางประเภทจึงเป็นข้าวของที่พวกเขานำเข้าหลังช้าง ขีดตป้าเขาหลวงลงมาแลกข้าวกับชาวนอก

คืนวันแลกเปลี่ยนในอดีตนั้นน่าสนุกสนานและจินตนาการถึงว่ากันว่าชาวเหนือหรือพวกนอกเขาขนผลผลิตลงมาให้ที่ไร ชาวออกก็จะลำเลียงข้าวกลับไปเต็มลำเรือหรือหลังช้างอย่างเท่าๆ กัน

พื้นที่ราบบริเวณลุ่มน้ำปากพนังจึงเป็นแหล่งเชื่อมโยงคนจากขุนเขาเข้ากับคนพื้นราบ เงื่อนไขของธรรมชาติในการเพาะปลูกที่แตกต่างกันทำให้ผลผลิตในแต่ละพื้นที่ได้สัมพันธ์แลกเปลี่ยนกันอย่างมีชีวิตชีวา จนมีคำเรียกขานคนจากภูเขาทั้งสองกลุ่มว่า “เกลอเขา” และเรียกคนลุ่มน้ำปากพนังว่า “เกลอเล” หรือที่เรียกระบบแบบนี้กันว่า “อ้ายเกลอ”

หากแต่ในยุคหลังๆ ราว 20 กว่าปีที่ผ่านมา ขณะที่โลกเปลี่ยนแปลงและเต็มไปด้วยกลไกการค้า พื้นที่อุดมชุ่มอย่างปากพนังกลับพบปัญหาที่แม้แต่ผู้เฒ่าซึ่งเจนจัดในการทำมาค้าขายตามความเชื่อโบราณของคนใต้เองก็ยังงุนงงและท้อถอยยอมจำนนกับผืนดินที่ป่วยไข้

ความสัมพันธ์ในวิถีชุมชนที่เคยเป็นมาค่อยๆ เลือนราง เรื่องราวของเกลอเลและเกลอเขากลายเป็นเพียงความฝันอันหอมหวานของสายสัมพันธ์ในอดีตที่คืนสู่หลังๆ นึกภาพตามไม่ค่อยออก

ไม่เพียงผืนดินที่เปลี่ยนไปจากการใช้อย่างสาหัส แต่ปัญหาแห่งความแร้นแค้นนี้ยังทับซ้อนอยู่ในหลายส่วน แม่น้ำปากพนังที่เคยหล่อเลี้ยงพวกเขาอยู่ก็บอบช้ำไม่แพ้ผู้คน ปัญหาที่น่าเสียดายจากการทำนาทุ้งและน้ำเค็มหนุนเข้ามาจนเพาะปลูกไม่ได้ทำให้ชาวบ้าน

ส่วนใหญ่หลายครัวเรือนคล้ายเดินมาถึงจุดอับ

ห้วงยามเช่นนั้นเอง ที่เรื่องราวความทุกข์ยากของพี่น้องปากพนัง ล่องลอยไปถึงพระเนตรพระกรรณของพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว เรื่องราวของความลำบากแร้นแค้นของเมืองที่เคยได้ชื่อว่าอู่ข้าวอู่น้ำอย่างปากพนังไม่เพียงแต่เป็นปัญหาที่รับรู้กันแต่ในท้องถิ่น หากแต่ยังทราบไปถึง “พ่อหลวง” ของพวกเราอีกด้วย จนถึงกับมีกระแสพระราชดำริที่ว่า “...คนที่ยากจนที่สุดในประเทศนั้นอยู่ที่นครศรีธรรมราช...คือชาวนาลุ่มน้ำปากพนัง...”

ไม่เพียงแต่ทรงรับรู้ถึงความทุกข์ยากของราษฎรแห่งลุ่มน้ำปากพนัง แต่ยังมีพระราชดำริที่จะทรงช่วยเหลือ โดยเฉพะครั้งสำคัญที่สุดเมื่อวันที่ 2 ตุลาคม พ.ศ. 2536 ได้พระราชทานพระบรมราชวโรกาสให้คณะกรรมการบริหารโครงการพัฒนาพื้นที่ลุ่มน้ำปากพนัง อันเนื่องมาจากพระราชดำริ เข้าเฝ้าฯ ณ พระตำหนักทักษิณราชินีเวศน์ ได้พระราชทานพระราชดำริว่า “...ทำประตูน้ำที่ปากแม่น้ำห่างจากอำเภอปากพนังประมาณ 3 กิโลเมตร ก็พิจารณาว่าจะแก้ไขปัญหาทั้งหมด ซึ่งหมายความว่า เป็นบุญเจ้าสำคัญ ของโครงการฯ จะแก้ปัญหาตั้งแต่ต้นน้ำ แล้ง น้ำท่วม น้ำเค็ม และสามารถที่จะให้ประชาชนมีน้ำบริโภค และน้ำทำการเกษตร...แม้ว่าประตูน้ำอันเดียวนี้จะไม่แก้ปัญหทั้งหมด ซึ่งจะต้องสร้างหรือทำโครงการอย่างต่อเนื่อง หากแต่เป็นจุดเริ่มต้นของการแก้ไข ปัญหาทั้งหมด จากอันนี้จะทำอะไร ได้ทุกอย่าง...”

ประตูระบายน้ำอุทกวิภาชประสิทธิ์และอาคารประกอบ อันได้แก่ บันไดปลา ทางปลาลอด ประตูเรือสัญจร และทำนบดินกัน



ลำน้ำเดิมจึงเริ่มก่อสร้างขึ้นที่บ้านบางพิ ตำบลคู่อ้อย ภายใต้โครงการพัฒนาพื้นที่ลุ่มน้ำปากพนังอันเนื่องมาจากพระราชดำริ พร้อมๆ กับชีวิตชีวาที่ค่อยๆ พื้นดินมาของพื้นที่มากกว่า 500,000 ไร่

น้ำเค็มถูกแยกออกจากน้ำจืดพร้อมๆ กับความอุดมสมบูรณ์ของคุณภาพดินที่ค่อยๆ ดีขึ้นตามลำดับ นาทุ่งกับนาข้าวถูกแยกพื้นที่อย่างเป็นสัดส่วนตามประเภทของน้ำ

เมื่อแผ่นดินได้รับการเยียวยา คนลุ่มน้ำปากพนังที่มีรากเชื่อมโยงอยู่กับท้องนาและผืนน้ำก็กลับมาเปี่ยมล้นด้วยลมหายใจ

หากเราพาตัวเองลงไปเป็นหนึ่งในเดียวกับลำน้ำปากพนัง ล่องไปตามความรื่นเย็น ตามเกาะแก่งกรังร้างที่ไม่ใหญ่ขึ้นคลุม ล้วนเสียดยอดอยู่ด้วยปล่องโรงสีข้าวโบราณที่สะท้อนความเป็น “เมืองข้าว”

ของปากพนังในอดีต บางคนเรียกภาพตรงหน้าว่า “แจกันยักษ์” แต่เดิมตามหมู่บ้านที่ทอดรายอยู่ในที่ราบลุ่มแห่งนี้ เฉพาะในเขตอำเภอปากพนังนั้นมีโรงสีอยู่ถึง 9 โรง ซึ่งถือว่าพอเพียงที่จะรองรับการทำกินของผู้คนในอดีต ด้วยทำเลที่เหมาะสม เรือขนส่งสินค้าสามารถล่องจากทะเลเข้ามาตามแม่น้ำ และซื้อ-ขายข้าวกันได้ถึงท่าโรงสี ตลาดเมืองปากพนังเติบโตเคียงคู่ ชีวิตที่ดีนำพาผู้คนหลากหลายเข้ามาตั้งหลักแหล่ง ดึกเก่าหลายห้องตลาดคือภาพชัดของคนจีนที่ก้าวมาอยู่ร่วมจากการปักหลักค้าขาย

ทุกวันนี้ ภาพของปากพนังปรับเปลี่ยนไปด้วยความเติบโต “คอนโดนกงางแอน” หลากสีผุดพรายคล้ายปากพนังเป็นเมืองสีลูกกวาด อาชีพเสริมที่มีเงินทองโยยบินอยู่ในอากาศ ทำให้

การก่อสร้างคอนโดเพื่อล่อให้นักงางแอนเข้ามาทำรังจึงเป็นที่นิยมมากยิ่งขึ้นในตลาดปากพนัง พื้นที่ซึ่งปากแม่น้ำแผ่กว้างสู่ผืนทะเลเป็นทำเลกินของนักเดินทางในแทบทุกวัน

ชีวิตเติบโตจากยุคโบราณ ผ่านตำนานและประวัติศาสตร์ของนาข้าวและการใช้ชีวิต วันที่แม่น้ำและท้องทะเลได้รับการแบ่งสรรที่ทางด้วยพระมหากษัตริย์คุณ ชีวิตเก่าใหม่ได้ผสมผสานอย่างมีทิศทาง

บ้านหลังอุ้งจิ้งไม่ร้างไร้ผู้คนเช่นทิวหนึ่งในอดีต ทว่ากลับเนืองแน่นไปด้วยความหลากหลายของชีวิตบนผืนแผ่นดินเดียวกันอย่างเปี่ยมค่า ๕

HOW TO GET THERE

จากตัวเมืองนครศรีธรรมราช เดินทางสู่อำเภอปากพนัง ใช้ทางหลวงหมายเลข 4013 ราว 36 กิโลเมตร

โครงการพัฒนาพื้นที่ลุ่มน้ำปากพนังอันเนื่องมาจากพระราชดำริ

☎ 0-7551-7933-4

สนใจส่งลำน้ำรับอำเภอปากพนังทางเรือ ตลอดจนปล่องโรงสีข้าวโบราณและประตูระบายน้ำอุทกวิภาชประสิทธิ์ รวมถึงส่งเรือสัมพัทธธรรมของแม่น้ำปากพนัง ไปจนถึงสิ้นสุดที่ปากอ่าว ติดต่อน.ส.ภักดี ทร.เวสลิฟ

☎ 0-7534-4171

WHERE TO STAY

ซีเค รีสอร์ท ที่พักแสนสบายติดชายทะเลปากพนัง

☎ 08-3293-8118

🏠 www.ckresorthotel.com

บ้าน ณ คอน ถนนพัฒนาการคูขวาง ภายในตัวเมืองนครศรีธรรมราช ห้องพักรีสอร์ท ตกแต่งน่ารักในบรรยากาศสวน

☎ 0-7534-4083

🏠 www.baannakhon.com

WHERE TO EAT

ร้านอภิชาติ ร้านตามสั่งเก่าแก่ของปากพนัง ถนนประชาวัฒนา เด็ดตรงขากฎาอุดสุดจริน ราคามาเส้นปลาเอ๋อกัน ปลาเกะพองพิชขึ้นจ่าย

☎ 0-7551-7906

ร้านครัวเมืองนังซีฟู๊ด ร้านอาหารพื้นบ้านเคียงข้างคนปากพนัง ถนนพาณิชย์สัมพันธ์ กำแพงลาด ไข่ปลากระบอกทอด กุ้งพิชชอมระบาท ต้มส้มปลากระบอกมีพิชเมืองนัง

☎ 0-7551-7016

Where to Find

พบกันทุกวันที 5 และ 20 ของเดือน

กรุงเทพฯ/ปริมณฑล

24Owls by Sometime's - ช.เอกชัย 12
 Airport Rail Link - วิทยุโท/นิคม: สันห้วยขวาง/รามคำแหง
 A Cup A Cake - ลาดพร้าว 71
 Amattissimo Caffe - ศรีนครินทร์ (ใกล้ Paradise Park)
 appresso coffee house - ก.ราชบุรณ: 34
 BANN KAFÉ - ช.ท่าข้าม 24
 BICO - ช.ลาดพร้าว 94
 B Story Café - COCO Walk
 Bunka Fashion Academy - สีลม
 Café Amazon
 Cafe Little Spoon - สุขุมวิท 21
 Café de Blythe - ลาดพร้าว 71
 Cafe To All - เสนาภิรมย์ 1
 Catholic Cafe - อาคาร Ozono
 Coffee Cakes - อาคาร 6 ชั้น 1 ทีโอที แจ้งวัฒนะ
 Coffee Model - ระหว่าง ช.ประดิพัทธ์ 12-14
 Daddy Dough
 Dialogue Coffee and Gallery - แยกผ่านฟ้า
 EL Mello (เอลเนลโล) - อาคาร Thai Summit Tower
 ES/PE/RO - สภาฯ ซอย 1
 Galleria Café - ก.กาญจนภิเษก บางแค
 Gallery กาแฟฟรีย - หอศิลป์ฯ กรุงเทพมหานคร
 Gloria Jean's Coffee
 Happy Espresso - ช.วงเวียน 22
 Hidden Backyard - ช.แจ้งวัฒนะ 45
 Hor Hidden Cafe - ช. อารีย์ 1
 I-hin Cafe - ช. ลาดกระบัง 46/3
 Jil Coffee - อาคาร 5 ชั้นใต้ดิน ทีโอที แจ้งวัฒนะ
 Lighting Café - ลาดปลาเค้า
 Lord of Coffee - อาคารพิทักษ์พลสช.รามคำแหง 164
 Mezzo
 Mhakhuri Station - ก.กสิปพฤกษ์ จอมทอง
 Mitte Coffee (มิทเท่) - ช.แจ้งวัฒนะ-ป่ากเกร็ด 33
 My Café the Library - Nawamin City Avenue
 Never Say Cutz
 Oldman Café - ช.บางขุนนนท์ 27
 One Ounce for Onion - ช.เอกชัย 12
 One to Three afternoon Café - (ติวานนท์ 16/27)
 Ristretto Coffee - ลาดพร้าว 71
 Panary Café - ช.อารีย์
 PH1b Coffee Bar - ช.พลโยธิน 11
 Puritan - ช.อารีย์ 5
 Set Café - ลาดพร้าว
 Simple Coffee Simple Life - อาคารเรสซิเดนซ์ 49
 Size S Coffee & Bakery - พระราม 4
 Snooze Café - U Center
 Sweet At Home - ช.เพชรเกษม 48
 Sweets Cafe - ช.อารีย์ 1
 Sweet Pista Bangkok - สุขุมวิท 31
 Ta Chance Coffee - เชียง ช.เจริญกรุง 109
 Take a Shot Coffee Bar - ใต้น้ำ Shell ช.เจริญนคร 40
 The CAPFEE - ช. ละสายทรัพย์
 Think TANK (Third Place) - ก. บางลิ้นจี่
 Timely Coffee - ช.เสียบวารี 15 นองจอก
 TINPRESSO - ช.สุขุมวิท 101/1
 Tom n Tom Coffee - ช. เพชรเกษม 69 victory garden
 Treat Cafe & Hang Out - ระหว่าง ช.เสนานิคม 17-19
 Three Mangoes - ประชาชื่น
 Tokyobike - ช.อารีย์ 2

Veganerie - ชั้น 4 ตึก Mercury Ville
 White Rabbit - อารีย์สัมพันธ์ 5
 Yesterday's Tea Room - ปากซอยสะพานยาวทรงวาด
 กาแฟฟรียสิงห์ - พระราชวังพญาไท S.W. พระมงกุฎฯ
 พอโจ โอม คาเฟ่ - ช.โชคชัยวัฒนามิตร
 โครงการ P9 ซอยพลโยธิน 9
 โค้ค คาเฟ่สด - สายไหม 84
 ผู้ชายขายน้ำ - พาราไดซ์ พาร์ค
 วอเตอร์ไซด์ รีสอร์ท เรสโตรองท์
 โอชา กาแฟ - ช.นางพินนา 8 ดอนเมือง
 ศูนย์การประชุมนานาชาติสิริภคินี
 ห้องสมุด
 • ห้องสมุดมารวย อาคารตลาดหลักทรัพย์,
 เอสพลานาด
 สถานศึกษา
 • มหาวิทยาลัยศรีปทุม วิทยาการพญาไท
 • ศูนย์นิคมเพาะวิชาชีพ มหาวิทยาลัยศรีปทุม (NEC)
 • บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
 • สถาบันเทคโนโลยีไทย-ญี่ปุ่น (พัฒนาการ)
 • มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ท่าพระจันทร์
 คณะบริหารธุรกิจ
 • ปริญญาโท + ภาคพิเศษ มหาวิทยาลัยรามคำแหง
 • มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล วิทยาเขตโขน
 • สถาบันสอนภาษา เดอ-ฟรอนซ์อิงลิช สาขาบางอินทรา

ภาคเหนือ

เชียงใหม่
 Chivit Thamma Da Coffee House
 เรียงกิ่งกาแฟ
 สวิสตีเชียงใหม่

เชียงใหม่

Gloria Jean's Coffee
 Into the woods
 Neo Café
 โรนเจอร์ Yesterday - ก.นิมมานเหมินทร์
 อาป่า อ่ามา
 กราฟ คาเฟ่
 ปองกาเนส
 อินพราไซ
 กาแฟ(โซด) (Sode Coffee)
 ร้านหนังสือเชียงใหม่

แม่ฮ่องสอน

Coffee In Love
 Coffee Morning
 กาแฟท่าท่า ปาย
 สรวงกาแฟ

น่าน

Coffee Sound

แพร่

Bake Love Homemade Bakery
 Buya Coffee
 CK Coffee
 บ้านอิงเล คอฟฟี่

พะเยา

@home (เอกโฮม)
 Butlercup
 Nutsz Coffee
 See U Again

ลำปาง

The COCO Lampang
 โถ่ กาแฟ
 ออมสุข

ลำพูน

Blacksmith
 Hhom Café
 ไร่หงา

อุดรธานี

Amazon จ้างาม

ภาคกลาง

ชัยนาท

Me Ice Cream

นครปฐม

Café De Beau
 Riva Floating Café
 Café de Ariya
 Pak Pink Bistro

นครสวรรค์

รวมเกียรติ คอฟฟี่
 กาแฟเกาะคำ Coffee

พิษณุโลก

Caffe'ine
 Maioak (ไมโอค)
 Sabaii by sopathan
 กาแฟต้นกำเนิด
 พิสต้า คาเฟ่

พิจิตร

โรสกาแฟสด

เพชรบูรณ์

กาแฟ Route 12

ลพบุรี

ศ.กาแฟ ชดสด

สมุทรสงคราม

Amphawa bike café & Crafts

สระบุรี

Daddy Dough - สาขา ปตท.แห่งคอย
 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 หล้า - ม.ขอนแก่น

ชัยภูมิ

Eat Play Love Café

นครพนม

จันทรากาแฟ

นครราชสีมา

Coffee Bar Korat
 Little Spoonz
 Sweet Café
 โอเซียน คอฟฟี่
 เท็ดดี คาเฟ่

บุรีรัมย์

Brom Café

มุกดาหาร

Bearista Coffee & Bakery

มหาสารคาม

Bike inn Café
 กาแฟรินทร์บุรี

เลย

กาแฟสด อีกเลย
 ปลอ่ยเสง เชียงคน - ก.ชายโงง ซอย 10
 แม่น้ำแก่ง เกสท์เฮาส์ - ก.ชายโงง 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 สตุตโต
 คัฟพอฟโจ

อุบลราชธานี

ซินวาน

ภาคตะวันออก

จันทบุรี

กาแฟร้อยตะวัน

ชลบุรี

Betta Café by Dessertakorn
 Coffee Brown Sugar
 Daddy Dough - สาขา บายพาสชลบุรี
 Gloria Jean's Coffee
 Madam Coffee
 Mezzo - โรงพยาบาลเอกชน
 Mezzo - สาขา Japanese Town Sriracha

ปราจีนบุรี

Coffee Please

ตราด

Gold Coffee by Joy
 Kaotaa Coffee (เจ้าท่ากาแฟสด)
 ร้าน Hotel อี

ระยอง

Dollars House
 ราชיות
 ร้านกาแฟหอมปากหอมคอ
 สุนทรู

ภาคตะวันตก

กาญจนบุรี

The Rabbit Bakery

ตาก

Sweet Harmony

ประจวบคีรีขันธ์

Gallery กาแฟฟรีย หัวหิน - ซอยหัวหิน 51
 inu cafe
 Daddy Dough สาขาหัวหิน
 โชว์รูม Ford หัวหิน
 โบสถ์หัวหิน

เพชรบุรี

ชาปุชชา - ก.ดำรงรักษ์
 Daddy Dough - สาขา ปตท.เพชรบุรีลำยุค
 I.L. CAFÉ - ก.บันไดอิฐ

ราชบุรี

ศูนย์ประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว (ชมรมธุรกิจ
 ท่องเที่ยวอำเภอสวนผึ้ง)
 Morning Glory Resort & Bakery
 IDYLL@DAMNOENSADUAK

ภาคใต้

กระบี่

I Coffee
 เค้ก ณ นภา

ตรัง

กาแฟที่เที่ยง
 The Wish Coffee
 Deeva Cup

นครศรีธรรมราช

A&A Restaurant

ภูเก็ต

กล้วยน้ำว้า - ก.เยาวราช, ก.เจ้าฟ้า
 คาเฟ่ เดอะ หลาด
 Love 2 Eat
 มณฑลกาแฟ
 Phuket Boat Lagoon

ระนอง

Jajaa Coffee

สงขลา

Cot
 Ma Maison - (หาดใหญ่)
 Tempo Café
 TUBER
 กาแฟ & สติ บ้านจิตเลา

สุราษฎร์ธานี

My Cup
 กาแฟบ้านปู
 บางโน้น 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 เพนนิชซูการ์ แอสโซซิเอตส์ จำกัด

- ธนาคารไทยพาณิชย์ สาขาพลโยธิน เลขที่บัญชี 014-2-57097-9
- ธนาคารกสิกรไทย สาขาสำนักพลโยธิน เลขที่บัญชี 799-2-07811-8

วิธีการสมัคร

กรอกข้อมูลให้ครบถ้วนแล้วส่งใบสมัครพร้อมหลักฐานการโอนเงินมาที่
 บริษัท เพนนิชซูการ์ แอสโซซิเอตส์ จำกัด เลขที่ 100/6 ซอยอารีย์สัมพันธ์ 3
 ถนนพลโยธิน แขวงสามเสนใน เขตพญาไท กรุงเทพฯ 10400

โทรศัพท์ 0-2270-1123-4 โทรสาร 0-2270-1125

หรือทาง helloannie_@hotmail.com



แอ็คเซลเรท ประชาชนพุ่มะเลิศ 2 ทีมสุดท้าย

นาวาอากาศเอก สมศักดิ์ ขาวสุวรรณ์ รองปลัดกระทรวงเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร ให้เกียรติมาเปิดงานดีแทค แอ็คเซลเรท Demo Day ปี 3 โดย แอนดริว กวาลเซท ผู้อำนวยการอาวุโสฝ่าย Strategy & Innovation และ สมโภชน์ จันทรสมบูรณ์ ผู้อำนวยการฝ่ายนวัตกรรมธุรกิจ และ ดีแทค แอ็คเซลเรท บริษัท โทเทิล แอ็คเซ็ส คอมมูนิเคชั่น จำกัด (มหาชน) หรือดีแทค มอบรางวัลดิจิทัล วินเนอร์ให้กับ ทีม GIZTIX และ Tech Farm พร้อมรางวัลดูงานที่ซิลิคอน วัลลีย์ ให้กับ ทีม Skootar หลังจากที่ทั้งสามทีมได้นำเสนอผลงานได้อย่างน่าประทับใจ คณะกรรมการ และนักลงทุนที่ร่วมตัดสินในงาน Demo Day



โครงการปกป้องนวัตกรรมระยะ 2

สำนักงานนวัตกรรมแห่งชาติ (องค์การมหาชน) ร่วมกับสภาอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย และสภาหอการค้าแห่งประเทศไทย พร้อมคณะกรรมการพิจารณา และกลั่นกรองโครงการปกป้องนวัตกรรม จัดการประชุมกำหนดแนวทางและขั้นตอนการพิจารณาอนุมัติโครงการปกป้องนวัตกรรมเพื่อยกระดับและพัฒนาขีดความสามารถ SME ไทย ไปสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน ระยะที่ 2 ร่วมกัน ณ โรงแรมสุโกศล กรุงเทพฯ



ออมสินจัด GSB Camp

ธนาคารออมสินจัด GSB Camp ดิวเข้ม ผู้เข้าร่วม 100 ทีม โครงการประกวด "ออมสิน สุดยอดแนวคิดธุรกิจวิถีไทย" โดยดิงนักธุรกิจ คลื่นลูกใหม่แถวหน้ามาร่วมสร้างแรงบันดาลใจ และให้ความรู้ธุรกิจ เพื่อนำข้อมูลกลับไปปรับปรุงแผนงานในการนำเสนอแผนงานในรอบต่อไป และหลังจากนั้นคณะกรรมการจะได้พิจารณาคัดเลือกให้เหลือ 10 ทีมสุดท้าย เพื่อเข้ารับการอบรมอย่างเข้มข้นในรอบ Guru Coaching

สสว.ช่วย SME 3 หมื่นราย

สสว.ขานรับแนวทางรัฐบาล เดินหน้าแผนปฏิบัติการรองรับมาตรการเพิ่มขีดความสามารถ เเทงบ 2,467 ล้านบาท เพื่อมุ่งช่วย SME 3 หมื่นราย ใน 3 กลุ่มคือ บ่มเพาะ SME รายใหม่ พัฒนา SME รายเดิมให้เติบโต และฟื้นฟู SME ที่ประสบปัญหา โดยทำงานร่วมกับกระทรวงอุตสาหกรรม กระทรวงพาณิชย์ และกระทรวงวิทยาศาสตร์ฯ ด้วยการวินิจฉัยเชิงลึกแบบรายกิจการ บ่มเพาะ พร้อมส่งต่อสถาบันการเงิน เพื่อกู้ยืม ร่วมทุน หรือเข้าโครงการเพื่อพลิกฟื้นของ สสว.



ฟูจิ ซีร็อกซ์ เปิดตัวศูนย์ IDSC

บริษัท ฟูจิ ซีร็อกซ์ (ประเทศไทย) จำกัด ประกาศเปิดตัวศูนย์ IDSC (Innovative Document Solution Center) บนพื้นที่ชั้น 25 อาคารเซ็นทาวเวอร์ส บี ซึ่งนับเป็นไลฟ์ไซรุ่มแห่งแรกของฟูจิ ซีร็อกซ์ ในประเทศไทย ภายในจัดแสดงเครื่องมัลติฟังก์ชันรุ่นใหม่ล่าสุด ตลอดจนโซลูชันการจัดการเอกสาร ห้องอบรม และสัมมนา เพื่อรองรับการฝึกอบรมของเจ้าหน้าที่เทคนิคของฟูจิ ซีร็อกซ์ และลูกค้า นอกจากนี้ ศูนย์ IDSC แห่งนี้ยังเปิดโอกาสให้ลูกค้าได้สัมผัสการสาธิตการนำโซลูชันที่ถูกพัฒนาขึ้นมาให้เหมาะสมกับความต้องการของลูกค้า ไปใช้ในสภาพแวดล้อมการทำงานจริง



ทรูคอฟฟี่ ชวนลิ้มลอง “Chocolate’ Classique”

“ทรูคอฟฟี่” เอาใจคนรักเครื่องดื่มช็อกโกแลต แนะนำเมนูใหม่ล่าสุด “Chocolate’-Classique (ช็อกโกแลตแท้-คลาสสิก) สวรรค์ของคนรักช็อกโกแลต คัดสรรวัตถุดิบเกรดพรีเมียม ส่งตรงจากเมืองหลวงช็อกโกแลตโลก ประเทศเบลเยียม สัมผัสรสชาติเข้มข้น หอมกรุ่นกลิ่นช็อกโกแลต อร่อยลงตัว เลือกได้ 3 เมนู ทั้งแบบร้อนแบบเย็น และแบบปั่น



STI to Strengthen SMEs and Communities

ดร.วีระพงษ์ แพสุวรรณ ปลัดกระทรวงวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี (วท.) เป็นประธานในพิธีเปิดประชุม The World Association of Industrial and Technological Research Organizations (WAITRO) Networking Conference ซึ่งสถาบันวิจัยวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งประเทศไทย (วท.) เป็นเจ้าภาพจัดการประชุม ภายใต้หัวข้อเรื่อง “STI to Strengthen SMEs and Communities” ร่วมระดมความคิด แลกเปลี่ยนประสบการณ์ของประเทศสมาชิกในเครือข่าย นวัตกรรมศาสตร์เทคโนโลยี นวัตกรรม ยกกระดับสร้างความเข้มแข็ง SME และชุมชน



ทีเอ็มบี รับรางวัลผู้ผลักดันเพื่อเอสเอ็มอี

ไตรรงค์ บุตราภาส ประธานเจ้าหน้าที่บริหารลูกค้าเอสเอ็มอี ทีเอ็มบี ได้รับการคัดเลือกเป็น “บุคคลตัวอย่างภาคธุรกิจแห่งปี 2015 ภาคธุรกิจการเงินและธนาคาร” ในฐานะผู้มีผลงานดีเด่นในการผลักดันและพัฒนาธนาคารเพื่อผู้ประกอบการเอสเอ็มอี โดยรางวัลดังกล่าวเป็นหนึ่งในโครงการบุคคลคุณภาพแห่งปี 2015 จัดโดยมูลนิธิสภาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งประเทศไทย (มสวท.) ที่มีวัตถุประสงค์เพื่อประกาศเกียรติคุณและให้การยกย่องบุคคลที่ประสบความสำเร็จในการดำเนินชีวิต และการอุทิศตนทำกิจกรรมเพื่อประโยชน์ต่อสังคมและประเทศชาติในด้านต่างๆ



บีटक คาเฟ่ ไทยแลนด์

เปรมินทร์ เลอนรเสฎฐ์ ผู้จัดการทั่วไป ศูนย์การค้าเซ็นเตอร์พอยท์ ออฟ สยามสแควร์ พร้อมด้วย ญัฐพล รุ่งจรรุญ และ พัชรินทร์ พงษ์พรณชัย กรรมการผู้จัดการ บริษัท จีเอ็ม สโตร์ แอนด์ คาเฟ่ จำกัด ผู้บริหารร้านบีटक คาเฟ่ ไทยแลนด์ ร่วมเปิดตัว บีटक คาเฟ่ ไทยแลนด์ (B.Duck Café Thailand) สาขาแรกในไทยที่ศูนย์การค้าเซ็นเตอร์พอยท์ ออฟ สยามสแควร์ ศูนย์กลางแห่งไลฟ์สไตล์ของวัยรุ่นยุคปัจจุบัน

สร้างความสำเร็จ ด้วยการออกแบบ



สมณะ กังวารจิตต์

นักออกแบบบรรจุภัณฑ์ระดับโลก บริษัท Prompt Design

งานออกแบบเป็นสิ่งที่มีศรัทธาเพราะเพราะภาษาศิลปะถือเป็นภาษากลางของโลก ไม่ว่าจะอยู่ประเทศไหนพูดภาษาอะไรก็ตาม แต่เมื่อเป็นเรื่องศิลปะก็จะกลายเป็นภาษาเดียวกัน ดังนั้น ศิลปะจึงสามารถแทรกเข้าไปอยู่ได้ทั้งสินค้าและบริการ

ทั้งนี้ ความเคลื่อนไหวด้านงานออกแบบในบ้านเรานั้น หากดูจากการเรียนการสอนก็จะพบว่า มีสถาบันการศึกษาทั้งภาครัฐและเอกชนหลายแห่งเปิดการเรียนการสอนการออกแบบเพิ่มมากขึ้น ดังนั้น ในแง่มุมนี้จึงมั่นใจได้ว่าบุคลากรด้านการออกแบบที่จะสนับสนุนธุรกิจ SME นั้นมีจำนวนมาก นอกจากนี้ ภาครัฐเองก็ยังพยายามผลักดันให้ผู้ประกอบการ SME เข้าใจ และเห็นถึงความสำคัญของการออกแบบ มีการประกวด มอบรางวัล หรือกระทั่งพานักออกแบบไปดูงานต่างประเทศ ดังนั้น จึงอาจกล่าวได้ว่ามีหลายปัจจัยเชื่อมโยงกันที่ทำให้เห็นภาพความเคลื่อนไหวด้านการออกแบบที่ไปในทิศทางที่ดี

สำหรับผู้ประกอบการ SME นั้นในวันนี้ให้ความสนใจด้านการออกแบบเพิ่มมากขึ้น แต่ปัญหาของผู้ประกอบการ SME คือ ความไขว่คว้าที่ต้องไปเจอกับผู้เชี่ยวชาญที่ไม่ใช่ของจริง ทำให้งานออกแบบที่ออกแบบมานั้นผิดวัตถุประสงค์ ไม่ตอบโจทย์ความต้องการที่แท้จริง เมื่อเป็นเช่นนั้นอาจมีคำถามว่า แล้วควรจะเลือกนักออกแบบอย่างไร? หลักๆ คือ ควรดูจากผลงานในอดีตที่ดูแล

แบรนด์มาก่อนว่าเป็นอย่างไรบ้าง และที่สำคัญควรเลือกนักออกแบบที่เป็นดังองค์กรของแบรนด์ ที่ทำหน้าที่พิทักษ์แบรนด์ที่ดีได้รับมอบหมายนั้น ฉะนั้นนักออกแบบจึงต้องมีความเข้าใจในธุรกิจ และพร้อมจะใช้แนวคิดมาต่อกันกับคู่แข่งในทุกละเอียดวินาทีเสมือนเป็นแบรนด์ของเราเอง

อย่างที่บริษัท Prompt Design เรานั้น มีการปลูกฝังให้นักออกแบบทุกคนจงรักภักดีกับแบรนด์ที่เราทำและได้รับมอบหมาย ส่วนมากผมจะปูพื้นฐานให้ทุกคนเข้าใจกว่าที่ผู้ประกอบการจะคิดและพัฒนาสินค้าหรือบริการขึ้นมาได้นั้นต้องใช้เวลาความพยายามมาก และยังมีองค์ประกอบอื่นๆ ที่มากกว่าการออกแบบเสียอีก ดังนั้น เราควรตั้งใจในการผลิตผลงานทุกชิ้น และต้องติดตาม และเก็บข้อมูล อีกทั้งต้องพยายามปกป้องแบรนด์ของลูกค้าอีกด้วย เช่น เมื่อเดินซูเปอร์มาร์เก็ตเห็นสินค้าที่เราออกแบบล้มหรือถูกอยู่ลิ้นเข้าไปก็ควรหยิบออกมาวางให้เรียบร้อยเพื่อที่ว่าทุก ๆ นาทีไม่ควรจะต้องเสียโอกาสด้านการขาย

มีครูชาวอังกฤษท่านหนึ่ง กล่าวเอาไว้ว่า “งานดีไซน์ที่ดี คือการสร้างสมดุลระหว่างความสวยงามกับประสิทธิภาพของผลลัพธ์ที่ได้”

หัวใจของการออกแบบที่จะทำให้สินค้าหรือบริการประสบความสำเร็จนั้น คือการตอบโจทย์ความต้องการของผู้บริโภคให้ตรงที่สุด ไม่ว่านักออกแบบจะทำอย่างไรก็ตาม สิ่งสำคัญคือ ต้องรู้ใจ

ผู้บริโภคให้มากที่สุด เช่น นักท่องเที่ยวคนไทยที่ไปเที่ยวญี่ปุ่น เมื่อจะซื้อของฝากเพื่อนญาติพี่น้อง ย่อมจะไม่อยากได้อะไรที่เป็นโมเดิร์น แต่ต้องการสิ่งที่เป็นสัญลักษณ์ที่แสดงความเป็นญี่ปุ่น เช่นเดียวกันฝรั่งเมื่อมาเที่ยวเมืองไทยก็ย่อมต้องการสินค้าอะไรที่สื่อความหมายความเป็นไทย นี่คือสิ่งที่นักออกแบบต้องมี

บ่อยครั้งที่เราจะได้ยินเรื่องการสร้างแบรนด์ ซึ่งหลายคนคิดว่าการสร้างแบรนด์จะต้องเริ่มต้นด้วยการโฆษณา นั่นเป็นความเชื่อที่ผิด เพราะการสร้างแบรนด์จะมี 3 สเตปที่สำคัญ คือ ขั้นที่หนึ่ง เป็นเรื่องของจิตวิญญาณความเป็นผู้ประกอบการที่มีต่อธุรกิจที่จะได้พัฒนาสินค้าและบริการขึ้นมา ถัดมาขั้นที่สองใช้การออกแบบเป็นสิ่งที่สื่อสารจิตวิญญาณความเป็นผู้ประกอบการออกไปสู่ตลาด ผ่าน Touch Point ต่างๆ และขั้นที่สาม เมื่อแบรนด์กำลังไปได้มียอดขายสนับสนุนระดับหนึ่งแล้วจึงค่อยโฆษณา

ยกตัวอย่างแบรนด์กาแฟดังสตาร์บัคส์ เมื่อเริ่มต้นธุรกิจนั้นอาจกล่าวได้ว่าเป็นการเริ่มต้นจากจิตวิญญาณความเป็นผู้ประกอบการของผู้เป็นเจ้าของ กลั่นกาแฟ ปลูกฝังพนักงาน จากนั้นจึงค่อยออกแบบร้าน โลกโก้ สร้างแบรนด์จริงจัง และเมื่อมีลูกค้ามากขึ้นสุดท้ายจึงโฆษณา สำหรับผู้ประกอบการ SME หากอยากประสบความสำเร็จทางธุรกิจต้องรักษาสเตปการสร้างแบรนด์แบบนี้ด้วยเช่นเดียวกัน ☺



นั่งรถไฟฟ้าต่อมอเตอร์ไซด์ ลดค่าวินท์นที่ 40 บาท 3 ครั้ง

PROMO CODE : BIKEARL

เฉพาะผู้โดยสารรถไฟฟ้าแอร์พอร์ต เรล ลิงก์ เท่านั้น
เริ่ม 1 พ.ย. 58 - 31 ม.ค. 59

(เมื่อใช้บริการผ่านแอปพลิเคชัน)



GRABBIKE





BKG KNOWLEDGE DAY 2015

มหกรรมความรู้ เพื่อผู้ประกอบการเอสเอ็มอี

เพราะธุรกิจไม่เคยหยุดนิ่ง ร่วมเปิดโลกธุรกิจของคุณให้กว้างขึ้น มหกรรมความรู้ที่จะพลิกให้ธุรกิจของคุณถึงเป้าหมายได้เร็วขึ้น ร่วมช้อปความรู้ แร่ประสบการณ์ที่แตกต่าง งานเดียวครบต่อมโจทย์ของผู้ประกอบการธุรกิจเอสเอ็มอี (ไม่มีค่าใช้จ่าย)

27-28 พฤศจิกายน 2558

เวลา 10.00-20.00 น. ห้อง BALLROOM & RECEPTION HALL A
ศูนย์การประชุมแห่งชาติสิริกิติ์

เสริม

CONSULT ZONE

เสริมความมั่นใจ คลายข้อสงสัยกับกูรูผู้เชี่ยวชาญกว่า 20 บริษัทแบบตัวต่อตัว ไม่มีค่าใช้จ่าย

เพิ่ม

SEMINAR ZONE

เพิ่มความรู้กับสัมมนากว่า 20 หัวข้อตลอด 2 วัน

เติม

BUSINESS SUPPORT ZONE

เติมความพร้อมให้ธุรกิจในทุกๆ ด้าน

เติม

OEM FOR STARTUP ZONE

เติมเปี่ยมกับสินค้าคุณภาพจากโรงงานผู้ผลิตโดยตรง ที่ทำให้คุณสามารถนำไปต่อยอดทางธุรกิจได้อย่างง่าย

4 ZONE FOR SME

สอบถามรายละเอียดเพิ่มเติมที่

โทร. 0-2270-1123-4 ต่อ 409, 202 หรือ 08-4555-0803,
09-0880-9451

www.smethailandclub.com/bigknowledge

