FREE

SME *encourage you to start your own biz*

START UP

ISSUE 21 | 5 DECEMBER 2015

CONTENTS

Photo : *Otto*

คิดต่างแบบสร้างสรรค์

การทำธุรกิจแบบ Me Too ที่แห่กันทำธุรกิจแบบซ้ำๆ เหมือนๆ กันนั้น ได้ถูกพิสูจน์ให้เห็นมาหลายครั้งหลายคราแล้วว่าจะเป็นเพียงกระแสให้ตื่นตาตื่นใจกันเพียงชั่วครู่ แล้วก็จะหายไปจากตลาดในเวลาอันรวดเร็ว ผู้ประกอบการที่วิ่งไปตามกระแสจึงไม่อาจอยู่ในตลาดได้นานและไม่ใช่ตัวจริงในการทำธุรกิจ ในทางกลับกันหากธุรกิจไหนที่สามารถสร้างความแตกต่างไม่เหมือนใครได้ก็จะมีโอกาสสูงที่จะอยู่รอด และเติบโตต่อไปได้ เพราะความคิดสร้างสรรค์ที่จะสร้างความแปลกใหม่เข้าสู่ตลาดนั้นจะเป็นอีกเครื่องมือสำคัญในการนำไปสู่การสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับสินค้าและบริการ แต่แน่นอนว่า การที่จะคิดต่างได้สิ่งนี้จะต้องอาศัยการเป็นคนกล้าคิดกล้าทำด้วย

ยิ่งเมื่อความต้องการของผู้บริโภคมีเพิ่มมากขึ้นตลอดเวลา อีกทั้งยังเปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็ว ปัจจัยการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าหรือบริการจึงอาจไม่ใช่แค่ราคาหรือคุณภาพ สิ่งนี้จึงถือเป็นความท้าทายที่ผู้ประกอบการจะต้องตอบโจทย์และตามให้ทันผู้บริโภคในยุคนี้

ใครจะเชื่อว่า หัวกุ้งที่เหลือทิ้ง ไม่มีคนกิน จะถูกหยิบจับเอาส่วนข้างใต้ มาสร้างมูลค่าเพิ่มเป็นขนมขบเคี้ยวที่มีแคลเซียม และวางขายในห้างสรรพสินค้าได้ และเคยได้ยินมั้ยกับกลยุทธ์แบบน้ำล้นตุ่ม นี่คือตัวอย่างความคิดต่างของ พิมพ์มาดา พัฒนปรัชญาพงศ์ ที่ทำให้เธอประสบความสำเร็จมาแล้ว

รัชนี พันธ์รุ่งจิตติ
บรรณาธิการ
nee_pan@hotmail.com

YOUNG MONEY MAKER 9
"ผู้ที่มองเห็นโอกาสก่อนย่อมได้เปรียบกว่าเสมอ" คำพูดนี้สะท้อนความสำเร็จของคนทำธุรกิจวิสัยทัศน์ไกลที่มองเห็นโอกาสแล้วลงมือทำก่อนใครอื่น และ ณอน เบลนิค แห่ง Bizchair.com เป็นเช่นนั้น

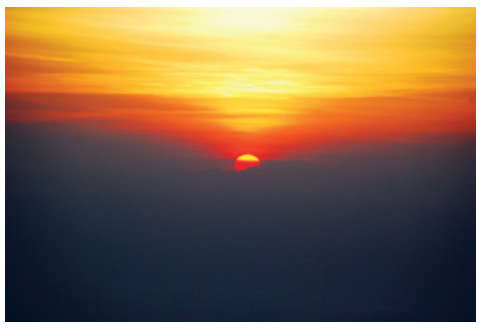
10 **INTERVIEW**
พบกับบทสัมภาษณ์ พิมพ์มาดา พัฒนปรัชญาพงศ์ ผู้บัญญัติคำว่าคางกุ้ง และสรรหากรรมวิธี เสริมเติมรสชาติ จนกลายเป็นขนมขบเคี้ยวที่อร่อยถูกปาก คนไทยภายใต้แบรนด์ Okusno

16–17 **SELF-EMPLOYED**
Make a Move เกิดจากความตั้งใจอยากทำรองเท้าแตะไม้ที่สามารถสวมใส่ได้หลายโอกาส ของสองสาวดีไซเนอร์ ศริณญา ประเสริฐสรรค์ และ เพ็ญธิดา งามมณีวัฒน์ และเรื่องราวของ Nella เริ่มต้นมาจากอยากได้กางเกงโยคะดีๆ สักตัวมาใส่ ของอมรรัตน์ ธรรมบูรณวิทย์ และ พัชกมล พฤกษะวัน

TECT STARTUP 18
เปิดมุมมอง Startup ไทย ผ่านนายกสมาคม Tech Startup

19 **MARKETING & IDEA**
รู้จัก Pinkoi เว็บไซต์ซื้อ-ขายงานดีไซน์ออนไลน์จากประเทศไต้หวันที่ใหญ่ที่สุดในเอเชีย

20 **INSPIRE ME**
อมตา จิตตะเสนีย์ หรือที่รู้จักกันในชื่อ แพรี่พาย เมคอัพอาร์ทิสต์สาวที่ถูกจับตามองมากที่สุดในขณะนี้ กับแรงบันดาลใจของเธอ



24 **TRAVEL**
ภูหินร่องกล้าขุนเขาอุดมการณ์ กลางม่านหมอกและดงดอกไม้

ติดตามข่าวสารและข้อมูลที่น่าสนใจได้ใน
SME Startup

บรรณาธิการอำนวยการ สุจิตรา บุณยขจร
บรรณาธิการ รัชนี พันธ์รุ่งจิตติ
กองบรรณาธิการ นิตยา สุเรียมมา กฤษณา สังข์วงค์ เจษฎา ปุรินทวรกุล
บรรณาธิการเว็บไซต์ แกล้วกล้า ธาดาบดินทร์
ประสานงานกองบรรณาธิการ สุชันษา แก้วโคตร
หัวหน้าฝ่ายภาพ ชาคริต ยศสุวรรณ์
ฝ่ายภาพ กฤษฎา ศิลปไชย
บรรณาธิการฝ่ายศิลปกรรม ศุภธาดา นำอำนวย
หัวหน้าฝ่ายพิสูจน์อักษร อุดม วรจารุวรรณ
พิสูจน์อักษร วรนุช โต้ตอบ
ผู้จัดการฝ่ายโฆษณาและการตลาด สุนิสา บุณยขจร *โทร.08-5661-4782*
หัวหน้าฝ่ายโฆษณาและการตลาด นันท์นภัส ชาวเวียงจันทร์ *โทร.09-1105-5510*
ฝ่ายโฆษณาและการตลาด ศริณย์ นวลดี *โทร.08-7314-5671*
หัวหน้าฝ่ายกิจกรรมพิเศษและส่งเสริมการตลาด วีระชาติ ขวานเพชร
ฝ่ายสมาชิก อมรรัตน์ ยาไทย
หัวหน้าฝ่ายบัญชีและการเงิน นิตยา สังทิพย์
ฝ่ายบัญชีและการเงิน ศิรินาฎ ลินจงรัตน์
บรรณาธิการผู้พิมพ์ผู้โฆษณา วินัย วิโรจน์จริยากร

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

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

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

บริการธุรกรรมการเงิน

แพ็กเกจ
รับจ่าย ง่ายเกินคุ้ม

SCB SME

"ใช้ผ่านสาขา หรือ SCB Business Net
ก็สะดวกคุ้มค่า ตรงใจเลยค่ะ"

ดร.ฐิติพร สงวนปิยะพันธ์
บ.เซตเต้ เพคคาติ ธุรกิจผลิตและออกแบบเครื่องประดับ

ปลดล็อคธุรกรรมรับจ่าย

- **รับเงิน** : บริการรับฝากเช็คและเงินสดพร้อมข้อมูลกระทบยอดบัญชี (SCB Local Collect) บริการถอนเช็ค SCB ต่างสาขาทราบผลเรียกเก็บทันที
- **จ่ายเงิน** : บริการสมุดเช็ค บริการฝาก ถอน โอนข้ามเขตที่สาขา บริการโอนเงินจ่ายคู่ค้าและเงินเดือนระหว่างบัญชี SCB ผ่านสาขา หรือ SCB Business Net
- **บริการระบบ** : SCB Business Net และ SCB Business Alert
- **ประหยัดคุ้มค่า ด้วย ส่วนลดสูงสุด 93%***
- **เลือกได้ตามความต้องการของธุรกิจ S M L**
- **สอบถามรายละเอียดเพิ่มเติมได้ที่ธนาคารไทยพาณิชย์ ทุกสาขาทั่วประเทศ**

ราคาเริ่มต้นเพียง 499 บ./เดือน

*เมื่อเปรียบเทียบสิทธิประโยชน์ที่ได้รับในแพ็กเกจ Size L กับค่าใช้จ่ายปกติ

www.scbsme.com | 02 722 2222

มหาเศรษฐีอายุน้อยที่สุดในโลก

หากใครบอกว่า จะเป็นเศรษฐีได้ต้องรอจนแก่ ขอโต้ว่าไม่จริง เพราะดูอย่าง Mark Zuckerberg ผู้มีมูลค่าทรัพย์สิน 46.1 พันล้านดอลลาร์สหรัฐฯ ในวัย 31 ปี และรู้หรือไม่ว่า ก่อนหน้านี้เขาเคยสร้างซอฟต์แวร์ชื่อ synapse ซึ่งไมโครซอฟท์กับ AOL เคยเสนอราคาซื้อ 1 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ แต่เขาไม่ตัดสินใจขาย ต่อมา MTV ขอซื้อเฟซบุ๊กในราคา 75 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ และเขาก็ไม่ขายเช่นกัน ขณะที่ Dustin Moskovitz วัย 31 ปี เคยเป็นหนึ่งในผู้ร่วมก่อตั้งเฟซบุ๊ก ก่อนจะแยกตัวออกมาทำ Asana แอพฯ ที่ช่วยให้ผู้ร่วมงานทำงานร่วมกันได้โดยไม่ต้องมีอีเมล มีมูลค่าทรัพย์สิน 9.3 พันล้านดอลลาร์สหรัฐฯ ส่วน Brian Chesky หนุ่มวัย 33 ปีที่มีมูลค่าทรัพย์สิน 3 พันล้านดอลลาร์สหรัฐฯ เขาเป็นหนึ่งในผู้ก่อตั้ง Airbnb เว็บไซต์ค้นหาที่พักที่มีที่พักจากทั่วโลกให้เลือกมากกว่า 2 ล้านที่พัก และมีสมาชิกบนเว็บไซต์มากกว่า 60 ล้านคน

ที่สำคัญทั้งหมดนี้สร้างเนื้อสร้างตัวมาได้ด้วยตัวเองทั้งสิ้น !

โซเชียลมีเดียกับการสื่อสารในองค์กร

เพราะโซเชียลมีเดียช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในการสื่อสารภายในองค์กร ดังนั้น หลายๆ บริษัทจึงนำโซเชียลมีเดียมาใช้ โดยข้อมูลจากอินโฟกราฟิกของ blogging4jobs.com ระบุ มากกว่า 81 เปอร์เซ็นต์ของพนักงานทำงานโดยใช้ Mobile Devices ส่วนตัว 33 เปอร์เซ็นต์ของพนักงานชาวอเมริกันใช้อย่างน้อย 3 อุปกรณ์ในการทำงาน และ 91 เปอร์เซ็นต์ของนายหน้าใช้โซเชียลมีเดียในการหาพนักงานใหม่ นอกจากนี้ จากการสำรวจพบว่า บริษัทที่วางแผนนำเทคโนโลยีทางสังคมมาใช้ภายในปีหน้ามี 36 เปอร์เซ็นต์ ขณะที่ 67 เปอร์เซ็นต์นำเทคโนโลยีสังคมมาใช้ในองค์กรแล้ว และเครื่องมือที่นิยมใช้ในองค์กร ได้แก่ Jive ซอฟต์แวร์สำหรับสื่อสารภายในองค์กร Yammer เครือข่ายสังคมที่สามารถเชื่อมต่อ จัดระเบียบโครงการ และแชร์ข้อมูลระหว่างทีมได้ และ Chatter เครือข่ายสังคมที่เชื่อมต่อพนักงานเข้ากับไฟล์งาน ข้อมูลต่างๆ และผู้เชี่ยวชาญที่พวกเขาต้องการ

อย่างไรก็ตาม การนำโซเชียลมีเดียมาใช้ในบริษัทยังมีอุปสรรคที่ทำให้สิ่งนี้ไม่เป็นที่ยอมรับ ซึ่ง 46 เปอร์เซ็นต์ของเจ้านายเกิดความกังวลว่า พนักงานจะใช้โซเชียลมีเดียในทางที่ผิด 42 เปอร์เซ็นต์ของหลายๆ บริษัทขาดงบประมาณในส่วนนี้ และกังวลเรื่องความปลอดภัยของระบบ ไม่เพียงเท่านี้ 43 เปอร์เซ็นต์ของหลายๆ บริษัทไม่มีการตรวจสอบโซเชียลมีเดียของบริษัท และ 54 เปอร์เซ็นต์ของหลายบริษัทบล็อกการเข้าถึงเว็บไซต์ต่างๆ ในช่วงเวลาทำงาน

นี่แหละอิทธิพลของโซเชียลมีเดีย แม้จะช่วยเพิ่มประสิทธิภาพการทำงาน แต่ก็อาจจะเป็นอุปสรรคการทำงานด้วยเช่นเดียวกัน

อย่าหยุดที่จะเรียนรู้

แม้จะมีผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จมากมายในการทำธุรกิจทั้งๆ ที่เรียนไม่จบมหาวิทยาลัย ไม่ว่าจะเป็น สตีฟ จอบส์ หรือมาร์ค ซัคเกอร์เบิร์ก แต่ในความเป็นจริงแล้วความรู้นั้นก็เป็นเรื่องที่สำคัญมากในการเป็นผู้ประกอบการ เพียงแต่ความรู้ในที่นี้อาจจะไม่ได้หมายความถึงใบปริญญา แต่เป็นความรู้ที่เรียนรู้ด้วยตัวเองจากประสบการณ์ คนรอบข้าง ยิ่งในโลกการแข่งขันและการเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยีที่รวดเร็ว ยิ่งต้องเปิดหูเปิดตา เพื่อนำพาองค์กรให้เติบโต อย่าง Russell Sarder ซีอีโอ NetCom Learning เว็บไซต์ที่ให้บริการด้านการจัดการเรียนรู้นั้น บอกว่า เขาต้องอ่านหนังสือทุกวัน แม้แต่ช่วงสัปดาห์การทำงาน เขายังอ่านหนังสือ 1-2 ชั่วโมง เพราะตระหนักว่าการอ่านหนังสือเป็นการเรียนรู้อย่างต่อเนื่องที่ช่วยให้มีข้อมูลเชิงลึกใหม่ๆ ในการทำธุรกิจ ทำให้รู้เท่าทันสถานการณ์และคู่แข่งขัน

และแม้ว่าธุรกิจจะเติบโตมั่นคงแล้วก็จะไม่ยอมเปลี่ยนนิสัยการเรียนรู้อย่างเด็ดขาด

PUT YOUR HEART, MIND, INTELLECT AND SOUL EVEN TO YOUR SMALLEST ACTS. THIS IS THE SECRET OF SUCCESS.

-- Swami Sivananda นักปราชญ์และโยคีของอินเดียยุคใหม่ ผู้เป็นแรงบันดาลใจในการก่อตั้ง Sivananda Yoga Vedanta Centres --

ใส่หัวใจของคุณ ความคิด สติปัญญา และจิตวิญญาณลงไปในสิ่งทำที่แม้จะเป็นสิ่งเล็กๆ เพราะนี่คือความลับของความสำเร็จ

โยคะสอนอะไรผู้ประกอบการ

www.curejoy.com

ผู้ประกอบการส่วนใหญ่เข้าใจถึงคุณค่าของการพักผ่อน แต่พวกเขาหลายคนกลับไม่มีเวลามากพอให้กับสิ่งนี้ ซึ่งการพักผ่อนไม่ได้หมายถึงการนอนหลับเพียงอย่างเดียว หากแต่หมายถึงการออกกำลังกายด้วย โดยการเล่นโยคะนอกจากทำให้มีสติ สมาธิ และขจัดความเครียดได้แล้ว ยังมีประโยชน์ด้านอื่นต่อผู้ประกอบการ เช่น ฝึกความอดทน การทำธุรกิจเหมือนการเล่นโยคะตรงที่ความคืบหน้าจะเป็นไปอย่างช้าๆ ไม่ใช่จะประสบความสำเร็จชั่วข้ามคืน อีกทั้งโยคะยังเตือนให้รู้ว่า ผู้ประกอบการไม่สามารถทำธุรกิจได้ตลอด 24 ชั่วโมงต่อวัน ดังนั้น ควรพักผ่อนเสียบ้าง เพราะเมื่อพักผ่อนอย่างเต็มที่จะทำให้เกิดความคิดดีๆ สำหรับใช้ในการทำธุรกิจ และจิตใจที่เงียบสงบซึ่งเกิดจากการเล่นโยคะยังช่วยให้ทำธุรกิจได้อย่างมีประสิทธิภาพ

เพราะสติทำให้เกิดความละเอียดรอบคอบในการทำงาน ไม่สะเพร่า

บริการธุรกรรมการเงิน

แพ็กเกจ
รับจ่าย ง่ายเกินคุ้ม

SCB SME

" ธุรกิจผมต้องใช้เช็คเยอะมาก
แค่สมุดเช็คที่ได้จากแพ็กนี้
ก็เกินคุ้มแล้วครับ "

ปลดล็อคธุรกรรมรับจ่าย

- **รับเงิน** : บริการรับฝากเช็คและเงินสดพร้อมข้อมูลกระทบยอดบัญชี (SCB Local Collect) บริการถอนเช็ค SCB ต่างสาขาทราบผลเรียกเก็บทันที
- **จ่ายเงิน** : บริการสมุดเช็ค บริการฝาก ถอน โอนข้ามเขตที่สาขา บริการโอนเงินจ่ายคู่ค้าและเงินเดือนระหว่างบัญชี SCB ผ่านสาขา หรือ SCB Business Net
- **บริการระบบ** : SCB Business Net และ SCB Business Alert
- **ประหยัดคุ้มค่า ด้วยส่วนลดสูงสุด 93%***
- **เลือกได้ตามความต้องการของธุรกิจ S M L**
- **สอบถามรายละเอียดเพิ่มเติมได้ที่ธนาคารไทยพาณิชย์ ทุกสาขาทั่วประเทศ**

ราคาเริ่มต้นเพียง 499 บ./เดือน

*เมื่อเปรียบเทียบสิทธิประโยชน์ที่ได้รับในแพ็กเกจ Size L กับค่าใช้จ่ายปกติ

www.scbsme.com | 02 722 2222

ถึงเวลา e-Commerce

มูลค่า e-Commerce (ล้านบาท)

ปี 2556	768,014.0
ปี 2557	2,033,493.4
ปี 2558	2,107,692.9

ประเภทผู้ประกอบการ

B2B	71.74%
B2C	27.68%
B2G	0.58%

ช่องทางการขาย

ผ่านช่องทางออนไลน์	78.36%
ผ่านช่องทางออนไลน์และมีหน้าร้าน	21.64%

ธุรกิจอุตสาหกรรม (ล้านบาท)

การให้บริการที่พัก (24 HRS)	658,909.76
การขนส่ง	59,572.42
ข้อมูลข่าวสารและการสื่อสาร	303,111.48
บริการด้านอื่น	4,348.23
การผลิต	350,286.83
ศิลป: ความบันเทิง และนันทนาการ	11,694.22
การค้าปลีกและการค้าส่ง	325,077.48

มูลค่า e-Commerce (B2C) ประเทศต่างๆ (พันล้านดอลลาร์ฯ)

อเมริกา	359.3
จีน	322.1
ญี่ปุ่น	118.59
เกาหลีใต้	25.4
ไทย	11.7
มาเลเซีย	9.6
สิงคโปร์	3.45

ที่มา : สำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ (องค์การมหาชน)

goood business | dtac

dtac SMEs SMART ROLL

ให้เน็ตแรงไม่ลดสปีด ใช้ไม่หมดทบไปเดือนหน้า เริ่มต้น 299 บาท/เดือน

SMEs SMART ROLL เพิ่มประสิทธิภาพทางการสื่อสารสู่ความสำเร็จทางธุรกิจ

ค่าบริการรายเดือน (บาท)	โทรฟรีทุกเครือข่าย (วินาที)	โทรฟรีในกลุ่ม	โทรฟรีในเครือข่ายดีแทค	อินเทอร์เน็ตไม่ลดสปีด (4G/3G/EDGE) ปริมาณที่ใช้งานได้	ฟรี SMS
299	15,000 (250 นาที)	ฟรี 24 ชั่วโมง*		1 GB	20 ข้อความ
499	27,000 (450 นาที)			4 GB	
799	45,000 (750 นาที)			7 GB	
999	57,000 (950 นาที)		8 โมงเช้า - 2 ทุ่ม	9 GB	
dtac wifi ไม่จำกัด					

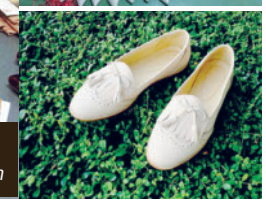
รายละเอียดเพิ่มเติม www.dtac.co.th/business หรือโทร. 02-202-8686

BIZ OPPORTUNITY

MADE IN BROOKLYN

อยากทำรองเท้าต้องมาที่นี่

Text : numnim



จากจุดเริ่มต้นที่อยากทำรองเท้าแบรนด์ตัวเองออกขาย **ฐิติรัชต์ ฐานานุษักดิ์** หรือ **หนุ่ย** ชายหนุ่มวัยใกล้ยี่สิบต้นๆ ก็ต้องเก็บพับความฝันเอาไว้ เนื่องจากปัจจัยที่ไม่พร้อมในหลายๆ ด้าน ทั้งเงินทุน การหาช่างผู้ผลิต ไปจนถึงแนวโน้มตลาดสำหรับรองเท้าแตะหนังผู้ชายที่ไม่น่าจะสดใสสักเท่าไหร่ ด้วยองค์ความรู้ที่ได้มาระหว่างทางจากการวิ่งไปวิ่งมาเพื่อหาแหล่งผลิต เขาจึงเปลี่ยนแผนความคิดจากเจ้าของแบรนด์รองเท้า ที่ต้องผลิตเพื่อนำไปขายผู้อื่น มาเป็นผู้รับจ้างผลิตรองเท้าที่รอรับงานอยู่กับที่ก็มีคนนำงานมาให้แทน

"ย้อนไปเมื่อ 2 ปีก่อนครับ ตอนนั้นกำลังจะจบ อยากทำแบรนด์รองเท้าของตัวเองกับเพื่อน เป็นรองเท้าแตะหนังของผู้ชาย ตอนนั้นช่างหายากมาก คือ มันมีอยู่ แต่เราไม่รู้ว่าจะไปหาที่ไหน และพอถึงรู้เราก็ไม่รู้อีกว่าเขาทำงานยังไง เคยเอาไปให้เขาลองทำ โดนโกงมาก็มี ขอเบิกเงินไปซื้อของแต่ไม่ซื้อมาก็มี ทุกอย่างมันดูไม่พร้อม ก็เลยลองเปลี่ยนแผนว่า ถ้าเราเปลี่ยนมาเป็นผู้รับจ้างผลิต (OEM) เพราะเราเองก็เคยประสบปัญหาหาช่างยากมากมาก่อน ถ้ามีสักที่หนึ่งที่เขาเปิดตัวว่าเป็นผู้รับจ้างผลิตชัดเจน และก็รับผลิตเริ่มที่จำนวนไม่เยอะเกินไป สำหรับผู้ประกอบการรายใหม่ที่อยากลองทำธุรกิจ ก็น่าจะดีนะ เพราะเราเองยังไม่เจอเลย ซึ่งจากช่วงแรกที่คิดจะทำแบรนด์ ทำให้เราได้รู้จักช่าง รู้แหล่งผลิตต่างๆ มากขึ้น"

จากความคิดที่คิดไว้ หนุ่ยเริ่มต้นเซ็ตรูปแบบของธุรกิจรับจ้างผลิตรองเท้าทันที ด้วยเงินทุนที่ไม่ได้มีมากมายเหมือนเช่นเดิม เขาใช้วิธีเปิดหน้าเฟซบุ๊กเพจขึ้นมา ภายใต้ชื่อ "Made In Brooklyn" ซึ่งในขณะนั้นยังไม่ค่อยมีใครเปิดตัวว่ารับจ้างผลิตรองเท้า ในส่วนด้านการผลิต ใช้วิธีหาช่างประจำจากหลายๆ ที่ที่ชำนาญงานอยู่แล้ว โดยใช้วิธีนำงานไปป้อนให้ในลักษณะของซัพพลายเออร์ ไม่ได้จ้างประจำโรงงาน เพราะโดยปกติช่างเหล่านี้รับงานจากหลายๆ ที่อยู่แล้ว โดยทำงานอยู่กับบ้าน โดยหนุ่ยจะทำหน้าที่เป็นคนประสานงานทุกอย่าง ติดต่อพูดคุยความต้องการกับลูกค้า เฟ้นหาวัตถุดิบอุปกรณ์ต่างๆ ตลอดจนควบคุมการผลิต นำงานมาถ่ายทอดให้กับช่าง เพื่อให้ได้งานออกมาตรงตามที่ลูกค้าต้องการ

โดยหนุ่ยอธิบายให้ฟังว่า การผลิตรองเท้าจะมีกระบวนการหลักๆ อยู่ 2 ส่วน ส่วนแรก คือ การตัดเย็บแบบในส่วนของชิ้นหนัง หรือผ้าด้านบนที่ใช้ห่อหุ้มเท้า ในส่วนนี้เขาจะส่งให้ช่างข้างนอกทำ ส่วนที่สอง คือ การประกอบขึ้นเป็นรองเท้า โดยนำส่วนแรกที่ได้มาประกอบเข้ากับพื้นรองเท้า เป็นขั้นตอนสำคัญ ค่อนข้างต้องใช้ความละเอียด แม่นยำ รองเท้าที่เขารับผลิตอยู่นั้น ส่วนใหญ่เป็นรองเท้าแฟชั่นสุภาพสตรี มีส่วนแบ่งการตลาดอยู่ที่ 90 เปอร์เซ็นต์ เมื่อเทียบกับรองเท้าอื่นๆ ในส่วนของการรับจ้างผลิตที่เขารับอยู่นั้น ขั้นต่ำอยู่ที่ 30 คู่ต่อหนึ่งแบบ สามารถคละสีและไซส์ได้ โดยหนุ่ยมองว่าน่าจะเป็นจำนวนที่พอดี ไม่มากเกินไป สำหรับผู้เริ่มต้นลองทำธุรกิจใหม่

"ด้วยความที่เราเคยประสบปัญหามาก่อน ทั้งการหาช่าง หรือจำนวนการจ้างผลิตที่ค่อนข้างสูง เราจึงพยายามปรับทุกอย่าง เพื่อตอบโจทย์ผู้ประกอบการรายใหม่ที่อยากเริ่มต้นทำธุรกิจ รวมถึงการที่เราลงสื่อออนไลน์ว่า เราคือผู้รับจ้างผลิตรองเท้านะ ทำให้ลูกค้าเข้ามาหาเรามากขึ้น เพราะเดี๋ยวนี้จะเริ่มทำอะไร ทุกคนต้องใช้อินเทอร์เน็ตเซิร์ชหาข้อมูลก่อน เป็นจุดที่ทำให้เราได้เปรียบผู้ผลิตรองเท้ารุ่นก่อน ที่ติดต่อกับลูกค้าจากหน้าร้านเพียงทางเดียว"

หนุ่ยให้ข้อสังเกตว่า ผู้ประกอบการที่มาจ้างให้เขาผลิตส่วนใหญ่เป็นคนรุ่นใหม่อายุไม่เกิน 30 ปี แสดงให้เห็นว่าคนสนใจทำธุรกิจตั้งแต่อายุยังน้อยมากขึ้น ซึ่งเขาได้ฝากข้อคิดการเลือกใช้ OEM หรือผู้รับจ้างผลิตว่า เป็นอีกวิธีหนึ่งที่น่าสนใจสำหรับผู้เริ่มต้นทำธุรกิจ เนื่องจากไม่ต้องลงทุนในทุกส่วน

"ผมเชื่อว่าผู้ประกอบการใหม่ ร้อยละ 50 ต้องติดปัญหาเรื่องเงินทุน คือ ยังมีเงินทุนไม่เยอะ การที่เราจะไปลงทุนทุกอย่างให้ครบแล้วค่อยเริ่มต้นธุรกิจ บางทีก็เป็นต้นทุนที่สูงเกินไป วิธีการจ้างผลิตอาจจะดูแพงกว่าเอามาทำเอง แต่ทำให้เราไม่ต้องเสียเงินก้อนใหญ่ เพื่อไปลงทุนส่วนต่างๆ เพราะความจริงเราเองก็ยังไม่รู้ว่าตลาดจะตอบรับดีไหม เราสามารถปรับเปลี่ยนได้ทัน หรือแม้แต่อยากเปลี่ยนใจไปทำอย่างอื่น เราก็เสียแค่เงินก้อนนี้"

Made In Brooklyn
08-5045-4588

HOW TO GUIDE

OEM

ทางเลือกสำหรับ SME หัดเดิน

ในการเริ่มต้นธุรกิจมีหลายวิธีด้วยกัน บางคนเลือกผลิตในสิ่งที่ตัวเองชอบหรือถนัด แต่ก็มีบางคนที่มีไอเดีย แนวคิด แต่ไม่ถนัดด้านการผลิต หรือบางคนอาจสามารถผลิตเองได้ แต่เมื่อปริมาณมากขึ้น ก็ไม่สามารถผลิตได้ทัน จากเหตุผลหลายประการที่กล่าวมา ธุรกิจรับจ้างผลิต หรือ OEM (Original Equipment Manufacturer) จึงเป็นอีกทางเลือกให้กับผู้ประกอบการหน้าใหม่หลายคน อย่างน้อยๆ ก็ไม่ต้องไปลงทุนเองทุกขั้นตอน แถมยังมีผู้เชี่ยวชาญเป็นที่ปรึกษาในด้านการผลิตให้ด้วย เวลาที่เหลือจึงสามารถนำไปบริหารจัดการเรื่องอื่นๆ การสร้างแบรนด์ การหาลูกค้าได้ ฯลฯ โดยวิธีการเลือก OEM ให้เหมาะกับธุรกิจนั้น มีอยู่หลายข้อด้วยกันดังนี้

1 ทบทวนข้อมูลของสินค้า

สำรวจข้อมูลรายละเอียดของสินค้าที่ต้องการทำอีกครั้ง ถึงจุดเด่น จุดด้อย รายละเอียดเฉพาะของสินค้า รวมถึงภาพรวมของแบรนด์ที่ทำ เพื่อหาความต้องการที่แท้จริง จะได้เลือก OEM ได้ตรงกับสิ่งที่อยากได้

2 สำรวจเงินทุนและขอบเขตสิ่งที่ทำ

เพื่อเลือก OEM ให้เหมาะกับขนาดของธุรกิจ

3 เปรียบเทียบข้อดีข้อเสีย

บริษัท OEM แต่ละประเภทมีให้เลือกมากมาย ควรหาข้อมูลเปรียบเทียบข้อดี ข้อเสีย พูดคุยรายละเอียด เงื่อนไขการทำงานให้มากที่สุด ก่อนตัดสินใจเลือก

4 ไว้ใจได้

เลือก OEM ที่มีความน่าเชื่อถือ มีผลงานผลิตออกมาอย่างต่อเนื่อง

อยากทำอะไร มาทางนี้...

บริษัท อิเทอร์นัล เฮิร์บ จำกัด บริษัทผู้ผลิตสบู่สมุนไพรเก่าแก่ของไทย รับผลิตสบู่สมุนไพร ดอกไม้ ผลไม้ แบบ One Stop Service 08-5044-5005 www.eternalsoap.com

Redlipsdress รับตัดเย็บเสื้อผ้าแฟชั่น สำหรับผู้ที่ต้องการมีแบรนด์เสื้อผ้าเป็นของตนเอง ตั้งแต่ ออกแบบ สร้างแพตเทิร์น ตัด เย็บ พร้อมส่ง แบบ One Stop Service 08-6602-0605 www.redlipsdress.com

Genuine Team รับผลิตสั่งตัดกระเป๋าหนังแท้และเครื่องหนัง สำหรับผู้ต้องการมีแบรนด์ของตัวเอง เริ่มต้นจำนวนไม่มาก genuine.thailand@gmail.com www.genuine.in.th

บริษัท รอยัล ว็อช แอนด์ คล็อค จำกัด รับผลิตนาฬิกาทุกชนิด แขวนผนัง ตั้งโต๊ะ ข้อมือ สามารถสั่งทำในแบบและโลโก้ของคุณได้ 08-6335-4112 www.rwc2009.com

บริษัท วีวีเอ็ม สวิมแวร์ จำกัด รับผลิตชุดว่ายน้ำ ตัดบิกินี สร้างแบรนด์ชุดว่ายน้ำคุณภาพดี โรงงานรับผลิตชุดว่ายน้ำ ตัดบิกินี bikinihiend

บริษัท ฟู้ด ฟอร์ ออล จำกัด รับทำ OEM ผลิตอาหารแปรรูปที่มาจากผัก ผลไม้ 0-2581-6361 www.foodforall.co.th

BIZCHAIR.COM
เศรษฐีเก้าอี้ออนไลน์

Text : วิมาลี วิวัฒนกุลพาณิชย์

"ผู้ที่มองเห็นโอกาสก่อนย่อมได้เปรียบกว่าเสมอ"
คำพูดนี้สะท้อนความสำเร็จของคนทำธุรกิจ
วิสัยทัศน์ไกลที่มองเห็นโอกาส
แล้วลงมือทำก่อนใครอื่น
คนเหล่านี้มักมีแต้มต่อเหนือกว่าคู่แข่ง

ฌอน เบลนิค ชายหนุ่มวัย 29 ปีจากเมืองแอตแลนตา รัฐจอร์เจียก็เป็นหนึ่งในนั้น ย้อนกลับไปเมื่อ 15 ปีก่อน ตอนที่ฌอนยังเป็นนักเรียนเกรด 9 (ม.3) ในขณะที่เพื่อนวัยเดียวกันมัวสนใจเกมกีฬาเบสบอล หรือวิดีโอเกม ฌอนกลับมุ่งมั่นกับการหารายได้ ไม่ว่าจะรับจ้างตัดหญ้า แจกโบรชัวร์ และรับไพ่โปเกมอนมาในราคาถูกแล้วนำไปโพสต์ขายบนอีเบย์ทำกำไร

จุดเริ่มต้นของการสร้างความมั่งคั่งมาจากช่วงปิดภาคฤดูร้อน ฌอนได้มีโอกาสติดตาม**แกรี่ เกลเซอร์** พ่อเลี้ยงซึ่งเป็นเซลส์ให้กับโรงงานผลิตเฟอร์นิเจอร์หลายแห่งไปดูการทำงาน เมื่อเห็นขั้นตอนการซื้อ-ขายสินค้า ฌอนก็กลับมาครุ่นคิด โดยทั่วไปลูกค้าต้องเดินทางไปที่ร้านเพื่อเลือกสินค้าที่ต้องการ จากนั้นทางร้านจะนำออร์เดอร์ลูกค้ามาแจ้งที่โรงงานเพื่อให้โรงงานจัดส่งให้ ฌอนมองว่ามันสามารถลัดขั้นตอนได้ ลูกค้าสามารถสั่งซื้อสินค้าผ่านจอคอมพ์โดยไม่ต้องเสียเวลาแวะมาที่ร้าน

ในยุค 10 กว่าปีก่อน เป็นช่วงที่ธุรกิจดอทคอมกำลังฟักตัว การซื้อ-ขายสินค้าออนไลน์เป็นอะไรที่ยังใหม่ ฌอนซึ่งได้คอมพิวเตอร์ตั้งโต๊ะเป็นของขวัญวันเกิดครบรอบ 10 ขวบ ศึกษาเรื่องการสร้างเว็บไซต์มาระยะหนึ่งแล้ว เขาจึงปรึกษาพ่อเลี้ยงว่าอยากทำเว็บไซต์จำหน่ายเก้าอี้ ใช้เวลาเพียง 2 สัปดาห์ ธุรกิจภายใต้ชื่อ Bizchair.com ก็ถือกำเนิดในห้องนอนของเด็กชายวัย 14 ปีด้วยเงินลงทุน 500 ดอลลาร์สหรัฐฯ

ฌอนใช้เครดิตของพ่อเลี้ยงส่งออร์เดอร์ลูกค้าให้โรงงานโดยตรงโดยไม่ผ่านพ่อค้าคนกลาง ทำให้สินค้ามีราคาถูก คอนเซ็ปต์ของเขาคือ การขายเก้าอี้สำนักงานอย่างเดียวเท่านั้น รูปแบบการทำธุรกิจคือไม่มีการสต็อกสินค้า ไม่ต้องดีลกับลูกค้าแบบตัวต่อตัว แค่เอาแค็ตตาล็อกจากโรงงานมาโพสต์ลงเว็บไซต์ เมื่อรับออร์เดอร์จากลูกค้า ก็มีหน้าที่ส่งต่อออร์เดอร์นั้นให้โรงงาน ทางโรงงานจะจัดส่งสินค้าถึงลูกค้าเอง เป็นการทำธุรกิจที่มีความเสี่ยงค่อนข้างต่ำ

ฌอนใช้เวลาช่วงหลังเลิกเรียนและช่วงปิดเทอมรับออร์เดอร์จากลูกค้า จากเก้าอี้สำนักงานไม่กี่ตัว ยอดขายเพิ่มขึ้นแบบทะลุทะลวง สามปีหลังดำเนินธุรกิจ Bizchair.com เติบโตแบบก้าวกระโดด ทำยอดขายเก้าอี้กว่า 40,000 ตัว และมีลูกค้าเกินครึ่งล้านราย จากที่ทำงานกัน 3 คน คือตัวฌอน แม่ของเขาและพ่อเลี้ยง บริษัทต้องจ้างพนักงาน 165 คน และสร้างโกดังเก็บสินค้าพื้นที่ 40,000 ตารางเมตร รายได้บริษัทในช่วงแรกอยู่ที่ 10 กว่าล้านดอลลาร์ฯ ก่อนเติบโตเป็นตัวเลขสองหลักทุกปี พร้อมกับพื้นที่โกดังเก็บสินค้าก็ถูกขยายเพิ่มขึ้นเรื่อย ๆ

วัยรุ่นหลายคนเมื่อสามารถทำเงินจนพลิกสถานะเป็นเศรษฐีได้มักละทิ้งการเรียนแล้วหันมาเอาดีด้านธุรกิจ แต่ฌอนไม่คิดเช่นนั้น เขาเป็นคนประเภทกระหายความรู้ตลอดเวลา มองว่าความสำเร็จอันยิ่งใหญ่ไม่ได้จบลงแค่นั้น แต่เป็นอะไรที่เพิ่งเริ่มต้นต่างหาก ยังมีอีกหลายสิ่งหลายอย่างที่เขายังไม่รู้ เช่น การทำบัญชี การอ่านงบดุลบัญชี ซึ่งเป็นเรื่องสำคัญอย่างมาก ด้วยเหตุนี้ฌอนจึงรามือจากธุรกิจแล้วให้พ่อเลี้ยงดูแลบริษัทแทน เพื่อที่เขาจะได้เข้าเรียนคณะบริหารธุรกิจที่มหาวิทยาลัยอีมอรีย์

หลังจบการศึกษาในปี พ.ศ.2552 ฌอนกลับมานั่งเก้าอี้ CEO บริหาร Bizchair.com อย่างเต็มกำลัง ตลอด 4-5 ปีที่เขาวางใจให้แกรี่ พ่อเลี้ยงของเขากุมบังเหียนบริษัท ยอดขายเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องสม่ำเสมออยู่แล้ว และในช่วงที่ฌอนกลับมาแตะมือกับพ่อเลี้ยงนั้น เขาสามารถดันยอดขายเพิ่มขึ้นอีก 30 เปอร์เซ็นต์มาอยู่ที่ 58 ล้านดอลลาร์ฯ โดยใช้กลยุทธ์ขยายไลน์สินค้าจากเก้าอี้สำนักงานทุกแบบ ไปยังโต๊ะทำงาน โต๊ะประชุม เฟอร์นิเจอร์สำหรับร้านอาหาร โรงเรียน และโบสถ์ รวมถึงอุปกรณ์ทางการแพทย์

การขยายไลน์สินค้านี่เองที่ทำให้ต้องสร้างโกดังเพิ่มเพื่อสต็อกสินค้า ซึ่งสินค้าส่วนใหญ่ที่สต็อกเป็นสินค้าขายดีและสินค้าลดราคาจากโรงงาน ซึ่งเกินครึ่งของออร์เดอร์เป็นรายการสั่งซื้อสินค้าที่สต็อกไว้นี่เอง อีกกลยุทธ์หนึ่งที่ฌอนนำมาใช้เพื่อสยบคู่แข่งหน้าใหม่คือบริการส่งสินค้าฟรี และรับประกันสินค้า 60 วัน หากไม่พอใจ ยินดีคืนเงิน นอกจากนั้นฌอนยังมองหาคู่ค้าที่เป็นโรงงานเฟอร์นิเจอร์ในเอเชียมาเสริมทัพร่วมกับโรงงานในสหรัฐฯ เพื่อให้สินค้ามีความหลากหลายขึ้น

"ธุรกิจเติบโตขึ้นเท่าไร ผมก็ยิ่งได้เรียนรู้อะไรใหม่ ๆ ทุกวัน ผมเชื่อในเรื่องการเติบโตที่มาพร้อมการเปลี่ยนแปลง นั่นเป็นเหตุผลที่ทำให้เราต้องปรับตลอดเวลาเพื่อรับการแข่งขันที่สูงขึ้น" CEO หนุ่มกล่าว Bizchair.com ถือเป็นรายแรก ๆ ที่บุกเบิกตลาดเฟอร์นิเจอร์ออนไลน์สหรัฐฯ และกลายเป็นหนึ่งในผู้นำที่มีส่วนแบ่งชิ้นใหญ่ในตลาดแห่งนี้ ลูกค้าของ Bizchair.com มีตั้งแต่ผู้ประกอบการรายย่อยไปจนถึงองค์กรใหญ่ เช่น กระทรวงกลาโหมสหรัฐฯ บริษัทไมโครซอฟท์ บริษัทกูเกิล เป็นต้น

ปัจจุบัน สำนักงานใหญ่ Bizchair.com ตั้งอยู่ที่เมืองแคนตัน รัฐจอร์เจีย พร้อมโกดังพื้นที่เกือบ 1 ล้านตารางฟุต ยังไม่นับรวมโกดังอีกแห่งในเมืองรีโน รัฐเนวาดา จากเงินลงทุนเพียง 500 ดอลลาร์ฯ ของเด็กอายุ 14 ปี ณ ขณะนี้มูลค่าบริษัทเพิ่มมาอยู่ที่ 72 ล้านดอลลาร์ฯ Bizchair.com ยังได้รับการจัดอันดับมากมาย เช่น 1 ใน 500 บริษัทที่เติบโตเร็วสุด ผู้ค้าปลีกทางออนไลน์ที่โตเร็วสุด และท็อป 100 บริษัทค้าปลีก

ในการทำธุรกิจ อาจมีบ้างที่โชคเข้ามาเกี่ยวข้อง แต่กว่าจะมาถึงจุดนี้ได้ นั่นหมายถึงการต้องทำงานหนัก "โชคมีส่วนนิดหน่อย แต่โดยรวมแล้ว ความสำเร็จเกิดจากหลายปัจจัย รวมถึงการมีสัญชาตญาณในการเป็นผู้นำ การดำเนินกลยุทธ์ที่มีประสิทธิภาพ สินค้า และบริการต้องเป็นที่พึงใจลูกค้า สำหรับคนที่เริ่มทำธุรกิจ อย่ากลัวเรื่องความเสี่ยง มันเป็นธุรกิจของคุณ และคุณก็มีเวลาทั้งชีวิตที่จะทำมันให้สำเร็จ ขอเพียงวางแผนให้ดีและอย่าเสี่ยงแบบประมาท ที่สำคัญควรมีแผนสำรองไว้เสมอในกรณีที่เกิดความผิดพลาดขึ้น" เป็นคำแนะนำทิ้งท้ายของฌอน เบลนิค CEO หนุ่มผู้ร่ำรวยจากการขายเก้าอี้ออนไลน์

Text : รัชนี พันธ์รุ่งจิตติ / Photo : Otto

มาดา พัฒนปรัชญาพงศ์

Dare to think Dare to do

หากพลิกพจนานุกรมเพื่อจะไล่หาคำว่าคางกุ้ง
รับรองได้ว่าจะไม่เจอคำคำนี้ อย่างแน่นอน
แต่ในวันนี้คางกุ้งกำลังเป็นคำที่เริ่มคุ้นหูคนไทยเพิ่มมากขึ้นเรื่อยๆ
ด้วยฝีไม้ฝีมือของ พิมพ์มาดา พัฒนปรัชญาพงศ์

ผู้ที่ขอบัญญัติศัพท์เรียกส่วนที่อยู่ใต้หัวกุ้งขึ้นมาเองว่าคางกุ้ง และสรรหากรรมวิธี เสริมเติมรสชาติ สร้างมูลค่าเพิ่มให้ของเหลือทิ้งไร้ประโยชน์แล้ว จนกลายเป็นขนมขบเคี้ยวที่อร่อยถูกปากคนไทยภายใต้แบรนด์ Okusno

อย่างไรก็ตาม แม้จะมีโปรดักต์ดีมีคุณภาพ แถมยังแตกต่างไม่เหมือนใคร แต่หากวางหมากทางการตลาดไม่เป็นก็ย่อมเป็นไปได้ยากที่จะแจ้งเกิดแบรนด์ได้ในเวลาอันรวดเร็ว

พิมพ์มาดาไม่ได้ร่ำเรียนทางสายธุรกิจ แต่อาศัยวิธีคิดนอกกรอบใช้กลยุทธ์ทางการตลาดที่สวนทางกับคนอื่น จนทำให้แบรนด์ Okusno เป็นโปรดักต์ที่ติดหูติดตาและติดใจในรสชาติ

ซึ่งทั้งหมดนี้ ไม่ใช่เพราะดวงหรือความบังเอิญ แต่เป็นฝีมือและใจล้วนๆ

สินค้าของคุณคือคางกุ้งทอด คางกุ้งคืออะไร อยู่ตรงส่วนไหนของกุ้ง

ตอนที่ทำเราก็ไม่รู้ว่าส่วนนี้เขาเรียกว่าอะไร มันเป็นส่วนที่อยู่ใต้หัวกุ้ง เราเลยเรียกว่าคางกุ้ง ดังนั้น จะบอกว่าเราเป็นคนคิดคำนี้ขึ้นมาเองก็ได้ เพราะจริงๆ ก็ยังไม่เคยได้ยินใครเรียกคางกุ้งมาก่อน ชื่อแบรนด์เราจะใช้คำว่าคางกุ้ง by okuno คำว่า okusno แปลว่าอร่อย เป็นภาษาสโลวีเนีย ที่เราใช้คำนี้เพราะเป็นจุดเปลี่ยนว่าเราไม่อยากทำงานประจำแล้ว อันนี้บอกเลยว่าเป็นสิ่งเดียวที่ไม่ได้มาจากประเทศไทย นอกนั้นวัตถุดิบทุกส่วนในสินค้าเรามาจากเมืองไทยทั้งหมด

สำหรับกุ้งเราจะรับมาจากเกษตรกรและโรงแกะกุ้งที่ส่งกุ้งออก ตอนที่เราศึกษาเรื่องกุ้ง พบข้อมูลที่น่าสนใจว่าประเทศไทยส่งออกกุ้งมากที่สุด 1 ใน 3 ของเอเชีย คือเรามีวัตถุดิบที่มากอยู่แล้ว แล้ววัตถุดิบทุกอย่างมาจากประเทศไทยหมดเลย ผงปรุงรส รสชาติอาหาร ซอง แม้แต่เครื่องจักรก็ใช้ของไทย

คุณมีวิธีสร้างความเข้าใจเรื่องคางกุ้งอย่างไร

คำว่าคางกุ้ง นี่กลายเป็นอุปสรรคด่านแรกของเราเลย เพราะพอได้ยินคนก็จะสงสัยว่ามันคือส่วนไหน แล้วก็จะเกิดความกลัวไม่กล้ากิน เราเลยใช้คำว่าแคลเซียมมาตอบโจทย์อีกที คือมันมีแคลเซียมสูง คนก็จะเกิดความสงสัยและลองชิม เพราะว่ามันเป็นสินค้าที่เป็นส่วนหนึ่งของกุ้ง ไม่ใช่สิ่งที่น่าขยะแขยง ไม่ใช่แมลงแต่เป็นกุ้งที่ทุกคนคุ้นเคยอยู่แล้วเป็นแค่ส่วนที่คนมองข้ามไปเท่านั้นเอง

ต้องยอมรับว่ามันเป็นสินค้าใหม่ที่คนไม่รู้จักจริงๆ มันเป็นโจทย์ค่อนข้างยาก เราเลยพยายามใช้สื่อค่อนข้างเยอะ ให้คนรู้จักก่อนจากการไปออกรายการ สัมภาษณ์ และอย่างน้อยเราจะต้องออกบู๊ธเดือนละ 1-2 ครั้ง เพื่อจะได้อธิบายให้เขาเข้าใจได้ ซึ่งคนจะเดินเข้ามาหาเราเพราะสงสัยว่าคางกุ้งคืออะไร พอเขาสงสัยเราก็ให้เขาชิม บอกว่าเป็นส่วนนี้ พอชิมแล้ว 80-90 เปอร์เซ็นต์จะซื้อทันทีเพราะว่าอร่อย มีแคลเซียม และแปลก เลยค้นพบว่าเราจะทำยังไงก็ได้ให้คนได้ชิมก่อน แล้วเขาถึงจะซื้อ ส่วนคนที่ไม่ซื้อนี่บอกเลยว่าคือคนที่ไม่ชอบของทอดกับคนที่แพ้กุ้ง

นี่เป็นการเริ่มต้นธุรกิจครั้งแรกของคุณ

ใช่ค่ะ เพราะตอนเรียนจบจากวารสารศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ภาคภาษาอังกฤษ ก็ได้ทุนไปทำงานที่ประเทศสโลวีเนีย ด้านกราฟิกดีไซน์ตามที่เรียนมา ซึ่งพอได้ทำงานก็ทำให้รู้ว่าเราไม่เหมาะกับการทำงานประจำแบบนี้ ต้องเจอลูกค้าเจอรายละเอียด งานค่อนข้างเยอะ มีความกดดันสูง คือไม่ชอบเลย ดังนั้น พอหมดทุนกลับมาอยู่ที่บ้านก็คิดว่าจะไม่ทำงานประจำแล้ว เลยพยายามที่จะหาอะไรทำ ก็เริ่มจากทำไอศกรีมสับปะรด คือเป็นไอศกรีมที่บรรจุในลูกสับปะรดเลย เอาไปฝากขายที่ร้านชาบูนางใน กับแหลมเจริญซีฟู้ดทุกสาขา โดยใช้เงินเก็บของตัวเองมาลงทุน ซึ่งก็ไปได้ดี ทีนี้พอดีวันหนึ่ง ประจวบเหมาะว่าคุณแม่เป็นคนชอบทำกับข้าว เขาก็

ทิ้งส่วนหัวกุ้ง เราเห็นก็เลยเอามาแงะดูเล่น คิดเล่นๆ ว่า ส่วนนี้จริงๆ แล้วก็น่าจะเอาไปทำอะไรได้ ก็เลยเอาไปลองทำหลายอย่างมาก ทั้งอบ ทอด ย่าง ทดลองอยู่ประมาณ 3-4 เดือน จริงๆ กว่าที่เราจะพัฒนาขึ้นมาจนเป็น คางกุ้ง by okuno เราก็ลองผิดลองถูกมาเยอะมาก เจอสารพัดปัญหา อย่างปัญหาหนึ่งคือจะอมน้ำมันเยอะ พอเราใส่ซองทิ้งไว้ประมาณอาทิตย์หนึ่ง น้ำมันจะเยิ้มออกมาเลย แต่เชื่อมั้ยเราแก้ปัญหานี้ได้จากการที่ได้ทดลองอะไรพิเรนทร์ๆ ก็เลยได้ออกมาเป็นแบบทุกวันนี้คือแห้งมากแล้วไม่อมน้ำมันเลย เก็บได้ประมาณ 1 ปี อันนี้ถือเป็นเคล็ดลับที่คิดว่าไม่มีใครทำได้อย่างเรา ก็ชวนน้องชายมาทำด้วยกัน แล้วก็เอาไปให้คนชิม มีฟีดแบ็กกลับมา ก็พัฒนาจนได้สูตรที่คิดว่าใช้ได้แล้ว เลยตัดสินใจว่าจะทำเป็นสินค้าขึ้นมา โดยเอาเงินเก็บกับเงินที่ทำไอศกรีมสับปะรด ไปเช่าโกดังเล็กๆ เพื่อจะปรับปรุงให้เป็นส่วนผลิต แต่ก็ปิดไม่ให้พ่อกับแม่รู้ เพราะกลัวว่าเขาจะห้าม ไม่สนับสนุน

อะไรที่ทำให้คุณมั่นใจ จนยอมลงทุนสร้างโรงงานขึ้นมา

เป็นเพราะได้ไปเจอคนคนหนึ่ง เขาบอกว่าน้องไปทำมาเลย เดี๋ยวเขาจะช่วยหาตลาดที่ประเทศจีนให้ เขาเอาไปให้คนจีนชิมแล้วถูกใจมาก เราก็เลยคิดว่าต้องทำโรงงานที่ได้มาตรฐานเพื่อจะส่งออกได้ แต่ต้องยอมรับว่าเราเด็กมาก ไม่เคยทำอะไรที่ใหญ่โตแบบนี้ ไม่รู้อะไรเลย แต่เป็นคนชอบที่จะเสี่ยงแล้วทำให้มันสุดๆ ไปเลย เลยไปเช่าโกดัง เพื่อสร้างเป็นห้องสำหรับผลิตสินค้าขึ้นมา ก็ใช้วิธีง่ายๆ คือวาดใส่กระดาษเป็นผังห้องต่างๆ ขึ้นมาตามมาตรฐานของ อย.แล้วก็เดินเข้าไปหา อย.ที่สมุทรปราการ เพื่อให้เขาดูว่าเราจะสร้างแบบนี้จะผ่านมั้ย ถ้าไม่ผ่านก็ให้เขาแนะนำให้ด้วยว่าจะต้องทำยังไงจะได้สร้างทีเดียว จากนั้นก็สร้างขึ้นมา

แต่จริงๆ แล้วเราโดนหลอกเพราะอ่อนประสบการณ์ คือปรากฏว่าผู้หญิงคนนั้น อยู่ๆ ก็หายไปเลย ยิ่งไปกว่านั้นปรากฏว่าพวกห้องต่างๆ ที่สร้างขึ้นมาเกิดปัญหา พื้นทรุด แตก มีรอยร้าว ทำอะไรไม่ได้ ถือว่าเป็นช่วงที่รู้สึกแย่มากๆ เพราะเราเพิ่งเริ่มต้นก็เจอเรื่องแบบนี้ ทั้งโดนหลอกเรื่องจะส่งออกแล้วโรงงานที่ทำขึ้นมาก็ใช้ไม่ได้อีก ตอนนั้นลงทุนไปประมาณ 3-4 แสนบาท ที่สำคัญคือพ่อกับแม่ไม่รู้ด้วย แต่สุดท้ายพอเกิดเรื่องขึ้นมาก็ต้องไปสารภาพกับที่บ้าน เราบอกเขาว่า เราคิดว่าเรามีของที่คิดว่าจะขายได้ เราเชื่อว่ามันขายได้ แล้วเราอยากที่จะทำต่อ นอกจากนี้ ก็ต้องคุยกับเจ้าของโกดัง เพราะมันเป็นความผิดของเขา ซึ่งเขาก็ยอมคืนเงินให้ เราเลยไปหาที่ใหม่ซึ่งก็คือที่ปัจจุบันที่ทำอยู่

กับสินค้าที่ค่อนข้างใหม่ในตลาด คุณทำการตลาดอย่างไร

ด้วยความที่เรียนวารสารศาสตร์มาเลยชอบคิดอะไรไม่เหมือนคนอื่น ตอนแรกคิดเอาไว้ว่าจะทำอย่างไรที่จะดึงดูดความสนใจได้ มองว่าการคิดต่างน่าจะเป็นอะไรที่ดีกว่า ช่วงนั้นมีประโยคหนึ่งที่ทุกคนจะพูดคำว่าสวนทางบ่อยๆ เราเห็นคำนี้เลยคิดว่าลองทำอะไรที่สวนทางกับคนอื่นดีมั้ย คนอื่นจะเริ่มขายจากเล็กๆ หรือขายออนไลน์ก่อนแล้วค่อยเข้าโมเดิร์นเทรด เราเข้าโมเดิร์นเทรดก่อนแล้วค่อยมาออนไลน์ เดินเข้าไปหาเดอะมอลล์กรุ๊ปเลย สิ่งแรกที่มองคืออยากวางในสยามพารากอน เพราะเป็นจุดที่มีชาวต่างชาติมาเดินเยอะที่สุด ถ้าเขาเห็นของเราอาจจะเป็นโอกาสที่ดีในการส่งออก ซึ่งก่อนหน้านี้เราไปยืนหน้าเชลฟ์ในซูเปอร์มาร์เก็ตแล้วก็มองดูแพ็กเกจจิ้งของขนมต่างๆ ที่เรียงอยู่ พบว่าทุกแบรนด์แพ็กเกจจิ้งจะเป็นสีหมดเลย แล้วซองก็จะเงาๆ ดูแล้วไม่โดดเด่น ทีแรกซองของเราก็เป็นสีเงินๆ เลยเปลี่ยนเป็นสีขาวแล้วหน้าซองใช้วาดเป็นภาพลายเส้นขึ้นมา ฟ้อนต์เลือกที่ต่าง ไม่ใช่ฟ้อนต์ที่ทุกคนใช้กัน คือจะเป็นฟ้อนต์ลายมือเขียน นี่คือใช้วิชาวารสารศาสตร์ที่เรียนมา จากนั้นหันมาทำออนไลน์แล้วส่งทางไปรษณีย์ควบคู่กันได้ นอกจากนี้บางคนใช้วัตถุดิบนำเข้า เราใช้ในประเทศไทยหมด บางคนเริ่มจากใช้ OEM เราเริ่มจากทำโรงงานเล็กๆ ของเราเองเลย ทุกคนจะมีกลยุทธ์ว่าเป็นป่าล้อมเมือง เราไม่ใช่ ของเราคิดขึ้นมาเองเรียกว่าน้ำล้นโอ่ง คือเราตั้งใจเติมในเมืองให้เต็มก่อน พอมันล้นแล้วค่อยออกไปต่างจังหวัด ซึ่งทั้งหมดนี้เราวางแผนตั้งแต่แรก

เคยคิดไหมว่าถ้าคางกุ้งเป็นที่รู้จักในวงกว้าง วันหนึ่งอาจมีคนทำคางกุ้งทอดเลียนแบบคุณขึ้นมา

เขาต้องใช้คำอื่นแล้ว เพราะเราจดเครื่องหมายการค้าคำนี้ไว้แล้ว จริงๆ เราไม่สามารถสู้ยักษ์ใหญ่ได้อยู่แล้ว โรงงานเราเริ่มจากเล็กๆ แต่เรามั่นใจ คิดเอง ไม่ได้ไปก็อบปี้ใครมา เราคิดมาด้วยความสงสัยของตัวเอง ตรงนี้น่าจะเป็นจุดหนึ่งที่คนไทยน่าจะเข้าใจ แต่ด้วยความที่สินค้าอร่อยอาจจะก็อบปี้ได้ แต่ก็เชื่อว่าจะก็อบปี้ได้ยาก อย่างที่บอกว่ามันเป็นส่วนที่อมน้ำมัน เราทำไม่ให้อมน้ำมันได้ เราทดลองอยู่นานมาก อันนี้มันเป็นเคล็ดลับที่คนอื่นถ้าจะทำก็เลียนแบบยาก อีกอย่างเราสร้าง Brand Awareness คนจะติดคำว่าคางกุ้งจากเราไปก่อนหน้านี้

คุณวางเป้าหมายของ Okusno เอาไว้อย่างไรบ้าง

อยากส่งออก ตอนนี้มีไปบ้างแต่เป็นกัมพูชา ลาว ฮ่องกง ไม่เยอะ แต่อยากส่งออกมากกว่านี้ อยากให้คนรู้ว่าคนไทยคิดได้ว่าส่วนนี้ของกุ้งสามารถเอามาทำอย่างอื่นที่มีมูลค่าเพิ่มได้ เราเป็นเจ้าแรกในโลก ตอนนี้ Okusno มี 3 รส คือรสดั้งเดิม ต้มยำ และเขียวหวาน ซึ่งที่เราศึกษาแทบจะไม่มีขนมแบรนด์ไหนที่มีรสต้มยำเลย อาจจะเป็นเพราะว่ามันทำยาก ส่วนรสแกงเขียวหวาน เราเห็นว่าประเทศญี่ปุ่นและเกาหลี แกงเขียวหวานกำลังดังมาก เราเลยทำแกงเขียวหวานเพิ่มขึ้นมา จริงๆ เรื่องรสชาติก็ถือว่าเราทำสวนตลาดเหมือนกัน คือเริ่มจากรสชาติอาหารไทย ถ้าเป็นขนมแบรนด์อื่นที่เห็นมักจะเริ่มจากรสยอดนิยมที่เป็นต่างชาติก่อน แต่เรามองว่าอาหารไทยค่อนข้างขึ้นชื่ออยู่แล้ว ยิ่งรสต้มยำฝรั่งเคยพูดเอาไว้ว่าเป็นรสชาติที่กลมกล่อมที่สุดคือเข้าปากแล้วเหมือนแตกในลิ้น เป็นรสชาติที่ครบรส เราเลยทำต้มยำก่อน เมื่อไหร่ที่เราส่งออก เราคงต้องมีรสชาติอื่นอีกเพื่อให้เข้ากับประเทศเขา ซึ่งก็ไม่ใช่เรื่องยากสำหรับเรา

นอกจากนี้ ตอนแรกเลยที่เราทำออกมาจะเป็นซองใหญ่ ราคา 35 บาท พอเราขายไปแป๊บหนึ่งพบว่าขนาดใหญ่เกินไป คนที่ซื้อไปมักจะกินไม่หมดแล้วราคาก็สูง เราเลยกลับมาเปลี่ยนไซส์และลดราคาลงมาเหลือ 25 บาท ซึ่งสมราคา มันเป็นกุ้งไม่ใช่แป้ง ไม่มีผงชูรส ได้คุณค่าได้ประโยชน์ ซึ่งด้วยราคาที่สูงเราเลยเน้นเป็นตลาดกลางกับตลาดบน และเร็วๆ นี้จะออกเป็นไซส์เล็กลงอีก ราคา 20 บาท

จะมีโปรดักต์อื่นเพิ่มเติมหรือไม่

อันที่จริงตั้งใจที่จะทำสินค้าตัวใหม่ด้วย เพราะทุกวันนี้เราทำคางกุ้ง ตรงส่วนใต้หัวจะมีขา ซึ่งต้องร่อนขาออกอยู่แล้ว ไม่อย่างนั้นเวลากินมันจะแทงเหงือก ก็เลยมีไอเดียว่าจะเอาส่วนขาที่ร่อนออกไปทำอะไรอีกได้ เราศึกษาวิจัยอยู่นานมาก คิดว่าอนาคตจะนำเอาขาที่ร่อนออกมาทำเป็นผงปรุงรส เป็นผงโรยข้าว รสต้มยำ แกงเขียวหวาน แต่เป็นตลาดส่งออก เช่น ญี่ปุ่น เกาหลี เพราะประเทศไทยวัฒนธรรมเราคงไม่ใช้รับประทานโรยข้าว

> ทำอะไรที่แตกต่าง
> เพราะการทำอะไรที่แตกต่าง
> **ทำให้มีโอกาสมากกว่าคนอื่น**
> แต่แตกต่างแล้วก็ต้องรู้ว่ามีประโยชน์
> หรือตอบสนองความต้องการ
> ของผู้บริโภคได้ด้วย

“

คำว่าคางกุ้ง
นี่กลายเป็นอุปสรรคด่านแรก
ของเราเลย
เพราะพอได้ยิน
คนก็จะสงสัยว่ามันคือส่วนไหน
แล้วก็จะเกิดความกลัวไม่กล้ากิน
เราเลยใช้คำว่าแคลเซียม
มาตอบโจทย์อีกที
คือมันมีแคลเซียมสูง
คนก็จะเกิดความสงสัยและลองชิม

”

"

ความเสี่ยง
ก็เป็นสิ่งที่ถ้าไม่ทำ
ก็จะไม่รู้ว่ามันจะไปทางไหน
ดังนั้น เราก็เลยยอมที่จะเสี่ยง
แต่ถ้ามันไม่เป็นไปตามที่คิด
เราก็ต้องหาทางออก
แต่เราไม่มีทางที่จะถอยหลังกลับ
เพราะเราเชื่อและมั่นใจ
ว่ามันจะไปได้

"

จากจุดเริ่มต้น อะไรที่ทำให้ธุรกิจของคุณโตมาได้ขนาดนี้

อาจจะเป็นเพราะเป็นคนชอบทำอะไรเต็มที่ ทำให้มันสุดๆ ไปเลย แล้วพอถ้ามันสุดจริงๆ เรามองย้อนกลับมาแม้จะไม่ถึงเป้าหมายที่คิดไว้ ก็จะไม่เสียใจกับสิ่งที่ทำ แต่ถ้าเราทำไม่สุดไม่เต็มที่ ยังมีโอกาสที่จะทำได้มากกว่านั้นอีกก็คงจะต้องเสียดาย ขณะเดียวกันความเสี่ยงก็เป็นสิ่งที่ถ้าไม่ทำก็จะไม่รู้ว่ามันจะไปทางไหน ดังนั้นเราก็เลยยอมที่จะเสี่ยง แต่ถ้ามันไม่เป็นไปตามที่คิดเราก็ต้องหาทางออก แต่เราไม่มีทางที่จะถอยหลังกลับ เพราะเราเชื่อและมั่นใจว่ามันจะไปได้ สิ่งนี้คิดว่าเป็นปัจจัยที่ทำให้ Okusno เกิดขึ้นมาได้ คือ ทำให้สุด กับมองข้ามความกลัว อย่ากลัวในสิ่งที่เราไม่เคยลอง

ตลอดระยะ 1 ปีที่ผ่านมา คุณคิดว่าตัวเองเดินมาถึงจุดไหนแล้ว

คิดว่ากำลังอยู่ในช่วงกำลังโต คนรู้จักเราเพิ่มมากขึ้นจากการที่เราไปออกรายการ SME ตีแตก ยอดสั่งซื้อเพิ่มขึ้นอย่างเห็นชัดที่สุด เมื่อก่อนทางเดอะมอลล์สั่งแค่เดือนละ 2 ครั้ง แต่ตอนนี้สั่งอาทิตย์ละครั้ง เมื่อก่อนครั้งละไม่ถึง 10 กล่องเดี๋ยวนี้ 30 กล่อง เราเองก็ตกใจเพิ่มขึ้นเยอะมากจนทางฝ่ายจัดซื้อเดอะมอลล์ถึงกับถามว่าน้องไปทำอะไรมา

อย่างไรก็ตาม แม้ช่วงนี้เป็นช่วงที่กำลังจะขยาย แต่ก็ไม่ได้อยากเข้าทุกที่ คือเรามองว่าถ้าเข้าทุกที่แต่เรายังไม่ได้ทำการตลาดที่ดีก็ไม่เป็นผลดี สมมุติเราเข้าโมเดิร์นเทรดสักที่มีค่าแรกเข้าเป็นแสนบาท เราก็ต้องคิดหนักเพราะธุรกิจเราถือว่ากำลังอยู่ในช่วงเริ่มต้น แต่การที่มีคนรู้จักมากขึ้น การเจรจาต่อรองก็ง่ายขึ้นกว่าเมื่อก่อน ตอนนี้เราขยายไปท็อปส์ซุปเปอร์มาร์เก็ต และปั๊มน้ำมันพีที อีกอย่างที่ตระหนักตลอดเวลาคือ ถึงวันหนึ่งเราจะขยาย แต่เรายังต้องพัฒนาสินค้าให้ได้มาตรฐาน เราเห็นตัวอย่างมาแล้วว่าบางคนเร่งผลิตแต่คุณภาพไม่ได้ เราเลยไม่อยากเป็นแบบนั้น เราค่อยๆ ไป แต่เป้าหมายเรามีอยู่ว่าจะไปถึงไหน

ส่วนออนไลน์ขายดีมาก จริงๆ ตอนที่ทำออนไลน์ขึ้นมาเพราะเรายังมีช่องทางจำหน่ายน้อย เลยต้องหาช่องทางอื่นมาช่วย ช่วง 2 เดือนที่ผ่านมาสำหรับช่องทางออนไลน์ เราส่งไปประมาณเกือบ 300 ที่ แต่ละที่ส่วนใหญ่อยู่ต่างจังหวัด ในกรุงเทพฯ มีแค่ประมาณ 10 เปอร์เซ็นต์ สิ่งนี้ทำให้เราเห็นว่าต่างจังหวัดก็เป็นตลาดที่มีศักยภาพ แล้วเขาก็สนใจเรา ดังนั้น การบ้านต่อไปของเราคือต้องไปหาช่องทางจัดจำหน่ายต่างจังหวัดด้วย

ทุกวันนี้ทุกคนจะต้องมีโซเชียลมีเดียเป็นช่องทางสื่อสารและขายของ แต่สำหรับเรา พยายามไม่ใช้โซเชียลมีเดียเพื่อขายของอย่างเดียว เราแค่อยากให้คนติดภาพซองแบรนด์ Okusno ดังนั้นส่วนใหญ่รูปที่เรานำมาโพสต์ เราจะถือ Okusno แล้วภาพข้างหลังเป็นสถานที่ต่างๆ เช่น วัดพระแก้ว หอไอเฟล คืออยากให้คนรู้ว่าขนมอันนี้ไปได้ทุกที่ แล้วรูปที่เราลงจะบอกประวัติของสถานที่นั้นๆ เป็นข้อมูล พอเห็นรูปเขาก็จะเห็นขนมเรา เราลงคอนเทนต์ที่เป็นความรู้ให้คุณค่ากับคนอ่าน แต่ให้เห็นแบรนด์เราด้วย ดีกว่าทำโปรโมชั่นขายของอย่างเดียว

คุณมีใครเป็นต้นแบบในการทำงาน

Amancio Ortega ผู้ที่สร้างแบรนด์ ZARA เคยอ่านแล้วเขาเคยบอกว่า เสื้อผ้าของเขาทุกตัวสร้างขึ้นมาต้องการให้คนใส่แค่ 2-3 ครั้งแล้วซื้อใหม่ ทำให้ของเขาติดตลาดเร็วมาก ปัจจุบันเสื้อ ZARA จะมี 3 เกรด พอคนติดแล้วก็จะซื้อเกรดดี สำหรับเราเอามาประยุกต์คือทำยังไงก็ได้ให้คนได้ชิม เพราะโจทย์แรกที่เราต้องแก้ปัญหาคือ ให้คนนึกภาพคางกุ้งออก แล้วทำยังไงก็ได้ให้สินค้าเราเข้าปากเขา เพราะเรามั่นใจว่า ถ้ามันเข้าปากเขาแล้วเขาจะซื้อ

คุณคิดว่าอะไรคือสิ่งสำคัญของการเป็นผู้ประกอบการ

ทำอะไรที่แตกต่าง เพราะการทำอะไรที่แตกต่างทำให้มีโอกาสมากกว่าคนอื่น แต่แตกต่างแล้วก็ต้องรู้ว่ามีประโยชน์หรือตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคได้ด้วย อีกอย่างที่อยากจะบอกผู้ประกอบการที่เพิ่งเริ่มต้นทำธุรกิจทุกคนว่า การเป็นพันธมิตรกันเป็นเรื่องสำคัญมาก หลายคนอาจจะมองว่าการทำธุรกิจคือการแข่งขันที่จะต้องได้ผลกำไรตามเป้า แต่จากการที่ได้มีโอกาสไปพบปะผู้ประกอบการท่านอื่นๆ ทำให้ได้ไอเดียการเป็นพันธมิตรเพื่อช่วยส่งเสริมสนับสนุนซึ่งกันและกัน มองว่าการทำธุรกิจในปัจจุบันมันจะเป็นยุคของพวกเราแล้วในอีก 5 ปีข้างหน้า การทำธุรกิจในประเทศไทยอาจจะไม่ต้องมีการแข่งขันกันเอง แต่เป็นการช่วยเหลือกัน พากันเดินไป อาจจะส่งออก พัฒนากันไปทางใดทางหนึ่ง การทำแบบนี้จะเป็นผลประโยชน์ที่ Win-Win ทั้งคู่ ไม่มีใครเสีย เพราะคนที่ล้มจากธุรกิจก็ย่อมจะต้องมีซึ่งมองว่าไม่ใช่เรื่องดี ดังนั้น ควรจะช่วยกันมากกว่า ไม่ใช่ทำเพื่อจะฆ่าธุรกิจของอีกคน อย่างที่เราได้ไปออกรายการ SME ตีแตก ได้เจอผู้ประกอบการท่านอื่น ก็มีความสนิทกันช่วยเหลือกัน ล่าสุดทำโปรโมชั่นกับซาลาเปาฟีนิกซ์ ลาวา คุยกันภายใน 1 วันจบ แล้ววันรุ่งขึ้นเดินงานต่อได้เลย เราทำโปรโมชั่นซื้อ Okusno เอาซองเปล่าเราไปลดซาลาเปา 10 บาทอันนี้คือตัวอย่าง

จากประสบการณ์ที่ผ่านมา คุณค้นพบสัจธรรมทางธุรกิจอะไรบ้าง

คนทำธุรกิจมี 2 ประเภท คือ คิดว่าอยากทำ แต่ไม่ได้ทำ กับคิดว่าอยากทำแล้วทำเลย คนที่คิดแล้วทำเลยอาจจะมีจำนวนน้อยกว่าคนที่คิดแล้วไม่ทำ แต่คนที่คิดแล้วทำเลยบางทีมักจะมองอะไรด้านเดียว ไม่ได้มองอะไรรอบๆ ตัว คือลุยเลยไม่มองผลกระทบหรือปัญหาอะไรที่อาจจะเกิดขึ้น ทำให้พอเวลาเจอปัญหาก็ตัดสินใจถอยไม่คิดทำต่อ

อย่างที่เราทำธุรกิจตัวนี้ สิ่งแรกที่เราเจอคือขาดความรู้ การสร้างโรงงาน การขอมาตรฐานต่างๆ ซึ่งทีแรกทุกคนจะมองว่าเป็นเรื่องยุ่งยาก กลัวทำไม่ได้ แต่ถ้าเราไม่กล้า ไม่ลองหาข้อมูล ไม่คิดที่จะเดินเข้าไปถามเขา เราก็ไม่มีทางที่จะรู้ ซึ่งสุดท้ายเราก็เลยจุดความกลัวนั้นมาได้ หรือเจอปัญหาโรงงานทรุด เป็นเพราะเราไม่รอบคอบ ไม่มองอะไรเผื่อเอาไว้ เพียงแต่เราไม่ถอย พยายามแก้ปัญหา แล้วมันก็กลายเป็นบทเรียนที่ทำให้ทุกวันนี้เวลาจะทำอะไรจะคิดหน้าคิดหลัง มองไปรอบๆ ก่อน เช่น จากที่ไม่รู้อะไรเลย กลายเป็นว่ารู้ทุกอย่าง อย่างเช่นอุปกรณ์ก่อสร้าง กระจกควรจะเป็นแบบไหน พื้นชนิดไหน จะซื้อเครื่องจักรมาอีกหนึ่งตัว มันจะใช้ได้จริงมั้ย เราต้องไปลองก่อนว่ามันเข้ากับของเราหรือเปล่า อย่างลูกค้าเราก็มองก่อนว่าคนที่ชอบ Okusno จริงๆ คือใคร เพราะถ้าไม่มองเลยจะขายอย่างเดียวก็เป็นไปไม่ได้ หรือเรื่องช่องทางจัดจำหน่ายจริงๆ ก็มีวางแผนเอาไว้แล้วว่า เราจะไปตลาดไหนบ้าง หรือถ้าไม่ได้จะทำยังไง คือเราจะมีแผนสำรองตลอด

ลดความเสี่ยงด้วยการเริ่มต้นธุรกิจแบบ ไม่ต้องกู้เงิน

Text : เจษฎา ปุรินทวรกุล

ในยุคที่โลกแห่งการค้าการทำธุรกิจมีความเป็นไปได้ในหลายๆ ช่องทาง ตั้งแต่การเปิดร้านเช่าสถานที่ตามตลาดนัด การฝากขาย หรือแม้กระทั่งการขายสินค้าบนโลกออนไลน์ คนจำนวนไม่น้อยจึงมองเห็นโอกาสความเป็นไปได้ที่จะสามารถผันตัวจากผู้ว่างงานหรือพนักงานบริษัทมาเป็นเจ้าของกิจการเล็กๆ ด้วยการลองขายสินค้าหรือทำธุรกิจดูสักครั้ง แต่เมื่อคิดจะเริ่มต้นหลายๆ คนก็เป็นอันต้องเดินมาสะดุดกับความกังวลที่เรียกว่า “การกู้ยืมเงิน”

บางคนอาจมีไอเดียดี ๆ มีความมุ่งมั่นตั้งใจ แต่ขาดเงินทุนในการเริ่มต้นธุรกิจ หรือหากจะพอมีเงินอยู่บ้าง แต่เมื่อได้คำนวณต้นทุนที่ต้องใช้ในแต่ละเดือนจริง ๆ แล้วก็เริ่มถอดใจและปล่อยให้โอกาสหลุดลอยไปอย่างน่าเสียดาย แต่เชื่อหรือไม่ว่า อันที่จริงเราทุกคนสามารถเริ่มต้นทำธุรกิจได้โดยไม่ต้องกู้ยืมเงิน แล้วทำยังไงล่ะ...ไปดูเคล็ดลับเหล่านี้กัน

1

แยกเงินเก็บให้ชัดเจน

ถ้าคุณไม่ต้องการกู้เงินจากสถาบันการเงินเพื่อไปทำธุรกิจ นั่นหมายความว่าคุณต้องใช้เงินที่เก็บสะสมเอาไว้มาใช้ในการลงทุน ดังนั้นต้องแยกเงินที่จะนำไปลงทุนในธุรกิจเอาไว้อีกบัญชีแต่เนิ่น ๆ เลย และใส่เงินเพื่อให้เงินในบัญชีเพิ่มขึ้นตลอดเวลา ที่สำคัญ ต้องทำให้แน่ใจว่าเราจะไม่ใช้เงินในบัญชีนั้นเพื่อไปช้อปปิ้ง เอาไปใช้เพื่อการท่องเที่ยว หรืออื่น ๆ ที่ไม่เกี่ยวข้องกับธุรกิจที่ตั้งใจจะทำโดยเด็ดขาด ซึ่งเงินในบัญชีนี้จะเพิ่มขึ้นเรื่อย ๆ จนมาถึงวันที่คุณมีความสนใจและลงมือที่จะทำธุรกิจอย่างจริงจัง ก็จะได้มีทุนรอนเอาไว้ใช้ในการเริ่มต้นทำธุรกิจ

2

ทำงานอื่นควบคู่กันไปด้วย

จากข้อ 1 เมื่อถึงวันที่คุณพร้อมที่จะทำธุรกิจแล้ว อย่าเพิ่งรีบลาออกจากงานประจำโดยเด็ดขาด เพราะการที่ชีวิตของคุณยังมีเงินเดือนคอยประคับประคองเอาไว้ในขณะที่ทำธุรกิจไปด้วยจะเป็นสิ่งที่ดีมาก ๆ และจำไว้ว่าในช่วงเดือนแรก ๆ ของการทำธุรกิจนั้นอาจไปได้ไม่สวยนัก ยอดขายไม่ดีตามเป้าหมายที่วางไว้ กำไรไม่พอจ่ายค่าแรงตัวเอง แถมยังมีปัญหาต่าง ๆ ตามมาอีกสารพัด ซึ่งเงินเดือนนี้จะสามารถช่วยลดความกดดันให้กับตัวเราเองได้มากทีเดียว นอกจากนั้นประโยชน์ของการทำงานควบคู่ไปด้วยอีกประการที่หลาย ๆ คนมักจะมองข้ามก็คือเรื่องสวัสดิการต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็น ประกันสุขภาพ โบนัส และคอนเน็กชันภายในหน่วยงาน ซึ่งอาจช่วยให้เราหาลูกค้าได้เพิ่มมากขึ้น

ทั้งนี้ ธุรกิจที่คุณทำอาจไม่ใช่ธุรกิจที่ใหญ่มาก อาจมีคนในครอบครัวหรือเพื่อนสนิทช่วยดูแลได้ (เพราะถ้าเป็นธุรกิจขนาดใหญ่ระดับองค์กร เราก็ต้องคอยดูแลลูกน้องแล้วละ) และงานที่ทำควบคู่กันไปก็อาจจะไม่ใช่งานประจำก็ได้ กล่าวคือ อาจเป็นงานเสริม เช่น งานออกแบบกราฟิก งานแปลภาษา งานพิสูจน์อักษร งานรับจ้างเป็นที่ปรึกษา เป็นต้น ซึ่งถ้าคุณเปิดร้านขายของ หรือเปิดร้านออนไลน์ระหว่างวันหากพอมีเวลาว่างก็ยังสามารถทำงานเสริมเพื่อหารายได้ได้อีกทางหนึ่งด้วย

3

ใช้กำไรไปลงทุนเรื่องอื่นๆ

เราอาจคิดว่าการพัฒนาธุรกิจต้องใช้เงิน แต่ลองนึกภาพว่าร้านค้าของเราเริ่มไปได้ดี เริ่มมีกำไรในระดับหนึ่ง เราควรเลือกที่จะเก็บเงินไว้เฉย ๆ หรือนำเงินไปลงทุนเพื่อให้เม็ดเงินเหล่านั้นงอกเงยออกดอกออกผลให้เรามากยิ่งขึ้นดี แน่นอนว่าควรนำเงินนั้นไปลงทุน หรือเอาเงินส่วนที่กำไรไปหักลบกลบหนี้เก่าเสียก่อน จากนั้นจึงนำเงินในส่วนที่เป็นกำไรไปลงทุนเพิ่ม โดยอาจจะเป็นการลงทุนในส่วนของการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ การทำการตลาด การโฆษณา เทคโนโลยี หรือพนักงาน ทั้งนี้ก็เพื่อให้ธุรกิจสามารถขยายเติบโตได้อย่างต่อเนื่อง และดึงดูดลูกค้ารายใหม่ ๆ เข้ามาอย่างสม่ำเสมอ ซึ่งจะส่งผลให้ธุรกิจมีความยั่งยืนมากกว่าการที่จะกอดเงินเอาไว้เฉย ๆ และสุดท้ายก็โดนคู่แข่งแซงหน้าไปเพราะเราไม่กล้าลงทุนเพื่อพัฒนาอะไรเลย

4

ดูแลค่าใช้จ่ายทางธุรกิจให้อยู่ในระดับที่ต่ำ

ข้อดีของการเริ่มต้นธุรกิจจากขั้นเล็ก ๆ และค่อย ๆ เติบโตขึ้นไปทีละนิด จะทำให้เราไม่ต้องไปกู้เงินให้เป็นภาระแต่อย่างใด ยกตัวอย่างให้เห็นภาพคือ ช่วงแรก ๆ รายได้ของคุณจะมีไม่มาก ถ้าคุณมีค่าใช้จ่ายที่สูงในหลาย ๆ ส่วน ไม่รู้จักประหยัดหรืออดออมเงินไปซื้อของที่มีเทคโนโลยีหรือนวัตกรรมสูงมาใช้ คุณย่อมมีหนี้สินที่ต้องชำระรายเดือนสูง เงินย่อมฝืดและการเติบโตก็มีโอกาสช้าตามไปด้วย แต่หากคุณค่อย ๆ ปล่อยให้ธุรกิจโตไปในแบบที่ควรจะเป็น ไม่ลงทุนอะไรเกินแรง เมื่อถึงจุดหนึ่งที่มีกำไรมากพอ มีรายได้สม่ำเสมอ คุณก็สามารถลงทุนค่าใช้จ่ายมหาศาลได้ โดยไม่ทำให้ธุรกิจสะดุดหรือต้องชะลอตัวลง

ทั้งหมดนี้ คือ วิธีการเริ่มต้นธุรกิจโดยไม่ต้องไปกู้ยืมใคร ซึ่งแม้ว่าการเริ่มต้นธุรกิจโดยไม่กู้เงิน ไม่มีเงินลงทุนมหาศาล อาจทำให้เรามีขีดจำกัดสำหรับการทำธุรกิจในหลาย ๆ ด้าน แต่ความเสี่ยงก็น้อย เพราะหากผิดพลาดขึ้นมาก็ไม่เจ็บตัวหนัก เหตุผลอีกประการก็คือ เป็นการทดสอบว่าเราเหมาะที่จะก้าวเข้าสู่โลกของผู้ประกอบการหรือไม่ ได้ลองสิ่งต่าง ๆ ด้วยไอเดียของตัวเอง ทดสอบและกำหนดตลาดด้วยตัวเอง และมีความมั่นใจมากขึ้นจากการได้เรียนรู้สิ่งที่ผิดพลาดด้วยตัวเอง

NELLA
Fashion of Yoga

Text : นิตยา สุเรียมมา / Photo : กฤษฎา ศิลปไชย

มันเริ่มต้นมาจาก
อยากได้กางเกงโยคะดีๆ
สักตัวมาใส่

หล่าน-อมรรัตน์ ธรรมบูรณวิทย์ และ **เน็ต-พัชกมล พฤกษะวัน** สองสาวเพื่อนซี้ที่ชื่นชอบการเล่นโยคะเป็นชีวิตจิตใจ เล่าถึงที่มาของธุรกิจตัวแทนจำหน่ายกางเกงโยคะแบรนด์ดังจากหลายที่ทั่วโลก ภายใต้ชื่อ "Nella" หลังจากขึ้นเป็นเบอร์หนึ่งของตัวแทนจำหน่ายกางเกงโยคะออนไลน์ในเมืองไทยภายในระยะเวลาแค่เพียง 1 ปี

"หล่านกับพี่เน็ตเราเป็นคนชอบฝึกโยคะทั้งคู่ คนฝึกโยคะก็อยากใส่อะไรที่สวยงาม เราอยากได้กางเกงดีๆ สักตัวมาใส่ แต่ในเมืองไทยมีให้เลือกน้อยมาก ราคาก็แพง ลองไปดูของต่างประเทศ เห็นพวกกูรูโยคะ เขาแต่งตัวสวยๆ กัน แล้วทำไมที่บ้านเราไม่มีบ้าง เลยลองเซิร์ชหายี่ห้อ ก็เจอแบรนด์หนึ่งชื่อ Zuvi เป็นแบรนด์อเมริกา พอเจอก็ไปคุยกับพี่เน็ต พี่เน็ตเองทำงานด้านติดต่อกับต่างประเทศอยู่แล้ว ก็คิดกันว่าถ้าสั่งมาใส่แค่ตัวสองตัวไม่คุ้มแน่ เลยลองถามจำนวนต่ำสุดที่เขาสามารถให้เราได้ ปรากฏเขาให้มา 40 ตัว จากนั้นเราก็ตั้งชื่อแบรนด์ โดยเอาชื่อเราสองคนมารวมกันกลายเป็น 'Nella' ปรากฏพอเอามาลองขายคนชอบกันมาก เพราะยังไม่เคยมีมาก่อนในไทย ขายหมดภายใน 2 สัปดาห์ เราใช้วิธีหิ้วไปขายบ้าง ลงเฟซบุ๊ก ไอจีบ้าง เมื่อล็อตแรกผ่านไปได้ด้วยดี เราก็ลุยล็อต 2 กันต่อเลย แต่คราวนี้ไม่เหมือนครั้งแรก เราถามเขาเลยว่าถ้าคราวนี้เราขอเป็นตัวแทนจำหน่ายแต่เพียงเจ้าเดียวในเมืองไทย ต้องทำยังไงบ้าง ต้องมียอดเท่าไหร่ เพราะเราเชื่อว่าอีกไม่นานต้องมีคนทำตาม ซึ่งเขาก็ตั้งข้อเสนอมาและยอมให้เราทดลองดู ปรากฏว่าเราสามารถทำได้มากกว่าที่เขาต้องการอีก"

จากแบรนด์แรก หล่านและเน็ตเริ่มมองหาแบรนด์อื่นๆ เพิ่มเข้ามาเรื่อยๆ เพื่อสร้างความหลากหลายของสินค้า เช่น แบรนด์ Dharmabums Active, Liqido Active, Hipwidth, Glyder โดยแบ่งหน้าที่กันทำ หล่านจะทำหน้าที่ดูแลลูกค้า ตั้งแต่การตอบคำถาม เช็กยอดการสั่งซื้อไปจนถึงจัดส่งสินค้าให้ลูกค้า ส่วนเน็ตทำหน้าที่หลักในการดูแลหลังบ้าน ติดต่อพูดคุยผู้ผลิตต่างประเทศในแบรนด์ต่างๆ รวมถึงการนำเข้าและกระจายสินค้า โดยวิธีการขายของ Nella ไม่ใช่แค่การโพสต์รูปสินค้าและก็ขาย แต่จะพยายามบอกถึงวิธีการใช้ที่ไม่ใช่แค่การเล่นโยคะด้วย

"เราพยายามทำให้ลูกค้าเห็นว่า มันสามารถใส่ได้ทุกที่นะ ไม่ใช่แค่เล่นโยคะ เพราะเป็นกางเกงที่ใส่สบายและสีสันสวยงาม สามารถใส่เป็นแฟชั่นได้เลย ทุกวันนี้หล่านและพี่เน็ตก็ใส่กันเป็นประจำทุกวัน เราก็พยายามถ่ายรูปและโพสต์ให้เขาเห็น ใส่ไปเที่ยว ใส่ไปว่ายน้ำ คนที่เขาซื้อไปก็เริ่มทำตาม ใส่ไปไหนมาไหนกันมากขึ้น จนกลายเป็นแฟชั่น ซึ่งหล่านว่าสำคัญสำหรับการขายของออนไลน์ คือ บางทีเขาไม่รู้ว่ามันจะใส่ยังไงได้บ้าง ถ้าได้เห็นรูปเห็นตัวอย่างเขาก็จะชอบ ยิ่งเห็นรูปเพื่อนๆ ที่ซื้อไปโพสต์ลงก็ยิ่งชอบ จะได้รู้ว่าคนอื่นเขาใส่กันยังไงบ้าง อันนี้เป็นนิสัยเฉพาะของคนไทยเลย ซึ่งกางเกงของเราหากมีตำหนิหรือใส่ไม่ได้สามารถส่งคืน และเปลี่ยนได้ด้วย นี่ก็เป็นอีกสิ่งหนึ่งที่ทำให้ลูกค้าเขาไว้ใจที่จะซื้อกับเรา"

อีกจุดเด่นที่ทำให้ Nella ได้รับความนิยมอย่างต่อเนื่อง คือ ราคาขายที่การันตีเท่ากับหน้าเว็บไซต์ของแบรนด์เอง ทำให้ไม่ต้องไปซื้อไกลถึงเมืองนอก แต่ก็ได้ราคาเท่ากัน

ในด้านแบรนด์ต่างประเทศที่เน็ตดูแลอยู่ Nella ค่อนข้างเป็นที่ยอมรับ และเป็นลูกค้าคนสำคัญ เพราะมียอดการสั่งซื้อที่สม่ำเสมอและปริมาณมาก และบางแบรนด์ถึงขั้นยกให้เป็นลูกค้าเบอร์ 1 ด้วยซ้ำ

"ทุกวันนี้ เดือนเดือนหนึ่ง เราสั่งสินค้าประมาณ 400-500 ตัว ซึ่งสามารถกระจายได้หมด ไม่มีค้างสต็อก แบรนด์ต่างๆ เขาค่อนข้างยอมรับเรา เขาถือว่าเราเป็นคนเปิดตลาดในเมืองไทยให้กับเขาหลายแบรนด์ที่เราเป็นลูกค้าเบอร์ 1 ของเขาสำหรับตลาดในไทย และก็มีบางแบรนด์อย่าง Dharmabums Active เขาบอกว่า เราเป็นนัมเบอร์วันของธุรกิจเขาเลย ไม่ใช่เฉพาะแต่ในเมืองไทย ซึ่งถือว่าเราค่อนข้างมีอิทธิพลต่อธุรกิจของเขาเช่นกัน มีอะไรออกใหม่ เขาจะเก็บไว้ให้เราเลือกก่อนเอาขึ้นโชว์หน้าเว็บ ล่าสุดเจ้าของแบรนด์ Zuvi พร้อมกับแบรนด์แอมบาสเดอร์ของเขาบินมาเยี่ยมเราที่เมืองไทย และนำสินค้าลิมิเตดที่ผลิตออกมาไม่กี่ตัวในโลกมาให้เราขาย ภูมิใจค่ะ" เน็ตกล่าว

ในแผนอนาคตต่อไปที่คิดไว้สำหรับ Nella หล่านและเน็ตกล่าวไว้ว่าอาจจะมีการเพิ่มสินค้าให้หลากหลายมากขึ้น

"นอกจากกางเกงโยคะ ตอนนี้เราเริ่มมีเสื้อและบราสำหรับเล่นโยคะ รวมถึงอุปกรณ์การเล่นโยคะบางตัว เราจะนำเข้าด้วย เพื่อตอบสนองความต้องการลูกค้าได้ครบมากขึ้น แต่สินค้าหลักของเราก็ยังเป็นกางเกงโยคะอยู่ อนาคตเราจะทำกางเกงโยคะแบรนด์ของเราเองด้วยเป็นสีพื้น แต่เน้นสีสันสดใส คือ เราอยู่กับโยคะอยู่แล้ว ดังนั้น ไม่ว่าอะไรที่เกี่ยวกับโยคะที่ได้ทำเราก็รู้สึกสนุกทุกอย่าง มันเป็นชีวิตเราค่ะ" สองสาว Nella กล่าวทิ้งท้าย

Nella Yoga and More
Nella_Yoga
@nella

MAKE A MOVE
รองเท้าไม้ในความรู้สึกใหม่

Text : กฤษณา สังข์วงศ์ / Photo : Otto

พูดถึง "รองเท้าไม้"
เป็นต้องนึกถึงรองเท้าหนักๆ
ที่ใส่แล้วไม่สบายเท้า
อีกทั้งยังมีเสียงดังเวลาเดิน
แต่ Make a Move แบรนด์รองเท้าแตะไม้
สไตล์มินิมอลที่ให้ลุกส์แคชชวล
ผสมกึ่งทางการกลับลบความรู้สึกนั้นไป

Make a Move เกิดจากความตั้งใจอยากทำรองเท้าที่สามารถสวมใส่ได้หลายโอกาส ของสองสาวดีไซเนอร์ **ส้ม-ศริณญา ประเสริฐสรรค์** และ **อุ้ย-เพ็ญธิดา งามมณีวัฒน์** ซึ่งรองเท้าที่พวกเธอตัดสินใจเลือกทำคือ รองเท้าแตะไม้ที่แมตช์ได้กับเสื้อผ้าหลายชุด และให้ลุกส์ค่อนข้างแคชชวลไปจนถึงกึ่งทางการ

"Make a Move มีเอกลักษณ์เด่นตรงที่นำไม้ฉำฉา ซึ่งเป็นไม้น้ำหนักเบามาทำรองเท้า จึงทำให้เดินสบาย ไม่รู้สึกหนัก และแม้จะใส่ลุยฝน รองเท้าก็ไม่ขึ้นรา และไม่บวมน้ำ เพราะไม้ถูกเคลือบด้วยแว็กซ์กันน้ำ ส่วนพื้นรองเท้าโชว์ให้เห็นลายไม้ชัดเจน โดยรองเท้าแต่ละคู่มีลายไม้ที่ต่างกันแม้จะเป็นไม้จากต้นเดียวกัน ส่วนเอกลักษณ์อีกข้อคือ ไม่นำวัสดุอื่นมาตกแต่งรองเท้า เพราะต้องการเน้นความเรียบง่าย พร้อมทั้งโชว์กิมมิกของรองเท้าแต่ละคอลเลกชั่น เช่น เทคนิคการจับจีบหนัง และโชว์ความสวยงามของหนังวัวแท้และหนังกลับที่นำมาทำตัวรองเท้าและสายรองเท้า นอกจากนี้ รองเท้ายังถูกดีไซน์ให้ออกมากึ่งแคชชวลผสมกึ่งทางการ จึงสามารถสวมใส่ได้ทั้งในวันทำงานและวันหยุดพักผ่อน" ส้มกล่าว

ด้วยความที่เป็นรองเท้าไม้แฮนด์เมด และวัสดุที่ใช้ในการทำรองเท้าก็ล้วนแต่คุณภาพดี จึงไม่แปลกที่รองเท้าจะมีราคาสูงตามวัสดุที่ใช้ แต่เพื่อให้กลุ่มลูกค้าซึ่งเป็นสาวๆ วัยเรียนและวัยทำงานจับต้องสินค้าได้ง่ายขึ้น และสองสาวต้องไม่ขาดทุนจนเจ็บตัว พวกเธอจึงกำหนดราคาเริ่มต้นในระดับกลางไปจนถึงราคาที่สูงประมาณหนึ่ง

"เราไม่ได้ต้องการขายรองเท้าราคาสูง แต่ด้วยค่าใช้จ่ายต่างๆ ในการผลิตรองเท้าตั้งแต่ขั้นตอนแรกจนแล้วเสร็จนั้นค่อนข้างเยอะ ซึ่งเมื่อคิดคำนวณแล้วต้องตั้งราคารองเท้า XXX บาทจึงจะไม่ขาดทุน แต่ด้วยราคาระดับนี้ค่อนข้างสูง ทำให้ขายยาก เราจำต้องตั้งราคาให้ต่ำลงอีกหน่อย อาจยอมเจ็บตัวเล็กน้อย แต่ต้องไม่เจ็บมาก ไม่เช่นนั้นธุรกิจก็จะได้รับผลกระทบไปด้วย" อุ้ยกล่าว

ในช่วงแรกของการทำธุรกิจ อุ้ยยอมรับว่า เรื่องที่ยากรองลงมาจากการดีไซน์รองเท้าให้โดนใจกลุ่มเป้าหมาย คือการทำอย่างไรให้พวกเขายอมซื้อรองเท้า ซึ่งการออกบู๊ธตามงานอีเวนต์ทำให้เธอเห็นปฏิกิริยาที่ผู้คนมีต่อสินค้าอย่างชัดเจน เช่น บางคนชมว่ารองเท้าสวย น่ารัก แต่ไม่ซื้อ ขณะที่บางคนตัดสินใจไม่ซื้อเมื่อทราบราคา

"เมื่อทำให้คนชอบรองเท้าได้แล้ว แต่ยังทำให้ตัดสินใจซื้อรองเท้าไม่ได้ นี่จึงกลายเป็นความท้าทายว่าจะเปลี่ยนพวกเขามาเป็นผู้ซื้อได้อย่างไร อย่างแรกเลยเรามองที่ช่องทางการขาย ด้วยความที่เน้นขายออนไลน์ การบริการจึงต้องประทับใจลูกค้า โดยเราพยายามตอบคำถามของลูกค้าให้เร็วที่สุดเท่าที่จะทำได้ และแนะนำวิธีการวัดเท้าที่ถูกต้อง เพื่อป้องกันปัญหาการสั่งรองเท้าผิดไซส์ แต่หากสั่งไปแล้วใส่ไม่ได้ก็ยินดีเปลี่ยนให้ ถัดมาคือ การออกบู๊ธ เราเลือกงานอีเวนต์ที่จัดในสถานที่ที่มีกลุ่มลูกค้าอย่างเซ็นทรัลเวิลด์ เพราะมีทั้งชาวไทยและต่างชาติเดิน ซึ่งแน่นอนว่าพวกเขามีกำลังซื้อ ท้ายสุดเรากระตุ้นการตัดสินใจซื้อของกลุ่มเป้าหมายด้วยการจัดโปรโมชั่นในช่วงเทศกาลต่างๆ และรับสั่งรองเท้าแบบ Made to Order เช่น เปลี่ยนสีหนัง แต่ต้องเป็นหนังที่เรามี หรือปรับขนาดไซส์รองเท้า" ส้มกล่าว

นอกจากสองสาวจะใช้วิธีข้างต้นในการเปลี่ยนผู้ติดตามอินสตาแกรมหรือเฟซบุ๊กเพจ และผู้คนที่เดินผ่านไปมาในงานอีเวนต์ให้กลายเป็นผู้ซื้อ การพัฒนาและปรับปรุงรองเท้าให้ตอบโจทย์ความต้องการของกลุ่มลูกค้าก็เป็นสิ่งที่พึงทำเช่นกัน โดยอุ้ยแนะนำว่า ผู้ขายต้องยอมรับฟังคำแนะนำและข้อติชมของลูกค้า เพราะแม้จะมั่นใจแล้วว่า สินค้าไม่มีข้อบกพร่องใดๆ แต่ถึงอย่างไร ลูกค้าบางรายอาจมองเห็นข้อบกพร่องบางอย่าง เช่น การโชว์พื้นรองเท้าให้เห็นลายไม้นั้น พื้นรองเท้าจะแข็ง ลูกค้าบางรายจึงรู้สึกใส่ไม่สบายเท่าไรนัก ดังนั้น จึงตอบโจทย์ความต้องการของพวกเขาด้วยการเพิ่มพื้นรองเท้าให้นุ่มขึ้น หากแต่ยังมีรองเท้ารุ่นโชว์ลายไม้เช่นเดิม และสำหรับผู้ที่ชอบใส่รองเท้ารัดส้นและรองเท้าแตะแต่ไม่อยากพกหลายคู่ สามารถเลือกซื้อรองเท้ารุ่นที่ถอดสายรัดส้นได้ เพราะเมื่อถอดสายรัดส้นออกก็จะได้รองเท้าแตะไม้ที่ช่วยขับลุกส์ให้ดูสบายขึ้น

makeamove.sandals
makeamove_sandals
makeamove_sandals
makeamove.sandals@gmail.com

เปิดใจ ไผท ผดุงถิ่น

เปิดแนวคิด Startup ไทย

Text : กองบรรณาธิการ / Photo : Otto

ในช่วง 2-3 ปีที่ผ่านมา Tech Startup ไทยมีความตื่นตัวและเป็นที่จับตามองอย่างมาก ยิ่งมี Startup ต้นแบบที่ประสบความสำเร็จ เติบโตสร้างมูลค่าทางธุรกิจได้สูงให้เห็นเพิ่มขึ้นเรื่อย ๆ คนรุ่นใหม่ ๆ ก็ยิ่งอยากเข้าสู่วงการธุรกิจนี้มากขึ้นไปอีก แต่แน่นอนว่า การเป็นธุรกิจนวัตกรรม และเทคโนโลยีที่เติบโตอย่างรวดเร็ว ย่อมไม่เหมือน Business Model การก่อร่างสร้างตัวของธุรกิจที่ผ่านมาในอดีต และเมื่อมีผู้สำเร็จก็ย่อมมีผู้ล้มเหลว ซึ่งดูเหมือนว่าจะมีจำนวนมากกว่าด้วยซ้ำไป และเมื่อมีโอกาสพูดคุยกับ **ไผท ผดุงถิ่น** นายกสมาคมการค้าเพื่อส่งเสริมผู้ประกอบการเทคโนโลยีรายใหม่ (Thailand Tech Startup Association) จึงได้เปิดมุมมองของเขาที่มีต่อ Startup ไทย และสิ่งที่สมาคมฯ ทำ

● แบ่งปันความรู้

ประมาณการกันว่า จากจำนวน Startup ไทย 100 คนนั้น จะมีผู้ที่ล้มเหลวถึง 90 เปอร์เซ็นต์ และมีผู้สามารถอยู่รอดได้เพียง 10 เปอร์เซ็นต์ ซึ่งในจำนวนผู้อยู่รอดนั้น 9 เปอร์เซ็นต์ ยังอยู่ในช่วงเริ่มต้นหรือยังเติบโตไม่มาก มีเพียง 1 เปอร์เซ็นต์เท่านั้นที่อาจจะเป็นยูนิคอร์นหรือประสบความสำเร็จ อย่างไรก็ตาม แม้จะล้มเหลวถึง 90 เปอร์เซ็นต์ แต่สิ่งที่จะได้กลับมาคือ ประสบการณ์ความรู้ที่ดีที่จะเริ่มต้นใหม่อีกครั้ง เพราะนั่นเป็นกระบวนการเรียนรู้ของ Startup ซึ่งใช้เวลาไม่นาน

ไผทอธิบายว่า อย่างที่ทราบกันดีว่า ธรรมชาติของ Startup เกิดขึ้นมาเร็วแล้วก็ตายเร็ว ดังนั้นสิ่งที่สมาคมฯ ต้องการรู้คือ ไดนามิกของการตั้งอยู่และดับไปว่าเป็นยังไง ในขณะที่คนอื่นอาจจะบอกว่าคนพวกนี้โง่ทำธุรกิจแล้วเจ๊ง แต่จริง ๆ แล้วเป็นกระบวนการเรียนรู้ ซึ่งสิ่งที่ Startup ห่วงที่สุดไม่ใช่เงินแต่เป็นเวลา ถ้าอยากทำอะไรสักอย่างซึ่งใหม่มาก สามารถแก้ปัญหาในสังคม และสร้างเป็นธุรกิจได้ แต่ไม่มีสูตรสำเร็จให้เดินตามมากนัก ก็ต้องทดลอง ถ้าทดลองแล้วไม่ใช่ก็หยุด ไม่เสียเวลา แต่ถ้าได้ก็ทำต่อ ๆ ไปก็อาจจะเป็นการสร้างอิมแพ็กต์ให้สังคม และสร้างเป็นธุรกิจขึ้นมาได้

"วันนี้จะให้เปิดโรงงานปลาป่นก็เปิดได้ แผนธุรกิจก็เขียนได้ คนที่ทำแบบนั้นก็ทำไป แต่มีคนอีกกลุ่มที่เชื่อว่าวันนี้ธุรกิจที่เปลี่ยนไปไม่เหมือนเมื่อ 10 ปีที่แล้ว เป็นธุรกิจที่เติบโตไวที่เราเรียกว่า Hyper Growth อย่างไลน์ทำธุรกิจเป็นหมื่นล้านได้ภายใน 4 ปี หรือถ้าจะไปเปิดคิวแท็กซี่เหมือนเมื่อก่อน ก็คงเป็นธุรกิจได้ แต่การเติบโตไม่สูง วันนี้มีแอพฯ ที่เรียกแท็กซี่แล้วระดมทุนได้มากกว่าสร้างรถไฟฟ้า 10 สายในประเทศไทยอีก อูเบอร์มีมูลค่าธุรกิจ 1.7 ล้านล้านบาท ใหญ่กว่าเมกะโปรเจ็กต์ไหน ๆ ถ้าคิดแบบเดิมก็คงได้แบบเดิม เราต้องคิดแบบสมมุติฐานไม่เหมือนเดิมแล้ว ใช้ประโยชน์จากดิจิตอล และพฤติกรรมคนสมัยใหม่ได้อย่างไรบ้าง"

ไผทมีโอกาสไปซิลิคอน แวลลีย์ จึงได้เห็นและได้ความรู้อะไรหลายอย่างที่เขาเล่าว่า ถ้ารู้อย่างนี้จะไม่เสียเวลาช่วงแรกของการเป็น Startup เลย

"แต่ก่อนเราคิดไปเองหลาย ๆ เรื่อง อ่านแต่เรื่องของคนที่ประสบความสำเร็จ แต่ของจริงไม่ใช่อย่างนั้น ที่ซิลิคอน แวลลีย์ คนเดินคอตก ระดมทุนไม่ได้ ต้องปิดบริษัทมีให้เห็นแทบทุกวัน ซึ่งคนพวกนี้ไม่เคยไปเขียนหนังสือให้เราอ่าน แต่ที่โน่นมีการแข่งกันเยอะมาก ล้มเหลวก็มาแชร์ วัฒนธรรมพื้นฐานต่างกันฟ้ากับเหว ซิลิคอน แวลลีย์ เป็นที่ที่ให้โอกาส และการให้ฟีดแบ็ก ดีไม่ดีจะได้ฟีดแบ็กมาทันที นี่คือสองอย่างที่สำคัญที่สุดที่ซิลิคอน แวลลีย์มี เลยทำให้มีการพัฒนานวัตกรรมมาอย่างต่อเนื่อง พอมีการพัฒนาใหม่ก็มีคนลองใหม่ โอกาสก็ได้มาอีก นั่นคือความเป็นจริงที่เราเจอ"

"อย่างบริษัทผม ทำแอพฯ ที่เกี่ยวกับการก่อสร้าง ใช้เวลาพัฒนาปีเศษ ๆ ไม่เคยลอนช์ออกไปในตลาดเลย เพราะมั่นใจในความคิด ซึ่งเมื่อลอนช์ออกไปในตอนแรกไม่มีคนใช้เลย แล้วพอมีคนเข้ามาใช้ได้นิดหน่อยก็พบว่า 80 เปอร์เซ็นต์ของสิ่งที่เขียนมานั้นไม่มีคนใช้ นั่นหมายความว่า เราคิดไปเอง ไม่เข้าใจลูกค้า ซึ่งการเข้าใจลูกค้าถ้าเป็นวิธีแบบสมัยก่อนก็คงออกไปทำแบบสอบถาม แต่วันนี้วิธีของ Startup คือฝังอะไรบางอย่างในโค้ด ทำให้สามารถรู้พฤติกรรมคนได้หมดเลย ดังนั้น เปลี่ยนวิธีคิดใหม่แทนที่จะทำจนพร้อมทุกอย่างแล้วลอนช์ ก็ค่อย ๆ ลอนช์ออกไปทีละหน่อย แล้วไปวัดผล ถ้าไม่ใช่อาทิตย์ถัดไปก็เปลี่ยน คือต้องเร็ว คำว่าเร็วตอนแรกเราคิดไม่ออกว่าจะเร็วได้ขนาดไหน เราไปเจอซิลิคอน แวลลีย์ เร็วกันเป็นวัน ซึ่งถ้ารู้อย่างนี้ตั้งแต่แรกคงไม่เสียเวลาทำ Builk 2 ปี"

สิ่งที่ไผทยกตัวอย่างเป็นหนึ่งในกระบวนการเรียนรู้ที่ได้จากการเข้า ซิลิคอน แวลลีย์ และเป็นหนึ่งในองค์ความรู้ที่นำมาแบ่งปันให้กับ Startup เพื่อทำให้มีโอกาสที่อยู่รอดได้

● ต้องไล่ตามให้ทัน

ต้องยอมรับ Eco-System ของไทยนั้นเกิดช้า แม้ในวันนี้ Eco-System จะมีความพร้อมแล้ว ไม่มีส่วนไหนขาด ไม่ว่าจะเป็น VC Startup องค์ความรู้ ฯลฯ เพียงแต่เป็น Eco-System เล็ก ๆ ที่มีครบพอจะโตได้ ดังนั้น มิชชั่นหนึ่งของสมาคมฯ จึงต้องการสร้างความเร็วเพื่อ Catch up กับประเทศเพื่อนบ้าน สิงคโปร์ มาเลเซียให้ทัน และเอา Startup ไทย ไปปักบนแผนที่โลกให้ได้ว่าที่นี่ก็มีดี

"รัฐบาลไม่เข้าใจและไม่มีการส่งเสริมต่อเนื่อง เราเลยคิดว่าเราต้องรวมตัวกันเอง มองประเทศเพื่อนบ้านแล้วก็อิจฉา มาเลเซีย สิงคโปร์ รัฐบาลส่งเสริมมาต่อเนื่อง ประเทศอื่นก็หัวเราะเราทั้งนั้น ตอนที่ตั้งสมาคมฯ ขึ้นมา ทำไมต้องมีสมาคมฯ เราก็ตอบว่าเพราะเราก็ไม่รู้หรอกว่ามันจะเวิร์กหรือไม่เวิร์ก ตัวสมาคม Startup เองก็เป็นเหมือน Startup นั่นแหละ คือคนที่ยังไม่รู้อะไร ว่าจะต้องทำยังไง สมาคมฯ เองก็ยังไม่รู้เหมือนกัน แต่มันดีตรงที่ว่าไม่ว่ารัฐบาลจะเปลี่ยนไปกี่สมัย เราก็มีจุดยืนของผู้ประกอบการกลุ่มนี้ชัดเจนขึ้น"

"เราตามหลังมาเลเซีย 3-4 ปี ตามสิงคโปร์ 10 ปี แต่มันก็ไม่ได้แปลว่าปีแบบเวลาปฏิทิน เพราะเวลาในโลกดิจิตอลก็อาจจะ Catch up กันได้ บังเอิญยุคนี้เป็นยุคที่มีเทคโนโลยี แปลว่ากระบวนการทดลองสามารถทำได้เร็วขึ้นกว่าเดิมเป็นร้อยเท่า จากแต่ก่อนจะทำปลาป่นก็ต้องไปตั้งโรงงานผลิต ทำแพ็กเกจจิ้ง ส่งไปขาย วันนี้โลกไม่ต้องทำอย่างนั้น มีไอทีมาช่วย รู้ว่าคนชอบไม่ชอบภายในไม่กี่วัน"

เมื่อองค์ประกอบครบ ก็เพียงแต่รอเวลา ซึ่งไผทเชื่อว่า เมื่อมีวัชพืชบางตัวตายไปก่อนก็จะกลายเป็นปุ๋ยชั้นดี ที่จะทำให้กลับมาเติบโตได้อีกครั้ง และถ้าทำให้ถูกทิศถูกทาง ในอีก 2 ปีข้างหน้าก็น่าจะเห็น Startup ไทย เติบโตตามทันประเทศอื่น

PINKOI ชุมชนของคนรักงานดีไซน์

Text : กฤษณา สังข์วงศ์

หากกำลังมองหาแหล่งรวมงานดีไซน์เจ๋งๆ อยู่ละก็ Pinkoi (พินข่อย) คือชุมชนงานดีไซน์ที่มองข้ามไม่ได้เลย! Pinkoi เว็บไซต์ซื้อ-ขายงานดีไซน์ออนไลน์จากประเทศไต้หวันที่ใหญ่ที่สุดในเอเชีย โดย ณ ชั่วโมงนี้ มีสมาชิกบนเว็บไซต์กว่า 6 แสนคน มีงานดีไซน์ให้เลือกช้อปมากกว่า 4 แสนชิ้น และมีจำนวนแบรนด์กว่า 25,000 แบรนด์จากหลากหลายประเทศ ในจำนวนนี้มีสินค้าจากไทยเข้าร่วมกว่า 300 แบรนด์

ข้อดีของเว็บไซต์นี้ รองรับภาษาทั้งหมด 5 ภาษา ได้แก่ ภาษาจีนตัวเต็ม ภาษาจีนตัวย่อ ภาษาไทย ภาษาอังกฤษ และภาษาญี่ปุ่น ทั้งนี้ก็เพื่อเตรียมความพร้อมในการบุกตลาดดีไซน์นานาชาติ โดยจะมีผู้ที่ช่วยแปลภาษาเพื่อบรรยายสินค้าให้ด้วย ซึ่งหากลองเข้าไปที่เว็บไซต์นี้จะพบว่าบนเว็บไซต์ไม่มีโฆษณาใด ๆ จึงไม่มีการขายโฆษณาบนเว็บกับผู้ประกอบการ เมื่อลูกค้าเข้ามาเยี่ยมชมเว็บไซต์งานดีไซน์จึงเป็นสิ่งแรกที่ได้เห็น อีกทั้ง Pinkoi ยังจะมีการจัดงานตลาดนัดดีไซน์ในย่านศิลปะของไต้หวัน ซึ่งที่ผ่านมามีสินค้าไทยหลายแบรนด์ที่ได้ไปออกงานนี้และได้ลูกค้ากลับมา

อยากขายสินค้าบน Pinkoi ต้องทำอย่างไร?

ผู้ที่สนใจเปิดสตูดิโอและวางขายสินค้าใน Pinkoi สามารถกรอกใบสมัครผ่านทางเว็บไซต์ โดยสินค้าที่นำมาขายต้องเป็นสินค้าออกแบบเอง หรือเป็นตัวแทนจำหน่ายอย่างถูกต้อง และหากเป็นของเก่าต้องมีอายุ 10 ปีขึ้นไป เมื่อกรอกใบสมัครเรียบร้อย ทางทีมงานจะตรวจสอบเรื่องการละเมิดลิขสิทธิ์และภาพสินค้า เมื่อผ่านการคัดเลือกจะได้รับอีเมลยืนยันจากทีมงาน และสามารถเริ่มขายสินค้าใน Pinkoi ได้ทันที

ทั้งนี้ ทางผู้ขายต้องเสียค่าบริการดูแลจัดการ 10 เปอร์เซ็นต์ของสินค้าที่ขายได้ (ไม่รวมค่าธรรมเนียม) โดยเมื่อจัดส่งสินค้าให้ลูกค้าเรียบร้อย เงินทั้งหมดจะถูกโอนเข้าบัญชีของ Pinkoi โดยทีมงานจะคำนวณและหักค่าบริการทั้งหมดให้แล้วเสร็จในวันสิ้นเดือน หลังจากนั้นจึงโอนเงินให้ผู้ขายในวันที่ 20 ของเดือนถัดไป และ Pinkoi จะโอนเงินให้ผู้ขายก็ต่อเมื่อรายได้ของเดือนนั้นมากกว่า 1,000 บาท (หลังหักค่าบริการดูแลจัดการ)

ทำอย่างไร ถึงจะมีคนซื้อสินค้า?

1 มอบบริการที่ดีให้กับลูกค้า

ควรตอบกลับข้อความของลูกค้าอย่างรวดเร็ว รวมถึงต้องสร้างความประทับใจให้เกิดกับลูกค้าด้วยบริการหลังการขายที่ดี ทั้งนี้การแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับสินค้าของลูกค้ายังมีผลต่อความน่าเชื่อถือของแบรนด์ด้วย เพราะหากลูกค้ามีความพึงพอใจที่ดีต่อแบรนด์ แบรนด์จะได้รับความน่าเชื่อถือและติดแบรนด์ยอดนิยมของ Pinkoi

2 โปรโมตสินค้า

นอกจากต้องกระตุ้นความสนใจของลูกค้าด้วยการอัพเดตสินค้าใหม่อยู่เสมอ และเขียนคำอธิบายสินค้าให้น่าสนใจ ทาง Pinkoi ยังพร้อมช่วยผู้ขายโปรโมตสินค้าด้วยวิธีการต่าง ๆ เช่น เลือกรูปสินค้ามาแสดงบนหน้าแรกของเว็บไซต์ โปรโมตสินค้าผ่าน Fanpage หลายภาษาของ Pinkoi จัดกิจกรรมต่าง ๆ ในช่วงเทศกาล โดยผู้ขายสามารถเข้าร่วมได้ และเขียนบทความบันทึกดีไซน์ พร้อมทั้งเขียนแนะนำงานดีไซน์ที่น่าสนใจลงใน Pinkoi เพื่อให้ลูกค้าได้รู้จัก

ประยูร ออคิดส์

สร้างนวัตกรรมเพาะเลี้ยงกล้วยไม้เมืองหนาว

ห้างหุ้นส่วนจำกัด ประยูร ออคิดส์ เป็นบริษัทผลิตเนื้อเยื่อกล้วยไม้ส่งออก หรือหากจะกล่าวให้เข้าใจง่าย ๆ คือ การโคลนนิ่งกล้วยไม้ โดยเป็นผู้ผลิตกล้วยไม้เมืองหนาวและส่งออกต้นกล้วยไม้อ่อนในขวดแก้วไปยังตลาดต่างประเทศ ได้แก่ สหรัฐอเมริกา และบราซิล ที่ใหญ่ที่สุดในประเทศไทย

ประยูร พลอยพรหมมาศ ผู้จัดการห้างหุ้นส่วนจำกัด ประยูร ออคิดส์ กล่าวถึงการเริ่มต้นทำธุรกิจเพาะเนื้อเยื่อกล้วยไม้เพื่อส่งออกว่า "คุ้นเคยกับกล้วยไม้มานานตั้งแต่เด็กเพราะมาช่วยคุณอาที่ทำธุรกิจส่งออกกล้วยไม้ เรียกว่าโตมากับกล้วยไม้ แต่เมื่อวันหนึ่งที่เมื่อคิดจะทำธุรกิจเป็นของตัวเอง ภาพที่เห็นคือการส่งออกกล้วยไม้จะมีปัญหาการกีดกันทางการค้าที่เกี่ยวเนื่องกับ แมลง สารตกค้าง หรือถ้าจะส่งออกต้นกล้วยไม้ก็ต้องมีหนังสือรับรองไซเตส (CITES) ทำให้รู้ว่า ปัญหาความยุ่งยากของการส่งออกดอกและต้นกล้วยไม้คืออะไร แต่ถ้าเราเอากล้วยไม้มาอยู่ในขวดแก้วก็จะปลอดเชื้อ 100 เปอร์เซ็นต์ จะไม่มีปัญหา การส่งออกก็เลยหันมาทำแล็บเพาะเนื้อเยื่อกล้วยไม้เพื่อส่งออก ซึ่งเป็นสายธุรกิจที่หินที่สุด เพราะต้องใช้ความรู้ทางวิทยาศาสตร์เข้ามาช่วย"

ทั้งนี้ ประยูรบอกว่า ความแตกต่างของการเพาะเลี้ยงเนื้อเยื่อกล้วยไม้ของห้างหุ้นส่วนจำกัด ประยูร ออคิดส์กับบริษัทอื่น ๆ คือ เทคนิคการเพาะเลี้ยงเนื้อเยื่อในห้องมืด ซึ่งคิดค้นและพัฒนาขึ้นมาเองและเทคนิคนี้ทำให้ลดการใช้ทรัพยากรหลายอย่าง ส่งผลให้มีต้นทุนถูกกว่าคู่แข่งต่างประเทศที่แม้จะมีเทคโนโลยีสูงกว่า อีกทั้งยังสามารถนำเทคนิคนี้ไปใช้เพื่อการส่งต้นอ่อนกล้วยไม้ทางเรือ เพื่อลดต้นทุนการขนส่งได้อีกด้วย

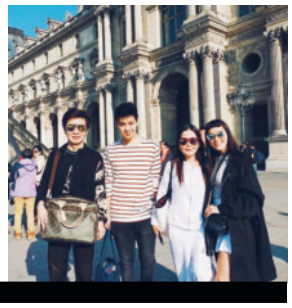
"โดยกระบวนการทำงานของเรา คือ ลูกค้าจะส่งสายพันธุ์กล้วยไม้ที่ต้องการให้เราเพาะเลี้ยงมาให้ โดยอาจจะเป็นสายพันธุ์ที่ได้รับรางวัลประกวดชนะเลิศ หน้าที่เราก็คือผลิตตามออร์เดอร์แล้วส่งกลับไปให้ ซึ่งกระบวนการเพาะเลี้ยงก็อาจจะมีเทคนิคที่แตกต่างกันในแต่ละบริษัท ของเราใช้การขยายพันธุ์ในห้องมืดทำให้ลดต้นทุนการใช้ทรัพยากรไฟฟ้า ซึ่งเป็นนวัตกรรมที่เราพัฒนาขึ้นมาเองและยังไม่มีใครทำได้ นอกจากนี้ เรายังต่อยอดพัฒนาด้านการขนส่งต้นอ่อนกล้วยไม้ จากเดิมที่บรรจุขวดใส่กล่องอัดด้วยโฟม มาเป็นการบรรจุกล่องกันกระแทกด้วยลูกฟูกแล้วส่งไปทางเรือแทน ด้วยตู้คอนเทนเนอร์ปรับอากาศไม่มีแสงสว่าง ซึ่งเราสามารถทำได้เพราะเทคนิคการเพาะเลี้ยงเราทำในห้องมืดมาตั้งแต่เริ่มต้น ทำให้เราสามารถส่งทางเรือที่อยู่ในห้องมืดหลายวันได้โดยไม่เกิดความเสียหาย และเทคนิคนี้ทำให้ลูกค้าที่อเมริกาลดต้นทุนการขนส่งได้ปีละ 45 ล้านบาท"

เนื่องจากประยูร ออคิดส์ มีแล็บเพาะเลี้ยงเนื้อเยื่อกล้วยไม้ถึง 3 แห่ง คือ ที่คลอง 4 ที่คลอง 11 และจังหวัดลำปาง นอกจากนี้ ยังมีสวนกล้วยไม้เพื่อส่งออกที่เขาใหญ่ด้วย ดังนั้น ประยูรจึงบอกว่า เทคโนโลยีการสื่อสารมีความจำเป็นมากในการบริหารจัดการงานที่อยู่ต่างที่กัน ซึ่งทำให้ไม่ว่าเขาจะอยู่ ณ ที่ใดก็สามารถพูดคุยและติดตามความเคลื่อนไหวของแต่ละหน่วยงานแต่ละที่ได้อย่างสะดวกแบบเรียลไทม์

"เทคโนโลยีการสื่อสารทำให้เราทำงานง่ายขึ้น ขณะเดียวกันก็ช่วยเราประหยัดได้ด้วย โดยเราใช้แพ็กเกจเอสเอ็มอีของดีแทคที่มี โทร.ฟรีในกลุ่ม แล้วก็มีการตั้งกลุ่มแต่ละหน่วยงานในไลน์ ซึ่งทุกคนที่เกี่ยวข้องจะต้องรายงานการทำงาน ความคืบหน้าต่าง ๆ ตลอดเวลา เช่น ที่หน่วยงานที่เขาใหญ่ ก็จะมีกลุ่มไลน์เพื่อจะรีเช็กงานกัน จะรดน้ำกล้วยไม้มีการวัดค่าน้ำ และอุณหภูมิแจ้งมายังกลุ่มก่อน ผู้มีหน้าที่เกี่ยวข้องเมื่อเห็นค่าต่าง ๆ ก็จะแจ้งกลับว่าให้รดน้ำได้ เป็นการรีเช็กเพื่อความถูกต้อง หรือวัดอุณหภูมิมีความร้อนเท่านี้ก็จะมีการคอนเฟิร์มกลับไปในกลุ่มว่า ควรขึงตาข่ายชั้นที่ 1 หรือชั้นที่ 2 มั้ย ซึ่งเราเองก็จะเห็นการทำงานแบบเรียลไทม์ในทุกกลุ่มงาน"

goood business | dtac

1



ครอบครัวและผู้คนรอบข้าง

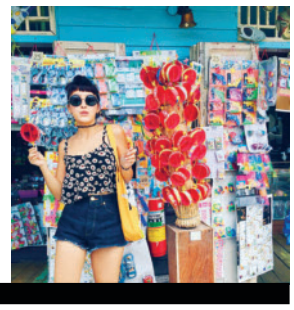
"แพรจะไม่สามารถเป็นแพรได้อย่างทุกวันนี้หากขาดแรงบันดาลใจที่สำคัญที่สุดอย่างแรงบันดาลใจใกล้ๆ ตัว ซึ่งไม่ว่าจะเป็นครอบครัว เพื่อน น้องๆ ที่ทำงาน แฟนคลับ และทุกคนที่คอยสนับสนุนแพรมาตลอด โดยคุณพ่อคุณแม่จะเป็นที่ปรึกษาที่สำคัญในตอนที่แพรมีปัญหาเรื่องการทำงาน หรือตอนที่เกิดความไม่แน่ใจว่าจะตอบคำถามของแฟนคลับอย่างไร และในตอนที่ต้องตัดสินใจเรื่องสำคัญ ส่วนการได้อยู่ร่วมกับเพื่อนๆ และน้องๆ ที่ทำงาน ทำให้แพรได้เห็นมุมมองต่างๆ ทั้งที่เป็นมุมมองที่คุ้นเคยและมุมมองที่ไม่เห็นด้วย ซึ่งหากเจอมุมมองที่ไม่ตรงกัน พวกเราจะปรึกษาและช่วยกันหาคำตอบของมุมมองนั้น"

2

Life Style & Communication

"แรงบันดาลใจที่ดีของแพรอีกอย่างมาจากสิ่งที่ชอบซึ่งไม่ใช่แค่เครื่องสำอาง แต่เป็นการใช้ชีวิต ไม่ว่าจะเป็นการกิน การฟังเพลง การไปดูหนัง การได้พูดคุยกับเพื่อน หรือการได้พบเจอคนใหม่ๆ และแม้ว่าการสื่อสารในยุคนี้จะรวดเร็ว แต่ถึงอย่างไรแพรยังมองว่าการพูดคุยแบบพบหน้ากันยังให้ความรู้สึกที่พิเศษกว่า Text จากไลน์ หรือเฟซบุ๊ก ซึ่งการพูดคุยกับผู้อื่นเพื่อแลกเปลี่ยนเรื่องราวต่างๆ ในชีวิต เช่น บางคนประสบความสำเร็จในชีวิตได้ทั้งที่ไม่ได้ทำในสิ่งที่ชอบ หรือเริ่มต้นจากการลองผิดลองถูก เมื่อได้ฟังเรื่องราวเหล่านี้ทำให้ต้องกลับมาย้อนมองตัวเองว่า ตอนนี้ชีวิตเราเป็นอย่างไร และจะนำเรื่องราวที่ได้ฟังมาประยุกต์ใช้กับชีวิตได้อย่างไร"

3



การท่องเที่ยว

"ตอนที่ทำ Pearypie Around The World นั้นได้มากกว่าแค่การท่องเที่ยว การเรียนรู้วัฒนธรรม หรือการรับประทานอาหารรสชาติใหม่ เพราะแพรได้ทั้ง Connection และได้เห็นมุมมองที่แปลกใหม่ เช่น เมืองไทยมีค่านิยมที่ไม่กล้าแต่งตัวเพราะกลัวแตกต่าง แต่เมื่อไปอยู่เมืองนอก เราได้เห็นว่าผู้คนที่นั่นกล้าที่จะแต่งตัว หรือบางครั้งที่ไปทำงานเมืองนอก เราได้เจอกับเจ้าของแบรนด์แบรนด์หนึ่ง ได้เจอกับคนที่เป็นผู้นำแฟชั่นของประเทศนั้น และได้รู้ว่าแต่ละประเทศตีความหมายของคำว่า Everyday Look ต่างกัน อย่าง Everyday Look ของคนไทยคือต้องติดขนตา และคิ้วต้องเป๊ะ ญี่ปุ่นจะเน้นใสๆ อังกฤษจะมีความชิก ฝรั่งเศสเน้นสบายๆ และอเมริกาแทบไม่แต่งหน้าเลย ซึ่งสิ่งต่างๆ ที่พบเจอได้กลายมาเป็นแรงบันดาลใจให้อยากบอกต่อกับคนที่ติดตามเรา"

4

คำถามจากแฟนคลับ

"เฟซบุ๊กเพจเป็นช่องทางการติดต่อระหว่างแพรกับแฟนคลับ ซึ่งนอกจากคำถามว่า ต้องใช้รองพื้นยังไง และใช้ของแบรนด์อะไร ยังมีบางคนเข้ามาขอคำแนะนำเรื่องอื่นด้วย เช่น อยากไปเรียนต่อต่างประเทศแต่ไม่รู้จะไปประเทศไหน หรือจะทำ Portfolio ยังไงให้น่าสนใจ และบางคนก็เข้ามาปรึกษาเรื่องครอบครัว ด้วยมองว่าเราสามารถให้คำตอบพวกเขาได้ทุกเรื่อง แต่จริงๆ แล้วบางเรื่องแพรก็ไม่รู้ เช่น การเขียนคิ้วแบบกันน้ำ ดังนั้น เมื่อไม่รู้ก็ต้องหาข้อมูลเพื่อมาตอบพวกเขา นี่จึงกลายเป็นว่าพวกเขามาสร้างแรงบันดาลใจให้เราอยากเรียนรู้สิ่งใหม่ๆ ให้มากขึ้น เพื่อจะได้ตอบคำถามพวกเขาให้ได้"

5

เครื่องสำอาง

"แพรได้เจอเครื่องสำอางหลากหลายแบรนด์ และเครื่องสำอางแต่ละคอลเลกชั่นจะมีที่มาที่ไปแตกต่างกัน ซึ่งแพรเองก็มักนำข้อมูลเหล่านี้มาเป็นแรงบันดาลใจในการทำงาน เช่น ลิปสติกสีแดง แพรจะไม่มองแค่ว่าเป็นสีที่อินเทรนด์อยู่ตอนนี้หรือเหมาะจะใช้แต่ง Everyday Look แต่แพรจะมองลึกถึงที่มาของสีว่า สีแดงนี้เกิดจากการสร้างสรรค์ของศิลปินคนไหนหรือเป็นการร่วมงานกันระหว่างแบรนด์กับดาราคนใด เพราะเมื่อรู้ว่าลิปสติกสีนี้เกิดจากการสร้างสรรค์ของใคร หรือสีแดงนี้แตกต่างจากสีแดงทั่วไป เพราะเป็นสีแดงอมส้ม ซึ่งเป็นสีของฤดูใบไม้ร่วง แพรก็จะรู้สึกว่าลิปสติกแท่งนี้เป็นมากกว่าแค่ลิปสติก เพราะมันมีคุณค่าให้เราเก็บสะสมด้วย"

5 Things That Inspire Me...Pearypie

แพร-อมตา จิตตะเสนีย์

Text : กฤษณา สังข์วงศ์

แพร-อมตา จิตตะเสนีย์ หรือที่รู้จักกันในชื่อ แพรี่พาย เมคอัพอาร์ทิสต์สาวที่ถูกจับตามองมากที่สุดในขณะนี้ ชื่อของเธอเป็นที่รู้จักหลังจากมีโอกาสได้เป็นผู้ช่วยเมคอัพอาร์ทิสต์บนเวทีรันเวย์ระดับโลกอย่าง London Fashion Week และเพียงเวลาไม่นานเธอกลายเป็นขวัญใจสาวๆ ด้วยสไตล์การแต่งหน้าที่มีเอกลักษณ์ในแบบฉบับของเธอ จากความสำเร็จที่เกิดขึ้น นอกจากมีที่มาจากความกล้าไล่ตามความฝัน แรงบันดาลใจต่อไปนี้ยังเป็นส่วนสำคัญที่ทำให้เธอประสบความสำเร็จในสิ่งที่รัก

รับสมัครบุคลากร

บริษัท เพนนินซูลาร์ แอสโซซิเอทส์ จำกัด

ผู้ผลิตสื่อนิตยสาร SME THAILAND, SME STARTUP, รายการวิทยุ, รายการโทรทัศน์เชียนธุรกิจและเว็บไซต์ smethailandclub.com

ฝ่ายกองบรรณาธิการเว็บไซต์ จำนวน 1 ตำแหน่ง

คุณสมบัติ

- มีทักษะในการใช้งานอินเทอร์เน็ต และ SOCIAL MEDIA ต่างๆ
- มีทักษะด้านการเขียนบทความ และเขียนบทความเชิง INTERVIEW (ออกไปสัมภาษณ์แหล่งข่าวที่กำหนดให้)
- สามารถแปลบทความภาษาอังกฤษได้
- อายุไม่เกิน 30 ปี
- สามารถเดินทางไปต่างจังหวัดได้

GRAPHIC DESIGN จำนวน 1 ตำแหน่ง

คุณสมบัติ

- มีความเชี่ยวชาญในงานออกแบบ อินโฟกราฟิก (INFO GRAPHIC)
- มีประสบการณ์ด้านการออกแบบและจัดหน้านิตยสาร
- สามารถออกแบบแบนเนอร์เว็บไซต์และโฆษณาต่างๆ ได้
- เข้ากับผู้อื่นได้ดี ยอมรับฟังความคิดเห็นผู้อื่น

ACCOUNT EXECUTIVE 3 ตำแหน่ง

รายละเอียดของงาน ดูแลรับผิดชอบเกี่ยวกับงานขายสื่อโฆษณา และโปรดักต์อื่นๆ ของบริษัท

คุณสมบัติ

- เพศหญิง/ชาย อายุระหว่าง 23-35 ปี
- ประสบการณ์ 1-3 ปี
- วุฒิการศึกษาปริญญาตรี
- ชอบพบปะผู้คน มีความขยัน กระตือรือร้น
- มีทักษะการเจรจาต่อรอง บุคลิกภาพดี
- หากมีทักษะด้านภาษาอังกฤษจะพิจารณาเป็นพิเศษ
- มีรถยนต์ส่วนตัวจะพิจารณาเป็นพิเศษ
- สามารถทำงานภายใต้แรงกดดันได้
- ขยัน ซื่อสัตย์ และอดทนลุยงานได้
- มีความรับผิดชอบสูง
- มีประสบการณ์ด้านงานขายสื่อโฆษณา สื่อสิ่งพิมพ์ EVENT ตั้งแต่ 1 ปีขึ้นไป
- สามารถปฏิบัติงานต่างจังหวัดได้
- ทำงานวันเสาร์-วันอาทิตย์ได้

ติดต่อ คุณสุชันษา
บริษัท เพนนินซูลาร์ แอสโซซิเอทส์ จำกัด
เลขที่ 100/6 ซอยอารีย์สัมพันธ์ 3 ถนนพหลโยธิน แขวงสามเสนใน
เขตพญาไท กรุงเทพมหานคร 10400 [ใกล้ BTS (อนุสาวรีย์ชัยสมรภูมิ, อารีย์)]
โทร. 0-2270-1123 ต่อ 409 | แฟกซ์ 0-2270-1125
อีเมล supanaey@hotmail.com | www.smethailandclub.com

HAPPY MIND

เมื่อคนใกล้ตัวเป็น โรคซึมเศร้า

Text : Morning dew

เห็นข่าวคนดังในแวดวงฮอลลีวู้ดนับสิบคน รวมถึงแอนเจลีนา โจลี, แบรด พิตต์, อูมา เธอร์แมน, จิม แคร์รี่ย์, กวินเน็ธ พัลโทรว์ และอีกหลายคนตบเท้าออกมาเปิดเผยเกี่ยวกับ "โรคซึมเศร้า" ที่เป็นอยู่เพื่อเป็นกำลังใจให้คนที่กำลังเผชิญกับโรคนี้และเป็นการสื่อว่าพวกเขาไม่ได้ต่อสู้ตามลำพังแล้ว ผู้เขียนก็นึกถึงบุคคลที่รักในครอบครัวซึ่งทรมานจากอาการซึมเศร้าเช่นกัน กว่าจะหว่านล้อมให้พบจิตแพทย์ได้ เป็นอะไรที่เหมือนเข็นครกขึ้นภูเขามาก เนื่องจากกลัวเสียภาพลักษณ์เพราะสังคมไทยยังมองคนที่ไปให้จิตแพทย์รักษาคือคนบ้า

ผู้เขียนต้องกรอกหูอยู่เสมอว่า โรคซึมเศร้าเป็นอาการป่วยอย่างหนึ่ง สามารถรักษาให้หายได้ ถ้าไม่หาหมอ ไม่รับประทานยา ก็มีแต่จะเลวร้ายลง สำหรับใครที่มีเพื่อนคนใกล้ตัว หรือคนในครอบครัวที่มีอาการหรือสงสัยว่าเป็นโรคซึมเศร้า มีข้อแนะนำค่ะ สิ่งสำคัญอันดับแรกคือพาเขาไปรับการวินิจฉัยและการรักษาที่ถูกต้องจากแพทย์ ซึ่งส่วนใหญ่หมอจะจ่ายยาให้รับประทาน ต้องคอยเตือนให้รับประทานยาสม่ำเสมอด้วยนะคะ ห้ามขาดยา ไม่เช่นนั้นก็ต้องเริ่มต้นรักษาใหม่อยู่ตลอด

ความสำคัญลำดับสองคือ การให้กำลังใจ หากเพื่อนหรือคนในบ้านเป็นโรคซึมเศร้า สิ่งที่ต้องทำคือเข้าใจ อดทน แสดงความรัก และอยู่เคียงข้าง ที่ต้องระวังคือเรื่องของการสื่อสาร ต้องรับฟังและพูดคุยกับพวกเขาอย่างระมัดระวัง อย่าลืมสังเกตสัญญาณการฆ่าตัวตายอันนี้อันตรายมาก การฆ่าตัวตายมักเกิดขึ้นแบบชั่ววูบ พยายามชวนเขาออกไปทำกิจกรรมออกกำลังกาย เดินเล่นในสวนสาธารณะ ดูหนัง หรือหางานอดิเรกทำร่วมกัน

ผู้ป่วยโรคซึมเศร้า อารมณ์ไม่ปกติอยู่แล้ว เราไม่รู้หรอกว่าช่วงไหนที่พวกเขามีอารมณ์อ่อนไหวและเปราะบางมากกว่าเดิม เพราะฉะนั้น จงระวังคำพูดคำจา อย่าประชดประชัน อย่าติเตียนว่าพวกเขาแกล้งป่วย สำออยหรือเรียกร้องความสนใจ สิ่งที่พวกเขาต้องการคือความเข้าใจ เห็นอกเห็นใจ หมั่นให้กำลังใจเสมอว่าทุกอย่างจะดีขึ้น แสดงออกให้เขารู้ว่าเขามีค่าสำหรับคนในครอบครัว นอกเหนือจากการรักษาด้วยยาที่แพทย์สั่ง คนรอบข้างมีส่วนอย่างมาก อานุภาพของความรักและการใส่ใจซึ่งทำให้การต่อสู้อาการซึมเศร้าบรรลุผลงดงามได้

HEALTHY BODY

ฉลาดกิน ลดเสี่ยงโรคได้

Text : น้ำค้าง

เบคอนพันเห็ดเข็มทองย่างหอมกรุ่นจิ้มน้ำจิ้มซีฟูด อาหารเช้าแบบอเมริกันเสิร์ฟพร้อมไข่ดาว ไส้กรอกและเบคอน สปาเกตตีคาโบนาร่าโรยหน้าด้วยเบคอนชิ้นเล็กทอดกรอบ ไส้กรอกทอดจิ้มมัสตาร์ดและซอสมะเขือเทศ ยำรวมมิตรที่มีส่วนผสมของไส้กรอกแดงหั่นเป็นชิ้นพอคำ ฝรั่งกอดลาว เมนูฟิวชั่นที่นำไส้กรอกอีสานมาพันห่อด้วยเบคอนแล้วทอดให้สุกกลายเป็นกับแกล้มเลิศรส ยังไม่นับรวมอาหารประเภทหมูกระทะ ชาบู ปิ้งย่าง ไปจนถึงจิ้มจุ่มที่ไส้กรอกและเบคอน อาหารโปรดของหลายคนเข้ามามีส่วนด้วยตลอด

แต่พลันที่องค์การอนามัยโลก (WHO) ประกาศอย่างเป็นทางการว่า อาหารผ่านกระบวนการอย่างเบคอนและไส้กรอกเป็นสาเหตุของการก่อมะเร็งเทียบเท่าบุหรี่ โดยระบุการบริโภคเนื้อแปรรูปวันละ 50 กรัมจะเพิ่มความเสี่ยงในการเป็นมะเร็งลำไส้ 18 เปอร์เซ็นต์ และยังมีการพูดถึงเนื้อแดงด้วยว่าอาจเป็นสาเหตุของมะเร็งเช่นกันแต่ยังไม่มีการยืนยันชัดเจน

ต้องยอมรับว่าอาหารแปรรูปประเภทนี้ไม่ดีต่อสุขภาพนัก เนื่องจากส่วนใหญ่เป็นเนื้อแดงมีไขมันอิ่มตัวสูง คอเลสเตอรอลสูง เกลือสูง ไม่นับเครื่องปรุงรสอื่นๆ ที่เกินความจำเป็นของร่างกาย เช่น สารกันบูด ดินประสิว สีผสมอาหาร อย่าว่าแต่ไส้กรอกหรือเบคอนของฝรั่งเลย อาหารไทยๆ อย่างไส้กรอกอีสาน กุนเชียง หมูยอ แหนม ลูกชิ้นต่างๆ หมูปิ้ง อาหารปิ้งย่างไฟแรงทั้งหลายแหล่ก็มีความเสี่ยงไม่ต่างกัน

อาหารถือเป็นความสุขที่กินได้การตัดใจลาจากของที่เคยโปรดปรานอาจทำให้ความรื่นรมย์ในชีวิตถดถอยลง ผู้เขียนขอแนะให้เดินสายกลาง นั่นคือการรับประทานให้สมดุล รับประทานแบบชาญฉลาด มาดูกันว่าต้องทำอย่างไร

● ลดความถี่ในการรับประทาน

เหลือสักสัปดาห์ละ 1-2 วัน แต่ละครั้งอย่าจัดหนัก เอาแค่เสิร์ฟเบาๆ ก็พอ และอย่าลืมว่าถ้าสัปดาห์นี้รับประทานอาหารแปรรูปพวกไส้กรอก แฮม เบคอนไปแล้ว ตลอดทั้งสัปดาห์ก็ควรเลี่ยงอาหารแปรรูปประเภทอื่น เช่น กุนเชียง หมูยอ ไส้กรอกอีสาน

● รับประทานผักสด ผลไม้ควบคู่ไปด้วย

เพราะในผักผลไม้อุดมด้วยสารอาหาร วิตามิน และสารต้านอนุมูลอิสระที่ช่วยลดความเสี่ยงของโรค โดยเฉพาะผักผลไม้ที่มีสีสัน ยิ่งจัดจ้านเท่าใด ก็ยิ่งมีสารต้านอนุมูลอิสระมากเท่านั้น ผลไม้หลายชนิดมีวิตามินซีสูงช่วยเพิ่มภูมิคุ้มกันร่างกาย ทั้งยังมีไฟเบอร์ที่ช่วยดีท็อกซ์ลำไส้ ลดความเสี่ยงของมะเร็งลำไส้ได้

● อ่านฉลากอาหาร

เพื่อเปรียบเทียบส่วนผสมของแต่ละยี่ห้อ แล้วเลือกยี่ห้อที่ดีที่สุด เช่น มีส่วนผสมของเนื้อเยอะ ไขมันและเกลือน้อย ถ้าเป็นไปได้ลงมือทำเองดีกว่า เพราะสูตรต่างๆ ก็หาได้ทั่วไปจากอินเทอร์เน็ต การทำอาหารเองจะทำให้คัดสรรวัตถุดิบดีๆ รวมไปถึงการควบคุมเครื่องปรุงรสอื่นๆ ตามที่ต้องการ

● กรรมวิธีการปรุงอาหารก็สำคัญ

ความเสี่ยงในการเป็นมะเร็งมักเกิดจากอาหารปิ้งย่างที่ใช้ไฟแรง เช่น สเต็ก บาบีคิว หมูปิ้ง ไก่ย่างสะเต๊ะ น้ำตก คอหมูย่าง ไส้กรอกปิ้ง อย่าย่างจนไหม้เกรียมเกินไป มีข้อมูลว่าเครื่องปรุงที่ใช้หมักหรือผสมกับเนื้อสัตว์ เมื่อนำไปย่างให้เกิดความร้อนจะแปรสภาพเป็นสารก่อมะเร็ง

โปรตีนเป็นหนึ่งในอาหารหลัก 5 หมู่ที่สำคัญต่อร่างกาย แต่เราไม่จำเป็นต้องพึ่งพาโปรตีนจากเนื้อสัตว์อย่างเดียว อยากให้ยึดหลักกินแบบหลากหลาย รับโปรตีนจากเนื้อแดงบ้าง เนื้อขาว (เนื้อปลาและสัตว์ปีก) บ้าง และควรเสริมด้วยโปรตีนจากถั่ว ทั้งถั่วฝักและถั่วเมล็ดแห้งที่ไขมันต่ำและไฟเบอร์สูงกว่า เน้นพืชผักอาหารไฟเบอร์ทุกมื้อ รับประทานอย่างสมดุล หรือ Balanced Eating อย่าไปเคร่งครัดมาก ชีวิตมีไว้เพื่อรื่นรมย์ ไม่ใช่เคร่งเครียด

SHOPPING *Text : Duckkiez*

PLAY IT ART

งานอาร์ตเจ๋งๆ ที่วัยรุ่นหัวใจศิลป์พลาดไม่ได้

อัพเดตความฮิปครั้งต่อไปได้ทาง
playitart

หลังจากเสาะหางานอาร์ตแนวๆ อยู่สักพัก ในที่สุดก็เจอ Play It Art เทศกาลรวมพลคนรักศิลปะ ครั้งที่ 1 ซึ่งสถานที่จัดงานเก๋กู้ดเหมาะแก่การถ่ายรูปมาก เพราะอาคารพัสดุของสถานีรถไฟหัวลำโพงถูกเนรมิตเป็นลานศิลปะขนาดใหญ่ให้วัยรุ่นหัวใจศิลป์ได้ชักภาพคู่กับผลงานศิลปะ อีกทั้งยังได้ร่วมสร้างสรรค์งานศิลปะกับ The Factory Studio & Art House และทำเวิร์กช็อปน่ารักๆ อย่างจัดสวนจิ๋วที่สอนโดย Holdmewithlove ส่วนใครอยากช้อปปิ้งสินค้าแฮนด์เมด Play It Art ก็ขนมาให้เลือกเพียบ เช่น Treerachin เซรามิกที่เต็มไปด้วยความน่ารักสดใสของเหล่าตัวการ์ตูนสี พาสเทล และ Lunarlike เครื่องประดับหญิงที่โดดเด่นเรื่องดีไซน์ ครั้นเดินเลือกของได้แป๊บๆ ชักเริ่มหิว แวะโซนอาหารเสียหน่อยก็ดีไม่น้อย ไหนจะ HIT The Road เบอร์เกอร์ที่อัดแน่นด้วยเบคอน บาร์บีคิวซี่โครงหมูอบจาก knife&fork Ribs และพิซซ่าโฮมเมดร้าน POMI ยั่วน้ำลายเหลือเกิน หลังช็อปจนหนำใจ กินจนเต็มพุง ก่อนกลับบ้านนั่งฟัง The 38 years ago บรรเลงเพลงเพราะๆ เคล้าลมหนาวสักหน่อย บอกเลย...ฟินหนักมาก

EAT / DRINK / TRAVEL *Text : Duckkiez*

THE DECK BY THE RIVER

ร้านอาหารสไตล์ชิโนโปรตุกีส ที่ตั้งใจออกแบบให้กลมกลืนกับชุมชนท่าเตียน เพื่อรักษาเสน่ห์ของชุมชนแห่งนี้ให้คงอยู่ นอกจากจะอิ่มอร่อยกับจานเด็ดอย่างปลากะพงแดงย่างราดซอสสมุนไพร สปาเกตตีเนื้อปูผัดน้ำมันมะกอก และแกงกะหรี่แกะที่เสิร์ฟพร้อมแป้งพิต้าแล้ว ทุกท่านยังจะได้อิ่มตากับบรรยากาศอันงดงามของพระปรางค์วัดอรุณฯ ด้วย

เขตพระนคร
0-2221-9158-9 www.arunresidence.com

CREAM STUDIO

เมื่อพูดถึงของหวานดับร้อน เป็นต้องนึกถึงไอศกรีมมีหนวดของร้าน Cream Studio หากชอบหม่าวอฟเฟิลสั่งเมนูวอฟเฟิลมาลอง รับรองไม่ผิดหวัง แต่ถ้ามาเป็นแก๊งแนะนำให้สั่ง Takoyaki Setto ไอศกรีม 6 ลูกที่มีขนาดเท่าลูกทาโกะยากิ เสิร์ฟพร้อมสตรอเบอร์รี่สดและกล้วยหอมที่ช่วยตัดเลี่ยนและเพิ่มความสดชื่นได้ดี

ชั้น 3 Mercury Ville Chidlom
0-2658-5556 www.creamstudiothailand.com creamstudiofanpage

ZZZIESTA

โรงแรมขนาดเล็กในเชียงใหม่ที่มีห้องพักเพียง 10 ห้อง ตัวอาคารโดดเด่นด้วยรูปทรงตัวแอล และเปิดโล่ง โดยมีสวนและบ่อปลาคาร์ฟอยู่ตรงกลาง การตกแต่งเน้นแนวปูนเปลือย โทนสีอ่อน จึงทำให้ดูสบายตา ส่วนเฟอร์นิเจอร์ เลือกใช้เฟอร์นิเจอร์ไม้บีชสีขาว เพื่อให้เกิดความรู้สึกผ่อนคลาย อีกทั้งยังใส่ใจเรื่องความสะอาดและความสบายของเตียงและเครื่องนอน เพราะ zzziesta คือบ้านอีกหนึ่งหลังของทุกคน

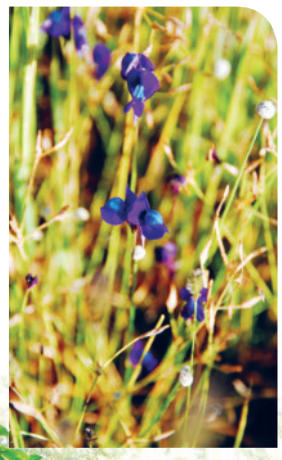
อ.เมืองเชียงใหม่ จ.เชียงใหม่
09-8808-9406 ZzziestaChiangmai

ภูหินร่องกล้า

ขุนเขาอุดมการณ์ กลางม่านหมอกและดงดอกไม้

Texto : ฐากูร โกมารกุล ณ นคร / Photo : เสาวนีย์ สมบูรณ์

เรารู้จักภาพบางภาพ
สัมผัสเรื่องราวบางซอกมุม
หรือดื่มด่ำกับรอยยิ้มของใครสักคน
อาจก็ต่อเมื่อหน้าปฏิทิน
เปลี่ยนผ่านเรื่องราวเหล่านั้นเป็นวันวาน
เป็นภาพที่ตกลับและผ่านพาบางเรื่องให้ลับหาย
ทว่าก็เปลี่ยนผ่านอดีต
สู่ภาพปัจจุบันอันงดงาม



ณ ทิวดอยแห่งหนึ่ง ระหว่างรอยต่อของหลายพื้นที่ สายลมหนาวหมอกขาว และม่านดอกไม้ห่มคลุมอดีตของผู้คนจำนวนหนึ่งไว้บนนั้น

ท่ามกลางปัจจุบันอันงดงาม และอดีตหลากหลายที่ตกหล่นเป็นเรื่องราวให้หลายต่อหลายคนได้เดินตาม

ทางหลวงหมายเลข 12 ที่ลากขนานกับเทือกเขาสลับซับซ้อนเบื้องบนพาเราออกจากกลางเมืองพิษณุโลก ถนนยกตัวขึ้นสู่โอบล้อมขุนเขา ผ่านผืนป่าและสายน้ำเบื้องล่างภู ย่านอาหารและรีสอร์ตกระจายเรียงตัวไปตามทางหลวงที่เชื่อมภาคเหนือกับอีสานเข้าด้วยกันเส้นนี้

เราแยกเข้าสู่อำเภอนครไทย ชุมชนพื้นราบข้างล่างราวกับที่พบกันของเมืองและป่าเขา ตลาดสด รถนักท่องเที่ยว รถกระบะโฟร์วีลกรำฝุ่น รวมไปถึงสินค้านานาทั้งจากเมืองเบื้องล่างหรือพืชผักอย่างกะหล่ำปลี แคร์รอต ที่สะท้อนถึงการเกษตรด้านบน

รวมถึงภาพบางอย่างที่ตกลับไปกับความทรงจำมาร่วม 30 ปี

เราขึ้นมาถึงพื้นที่หนาวเย็นในท่ามกลางภูมิประเทศอันงดงามอุทยานแห่งชาติภูหินร่องกล้ากอดเก็บทั้งเรื่องราวทางประวัติศาสตร์หน้าหนึ่งของเมืองไทยไว้กับอากาศหนาวเย็น หมู่สนขึ้นคลุมลานหินเหนือขุนเขา รวมไปถึงผืนป่าที่ค่อยคืนความสมบูรณ์ ความหลากหลายทั้งป่าดิบแล้ว ป่าเต็งรังชัดแน่น และเมื่อขึ้นถึงยอดภูป่าสนเขาปรากฏเหนือที่ราบบนสันเขา สะท้อนเป็นสนสามพันปีก่วมแดง (เมเปิ้ล) หว้า และสารภีขึ้นเรียงรายกลางลมหนาว

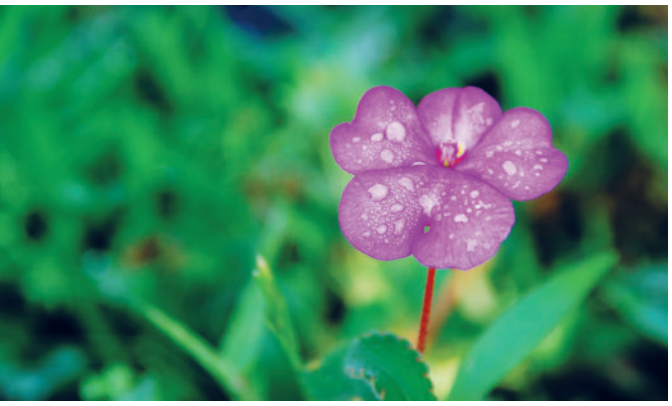
รอบด้านล้วนเต็มไปด้วยฉากด้านและสิ่งหลงเหลือที่ชวนให้นึกย้อนไปถึงผู้คนนับพันที่เคยอยู่ข้างบนนี้ ทั้งพี่น้องชาวไทยภูเขาเผ่าม้ง เหล่าพรรคคอมมิวนิสต์แห่งประเทศไทย รวมไปถึงเหล่านักศึกษาจากเมืองกรุงที่หวังถึงความเปลี่ยนแปลงของสังคมหลังเหตุการณ์ 14 ตุลาคม 2516 และ 6 ตุลาคม 2519

ราวปี พ.ศ.2511-2525 เขตเคลื่อนไหวบนภูหินร่องกล้าล้วนเต็มไปด้วยเรื่องราวของความแตกต่างทางอุดมการณ์ กลายเป็นพื้นที่ที่รวมไปถึงฐานที่มั่นบนแดนดอยอันเต็มไปด้วยหนทางทางการเมือง เรื่องเล่าของเหล่า "สหาย" รวมไปถึงฉากผ่านของเสียงปืนและความแตกต่าง

สิ่งหลงเหลือพาเราไปเห็นโลกบางด้านในคืนวันบนภูหินร่องกล้าของพวกเขา ที่**โรงเรียนการเมืองการทหาร** ปรากฏเป็นกลุ่มกระท่อมไม้ในแวดล้อมของเมเปิ้ลแลป่าสน มันคือโรงเรียนที่พวกเขาใช้ศึกษาแนวคิดทางการปกครอง เป็นฝ่ายพลเรือน พลาธิการ ฝ่ายทหาร รวมไปถึงเรื่องการสื่อสาร เป็นบ้านพัก สถานพยาบาล เป็นแม้กระทั่งโรงพยาบาลขนาดเล็ก

ไม่ไกลกันเพียงข้ามลำธารเย็นรื่น **กังหันน้ำ**โบราณผันน้ำจากลำธารสายเล็ก โดยต่อเข้ากับแกนของครกตำข้าว ใช้พลังน้ำขับเคลื่อน ที่นี่คือโรงสีข้าวของ พคท.ยามที่หนุ่มนิสิตจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัยได้พาตัวเองขึ้นมาถึงภูหินร่องกล้า

ห่างไปอีกราว 3 กิโลเมตร โลกแห่งการเมืองการทหารในอดีต



HOW TO GET THERE

จากกรุงเทพฯ ใช้ทางหลวงหมายเลข 1 (พหลโยธิน) จากนั้นใช้ทางหลวงหมายเลข 32 (สายเอเชีย) ผ่านพระนครศรีอยุธยา อ่างทอง ไล่เลยมาถึงนครสวรรค์ จากนั้นใช้ทางหลวงหมายเลข 117 ถึงพิษณุโลก จากนั้นแยกขวาเข้าทางหลวงหมายเลข 12 ผ่านอำเภอวังทอง จากนั้นที่สามแยกบ้านแยง แยกซ้ายเข้าทางหลวงหมายเลข 2013 มุ่งหน้าอำเภอนครไทย จากนั้นแยกขวาเข้าทางหลวงหมายเลข 2331 ขึ้นสู่อุทยานฯ ภูหินร่องกล้า

WHERE TO EAT & STAY

อุทยานฯ ภูหินร่องกล้า มีสิ่งอำนวยความสะดวกครบครันไว้บริการนักท่องเที่ยว ทั้งบ้านพัก 21 หลัง ค่ายพักแรม 4 หลัง ลานกางเต็นท์ ห้องน้ำ ร้านอาหาร และร้านค้าสวัสดิการให้บริการ

สอบถามรายละเอียดเพิ่มเติม
☎ 08-1596-5977
www.dnp.go.th
Phuh-055@hotmail.com

ของ พคท.ฉายชัดตัวเองอยู่ที่สำนักอำนาจรัฐ ที่นี่ราว "ศูนย์บัญชาการ" ที่เป็นหัวใจของพวกเขา มันมีทั้งโรงทอผ้า โรงอาหาร เป็นที่ดำเนินการทางทหารและการจัดการมวลชน เป็นที่ตัดสินคดีความกลางป่าที่คุมขังคนทำผิดกฎเกณฑ์ต่าง ๆ

ท่ามกลางอดีตที่ผ่านเลยหลังนโยบาย 66/2523 และคำสั่งที่ 65/2525 ในสมัยพลเอก เปรม ติณสูลานนท์ ที่ใช้ "การเมืองนำการทหาร" ผู้คนข้างบนล้วนวางปืนและสืบเท้าลงจากภูเขา เหลือไว้เพียงเรื่องราวหน้าหนึ่งของความแตกต่างในอุดมการณ์ และความงดงามที่พวกเขาได้พบเห็นล้วนเปิดโอกาสให้ผู้คนข้างล่างได้สัมผัส

ทางเดินสายนั้นทอดไปตามสันดอย ระหว่างทางที่พืชอย่างดุสิตา กระดุมเงิน ผลิดอกงาม **ลานหินปุ่ม**สะท้อนภูมิทัศน์แปลกตาอันเกิดจากการกัดเซาะของหยาดน้ำและกระแสลม เป็นผาที่อยู่เหนือที่ราบนครไทย วิวกว้างไกลเช่นนี้ ครั้งหนึ่งเคยเป็นที่พักฟื้นไข้ของเหล่า พคท. เนื่องจากอากาศสดสะอาดและลมเย็นชื่นเหมาะยิ่งที่จะใช้พักผ่อน

ไม่เพียงวิวสูง ทว่าสัณฐานแผ่นผืนภูเขาของภูหินร่องกล้ายังเต็มไปด้วยความหลากหลายและน่าทึ่ง ที่**ลานหินแตก** แผ่นหินปรากฏรอยแยกเป็นร่องเป็นแนว ราวภูเขาถูกกรีดเป็นร่องเส้น บางจุดแคบเพียงให้หญ้าลอดชอนไช ขณะที่บางร่องก็กว้างขวางจนคนก้าวข้ามไม่พ้น

ไม่เพียงแต่ป่าสน อากาศเย็นชื่น และเรื่องราวของอดีตอันผ่านเลย ทว่าโลกสีเขียวและเย็นชื่นในเขตอุทยานฯ ภูหินร่องกล้ายังมอบความงามของธารน้ำตกหลากหลายที่ซ่อนตัวเองอยู่ตามหุบเขา ความชันดิ่งของ**น้ำตกร่มเกล้า-ภราดร** น้ำตกฝาแฝดที่พรั่งพรูสายน้ำอยู่ใกล้กัน เป็นความงามแรก ๆ ที่ใครสักคนที่มาถึงภูหินร่องกล้าไม่เคยผ่านเลยที่จะไปสัมผัส

ไล่เรียงไปตามถนนสายป่าเขา น้ำตกหมันแดงถือเป็นหัวใจของธารน้ำในเขตอุทยานฯ มันพรั่งพรูสายน้ำทั้ง 32 ชั้น อย่างไม่มีวันเหือดแห้ง โขดหินสะท้อนความชุ่มชื้นด้วยการห่มมอสสีเขียวเข้มอยู่แทบตลอดปี ยิ่งยามที่ดอกลิ้นมังกรผลิบานในหุบลึก ฉากหน้าสีหวานกับมวลน้ำนุ่มเย็นล้วนเป็นภาพตรึงใจที่ได้บากบั่นผ่านทางชันลงมาพบเห็น

เหนือภูหินร่องกล้า ล้วนกระจัดกระจายอยู่ด้วยความเป็นจริงที่ผันผ่านและตกหล่นเป็นภาพเปี่ยมค่าอันเต็มไปด้วยคืนวันอันน่าจดจำ

บางภาพสะท้อนคืนวันแห่งความคิดแตกต่างอยู่ในโรงเรือนเศษซากอาวุธ รวมไปถึงอดีตของใครสักคนที่เคยอยู่ "ในป่า"

บางภาพก็งดงามและเต็มไปด้วยรายละเอียด ราวดอกไม้บนลานหญ้าที่ผลิบานยามต้นฝน

ขณะที่ภาพอีกหลายใบก็ชัดเจนตัวตน ทั้งในวิวเปิดกว้าง สัณฐานแปลกตาของภูเขา รวมไปถึงภาพชีวิตเปี่ยมเสน่ห์ของคนม้งแห่งแดนดอย

ที่เมื่อหยิบจับมาเรียงร้อยต่อกัน ก็อาจเห็นคืนวันบนทิวดอยแห่งหนึ่งทอดยาวและเต็มไปด้วยความทรงจำ

Where to Find

พบกันทุกวันที่ 5 และ 20 ของเดือน

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

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

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

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

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

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

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

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

สมัครสมาชิกนิตยสาร SME STARTUP

ส่งตรงถึงบ้านแบบรายปี 24 ฉบับ ราคา 350 บาท

ข้อมูลสมาชิก ชื่อ-นามสกุล.....

ที่อยู่จัดส่งเอกสาร.....

.....

วัน/เดือน/ปีเกิด.....โทรศัพท์.....

อีเมล.....

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

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

วิธีการชำระเงิน

โอนเข้าบัญชี บริษัท เพนนินซูลาร์ แอสโซซิเอทส์ จำกัด
- ธนาคารไทยพาณิชย์ สาขาพหลโยธิน เลขที่บัญชี 014-2-57097-9
- ธนาคารกสิกรไทย สาขาสำนักพหลโยธิน เลขที่บัญชี 799-2-07811-8

วิธีการสมัคร

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

OKI เปิดตัวเครื่องพิมพ์หมึกขาว

บริษัท โอกิ ซิสเต็มส์ (ประเทศไทย) จำกัด โดย นิรันดร์ จากุลอัครพงษ์ ผู้จัดการทั่วไป ร่วมมือกับ PINN Creative Space เปิดตัวเครื่องพิมพ์หมึกขาวก้าวข้ามขีดจำกัดงานออกแบบด้วยหมึกขาว เครื่องพิมพ์ที่เหมาะกับการพิมพ์ได้หลากหลายรูปแบบและสามารถพิมพ์งานลงบนวัสดุ Transfer ลงบนผ้า รวมถึงงานพิมพ์ระบบดิจิตอลอื่นๆ เช่น งานพิมพ์บนกระดาษสีเข้ม งานพิมพ์บนแผ่นแม่เหล็กติดตู้เย็น งานพิมพ์บนพลาสติกสุญญากาศ การพิมพ์ฉลากสินค้าบนพลาสติกสีใส นอกจากนี้ ภายในงานยังมีการจัดเสวนาหัวข้อเรื่อง "Prototype LAB พื้นที่สร้างสรรค์สำหรับสร้างชิ้นงานต้นแบบ" กับนักออกแบบแฟชั่นและนักออกแบบอัตลักษณ์ตราสินค้า รวมถึงกิจกรรมต่างๆ

สสว. เสริมศักยภาพ OSS แม่สอด

สาลินี วังตาล ผู้อำนวยการสำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (สสว.) และประธานกรรมการบริหารธนาคารพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมแห่งประเทศไทย (SME Bank) เปิดเผยผลการดำเนินงานศูนย์ให้บริการ SME ครบวงจร (SME One Stop Service Center : OSS) ในเขตเศรษฐกิจพิเศษแม่สอด จังหวัดตาก มีผู้ประกอบการ SME สนใจขอรับบริการจำนวนมาก ทุกช่องทางรวมมากกว่า 4,700 ราย ในเวลาเพียง 3 เดือนเศษที่เปิดดำเนินการ

ETDA เผยผลสำรวจมูลค่า อี-คอมเมิร์ซไทยปี '58

สุรางคณา วายุภาพ ผู้อำนวยการ สำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ (องค์การมหาชน) หรือ ETDA แถลงผลการสำรวจมูลค่าพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ในประเทศไทย ปี 2558 เติบโตขึ้นถึง 3.7 เปอร์เซ็นต์ โดยคาดว่ามีมูลค่ามากถึง 2.11 ล้านล้านบาท พร้อมกันนี้ร่วมเปิดงานเสวนา "ร่วมกันตีโจทย์เพื่อสร้างความพร้อมประเทศไทยให้เป็นผู้นำตลาด E-Commerce ใน AEC"

CPN เนรมิตปรากฏการณ์ความสุขส่งท้ายปี

บริษัท เซ็นทรัลพัฒนา จำกัด (มหาชน) หรือ ซีพีเอ็น เนรมิตแคมเปญยิ่งใหญ่ปลายปี "อะ แฮปปี้ แฟรี่เทล" (A Happy Fairytale) มอบความสุขให้คนไทยและนักท่องเที่ยว ตกแต่งศูนย์การค้าเซ็นทรัลเวิลด์ เซ็นทรัลพลาซา และเซ็นทรัลเฟสติวัล ให้เป็นเมืองแห่งเทพนิยายประดับประดาด้วยไฟระยิบระยับตระการตา ลุ้นรับแพ็กเกจท่องเที่ยวฮ่องกงดิสนีย์แลนด์แบบเอ็กซ์คลูซีฟ 60 ฟรี

iTopPlus จัดงาน GConnect 2015

ฉลองครบรอบ 8 ปี บริษัท ไอท้อปพลัส จำกัด (iTopPlus) โดย กัมพล ธนาปัญญาวรคุณ ประธานเจ้าหน้าที่บริหาร ผนึกกำลังพันธมิตรร่วมกับ สำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ (องค์การมหาชน) หรือ ETDA กูเกิลพาร์ทเนอร์ เอไอเอส ธนาคารกสิกรไทย และมหาวิทยาลัยศรีปทุม จัดงาน "GConnect 2015" มหกรรมแสดงเครื่องมือการตลาดออนไลน์ของกูเกิล ที่ครบถ้วนที่สุดในประเทศไทย เพื่อสนับสนุนและเสริมศักยภาพผู้ประกอบการ SME ไทยให้แข็งแกร่ง รับมือยุคเศรษฐกิจดิจิตอล กระตุ้นยอดขาย ขยายตลาดสู่ AEC นอกจากนวัตกรรมการตลาดออนไลน์มากมาย ยังมีการเสวนากลยุทธ์ เพื่อผู้ประกอบการจากพันธมิตรชั้นนำ ณ อาคารไซเบอร์ เวิลด์ ทาวเวอร์ ถนนรัชดาภิเษก

ลาซาด้า เสวนาอี-คอมเมิร์ซ

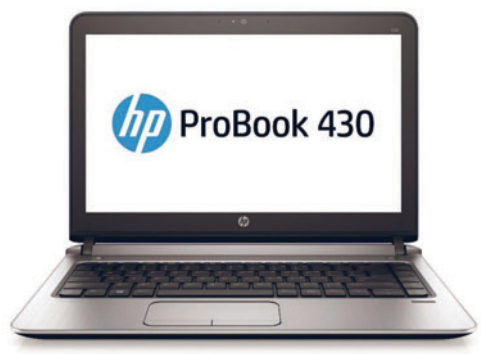
อเล็กแซนดรอ บิสชินี ประธานเจ้าหน้าที่ฝ่ายบริหาร บริษัทลาซาด้า ประเทศไทย พร้อมด้วยผู้เชี่ยวชาญและพันธมิตร ร่วมเสวนาเพื่อเปิดประสบการณ์ด้านการปฏิวัติตลาดอี-คอมเมิร์ซในประเทศไทย ซึ่งเป็นเส้นทางสู่ความสำเร็จในการทำการตลาดเชิงออนไลน์และอื่นๆ พร้อมทั้งนำเสนอข้อมูลเชิงลึกด้านเทรนด์การซื้อสินค้าของผู้บริโภค และอนาคตของตลาดอี-คอมเมิร์ซในประเทศไทย

CAT CYFENCE CYBERCOP CONTEST 2015

กัณณิกา วรคามิน ผู้จัดการฝ่ายพัฒนาผลิตภัณฑ์ความปลอดภัยเทคโนโลยีสารสนเทศ บริษัท กสท โทรคมนาคม จำกัด (มหาชน) หรือ CAT ให้เกียรติมอบรางวัลในงาน "CAT CYFENCE CYBERCOP CONTEST 2015" สุดยอดมหกรรมการแข่งขันสืบสวนแกะรอยแห่งโลกไอที ปี 2015 โดยทีมชนะเลิศ ได้แก่ ทีม "null" จากสถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบังเป็นสุดยอดทีม Computer Forensics 2015

Bag Solute สาขา The Nine

คริสติน่า-สยาม เศรษฐบุตร เปิดตัวร้าน Bag Solute สาขาเดอะไนน์ พระราม 9 เน้นบริการครอบคลุมครบวงจร สปารองเท้า กระเป๋า เฟอร์นิเจอร์ และภายในรถยนต์ ด้วยผลิตภัณฑ์ของคัลเลอร์โกล์ บรรยากาศภายในวันงานมีแขกผู้มีเกียรติ รวมทั้งเซเลบริตีและลูกค้าของทางร้านมาร่วมงานกันอย่างอบอุ่น



HP เผยโฉมพีซีและโปรแกรมรุ่นใหม่

HP เผยโฉมทัพผลิตภัณฑ์รุ่นโปร ซีรีส์ (Pro Series) ใหม่ล่าสุด ได้แก่ คอมพิวเตอร์ตั้งโต๊ะ โน้ตบุ๊ก และคอมพิวเตอร์พีซีออล-อิน-วัน ที่สามารถรองรับการใช้งานได้เหมาะกับธุรกิจทุกขนาด ด้วยโซลูชั่นที่เรียบง่ายและลดความซับซ้อน รวมถึงนำเสนอโปรแกรม HP BusinessNow ที่ออกแบบมาเพื่อช่วยให้ธุรกิจขนาดเล็กและขนาดกลางสามารถดำเนินธุรกิจให้เติบโตยิ่งขึ้นด้วย

จุดกำเนิดโลกใหม่

โตมร ศุขปรีชา

นักอ่าน นักคิด นักเขียน ในคนๆ เดียว
ที่รักการเดินทาง ชอบสังเกตสิ่งต่างๆ รอบตัว
และสนใจอะไรที่หลากหลาย เป็นคอลัมนิสต์
ที่งานชุก และมีผลงานพ็อกเกตบุ๊กหลายเล่ม
ซึ่งเป็นที่ชื่นชอบของบรรดานักอ่าน...
จะมาประจำที่นี่เพื่อแบ่งปันความคิดใหม่ๆ ที่ไม่เหมือนใคร

ใครๆ ก็พูดถึงคำว่า Startup

คำถามก็คือ แล้ว Startup แตกต่างจาก SME ทั่วไปอย่างไร

ก่อนจะตอบคำถามนี้ อยากแนะนำให้คุณรู้จักกับวลีฮิตวลีใหม่เสียก่อน

วลีนั้นคือ Flat White Economy

อย่าเพิ่งงงนะครับ เพราะคำว่า Flat White นั้น เป็นชื่อของ "วิธี" ชงกาแฟแบบหนึ่งเหมือนๆ กับที่เรามีคาปูชิโน เอสเพรสโซ หรือลาเต้นั่นแหละครับ เพียงแต่ Flat White เป็นกาแฟใส่นมที่เกิดขึ้นในแถบออสเตรเลียหรือนิวซีแลนด์เท่านั้น

แล้ว Flat White มาเกี่ยวอะไรกับ Economy ด้วยเล่า

เรื่องของเรื่องก็คือ คุณดักลาส แมควิลเลียมส์ ซึ่งเป็นลูกของอดีตลอร์ดแมร์แห่งกรุงลอนดอน เกิดสังเกตเห็นอะไรบางอย่างที่ผิดปกติเกี่ยวกับเขตที่เขาอยู่ ซึ่งก็คือแถบอีสต์ลอนดอน เขตนี้เป็นเขตที่ไม่ได้สลักสำคัญอะไร ราคาค่าที่อยู่ถูก แต่ด้วยความที่แมควิลเลียมส์เป็นนักเศรษฐศาสตร์ บริษัทของเขาจะวิเคราะห์ความเคลื่อนไหวต่างๆ ปรากฏว่าเขาพบความเคลื่อนไหวที่น่าประหลาดในแถบที่บริษัทของเขาตั้งอยู่ นั่นคือมีการเดินทางไปมาที่มากขึ้น และมีธุรกิจใหม่ๆ เกิดขึ้นอย่างมีนัยสำคัญ ตอนแรกเขาคิดว่าวิธีเก็บข้อมูลผิด แต่จริงๆ แล้วไม่ได้ผิด

นิตยสาร Wired เคยให้ตัวเลขของบริษัทที่ทำงานเกี่ยวกับเทคโนโลยีในย่านนี้ ซึ่งเป็นย่านที่มีชื่อเรียกอีกชื่อหนึ่งว่า Silicon Roundabout หรือ "วงเวียนซิลิคอน" (เป็นการตั้งชื่อเลียนแบบซิลิคอนแวลลีย์-หรือหุบเขาซิลิคอน, ของอเมริกา หมายถึงบริเวณที่มีบริษัทที่ทำงานเกี่ยวกับเทคโนโลยีมากระจุกตัวกันอยู่) โดยบอกว่าในพื้นที่แถบวงเวียนซิลิคอนนั้น ธุรกิจเกี่ยวกับเทคโนโลยีเพิ่มจำนวนขึ้นจาก 15 บริษัทในปี พ.ศ.2551 มาเป็น 85 ในปี พ.ศ.2553 และจาก 200 ในปี พ.ศ.2554 มาเป็นกว่า 5,000 แห่งในปี พ.ศ.2555

นี่คือการเติบโตที่ก้าวกระโดดอย่างยิ่ง!

ธุรกิจเหล่านี้ ส่วนใหญ่เป็นธุรกิจประเภทที่เรียกว่า Startup เฉพาะในเขตรหัสไปรษณีย์ EC1 แห่งเดียว มีธุรกิจพวกนี้จดทะเบียนกันมากถึงเกือบ 32,000 แห่ง ในช่วงระหว่างปี พ.ศ.2555-2557 โดยคนที่มาอาศัยและทำงานอยู่ในย่านนี้ก็คือกลุ่มคนรุ่นใหม่ทั้งพวก Generation Y และคนรุ่นหลังจากนั้น พวกเขาเป็นกลุ่มคนที่มีวิถีชีวิตอีกแบบหนึ่ง คืออิงอยู่กับเทคโนโลยีและทักษะของศตวรรษที่ 21

วิถีชีวิตของพวกเขาไม่เหมือนคนยุคก่อนเลยแม้แต่นิดเดียว!

บุคลิกสำคัญของคนที่เป็น Flat Whiter ก็คือการผสมผสาน งานผสมผสานกับการเล่น การใช้ชีวิตผสมผสานกับการทำงาน ร้านกาแฟคือบ้านและที่ทำงาน ไม่มีอะไรแบ่งแยกชัดเจนเป็นขาวเป็นดำอีกต่อไป รูปแบบชีวิตใหม่ๆ ที่ว่านี้ กระจุกตัวกันอยู่ในย่านอีสต์ลอนดอนที่แมควิลเลียมส์สังเกตพบนี่เอง

ในปี พ.ศ.2555 Flat White Economy มีขนาดราวๆ 7.6 ปอร์เซ็นต์ของ GDP ของอังกฤษ คาดว่าพอถึงปี พ.ศ. 2568 ตัวเลขจะพุ่งไปเป็น 15.8 เปอร์เซ็นต์เลยทีเดียว เพราะฉะนั้นคนกลุ่มนี้จึงมองข้ามไม่ได้อย่างยิ่ง พวกเขานั่งร้านกาแฟ ใช้จักรยานเป็นพาหนะ แต่งตัวแบบฮิปๆ ธรรมดาๆ ไม่ใส่สูท เวลาทำงานก็ทำไปเล่นไป ใช้เทคโนโลยีให้เป็นประโยชน์ และก่อให้เกิดวัฒนธรรมใหม่แบบ Maker Culture คือเป็นผู้ผลิตสิ่งของต่างๆ ขึ้นมาได้เองผ่านเทคโนโลยี เช่น เทคโนโลยีการพิมพ์ 3 มิติ

ธุรกิจ Startup จึงมีนัยแฝงมากกว่า SME หลายเรื่อง นี่คือการเปลี่ยนแปลงที่ "ถึงรากถึงโคน" ถึง "วิถีชีวิต" และ "วิธีคิด" กันเลยทีเดียว

ด้วยเหตุนี้ ทุกครั้งที่เห็นคนรุ่นใหม่กับคำว่า Startup คุณจึงไม่ควรมองข้าม พวกเขาเป็นอันขาด! S

SRTET
S.R.T. Electrified Train Company Limited

"ถ้าไม่ใช่ Airport Rail Link
ผมไปบินไม่ทัน"

รัชพล พลายด้วง
พนักงานต้อนรับ บริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน)
นักแสดงนำภาพยนต์ พันท้ายนรสิงห์

Airport Rail Link SMART PASS 2016 WWW.SRTET.CO.TH Call Center : 1690

ARL

SPRINGFIELD @ SEA RESORT & SPA HUA-HIN

Bask in barefoot splendor

Springfield @ Sea Resort & Spa, Cha-Am, what everybody looks for in a tropical resort hotel. Sea, sun, swimming to make your spirits soar. A light, flowing, relaxed environment to soothe your soul.

We feature 105 rooms, all of which offer you fantastic panoramic views of the sea and beach from your private sweet-scented botanical verandas.

Give us a call and let us show you what we mean. Springfield @ Sea lift your spirit and soul the holiday you deserve.

SPRINGFIELD @ SEA RESORT & SPA
858 Jumnong-Poomivej Rd., Cha-Am,
Petchburi 76120 Thailand
Tel: +66 (0) 3270 9300
Fax: +66 (0) 3270 9333

Bangkok Office
9M Floor, Thaniya Plaza Building, 52 Silom Road, Suriwongse,
Bangkok 10500 Thailand
Tel: +66 (0) 2231 2244 #108, #109
Fax: +66 (0) 2231 2249
e-mail: reservationbkk@springfieldresort.com
Website : www.springfieldresort.com
www.facebook.com/springfieldgroupresort

SPRINGFIELD
@sea
Hua Hin-Cha Am