FREE

SME *encourage you to start your own biz*

STARTUP

ISSUE 25 | 20 FEBRUARY 2016

Photo : *Otto*

YOUNG ENTREPRENEUR

เส้นทางการเป็นผู้ประกอบการนั้นมีหลายทาง บางคนเป็นทายาทธุรกิจ ที่อย่างไรเสียก็ต้องรับไม้ต่อธุรกิจครอบครัว ขณะที่บางคนเป็นผู้ประกอบการเพราะเบื่อเส้นทางการเป็นมนุษย์เงินเดือนที่อยู่แต่ใน Comfort Zone มานาน อยากลุกขึ้นมาทำอะไรที่ท้าทายบ้าง และบางคนก็มีความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการมาตั้งแต่เด็ก มีความชัดเจนในเป้าหมายของตัวเอง และโชคดีที่ค้นพบเส้นทางของตนเองตั้งแต่เนิ่นๆ จึงทำให้มีแรงผลักดันที่จะเดินตามความฝัน มีโอกาสที่จะทดลอง และพยายามเดินในเส้นทางนี้อย่างมุ่งมั่น ซึ่งผู้ประกอบการประเภทหลังนี้เริ่มมีให้เห็นเพิ่มมากขึ้น จึงไม่แปลกใจที่อายุเฉลี่ยของคนเริ่มต้นทำธุรกิจจะน้อยลงเรื่อยๆ รวมถึง กวิสรา จันทร์สว่าง ที่เริ่มต้นธุรกิจมาตั้งแต่เข้ามหาวิทยาลัยปี 1 และจนถึงปี 4 นี้เธอได้กลายเป็นเจ้าของแบรนด์ FRESH ME ที่มีแฟรนไชส์กว่า 128 สาขา

ในขณะที่หลายคนมองว่าอายุเป็นข้อจำกัดในการทำธุรกิจ ด้วยอายุที่ไม่มากอาจขาดความรู้และไม่มีประสบการณ์มากพอ แต่การทำธุรกิจในยุคนี้อายุที่น้อยก็สามารถพลิกเป็นข้อดี ด้วยมุมมองและความคิดที่แตกต่างจากผู้ใหญ่ ทำให้สามารถนำเสนอความแตกต่างที่น่าสนใจ ทั้งในแง่โปรดักต์ และการทำการตลาด ยิ่งถ้าทาร์เก็ตกรุ๊ปเป็นคนรุ่นเดียวกันแล้วก็ย่อมจะมีความเข้าใจกันมากขึ้น ซึ่งที่ผ่านมามีผู้ประกอบการรุ่นใหม่หลายคนได้พิสูจน์ให้เห็นแล้วว่าอายุเป็นเพียงตัวเลขจริงๆ

เมื่อเวลาไม่เคยคอยใคร หากเริ่มก่อนมีโอกาสเรียนรู้ก่อน ลองผิดลองถูกก่อน แล้วเหตุผลอะไรคุณจึงจะไม่เริ่มต้นลงมือทำตั้งแต่วันนี้ !

รัชนี พันธ์รุ่งจิตติ
บรรณาธิการ
nee_pan@hotmail.com
Facebook : SME Startup

บรรณาธิการอำนวยการ สุจิตรา บุณยขจร **บรรณาธิการ** รัชนี พันธ์รุ่งจิตติ **กองบรรณาธิการ** นิตยา สุเรียมมา กฤษณา สังข์วงศ์ เจษฎา ปุรินทวรกุล **บรรณาธิการเว็บไซต์** แกล้วกล้า ธาดาบดินทร์ **หัวหน้าฝ่ายประสานงานฝ่ายใน** สุชันษา แก้วโคตร **ฝ่ายประสานงานกองบรรณาธิการ** จุติพร โลจายะ **หัวหน้าฝ่ายภาพ** ชาคริต ยศสุวรรณ์ **ฝ่ายภาพ** กฤษฎา ศิลปไชย เจษฎา ยอดสุรางค์ **บรรณาธิการฝ่ายศิลปกรรม** ศุภธาดา นำอำนวย **หัวหน้าฝ่ายพิสูจน์อักษร** อุดม วรจารุวรรณ **พิสูจน์อักษร** วรนุช โต้ตอบ **ผู้จัดการฝ่ายโฆษณา** วิทยา ชื่นอุบล *โทร.08-1937-1903* สุนิสา บุณยขจร *โทร.08-5661-4782* **หัวหน้าฝ่ายโฆษณา** ศิริพรรณ บุญวันต์ ธัญวรรณ แก้วหนู ศรัณย์ นวลดี กัญชพร คูตระกูล **ผู้จัดการฝ่ายการตลาด** วีระชาติ ขวานเพชร **ฝ่ายการตลาด** สกล สุขโสภณ **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 จำกัดไม่จำเป็นต้องเห็นด้วย

CONTENTS

9
YOUNG MONEY MAKER
ขุมทรัพย์ที่สร้างรายได้ให้กับผู้คนทุกเพศทุกวัยในปัจจุบันนี้คืออินเทอร์เน็ต ต่อให้อายุน้อยแค่ไหน เส้นทางสู่การเป็นนักธุรกิจที่ยิ่งใหญ่ย่อมเป็นไปได้ ดูอย่าง อดัม ฮอร์วิตซ์ ผู้ได้รับฉายา "อัจฉริยะด้านการตลาดออนไลน์"

10
INTERVIEW
กวิสรา จันทร์สว่าง มีความฝันมาแต่เด็กว่าต้องการเป็นเจ้าของธุรกิจ จึงเลือกเส้นทางที่สนับสนุนเป้าหมายในชีวิตตั้งแต่ต้น และใช้เวลาในช่วงเรียนมหาวิทยาลัย 4 ปี สร้างธุรกิจ FRESH ME ร้านชานมไข่มุก จากร้านเล็กๆ ในย่านมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ กลายมาเป็นแฟรนไชส์ที่มีถึง 128 สาขาในปัจจุบัน

16-17
SELF-EMPLOYED
พบกับผ้าพันคอแบรนด์ Siwa ที่เบื้องหลังแต่ละลายล้วนมี Story ซึ่งเป็นการสร้างคุณค่าและความแตกต่างให้กับแบรนด์ โดย ศิวาภรณ์ เลิศธรรมจินดา และจากความผูกพันที่ซึมซับมาตั้งแต่เด็กๆ บวกกับคุณค่าภูมิปัญญาของสมุนไพรที่ใช้ จนอยากบอกต่อ ประภาวี ศิวเวทกุล จึงสร้างแบรนด์ HERBPINESS สมุนไพรที่ใช้แล้วมีความสุข

19
TECT STARTUP
รู้จัก Stylhunt แอพพลิเคชันที่เข้ามาเป็นตัวกลาง ช่วยให้ผู้บริโภคสามารถค้นหาร้านค้าแฟชั่นออนไลน์บนโซเชียลมีเดียได้ง่ายขึ้น

20
INSPIRE ME
รักสวยรักงาม จุดเริ่มของธุรกิจที่สำเร็จ...พิมพ์ขวัญ บุญจิตต์พิมล

21
HEALTH
ข้อแนะนำเพื่อการปฏิวัติของว่างระหว่างมื้อ และวิธีรีดไขมันเลว LDL

22
LIFE STYLE
พาไปชิม Signor Somchai ซีฟูดไทยในเมืองท่ากลางเอกมัย และจิบชา หอมกรุ่นแกล้มอาหารยุโรปรสดั้งเดิม ที่ Cloverleaf Tearoom & Restaurant

24
TRAVEL
เยือนรัชชประภา เที่ยวเมืองไทยเหมือนไปไกลถึงเมืองจีน

NEXT STEP
NEC

NEC
New Enterpreneurs Creation

กลยุทธ์ทางการตลาดสำหรับผู้ประกอบการใหม่

ที่จะช่วยให้คุณพบกับการตลาดรูปแบบใหม่ ที่สามารถเข้าถึงลูกค้าได้อย่างเข้าใจ
พบกับผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จระดับประเทศ
และกูรูผู้เชี่ยวชาญด้านการสร้างแบรนด์, Digital Marketing
Workshop และ Coaching แผนการตลาดรูปแบบใหม่

รวิศ หาญอุตสาหะ
กรรมการผู้จัดการ
ศรีจันทร์โอสถ เจ้าของผลิตภัณฑ์
ผงหอมศรีจันทร์

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

ชนิสรา โททอง
กรรมการผู้จัดการ
Brunchtime Co.Ltd เจ้าของธัญพืช
เพื่อสุขภาพกรุบกรอบในแบรนด์
Diamond Grains

สุรีรัตน์ ศรีพรหมคำ
กรรมการผู้จัดการ
บริษัท เจคิว ฟู้ดส์ จำกัด เจ้าของกิจการ
เจคิวปูม้านึ่ง

ศิรุวัฒน์ ชัชวาลย์
กรรมการผู้จัดการ
เครซี่ สไปร์ซี่ หรือที่รู้จักในชื่อร้านตำมั่ว

สุรศักดิ์ เหลืองอุษากุล
Strategic Planning Director
บริษัท แบรนด์เบเกอร์ จำกัด
บริษัทที่รับวางแผนและดำเนินงาน
ด้านการตลาดผ่านสื่อดิจิตอล

ดร.เกียรติอนันต์ ล้วนแก้ว
คณบดีคณะเศรษฐศาสตร์
มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์

สุรชัย ชาญอนุเดช
ประธานเจ้าหน้าที่บริหาร
เคทีเรสทัวรองท์ หรือในชื่อร้าน
ชานตาเฟ่ สเต๊ก

สมัครออนไลน์ได้ที่

www.smethailandclub.com/nextstepnec

อบรมวันที่ 12-13, 19-20, 25-27 มีนาคม 2559
ณ โรงแรมโฆษะ ขอนแก่น

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

กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม
DEPARTMENT OF INDUSTRIAL PROMOTION

New Enterpreneurs Creation
NEC
โครงการเสริมสร้างผู้ประกอบการใหม่

Peninsular Associates Co.,Ltd

อยากเป็นเศรษฐีต้องทำตามกฎ

หลายคนจากทั่วทุกมุมโลกต่างถาม Daniel Ally ผู้เชี่ยวชาญด้านธุรกิจระหว่างประเทศ ถึงคำแนะนำทั่วไปเกี่ยวกับวิธีการเป็นเศรษฐี ซึ่งหนึ่งในกฎของความมั่นคงที่ช่วยให้ฝันเป็นจริงคือ กฎ 3 เปอร์เซ็นต์เพราะไม่ว่าจะนำเสนออะไรไป จะมีเพียง 3 เปอร์เซ็นต์ของคนทั้งโลกที่เห็นด้วย คิดง่ายๆ คือ หากนำเสนอแบรนด์ไปยัง 100 คน จะมีเพียง 3 คน ที่ตกหลุมรักแบรนด์ โดยพวกเขาจะคอยสนับสนุนและบอกต่อเรื่องราวของแบรนด์ให้ผู้อื่นได้รู้จัก ซึ่งพลังเล็กๆ นี้ช่วยให้แบรนด์เติบโตได้อย่างน่าทึ่ง

สำหรับกฎอีกข้อคือ ไม่มองข้ามความคิดเห็นของลูกค้า ไม่ว่าจะได้รับการตอบรับอย่างไรจากแฟนตัวจริงของแบรนด์ (มีเพียง 3 เปอร์เซ็นต์) หรือจากคนส่วนใหญ่ (มีมากถึง 97 เปอร์เซ็นต์) ผู้ประกอบการก็ควรเปิดใจรับฟัง เพราะการเติบโตของแบรนด์ส่วนหนึ่งมาจากการนำความคิดเห็นที่ได้ฟังมาปรับปรุงให้แบรนด์เติบโตได้อย่างสมบูรณ์แบบ ซึ่งเมื่อแบรนด์สามารถเติบโตได้ดี ความต้องการเป็นเศรษฐีก็ไม่ใช่แค่ฝันอีกต่อไป

ถือเป็นกฎง่ายๆ ที่คนอยากเป็นเศรษฐีน่าจะทำตามได้ไม่ยาก

ใช้อารมณ์กระตุ้นการซื้อ

เป็นเวลานานที่หลายคนเชื่อว่า การตัดสินใจที่มีประสิทธิภาพที่สุดคือ การตัดสินใจด้วยเหตุผลไม่ใช่อารมณ์ความรู้สึก แต่ตอนนี้ผู้คนกลับมีแนวโน้มที่จะใช้อารมณ์ในการตัดสินใจมากขึ้น ซึ่งอารมณ์นั้นส่งผลกระทบโดยตรงต่อสิ่งที่ต้องการ สิ่งที่กำลังทำ และสิ่งที่อยากปฏิเสธ ขณะเดียวกันจากการศึกษาของ Antonio Damasio ศาสตราจารย์ด้านประสาทวิทยา พบว่า ลูกค้าตัดสินใจซื้อสินค้าได้ง่ายขึ้นเมื่อได้รับการกระตุ้นให้เกิดความรู้สึกว่า สินค้านั้นคือสิ่งที่ควรซื้อ ดังนั้น ธุรกิจที่ประสบความสำเร็จจึงเลือกดึงดูดความสนใจของลูกค้าด้วยการเล่นกับอารมณ์ความรู้สึกของมนุษย์ อย่างการพยายามทำให้ลูกค้าเกิดอารมณ์ร่วมกับเรื่องราวของแบรนด์ ซึ่งอาจเป็นได้ทั้งอารมณ์เศร้า โกรธ ตลก หรือมีความสุข โดยเมื่อลูกค้าเกิดอารมณ์ร่วมก็ทำให้เกิดความสนใจในสินค้าและมีแนวโน้มที่จะตัดสินใจซื้อมากขึ้น

ทั้งนี้ การบอกเล่าเรื่องราวของแบรนด์ด้วยเรื่องที่เกิดขึ้นจริงจะทำให้ลูกค้าอินกับเรื่องได้ง่าย ส่วนเรื่องราวดราม่าทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทางอารมณ์อย่างชัดเจน และเรื่องราวเกี่ยวกับครอบครัวเป็นเรื่องที่ลูกค้าเข้าถึงได้ง่าย เพราะเป็นเรื่องที่คุ้นเคยอยู่แล้ว

ผู้ประกอบการท่านใดจะลองใช้เทคนิคนี้บ้างก็ไม่ว่ากัน

เทรนด์โซเชียลมีเดียปี 2016

การใช้โซเชียลมีเดียให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุดไม่เพียงต้องใช้งานให้ตรงตามแพลตฟอร์มเท่านั้น แต่ต้องใช้ให้เข้ากับเทรนด์ปีนั้นๆ ด้วย ล่าสุด DJG Digital Marketing ได้รวมรวบเทรนด์โซเชียลมีเดีย ปี พ.ศ.2559 ที่น่าสนใจไว้ อย่างการติดตั้งปุ่ม "BUY" หรือปุ่ม "SHOP NOW" ใน Facebook, Twitter และ Pinterest ซึ่งปุ่มเหล่านี้ช่วยให้ลูกค้าเกิดความสะดวกในการสั่งซื้อสินค้า เพราะซื้อได้โดยตรงผ่านแอพพลิเคชันของโซเชียลมีเดียนั้น และหากสังเกตจะพบว่า ผู้คนนิยมอัพโหลดภาพถ่ายและวิดีโอลงบนโซเชียลมีเดีย เพื่อให้เพื่อนได้เห็น ดังนั้น แบรนด์ต่างๆ จึงควรมีปุ่ม Live Stream เพราะผู้ติดตามก็ต้องการเห็นเรื่องราวต่างๆ ของแบรนด์แบบ Real-Time เหมือนกัน และเมื่อพูดถึงเครื่องมือในการค้นหาข้อมูลสินค้าและบริการ Google ยังคงเป็นที่นิยม แต่ในปี พ.ศ.2559 ลูกค้ากว่า 80 เปอร์เซ็นต์ใช้ Facebook, YouTube และ Pinterest ในการหาข้อมูลเพิ่มเติม เช่น ความคิดเห็นและคำแนะนำต่างๆ เพื่อประกอบการตัดสินใจซื้อสินค้า

นอกจากนี้ วิดีโอยังเป็นองค์ประกอบที่มีอิทธิพลในโซเชียลมีเดีย โดยทุกๆ วินาทีมีวิดีโอนับล้านแชร์บนโซเชียลมีเดีย อีกทั้งข้อมูลจาก Cisco บริษัทผู้นำทางด้านระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ตระดับโลก ระบุ ในปี พ.ศ.2562 จะมีคอนเทนต์ที่นำเสนอผ่านวิดีโอมากถึง 80 เปอร์เซ็นต์ สาเหตุเพราะวิดีโอสร้างการมีร่วมส่วนได้มากกว่าภาพถ่าย 62 เปอร์เซ็นต์

ท้ายสุดเทรนด์โซเชียลมีเดียที่น่าสนใจคือ ความปลอดภัยและความเป็นส่วนตัว ฉะนั้นหลายโซเชียลมีเดีย จึงเพิ่มคุณสมบัตินี้เข้ามา อย่าง Facebook มีนโยบายให้ใช้ชื่อจริงในการสร้างบัญชีผู้ใช้งาน ขณะที่ Snapchat เพิ่มความเป็นส่วนตัวและความปลอดภัยในการแช็ตมากยิ่งขึ้น

นับว่าเป็นเทรนด์ที่ต้องวิ่งตามให้ทันเลยทีเดียว

ONLY THE BEST IS GOOD ENOUGH.

-- Ole Kirk Christiansen ผู้ก่อตั้ง The Lego Group --

สิ่งที่ดีที่สุดเท่านั้นคือสิ่งที่ดีพอ

"การฝึกสมาธิ" ดีกับสมองและธุรกิจ

รู้หรือไม่ การฝึกสมาธิสามารถเปลี่ยนวิธีคิดหลายๆ อย่างของเราได้ ซึ่งจากการศึกษาผลการฝึกสมาธิเป็นเวลา 8 สัปดาห์ของ The Harvard Business Review พบว่า การฝึกสมาธิช่วยเพิ่มประสิทธิภาพของสมองทั้ง 8 ส่วนสำคัญ เช่นนั้นมาดูกันว่า 2 ส่วนสำคัญของสมองที่ได้รับการเปลี่ยนแปลงมากที่สุดคือส่วนใด

สมองส่วนแรกที่ได้รับการเปลี่ยนแปลงจากการฝึกสมาธิคือ Anterior Cingulate Cortex (ACC) ซึ่งสมองส่วนนี้ทำหน้าที่ควบคุมพฤติกรรมและอารมณ์ความรู้สึก โดยการฝึกสมาธิช่วยให้สามารถควบคุมอารมณ์ได้ดี เกิดความยืดหยุ่นในการทำงานร่วมกับผู้อื่น และสามารถหลีกเลี่ยงการถูกรบกวนจากสิ่งต่างๆ ได้มากกว่าคนทั่วไป แต่ถ้าขาดการฝึกสมาธิ จะทำให้เป็นคนก้าวร้าว หุนหันพลันแล่น อีกทั้งมีปัญหาในการทำงานร่วมกับผู้อื่นและประสิทธิภาพในการตัดสินใจไม่ดีเท่าที่ควร

สมองส่วนที่สองที่ได้รับการเปลี่ยนแปลงคือ Hippocampus ซึ่งทำหน้าที่เกี่ยวกับอารมณ์และความจำ หากฝึกสมาธิจะช่วยให้เกิดความสามารถในการฟื้นตัวจากความทุกข์ได้อย่างรวดเร็ว ซึ่งถือเป็นสิ่งที่นักธุรกิจพึงมี นอกจากนี้ การฝึกสมาธิยังทำให้เกิดการตระหนักรู้ในตนเอง มีความสามารถในการอดทนกับความเจ็บปวด และมีความคิดแบบลึกซึ้ง

นี่จึงเป็นเหตุผลว่า ทำไมผู้ประกอบการต้องฝึกสมาธิ

SME Thailand magazine

ธนาคารกสิกรไทย
开泰银行 KASIKORNBANK

SME THAILAND INNO AWARDS 2016

สุดยอด!
เอสเอ็มอีไทย

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

การจัดประกวดแบ่งออกเป็น 10 สาขา

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

คณะกรรมการตัดสินรางวัล

นายวินัย วิโรจน์จริยากร
กรรมการผู้จัดการ
บริษัท เพนนินซูลาร์ แอสโซซิเอทส์ จำกัด

นายพิภวัตว์ ภัทรนาวิก
ผู้ช่วยกรรมการผู้จัดการ
ธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน)

นายสุวรรณชัย โลหะวัฒนกุล
ผู้อำนวยการ
สถาบันพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

นายอนุชิต ปัญญาวัชระ
ผู้บริหาร
บริษัท ยินดีออกแบบ จำกัด

คุณสมบัติของผู้เข้าประกวด

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

เปิดรับสมัครตั้งแต่วันนี้-30 มิถุนายน 2559

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

เจาะตลาดออร์แกนิก

มูลค่ากว่าพันล้านบาท

มูลค่าตลาดสินค้าออร์แกนิก

2,331.55

ล้านบาท

77.9%

ตลาดส่งออก

1,817.10

ล้านบาท

22.06%

ตลาดในประเทศ

514.45

ล้านบาท

62.8%

ซื้อสินค้าออร์แกนิก

อย่างน้อยเดือนละ

1-2 ครั้ง

เฉลี่ย

200-400

บาท

สินค้าออร์แกนิกส่งออก
(ต่อปี)

อาหารแปรรูป	ข้าว
66.1%	30.4%
1,201 ล้านบาท	552.25 ล้านบาท

ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าออร์แกนิกเพิ่มขึ้น

ราคาสินค้าถูกลง	ความสะดวกในการเลือกซื้อ	มีระบบตรวจรับรองที่น่าเชื่อถือ
29.5%	22.4%	21.3%

ช่องทางตลาดออร์แกนิก

โมเดิร์นเทรด	ร้านกรีน	ร้านอาหาร
59.48%	29.47%	5.85%

ที่มา : มูลนิธิสายใยแผ่นดิน, มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช

ร้มผึ้งรรรมชาติและความงามของลำน้ำแควใหญ่
ให้เราได้มีส่วนร่วมในการเพิ่มคุณค่า ในวันพักผ่อนของคุณ

www.pungwaanriverkwai.com

สำนักงานขาย 6/10 พหลโยธิน ซอยอารีย์ 5
สามเสนใน พญาไท กรุงเทพฯโทร : 0 2278 0878
e-mail : pw@pungwaanriverkwai.com

ผึ้ง-หวาน
รีสอร์ท แอนด์ สปา

ยินดีมอบส่วนลดค่าห้องพัก

10%

เงื่อนไข

- มอบส่วนลดห้องพัก 10% พร้อมอาหารเช้า สำหรับ 2 ท่าน
- เลือกใช้ได้ที่ผึ้ง - หวาน รีสอร์ท แอนด์ สปา เท่านั้น
- ไม่สามารถใช้กับวันหยุดนักขัตฤกษ์และวันหยุดต่อเนื่องได้
- กรุณาสำรองห้องพักล่วงหน้าอย่างน้อย 7 วัน
  ได้ที่ โทร 02-278-0878 หรือ e-mail: pw@pungwaanriverkwail.com
- กรุณาตัดคูปองส่วนลดนี้ นำไปแสดงในวันเข้าพัก
- บัตรส่วนลด สามารถใช้ได้ถึงวันที่ 29 กุมภาพันธ์ 2559 เท่านั้น

|| BIZ OPPORTUNITY ||

ตราปั๊มใส

ตัวช่วยสร้างแบรนด์ง่ายๆ สำหรับ Startup

Text : numnim

เคยเป็นแบบนี้กันหรือเปล่า? อยากมีแพ็กเกจจิ้งดี ๆ มีชื่อแบรนด์ติดลงไปบนสินค้าทุกชิ้น แต่ติดเรื่องจำนวนที่ต้องสั่งทีเยอะ ๆ อยากลองทำหลาย ๆ สี เป็นลูกเล่น ก็ติดที่จำนวนขั้นต่ำเหมือนเช่นเคย ยังไม่นับรวมถึงการทำลงบนวัสดุที่หลากหลาย แนวโน้มของตลาดที่ยังไม่รู้ว่ามาถูกทางหรือเปล่า SME ทั้งหลายต้องเคยประสบปัญหานี้แน่นอน วันนี้เราจึงมีผลิตภัณฑ์ที่ช่วยตอบโจทย์ความต้องการของผู้ประกอบการมือใหม่หัดขับทั้งหลาย ไม่ต้องเอาทุนไปจมกับการผลิตแพ็กเกจจิ้งจำนวนเยอะ ๆ ผลิตภัณฑ์ที่ว่าก็คือ "ตราปั๊มใส" (Craft Stamp) นั่นเอง จะแตกต่างกับตรายางรูปแบบเดิม ๆ ที่เราคุ้นเคยอย่างไร ต้องลองไปฟังจาก **ป๋อ-ศุภกร สุวรรณทัต** หรือหนึ่งในเจ้าของ Paper Studio ผู้ผลิตและจำหน่ายตราปั๊มใส และอุปกรณ์ตกแต่งกระดาษและบรรจุภัณฑ์ครบวงจร

"เริ่มต้นมาจากเราเคยรับงานพิมพ์ต่าง ๆ มาก่อน ช่วยหาระบบงานพิมพ์ที่เหมาะสมให้กับลูกค้า ส่งงานเข้าโรงพิมพ์ ตรวจคุณภาพ จนถึงส่งมอบให้กับลูกค้า จึงทำให้รู้ว่ามีผู้ประกอบการจำนวนไม่น้อยเลยที่อยากจะสร้างแบรนด์ ทำบรรจุภัณฑ์และยี่ห้อของตัวเอง แต่ต้องมาติดเรื่องระบบการพิมพ์ที่ต้องมีขั้นต่ำ บางคนเพิ่งเริ่มธุรกิจทำสินค้าออกมาหลายตัว แต่ผลิตจำนวนไม่เยอะ เพราะอยากลองตลาดดูก่อน ก็ต้องมาลงทุนจำนวนมากกับแพ็กเกจจิ้ง เราจึงพยายามหาวิธีช่วยลูกค้า โดยพบว่าสิ่งที่ลูกค้าต้องการจริง ๆ คือ ลวดลายเล็ก ๆ บนแพ็กเกจจิ้ง จึงคิดว่าตราปั๊มนี่แหละ คือ ทางออกที่ดี ไม่ต้องผลิตจำนวนเยอะ และยังใช้ได้กับแพ็กเกจจิ้งที่หาได้ง่ายตามท้องตลาด แต่ตราปั๊มส่วนใหญ่ที่มีในตอนนั้น ยังไม่ตอบโจทย์ คุณภาพงานที่ปั๊มออกมายังไม่ดีพอ ผมจึงลองพยายามหาวัสดุต่าง ๆ มาใช้ เผอิญแฟน (เจิน-ธีรนาถ ปิยพสุนทรา) เคยเรียนและทำงานด้านการพิมพ์มาก่อน ก็ช่วยกันศึกษาหาข้อมูล จนมาเจอกับวัสดุตัวนี้เป็นยางคุณภาพสูง มีความใสและคงทน สามารถยิงด้วยระบบเลเซอร์ได้ งานที่ได้จึงมีความคมชัด จากตอนแรกที่คิดแค่ช่วยลูกค้า ภายหลังคุยกันว่ายังมีคนที่ต้องการแบบนี้อีกมาก และสิ่งที่เราทำก็สามารถตอบโจทย์ได้ จึงเลิกทำงานพิมพ์ และหันมาศึกษา ทำธุรกิจตราปั๊มขึ้นมาอย่างจริงจัง" ศุภกรเล่าที่มาของธุรกิจให้ฟัง

นอกจากจะช่วยให้ได้งานที่คมชัด สวยงาม อีกคุณสมบัติเด่นของเจ้าตราปั๊มใสก็คือสามารถมองเห็นตำแหน่งได้ชัดเจน งานที่ออกมาจึงค่อนข้างแม่นยำ โดยนอกจากตราปั๊มใสแล้ว ศุภกรอธิบายว่า ส่วนประกอบสำคัญอีกอย่างหนึ่งก็คือ หมึกพิมพ์ซึ่งมีด้วยกันหลายชนิด และหมึกพิมพ์นี่เองที่ทำหน้าที่เป็นตัวแปรให้สามารถปั๊มลงบนวัสดุต่าง ๆ ได้ เช่น กระดาษ ผ้า พลาสติก ไม้ อะลูมิเนียม จึงทำให้เกิดการสร้างสรรค์งานที่หลากหลาย สร้างมูลค่าเพิ่มให้กับสินค้าได้มากขึ้น แต่ทั้งนี้ทั้งนั้นวัสดุต้องมีคุณสมบัติที่สามารถปั๊มได้ด้วย คือ ต้องมีความเรียบและแข็ง สามารถรับแรงกดจากการปั๊มได้ โดยก่อนที่จะตัดสินใจผลิตตราปั๊มแต่ละอันให้กับลูกค้า จะมีการสอบถามข้อมูลก่อนนำไปใช้งานทุกครั้ง มีให้เลือกตั้งแต่ขนาดมาตรฐานเหมือนตรายางทั่วไป และขนาดใหญ่จนถึง A4

"ก่อนรับงานแต่ละชิ้น เราจะมีการพูดคุยและถามลูกค้าก่อนว่าเขาจะเอาไปใช้ทำอะไร ปั๊มลงบนวัสดุชนิดไหน เพราะบางอันก็ไม่สามารถทำได้ หรือทำได้ แต่อาจจะไม่คุ้ม รวมถึงอธิบายวิธีการใช้และลักษณะงานที่ได้ให้เขาเข้าใจก่อนว่า มันอาจจะไม่ได้คมเหมือนการพิมพ์นะ แต่ก็ใช้ได้ ถ้าลูกค้าเข้าใจและรับเงื่อนไขต่าง ๆ ได้ เราก็ทำให้ เราไม่ได้อยากขายของอย่างเดียว ต้องให้ความรู้เขาด้วย"

ไม่เพียงแต่เป็นตัวช่วยสร้างแบรนด์ง่าย ๆ ให้กับผู้ประกอบการหน้าใหม่ ป๋อกล่าวว่า Paper Studio ยังสามารถเป็นอะไรก็ได้สำหรับใครที่มีไอเดียอยากลองเริ่มทำอะไรใหม่ ๆ เช่น งานประดิษฐ์ดี ๆ สักชิ้น ของชำร่วยในงานอีเวนต์สักงาน ซึ่งความจริงแล้วก็เหมือนเป็นการสร้างงานศิลปะชิ้นหนึ่งที่ต้องใช้เวลาและความประณีต

pspaperstudio
@paperstudio
paperstudio
08-9897-8682
www.paperstudioshop.com

|| HOW TO GUIDE ||

ออกแบบ โลโก้ ยังไงให้โดน

นอกจากการสร้างโปรดักต์ที่ดี ตอบโจทย์ความต้องการของตลาด การสร้างแบรนด์ให้เป็นที่รู้จัก จดจำ ตอกย้ำการรับรู้ของผู้บริโภคก็เป็นอีกเรื่องที่ผู้ประกอบการล้วนต้องให้ความสำคัญ โดยเฉพาะผู้ประกอบการหน้าใหม่ที่เพิ่งเริ่มต้นสินค้าและแบรนด์ยังไม่ค่อยเป็นที่รู้จักในตลาด ดังนั้น การออกแบบโลโก้ หรือตราสินค้า จึงเป็นปัจจัยสำคัญอันดับแรก ๆ ที่พึงมี แต่จะออกแบบยังไงให้สื่อถึงเรื่องราวของธุรกิจได้ดี และโดนใจผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมาย คำตอบรออยู่ด้านล่างนี้แล้ว

1 สื่อถึงองค์กรและผลิตภัณฑ์ได้เป็นอย่างดี

โลโก้ที่ดีต้องสามารถบอกถึงจุดเด่น เอกลักษณ์ และภาพลักษณ์ความรู้สึกขององค์กรได้เป็นอย่างดี ซึ่งสีและรูปแบบก็เป็นอย่างหนึ่งที่มีส่วนสำคัญ

2 ง่ายต่อการจดจำและทำความเข้าใจ

การออกแบบโลโก้สามารถเป็นได้ทั้งสัญลักษณ์หรือตัวอักษร แต่สิ่งหนึ่งที่พึงระวัง คือไม่ควรมีรายละเอียดมากเกินไป ควรมีลักษณะเด่นเพียง 1 หรือ 2 จุด และไม่ควรใช้สีเยอะเกินไป เพราะจะทำให้ดูรก ไม่มีจุดเด่น

3 มีเอกลักษณ์ เรียบง่าย

ความเรียบง่ายถือเป็นกุญแจสำคัญอย่างหนึ่งของการออกแบบโลโก้ เพราะเป็นการสร้างการจดจำที่ง่าย และยังช่วยให้โลโก้มีความเป็นอมตะ

4 ใช้ในสื่อที่หลากหลายได้

นอกจากจะคำนึงถึงความเป็นเอกลักษณ์ และการสื่อสารที่ดีของโลโก้แล้ว ในการออกแบบโลโก้ชิ้นหนึ่งต้องคำนึงถึงความเหมาะสม การนำไปใช้ในสื่อต่าง ๆ ได้ด้วย ไม่ว่าจะนำไปใช้ในสื่อใด ก็ยังมีความโดดเด่น และมีเอกลักษณ์ รวมถึงไม่ว่าจะเป็นสี หรือขาวดำ ด้วยเช่นกัน

Text : วิมาลี วิวัฒนกุลพาณิชย์

อดัม ฮอร์วิตซ์
เจ้าแห่ง INTERNET MARKETING

ถ้าคิดอยากทำธุรกิจ ปฏิเสธไม่ได้ว่าขุมทรัพย์ที่สร้างรายได้ให้กับผู้คนทุกเพศทุกวัยในปัจจุบันนี้คือ "อินเทอร์เน็ต" ต่อให้อายุน้อยแค่ไหน ถ้าคุณมีความสามารถ เส้นทางสู่การเป็นนักธุรกิจที่ยิ่งใหญ่ย่อมเป็นไปได้

ดูอย่าง **อดัม ฮอร์วิตซ์** เด็กหนุ่มจากแคลิฟอร์เนีย เป็นต้น เขาลองผิดลองถูกมามาก สั่งสมประสบการณ์ตั้งแต่อายุยังน้อย จนวันนี้ ในวัย 25 ปี เขาได้รับการยอมรับในฐานะนักการตลาดผ่านเน็ตที่ได้ฉายา "อัจฉริยะด้านการตลาดออนไลน์"

อดัมก็เหมือนคนทั่วไปที่มีความทะเยอทะยาน เขาตั้งเป้าอยากมีบริษัทที่ทำเงิน 1 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ ตอนอายุ 20 ปี ความฝันของเขาไม่ไกลเกินเอื้อมเพราะอดัมฉายแววหัวการค้าตั้งแต่เด็ก เขาเริ่มขายการ์ดโปเกมอนและสินค้าอื่น ๆ จนครูในโรงเรียนเอ่ยกับแม่ของเขาว่า "สักวันเด็กคนนี้จะเป็นผู้ประกอบการ" จุดเริ่มต้นของความมั่งคั่งเกิดขึ้นเมื่อ 10 ปีที่แล้ว ตอนที่อดัมอายุเพียง 15 เขาทำเว็บไซต์ "Dirty Laundry" ขึ้นมา เป็นเว็บไซต์เกี่ยวกับการซุบซิบนินทาเพื่อนนักเรียนภายในโรงเรียน เว็บของเขาได้รับความนิยมอย่างรวดเร็วในกลุ่มวัยรุ่น และถูกสั่งปิดในระยะเวลาอันสั้นเช่นกันเพราะไปละเมิดกฎหมายความเป็นส่วนตัวเข้า เขาจึงคิดทำเว็บที่ถูกกฎหมายอย่างจริงจัง

"Urban Stomp" ถือกำเนิดขึ้นหลังจากนั้น นอกจากเป็นเว็บไซต์ที่ให้ข้อมูลเกี่ยวกับปาร์ตี้ที่จัดขึ้นในพื้นที่ต่าง ๆ ทั่วลอสแองเจลิส อดัมยังทำตัวเป็นดีเจเปิดเพลงมันส์ ๆ ในเว็บด้วย เนื่องจากเป็นแหล่งข้อมูลที่ชี้ช่องเกี่ยวกับสถานที่ให้วัยรุ่นได้ไปแฮงก์เอาต์ยามค่ำคืน จึงไม่แปลกที่เว็บนี้จะฮิตเปรี้ยงปร้าง มีคนสมัครเป็นสมาชิกจำนวนมาก อดัมทำรายได้จาก affiliate links คือการนำลิงก์ขายสินค้ามาแปะบนเว็บไซต์ของตัวเอง เมื่อมีผู้คลิกเข้าไปซื้อสินค้า เขาก็จะได้ค่าคอมมิสชันจากเจ้าของสินค้า

"โดยมากเพื่อน ๆ ผมจะหารายได้พิเศษจากการเป็นพี่เลี้ยงเด็ก ผมก็อยากได้เงินแต่ไม่อยากทำงาน" อดัมกล่าว และว่า ช่วงนั้นเขาทำเงิน บางวันมากสุดถึง 1,000 ดอลลาร์สหรัฐฯ ความสำเร็จที่ยิ่งใหญ่บางทีก็มาพร้อมกับความผิดพลาด จนทำให้ยากจะรับมือ เนื่องจากเว็บ Urban Stomp มีสมาชิกจำนวนมาก หลาย ๆ ปาร์ตี้ไม่สามารถรองรับนักเที่ยวได้ทั้งหมด บางปาร์ตี้ผู้คนแห่มาเกือบพันคนจนสถานที่แทบพัง หรือบางปาร์ตี้ยกเลิกการจัดงานกะทันหัน แต่ทางเว็บแจ้งไม่ทัน ผู้คนก็ไปงานเก้อ ช่วงหลังสมาชิกเริ่มทยอยออกจากเว็บไป จนท้ายที่สุดเว็บก็ถูกปิดอย่างถาวร

อดัมไม่หยุดอยู่แค่นั้น การเป็นเด็กที่มีพรสวรรค์ด้านการขาย บวกกับกระแสความนิยมในสมาร์ตโฟน ทำให้เขาสนใจเรื่องการทำธุรกิจผ่านมือถือ หลังจากที่หมกมุ่นอยู่กับการคิดหาไอเดียอยู่ไม่ถึงเดือน อดัมก็พบหนทางใหม่ในการหาเงิน ด้วยการออกคอร์สมัลติมีเดียออนไลน์เพื่อช่วยผู้ประกอบการโปรโมตธุรกิจผ่านโมไบล์มาร์เก็ตติ้ง พูดง่าย ๆ ก็คือการทำคอร์สสอนการตลาดด้วยคลิปนั่นเอง

แม้จะเป็นแค่วัยรุ่นอายุ 15 ปี แต่ความเชี่ยวชาญด้านการตลาดออนไลน์ทำให้เขามั่นใจว่าสามารถถ่ายทอดความรู้ได้ อดัม และ ทิม โดโนแวน หุ้นส่วนทางธุรกิจได้ออกแบบคอร์สชื่อ Mobile Monopoly ที่สอนวิธีการเจาะเข้าตลาดผู้ใช้มือถือที่มีกว่า 5,000 ล้านคน ซึ่งประสบความสำเร็จอย่างงดงาม ทำให้อดัมแนะนำคอร์สอื่น ๆ ตามมา เช่น Local Mobile Monopoly ที่นำเสนอกลยุทธ์ตั้งแต่พื้นฐานไปจนถึงระดับสูงว่า จะนำเสนอธุรกิจทางมือถือได้อย่างไร และ Tycoon Cash Flow ที่แนะวิธีทำเงินจากการเป็นบล็อกเกอร์ ซึ่งตัวอดัมเองก็ทำรายได้ 400-500 ดอลลาร์สหรัฐฯ ต่อวัน จากการเขียนบล็อกบอกเล่าประสบการณ์การทำธุรกิจ

แต่ละคอร์สที่ปล่อยออกมาทำเงินไม่ต่ำกว่า 100,000 ดอลลาร์สหรัฐฯ และในที่สุด ก่อนฉลองครบรอบอายุ 18 ปี อดัมทำความฝันสำเร็จ บริษัทของเขาทำรายได้แตะ 1 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ 3 ปีหลังจากเก็บเกี่ยวรายได้จากการทำคอร์สการตลาดออนไลน์ อดัมเริ่มสนใจทำโฆษณาให้บริษัทต่าง ๆ ผ่านแอพพลิเคชัน "ตอนนั้นมีบริการ Text Messaging เจ้าอื่นอยู่แล้ว แต่การใช้งานยุ่งยากซับซ้อนกว่า และเล็งที่กลุ่มเป้าหมายบริษัทใหญ่ ผมจึงคิดว่าเราน่าจะจับกลุ่ม SME มากกว่า"

และแล้วแอพพลิเคชัน Yep Text ก็ถูกพัฒนาขึ้นเพื่อเป็นเครื่องมือที่ใช้ส่งข้อความ/ข้อมูลไปยังลูกค้าหรือสมาชิกจำนวนมหาศาลด้วยการคลิกแค่ปุ่มเดียว การส่งข้อความผ่านแอพฯ สามารถส่งถึงผู้รับได้คราวละ 25,000 คนเลยทีเดียว ซึ่งมากกว่าการส่งข้อความผ่านโทรศัพท์แบบเดิม ๆ แอพฯ Yep Text จึงช่วยสร้างเครือข่ายเพื่อกระจายข้อมูลกลุ่มที่สามารถดาวน์โหลดแอพฯ นี้มาใช้ มีตั้งแต่ผู้ประกอบการที่ใช้เพื่อนำเสนอสินค้าและโปรโมชั่นออร์แกไนเซอร์ที่สามารถอัพเดตการจัดงานผ่านแอพฯ นี้ ดารา/ศิลปิน ที่สื่อสารกับแฟนคลับด้วยแอพฯ ไปจนถึงนักธุรกิจหรือคนทั่วไปก็สามารถใช้ Yep Text เป็นนามบัตรออนไลน์ได้

อดัมเล่าถึงประสบการณ์ในการทำธุรกิจว่า "อุปสรรคในการทำธุรกิจตอนที่อายุยังน้อยคือช่วงแรก ๆ คนมักไม่เชื่อในความสามารถ ขนาดเพื่อน ๆ ผมยังคิดเลยว่าต้องเรียนให้จบ รอให้เป็นผู้ใหญ่ก่อนจึงจะประสบความสำเร็จ ซึ่งความจริงแล้ว การทำธุรกิจตั้งแต่อายุน้อยก็มีข้อดี คือ ผมอ้างได้ว่าขนาดผมอายุแค่นี้ยังทำได้ พวกคุณที่อายุมากกว่าต้องทำได้อยู่แล้ว นอกจากนั้นก็ไม่มีอะไรจะเสีย ถ้าทำธุรกิจแล้วล้มเหลว ชีวิตก็ยังดำเนินตามปกติ คือเรียนหนังสือ"

ปัจจุบัน บริษัทอดัมมีพนักงานกว่า 10 คน และทำรายได้ปีละไม่ต่ำกว่า 5 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ ตัวเขาเองได้รับรางวัล 100 Top Young Entrepreneur Award ในวันที่ก้าวมาถึงจุดนี้ เขามีข้อแนะนำสำหรับมือใหม่หัดทำธุรกิจว่า "เหตุผลเดียวที่ทำให้คนไม่ประสบความสำเร็จคือการไม่ลงมือทำ แม้ครั้งแรกไม่ประสบความสำเร็จ จงเดินหน้าต่อไป คนส่วนใหญ่จะมีชุดความคิดที่ได้รับการปลูกฝังจากสื่อว่าคนเรารวยได้ในช่วงข้ามคืน คือมันมีความเป็นไปได้ทั้งนั้นแหละ แต่อย่าลืมว่า คนที่มีความเป็นผู้ประกอบการจะไม่ยอมแพ้ง่าย ๆ แม้จะล้มเหลวกี่ครั้งก็ตาม"

Text : รัชนี พันธ์รุ่งจิตติ / Photo : Otto

กวิสรา จันทร์สว่าง

the little FRANCHISOR

การมุ่งมั่นแต่การเรียนเพื่อหวังว่า
เมื่อเรียนจบจากรั้วมหาวิทยาลัยแล้วจะได้ไปเป็นสาวออฟฟิศ
ที่มีงานดีๆ ที่ไหนสักแห่ง อาจเป็นเส้นทางที่เด็กไทยหลายคน
เลือกเดิน แต่นั่นไม่ใช่เส้นทางของ กวิสรา จันทร์สว่าง
ที่มีความฝันมาแต่เด็กว่าต้องการเป็นเจ้าของธุรกิจ
จึงเลือกเส้นทางที่สนับสนุนเป้าหมายในชีวิตตั้งแต่ต้น

> **เราเป็นนักสู้**
> ตอนเด็กเป็นนักกีฬา
> มีความอดทนแล้วจะคิดอยู่เสมอว่า
> **ต้องทำให้ได้**
> มันเหมือนมีพลังข้างในช่วยเยอะ
> ถ้าเราเชื่อว่าทำได้มันก็จะต้องทำได้

โดยเลือกที่จะเรียนสาขาที่เกี่ยวข้องกับการทำธุรกิจ คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี เริ่มบุกเบิกธุรกิจของตัวเองตั้งแต่ก่อนเข้าเรียนมหาวิทยาลัย และใช้เวลาในช่วงเรียนมหาวิทยาลัย 4 ปี สร้างธุรกิจ FRESH ME ร้านชานมไข่มุกจากร้านเล็กๆ ในย่านมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ กลายมาเป็นแฟรนไชส์ที่มีถึง 128 สาขาในปัจจุบัน

จะไม่แปลกใจ ถ้าได้เห็นภาพของกวิสราพูดคุยธุรกิจกับบรรดาแฟรนไชซีหรือนั่งทำงานในออฟฟิศขณะใส่ชุดนักศึกษา และนั่นอาจเป็นเพียงรูปลักษณ์ภายนอกที่ทำให้คิดว่าเธอยังเป็นเพียงเด็กนักศึกษา แต่ถ้าได้พูดคุยกับเธออย่างจริงจังจะได้เห็นแววตาของความมุ่งมั่น ได้เห็นมุมมองความคิด การตัดสินใจ รวมไปถึงเป้าหมายของเธอแล้ว จะปฏิเสธไม่ได้เลยว่า สิ่งเหล่านั้นไม่ได้อ่อนด้อยไปตามอายุของเธอ หากเธอเกิดมาเพื่อเป็นนักธุรกิจโดยแท้

จุดเริ่มต้นของการปั้นแบรนด์ FRESH ME

ความฝันตั้งแต่เด็กเลยคืออยากเป็นนักธุรกิจ ถ้าครูถามว่าโตขึ้นอยากเป็นอะไร เด็กคนอื่นอาจจะตอบว่าเป็นหมอ เป็นวิศวกร แต่สำหรับเราจะไม่มีภาพอะไรแบบนั้นอยู่ในหัวเลย จะตอบว่าอยากเป็นนักธุรกิจ เป็นซีอีโอตลอด ซึ่งตรงนี้อาจจะเป็นเพราะว่าครอบครัวญาติพี่น้องส่วนใหญ่ทำธุรกิจกันหมด เราเลยคุ้นเคยและเห็นภาพของการทำธุรกิจมาตั้งแต่แรก และรู้สึกชอบที่จะได้ขายของได้พูดคุยกับลูกค้า ตอนเด็กยังเคยชวนแม่บ้านเอาผ้าไปปูกับพื้นในตลาด แล้วเอาของที่บ้านไปวางขาย ที่ทำไม่ใช่ว่าอยากได้เงินแต่อยากขายของ บางครั้งก็ชวนแม่ไปเดินสำเพ็งเพื่อซื้อสติกเกอร์แผ่นละ 10 บาท แต่ไปพรีเซ้นต์ขายเพื่อนประมาณว่าตัวนี้มันลิมิเต็ดนะ เพื่อให้เพื่อนอยากซื้อก็ขายได้เรื่อยๆ และโชคดีมากที่มีโอกาสเข้าร่วมในโครงการแลกเปลี่ยนนักเรียนของ AFS ได้ไปประเทศเยอรมนี 1 ปี เพราะตรงนั้นถือว่าเป็นจุดที่ทำให้ได้ค้นพบความชอบของตัวเอง คือเวลาอยู่ที่เมืองไทยเราไม่เคยเข้าครัว หรือทำอะไรเองเท่าไหร่ แต่พออยู่ที่โน่นอยู่กับโฮสต์แฟมิลี่ ต้องช่วยเหลือตัวเอง แล้วโฮสต์ที่อยู่ด้วยเขาชอบทำขนมทำอาหาร เราอยู่กับเขาก็ช่วยเขาเข้าครัวทำขนม ซึ่งรู้สึกสนุกมาก เลยเหมือนค้นพบตัวเองว่าเราชอบทำขนม

ที่สำคัญ ตอนอยู่ที่โน่นมันทำให้เราโตขึ้น เราต้องอยู่ด้วยตัวเอง จากที่ไม่รู้จักใครเลย จะทำยังไงให้เพื่อนฝรั่งชอบเรา อยากเป็นเพื่อนกับเรา สมมุติเดินเข้าไปในห้องเรียนเขาไม่จำเป็นต้องรู้จักเราก็ได้ แต่ถ้าเราไม่รู้จักเขาเราอยู่ไม่ได้ เพราะต้องอยู่ทั้งปี ตรงนี้ก็ทำให้เราฝึกตัวเองให้เป็นคนที่มีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี ยิ้มแย้ม พูดคุยทักทายทุกคน

พอกลับมาที่ไทยก็ยังฟุ้งๆ ตอนอยู่ ม.6 แต่ก็เริ่มทำขนมพวกเบเกอรีให้คนโน้นคนนี้ชิม เขาชมกันว่าอร่อยดี ก็ทำไปฝากขายที่ร้านกาแฟของญาติกันซึ่งเขาขายอยู่ที่โรงเรียนกวดวิชา พอเลิกเรียนเด็กๆ ก็วิ่งมารุมซื้อ ทำให้คิดว่า มันน่าจะขายได้

ตอนนั้นก็คิดแล้วว่าอยากเรียนเกี่ยวกับธุรกิจ ก็เลือกเรียนคณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ซึ่งปรากฏว่าเราสอบตรงติด รู้ว่ามีที่เรียนแล้ว ก็เลยมีเวลาว่างเยอะช่วง 2-3 เดือนนั้นก็คิดว่าจะต้องทำอะไรจริงๆ สักที ตอนนั้นเลือกที่จะทำธุรกิจเกี่ยวกับเครื่องดื่ม เพราะคิดแล้วว่าเมืองไทยเป็นเมืองร้อน คนไทย

"

จริงๆ เรากลับมองว่า
ความเป็นเด็กก็มีข้อดี
เพราะด้วยธุรกิจกลุ่มลูกค้าเป็นวัยเดียวกัน
ทำให้เราเข้าใจผู้บริโภค
รู้ว่าเทรนด์จะไปทางไหน
ควรทำการตลาดอย่างไร
ถึงจะเข้าถึงกลุ่มลูกค้าเป้าหมายได้

"

ก็ไม่ได้ดื่มแค่น้ำเปล่าอย่างเดียว ไม่ดื่มกาแฟก็ดื่มชา ผู้หญิงก็ต้องน้ำหวาน เลยตั้งใจว่าจะทำชานมไข่มุกนี่แหละ เพราะโดยส่วนตัวก็ชอบกินมาก ๆ เชื่อว่าเด็กที่ไปเรียนพิเศษเหมือนเราตอนนั้น เวลาเลิกเรียนก็จะแวะซื้อกันแทบทุกคน แต่ตอนนั้นยังทำอะไรไม่เป็นเลย

จากความคิดคุณพัฒนาขึ้นมาจนเป็นธุรกิจได้อย่างไร

พอคิดว่าจะทำชานมไข่มุก ก็ต้องเริ่มพัฒนาสูตรก่อน ลองทำเองที่บ้าน ลองผิดลองถูก แต่ไม่ไปเซิร์ชหาสูตรจากอินเทอร์เน็ต เพราะคิดแล้วว่าคนอื่นจะต้องเซิร์ชหาแน่ ๆ ดังนั้น ถ้าเราได้สูตรมาจากทางนี้ก็จะเป็นเหมือนสูตรเดียวกัน รสชาติที่ทำก็จะออกมาเหมือน ๆ กันไปหมด ไม่มีความแตกต่าง

เราใช้วิธีไปสังเกตดูที่ร้านชานมไข่มุก คือไปยืนดูเขาทำเลยว่าทำยังไงบ้าง ผสมอะไรยังไง ไปถามด้วย โดยไปดูตั้งแต่ร้านข้างถนน ร้านโลคัลแบรนด์ ไปจนถึงแบรนด์ที่อยู่ในห้างสรรพสินค้า แล้วก็ซื้อเอามาเรียงกันชิมทีละแก้ว ดูว่าแต่ละแบรนด์รสชาติเป็นอย่างไร แตกต่างกันยังไง แต่ด้วยความที่เราเป็นคนชอบกินชานมไข่มุกอยู่แล้ว ก็พอจะรู้ว่ารสชาติประมาณไหนคนถึงจะชอบ ประกอบกับโชคดีที่คุณแม่มีเพื่อนเป็นชาวไต้หวัน ซึ่งที่นั่นชานมไข่มุกก็ได้รับความนิยม พอมีโอกาสได้ไปคุยกับเขาก็จะได้ทริคของไต้หวันมา แต่พอเอากลับมาลองทำดูแล้วเราคิดว่ารสชาติไม่ถูกปากคนไทยแน่ ๆ เพราะมันคนละเทสต์กัน คือชานมไข่มุกของไต้หวันจะออกเจือจาง ไม่หวานเลย แต่คนไทยชอบรสชาติเข้มข้น กลมกล่อม ก็พยายามเอาทั้งหมดมาปรับจนได้รสของ FRESH ME วัตถุดิบนำเข้าจากไต้หวัน คือก็ต้องไปเฟ้นหาวัตถุดิบด้วยตัวเอง

ใช้เวลานานแค่ไหนในการพัฒนาสูตรจนคิดว่าใช่

ไม่ใช่ว่าอยู่ดี ๆ ลองทำคิดว่าอร่อยแล้วขายเลยนะ มันมีกระบวนการที่ทำแล้วทิ้งแล้วทำเยอะมาก พอดีช่วงนั้นก่อนเปิดเทอมมหาวิทยาลัย รุ่นพี่ที่คณะจัดกิจกรรมให้น้อง ๆ เฟรชชี่ ระหว่างนั้นเลยถือโอกาสให้รุ่นพี่และเพื่อน ๆ มาช่วยกันชิมแล้วก็ติชมกันว่ารสชาติเป็นยังไง หวานมากไปน้อยไป โดยเราเอาใส่กระติกไปให้ชิมแล้วก็คอยจดเขาบอกว่ายังไงกันบ้าง ถือว่าเป็นการเซอร์เวย์ไปในตัว เพราะคนที่ชิมไม่ว่าจะเป็นเพื่อน รุ่นพี่ ก็ถือว่าเป็นทาร์เก็ตกรุ๊ปของเราอยู่แล้ว ทำไปชิมไปปรับไป ใช้เวลา 2 เดือน ระหว่างนั้นก็ทำพร้อม ๆ กันทั้งพัฒนาสูตร คิดชื่อแบรนด์ แล้วก็หาทำเลด้วย

ชื่อ FRESH ME มีที่มาอย่างไร

ตอนที่คิดชื่อ จะพยายามหาคำที่เป็นกลาง ไม่ใช่คำที่ระบุชัดเจนไปเลยว่าเป็นชา เพราะไม่อยากให้คนคิดว่าขายแต่ชา ซึ่งถ้าเราตั้งชื่อให้ดูกว้าง ๆ ไว้ เผื่อในอนาคตอาจจะนำเครื่องดื่มอื่น ๆ มาขายด้วยก็ได้ จึงอยากได้ชื่อที่สื่อออกไปว่าให้คนมาเติมความสดชื่นกัน เข้ามาที่ร้านแล้วไม่ใช่แค่ว่าจะมารับประทานชานมไข่มุก มาถึงมาเติมความสดชื่น เลยตั้งเป็น FRESH ME ให้มันกว้าง ๆ

ระหว่างนั้นก็หาทำเลไปด้วย ซึ่งทำเลก็ไม่ได้ได้มาง่าย ๆ เราเลือกทำเลเป็นที่หอพักข้างนอกเป็นจุดที่รถตู้จะมาจอดรับ-ส่งผู้โดยสาร ปกติเขาไม่เปิดให้ขายของ แต่ทำเลดีมากเห็นแล้วชอบ เลยไปคุยกับเจ้าของตึก ใส่ชุดนักศึกษาไปกับคุณแม่ ซึ่งบังเอิญโชคดีเจ้าของตึกก็เรียนจบมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ด้วย เราเอาชานมไข่มุกของเราไปให้เขาชิมด้วยเขาก็เลยให้เช่าที่ตรงนั้น คนอื่นยังคิดว่าใช้เส้นอะไรหรือเปล่า

เป็น Freshy พร้อมๆ ไปกับการเริ่มต้นธุรกิจ มีการบริหารจัดการเวลาอย่างไร

ตอนแรกแบ่งเวลาไม่ดี เพิ่งเข้าเรียนปี 1 แล้วเราก็เพิ่งเปิดร้าน ทีนี้มันมีความเห่ออยู่มาก พอช่วงว่างจากเรียน สมมุติไปเรียน 08.00-09.30 น. แล้วมีเวลาพัก 1 ชั่วโมงถึงจะมีเรียนต่อ เราก็จะแวบไปที่ร้านแล้วก็อยู่ยาวเลย ไม่กลับไปเรียนต่อ เป็นอย่างนี้แทบทุกครั้ง พอช่วงสอบเราก็ไม่คิดว่าข้อสอบมหาวิทยาลัยมันจะยากขนาดนี้ พอไปสอบจึงทำให้รู้เลยว่า ทำอย่างนี้ไม่ได้ ตัวเราก็จะไม่ไหว ก็ต้องถอยตัวเองออกมา แล้วจ้างผู้จัดการร้านมาช่วยดูแลแทน จากที่ต้องเข้าร้านเองตอนเช้า กว่าจะปิดร้านตอนเที่ยงคืน กว่าจะเคลียร์เงินเสร็จ กว่าเข้าหอพักก็ตีหนึ่ง เสร็จแล้วต้องตื่นเข้าไปเรียนแปดโมงด้วย สมองที่เบลอ ๆ ก็เริ่มมีคนมาช่วย ไว้ใจให้คนอื่นมาช่วยทำให้ ส่วนตัวเราก็กลับมาให้เวลากับการเรียนมากขึ้น ส่วนเวลาเรียน เหมือนเราเสียเวลาเข้าไปนั่งอยู่ในห้องนั้นแล้ว ก็ต้องตั้งใจเรียนให้มากที่สุดให้ได้เยอะที่สุด เพราะเราไม่ใช่คนที่เก่งเหมือนเพื่อนคนอื่น แบบมองรอบเดียวแล้วเข้าใจ พอถึงเวลาช่วงจะสอบก็ต้องให้เวลากับมันเต็มที่

คุณพ่อคุณแม่ให้คำแนะนำอย่างไรที่ทำงานไปด้วยเรียนไปด้วย

คุณแม่ไม่เคยพูดเลยว่าให้เรียนก่อน แล้วค่อยทำงาน เพราะตัวคุณแม่เองก็ทำงานไปด้วยเรียนไปด้วยตั้งแต่สาว ๆ แล้วก็พูดเสมอว่าเด็กที่ทำงานไปด้วยเรียนไปด้วย ทำให้ได้เห็นทั้งสองมุม ทำให้เป็นคนแอ็กทิฟมากขึ้น ซึ่งพอถึงตรงนั้นเข้าไปเรียนแล้ว มันก็จริง เพราะว่าสมัยนี้เรียนหนังสือมหาวิทยาลัยเราไม่ได้ใช้เวลา 8 โมงเช้าถึง 5 โมงเย็น มันมีเวลาว่างเยอะมาก อยู่ที่ว่าจะเอาไปทำอะไรหรือเปล่า ซึ่งพอเหมือนทำงานไปด้วยเรียนไปด้วย มันคุ้มกว่าที่จะมุ่งเรียนอย่างเดียว เพราะมันเป็นประสบการณ์การเรียนรู้ที่ทำให้เราก้าวนำกว่าคนที่เรียนอย่างเดียวแล้วไม่ทำงานเลย ฉะนั้นที่บ้านจะสนับสนุนให้ทำงานตั้งแต่ยังเด็ก ไม่มีการห้ามเพราะกลัวว่าจะทำให้เสียการเรียน หรือจะต้องมุ่งเรียนอย่างเดียวเพื่อให้ได้เกรดดี ๆ สิ่งเหล่านี้มันซึมซับมาตั้งแต่เด็ก แล้วทำให้เรากล้าที่จะลองทำ โดยที่บ้านสนับสนุนช่วยเหลืออย่างเต็มที่

ร้านแรกของคุณเป็นยังไงบ้าง

ขายดีมาก ขายได้ประมาณวันละ 500-600 แก้ว เดือนหนึ่งก็คืนทุนแล้ว แต่ไม่ใช่ว่าอยู่ ๆ มาปุ๊บแล้วจะขายดีเลย เพราะมีเพื่อน ๆ ที่มาช่วยด้วย เขามาช่วยเราบูมร้าน พูดปากต่อปาก FRESH ME เป็นของ Freshy นะ หลังจากนั้นเดือนเดียว ก็กล้าที่จะเปิดสาขาสองต่อเลยอยู่หอพักข้างนอกเหมือนกัน แล้วจ้างคนไปดู แต่เราก็เข้าทุกวัน

แต่ก่อนที่จะได้ที่ตรงสาขา 2 ก็ได้บทเรียนเรื่องความเร็วในการทำธุรกิจเหมือนกัน เพราะตอนนั้นเราเล็งทำเลอีกที่หนึ่งไว้ คิดว่าคงคล้ายๆ สาขาแรก ถ้าคนเยอะก็ขายดี แต่เขากำลังสร้างยังไม่เสร็จ ก็ได้เข้าไปคุยกับเจ้าของตึกว่าเราสนใจอยากจะขอเช่าพื้นที่ขายชานมไข่มุก เขาก็บอกโอเคถ้าตึกจะเปิดแล้วจะโทรศัพท์หา เราก็รอไปเรื่อยๆ จนสุดท้ายวันหนึ่งเดินไป เห็นเจ้าของชานมไข่มุกอีกแบรนด์ไปคุยกับเขา พอเจ้าของแบรนด์นั้นเดินออกมาเราก็รีบเดินเข้าไปหาเจ้าของตึกเลย ปรากฏว่าเขาบอกไม่เอา FRESH ME โดยให้อีกแบรนด์ไปแล้ว แถวนี้เด็กไม่รู้จัก FRESH ME เรายังไม่ดัง คือแบรนด์นั้นเขาเปิดที่ธรรมศาสตร์ก่อนเรา เราก็เฮิร์ตมาก ได้เรียนรู้คือบางทีมีโอกาสเราต้องรีบฉวย เซ็นสัญญาให้เรียบร้อย เดี๋ยวนี้เวลาจองพื้นที่ถ้าทำเลดีๆ ก็วางเงินมัดจำไปเลย เพื่อไม่ให้พลาด แต่ที่เขาบอกว่า FRESH ME ไม่มีคนรู้จัก ก็เป็นแรงฮึดให้กับเราเหมือนกัน อ๋อ! ไม่มีคนรู้จักเหรอ ฉันจะทำแบรนด์ให้คนรู้จักเอง ก็ไปเลยกับเพื่อนทำป้าย FRESH ME แล้วเดินถือทั้งถนนในบริเวณรอบร้าน เดินถือป้ายผ่านหน้าร้านคู่แข่งด้วยบางทีก็ไปดักรอหน้าประตูเชียงราก ซึ่งทุกคนต้องเดินผ่านตรงนี้ ก็ถือป้ายแล้วก็มีถาดชานมไข่มุกของเราเอาไปให้ชิมด้วย ไม่ได้รู้สึกเขินอายอะไรเลย แล้วมั่นใจด้วยว่าถ้าคนได้ชิม FRESH ME แล้วเขาจะต้องกลับมาซื้ออย่างแน่นอน เพียงแต่จะทำยังไงให้ได้ชิมเท่านั้นเอง ช่วงนั้นทำอย่างนี้แทบทุกวัน เพื่อให้คนเห็นรู้จักและมาร้านเรามากขึ้น

แล้วต่อยอดออกมาเป็นแฟรนไชส์ได้อย่างไร

ตอนแรกไม่ได้คิดถึงการทำแฟรนไชส์เลย คิดแค่ว่าอยากมีธุรกิจของตัวเอง แค่ทำตามความฝัน อยากมีร้านของตัวเอง หลังจากเลิกเรียนมาขายของเพราะเป็นคนชอบขายของ ชอบเจอคน มีเงินค่าขนมไม่ต้องขอเงินแม่ แต่ช่วงที่มีสาขา 2 ก็ได้รับฟีดแบ็กจากลูกค้าค่อนข้างดี คือเราเห็นลูกค้ากินชานมไข่มุกของเราแล้วมีความสุข กลับมาซื้ออีก บางคนซื้อกลับไปกินต่อที่บ้าน หิ้วกลับไปฝากคุณพ่อคุณแม่ ก็มีความมั่นใจในรสชาติมากขึ้น มีผู้ปกครองที่มานั่งรอลูกอยู่ก็จะมาซื้อไปกินแล้วจะเข้ามาถามอยู่เรื่อยๆ ว่าขายแฟรนไชส์หรือเปล่าก็เลยเห็นโอกาสว่าน่าจะเป็นไปได้ เป็นตัวจุดประกายว่ามันสามารถที่จะต่อยอดเป็นธุรกิจแฟรนไชส์ ซึ่ง FRESH ME จะมีถึง 40 เมนู มีท็อปปิ้งให้ลูกค้าเลือกเยอะไม่มีเบื่อ ส่วนเรื่องรสชาติ ก็ตามสโลแกนหวานน้อยกลมกล่อมหอมกลิ่นใบชา คือกินคำแรกไม่ได้หวานนำแต่หอมกลมกล่อม เวลาเราต้มชา จะใช้ชาต้มแค่ครั้งเดียวไม่เอาชาที่ต้มแล้วกลับมาต้มซ้ำ มันเลยหอมนวลกลมกล่อม นี่เป็นจุดแข็งหนึ่งที่ทำให้เรากล้าที่จะขายเป็นแฟรนไชส์

พอตัดสินใจว่าจะเปิดเป็นแฟรนไชส์ปีแรกเราออกบู๊ธทั้งปีเลย บางแบรนด์เริ่มทำอาจจะไม่ได้ลงทุนในจุดนี้ แบรนด์ที่ทำมานานแล้วก็ไม่ได้ออก แต่เราลงทุนกับตรงนี้ เพราะมันได้เจอได้คุยติดต่อกับลูกค้าโดยตรง ตัวเราเองก็พยายามเข้าไปอบรมไปดูงานหาความรู้เรื่องการทำแฟรนไชส์เพิ่มเติมด้วย

> “เด็กที่ทำงานไปด้วยเรียนไปด้วย **ทำให้ได้เห็นทั้งสองมุม** ทำให้เป็นคนแอ็กทิฟมากขึ้น ซึ่งพอถึงตรงนั้นเข้าไปเรียนแล้ว **มันก็จริง**”

> สุดท้ายแล้วอยากให้ FRESH ME
> เป็น Top of Mind Brand
> **คือแบรนด์ที่อยู่ในใจผู้บริโภค**
> เมื่อนึกถึงเครื่องดื่มที่สดชื่นแล้ว
> ต้องคิดถึง FRESH ME ขึ้นมาก่อน

คุณคิดว่า "อายุ" มีผลต่อการทำธุรกิจหรือไม่

ในเชิงการบริหารไม่มี ตอนนี้มีพนักงานทั้งหมด 25 คน พนักงานพี่ๆ บางคนทำงานกับคุณแม่มานานแล้ว คุณแม่ก็ส่งให้มาช่วย ฉะนั้นจึงมีความคุ้นเคยกันมาก่อน เป็นเหมือนครอบครัวมากกว่า แต่ด้วยความที่เราเด็กกว่าเขา ในการทำงานเราก็จะให้เกียรติ เวลาขอให้เขาทำงานให้ จะไม่ได้เป็นการสั่งแบบเจ้านายกับลูกน้อง แต่เป็นพี่น้องมากกว่า จะมีกินข้าวกันเกือบทุกอาทิตย์

ส่วนในการติดต่อเจรจาทางธุรกิจกับแฟรนไชซีจริงๆ เราก็คุยกันได้ แต่บางทีคุณพ่อก็ไปเป็นเพื่อนหรือบางทีเราติดเรียนคุณพ่อไปแทนก็มี ขณะที่แฟรนไชซีที่เราเจอเขาก็ไม่ได้มีปัญหาหรือมองว่าเราเป็นเด็กแล้วจะไม่คุยด้วย จริงๆ เรากลับมองว่าความเป็นเด็กก็มีข้อดี เพราะด้วยธุรกิจกลุ่มลูกค้าเป็นวัยเดียวกัน ทำให้เราเข้าใจผู้บริโภค รู้ว่าเทรนด์จะไปทางไหน ควรทำการตลาดอย่างไรถึงจะเข้าถึงกลุ่มลูกค้าเป้าหมายได้ ตอนที่เริ่มทำแฟรนไชส์ปีแรกมี 28 สาขา ช่วง 3 ปีกว่าเพิ่มขึ้นมาเป็น 120 สาขา โดยแบ่งเป็นกรุงเทพฯ 70 เปอร์เซ็นต์ ต่างจังหวัด 30 เปอร์เซ็นต์ ซึ่งเป็นไปตามเป้าหมายที่วางไว้ สำหรับปีนี้ตั้งเป้าหมายเอาไว้ว่าจะเพิ่มสาขาให้ได้เป็นไม่ต่ำ 200 สาขา

แต่อย่างไรก็ตาม ด้วยความเป็นเด็กมีเหมือนกันที่ทำให้เราไม่รอบคอบและเกิดความผิดพลาดได้ คือตอนนั้นเราอยากจะรีแบรนด์ FRESH ME มีคนมาคุยด้วยว่าจะช่วยเราในการรีแบรนด์ เราก็เชื่อเพราะเห็นว่าเขาเป็นอาจารย์ด้วยเขาขอเงินก่อนเราก็ให้เงินเขาไป ปรากฏว่าโดนหลอกเขาหายไปเลย จำนวนเงินเยอะอยู่เหมือนกัน ตอนนั้นก็ถือว่าเป็นบทเรียนสำคัญในการทำธุรกิจที่ทำให้คิดว่าจะต้องรอบคอบกว่านี้ แล้วก็อย่าเชื่อคนง่าย

Key Success ของธุรกิจคุณคืออะไร

อย่างแรกเรื่องรสชาติของสินค้า ตอนเริ่มแรกแค่คิดว่าเราทำในส่วนของเราให้ดีที่สุดก่อน โปรดักต์ก่อนที่จะมาเป็น FRESH ME เราตั้งใจมาก ได้ชิมมาทุกแบรนด์ทุกรสชาติหมดแล้ว อีกอย่างเนื่องจากกลุ่มเป้าหมายคือนักศึกษา พนักงานออฟฟิศ ซึ่งเราก็เป็นกลุ่มเป้าหมายด้วย ทำให้เราก็พอรู้ว่าต้องแบบไหนผู้บริโภคถึงจะชอบ ประการที่สองการควบคุมมาตรฐานให้เป็นรสชาติเดียวกันตลอดทุกแก้ว ประการที่สาม พอเราเป็นแฟรนไชซอร์เรามีหน้าที่ต้องดูแลพันธมิตรของเรา ถ้าแฟรนไชซีเขามีปัญหาอะไร เราเอาทีมไปช่วยเขาก่อน เราพร้อมสนับสนุนเขาเต็มที่ เพื่อช่วยเขาแก้ปัญหาและทำให้เขาอยากเปิดสาขาที่ 2 หรือที่ 3 กับเราต่อ คิดว่าด้วย 3 ปัจจัยนี้ทำให้ FRESH ME โตเร็วมาก

ชานมไข่มุกเป็นโปรดักต์ที่มาพร้อมกับกระแส คุณมองเรื่องนี้อย่างไร

โดยส่วนตัวเชื่อว่าแม้จะเป็นกระแส แต่จะอยู่ได้นานเพราะคนไม่ดื่มกาแฟก็ดื่มชานม แล้ว FRESH ME ไม่ได้มีแค่ชานม แต่จะมีชาผลไม้ ชาสมุนไพร ผลไม้ปั่น คือมีออพชั่นให้เลือกเยอะมาก ไทยเป็นเมืองร้อน คนไทยจะชอบดื่มอะไรที่เย็นๆ เลย คิดว่าชานมไข่มุกก็จะไปของมันได้อีกนาน เพียงแต่อาจจะไม่ได้บูมเหมือนตอนแรกๆ

แต่เรื่องของกระแส เราก็คิดมาตั้งแต่แรกเลยตั้งชื่อแบรนด์ว่า FRESH ME เพื่อให้มันกว้างๆ ในอนาคตถ้าชานมไข่มุกคนไม่นิยมซื้อดื่ม เราก็แค่ลดระดับความสำคัญมันลง แล้วดึงตัวใหม่ขึ้นมาแทน อันนี้คือสิ่งที่คิดไว้ ตอนนี้กำลังรีแบรนดิ้งให้มันหลุดออกไปจากคำว่าชานมไข่มุก ก็เผื่อรองรับในอนาคตด้วย อยากที่จะแตกไลน์ขายอย่างอื่นนอกจาก FRESH ME เช่น ขนม ซึ่งจะเป็นขนมที่ล้อไปกับชานมไข่มุกอย่างวอฟเฟิล ฮอตดอก เฟรนช์ฟรายส์ เป็นต้น

ตอนนี้เรียกว่าประสบความสำเร็จได้หรือยัง

ถ้ามองถึงเป้าหมายมอง FRESH ME ก็ถือว่ายังไม่สำเร็จ เพราะว่าชีวิตการทำงานจริงๆ ของเรายังไม่ได้เริ่มต้นเต็มที่ 100 เปอร์เซ็นต์ มันยังไม่หลุดจากการเรียน ตอนนี้กำลังเรียนอยู่เทอมสุดท้าย เมื่อเรียนจบจะสามารถลุยกับงานได้เต็มที่ ซึ่ง FRESH ME มีเป้าหมายที่วางไว้ค่อนข้างใหญ่ จะต้องทำงานหนักจึงจะไปถึงตรงนั้นได้

เป้าหมายของ FRESH ME ในช่วงปีที่หนึ่งเข้าปีที่สอง เราตั้งใจเอาไว้ว่าทำยังไงให้ร้านเราไปอยู่ต่างจังหวัดให้ได้ก่อน เพราะมันยังไปไม่ได้ พอสามารถทำได้ ปีที่สองเราก็เริ่มมองเป้าหมายที่ใหญ่ขึ้น ทำยังไงให้ FRESH ME ขยายไปต่างประเทศได้โดยเริ่มจาก CLMV จนปีนี้ก็ได้ไปมีสาขาที่ลาว กัมพูชา เมียนมาแล้ว มาถึงวันนี้ก็คิดอีกว่าทำยังไงให้เป้าหมายที่เราไปขยายเยอะขึ้นไปอีก คือมันก็จะเป็นทีละสเตป แต่สุดท้ายแล้วอยากให้ FRESH ME เป็น Top of Mind Brand คือแบรนด์ที่อยู่ในใจผู้บริโภค เมื่อนึกถึงเครื่องดื่มที่สดชื่นแล้วต้องคิดถึง FRESH ME ขึ้นมาก่อน

จริงๆ เราพยายามมอง Chatime ซึ่งเป็นแบรนด์ชานมไข่มุกจากไต้หวันแต่มีขายมากมายทั่วโลก เป็น Benchmark ทำได้ยังไงให้ชานมไข่มุก FRESH ME ไปอยู่ทั่วโลกได้แบบนั้นบ้าง

มีหลายธุรกิจที่มาเร็วและก็ไปเร็ว คุณห่วงเรื่องนี้หรือไม่

จริงๆ เคยมีคนเตือนเรื่องนี้อยู่เหมือนกันว่าเราประสบความสำเร็จเร็วให้ระวังเวลาล้มจะล้มเร็ว ก็รับฟังแล้วทำให้เวลาจะทำอะไรระมัดระวังมากขึ้น แต่ไม่กลัวนะเรื่องจะล้มเร็ว เราเห็นครอบครัวเราทำธุรกิจมาตั้งแต่เด็กเจอสารพัดปัญหาก็ค่อยๆ แก้ไขมาได้ คือเราเห็นอยู่แล้วว่าทำธุรกิจต้องเจอปัญหา แต่เราเป็นนักสู้ ตอนเด็กเป็นนักกีฬามีความอดทนแล้วจะคิดอยู่เสมอว่าต้องทำให้ได้ มันเหมือนมีพลังข้างในช่วยเยอะ ถ้าเราเชื่อว่าทำได้มันก็จะต้องทำได้ ฉะนั้นความเป็นนักสู้จะทำให้เราก้าวข้ามปัญหาต่างๆ และไม่กลัวที่จะเจอปัญหา

เป้าหมายสำหรับตัวเองคุณวางไว้อย่างไร

อยากเป็นนักธุรกิจที่ประสบความสำเร็จตั้งแต่อายุน้อย และมีหลากหลายแบรนด์ที่เราสร้างขึ้นมา ไม่ใช่มีเฉพาะ FRESH ME คือ FRESH ME เป็นแบรนด์แรกของเรา ย่อมจะมีความผูกพันอยู่แล้ว แต่ก็อยากที่จะสร้างแบรนด์ใหม่ๆ ขึ้นมาอีก อย่างตอนนี้กำลังคิดที่จะสร้างแบรนด์ใหม่โดยเป็นแบรนด์เกี่ยวกับอาหาร

4 เคล็ดลับ แก้ปัญหา SME ขาดเงินลงทุนธุรกิจ

Text : เจษฎา ปุรินทวรกุล

หลายๆ คนอยากก้าวขึ้นมาเป็นผู้ประกอบการ แต่ติดตรงที่ไม่มีเงินเก็บ หรือมีไม่เพียงพอ แต่นั่นไม่ใช่เหตุผลที่จะบอกว่าคุณไม่มีทางเลือกอื่นเลย นอกจากการกู้เงินกับธนาคาร เพราะถึงแม้ว่าเราจะมีเงินอยู่ไม่มากแต่ก็สามารถเริ่มต้นธุรกิจได้ หากเรามีทักษะในการทำธุรกิจที่หลากหลาย มีไอเดีย จริยธรรม และมีความรู้ในด้านการตลาดอย่างเพียงพอ นอกจากนั้น การที่จะประสบความสำเร็จในการทำธุรกิจได้ ปัจจัยหลักไม่ได้อยู่ที่จำนวนเงินที่เพียงพออย่างเดียว แต่คุณต้องมีความทุ่มเทและให้ความสำคัญกับสิ่งที่ทำ อย่างไรก็ตาม ก่อนที่จะไปถึงจุดนั้น ลองมาดูวิธีที่จะช่วยให้เราเริ่มต้นเป็นผู้ประกอบการ จากเงินที่มีอยู่อย่างจำกัดก่อนว่าจะสามารถทำได้อย่างไรบ้าง

1 เริ่มผลิตอะไรขึ้นมาสักชิ้น

ใช่ เริ่มผลิตอะไรขึ้นมาขายสักอย่าง จริงอยู่ที่ว่าการผลิตอะไรขึ้นมาขายย่อมจำเป็นที่จะต้องใช้เงิน แต่ก็ไม่มากเท่ากับการเปิดธุรกิจขนาดใหญ่โต ซึ่งจะต้องจ่ายค่าเช่า ค่าแรงพนักงาน ฯลฯ ซึ่งเรื่องนี้คุณต้องพยายามมองภาพการทำสินค้าขึ้นมาขายเพื่อหาเงินทุนก้อนใหญ่ไปลงทุน หรือเมื่อมีเงินถุงเงินถังในอนาคตค่อยมาพัฒนาสินค้าที่ขายอยู่ให้ดีขึ้นก็ได้ ยกตัวอย่างเช่น เริ่มต้นจากการขายวุ้นสด ใช้เงินลงทุนไม่ถึง 2,000 บาท แต่สามารถขายหน้าบ้านได้ และหากรสชาติอร่อยก็สามารถฝากตามร้านกาแฟที่อยู่ใกล้เคียงได้อีกด้วย เป็นต้น

หรือหากคุณมองต่อยอดไปถึงสินค้าที่สามารถขายผ่านช่องทางออนไลน์ได้ก็จะยิ่งดี เพราะมีช่องทางการจำหน่ายออนไลน์อยู่มากมาย ทั้งโซเชียลมีเดียอย่างเฟซบุ๊ก อินสตาแกรม หรืออาจขายผ่านทาง eBay หนึ่งในเว็บไซต์ซื้อ-ขายสินค้าออนไลน์ที่ใหญ่และโด่งดังมากๆ ของโลกก็ได้เช่นกัน อยู่ที่ว่าคุณจะขายอะไรเพื่อหาเงินไปลงทุน หรือจะมองว่าการขายสินค้าพวกนี้เป็นช่องทางการสร้างรายได้อีกทางก็ได้เช่นเดียวกัน

2 เอาของที่มีอยู่มาขาย

หากคุณไม่ต้องการผลิตสินค้าขึ้นมาจำหน่าย อาจเป็นเพราะไม่ต้องการลงทุนแม้แต่บาทเดียว ไม่มีเวลา หรือไม่ถนัดการสร้างสรรค์อะไรขึ้นมา ลองเอาของที่มีอยู่แล้วมาขายเพื่อเปลี่ยนของที่ไม่ใช้ให้กลายเป็นเงินลงทุนดู หรือรับของมือสองมาขายอีกที

1) เอาของที่มีอยู่แล้วมาขาย คนบางคนมีของไม่ได้ใช้ ของที่เก็บสะสมมาตั้งแต่เด็ก แต่เมื่อความฝันที่จะเปิดร้านหรือการเริ่มต้นธุรกิจนั้นยิ่งใหญ่กว่าการสะสมสิ่งของ ก็สามารถนำของมาขายเพื่อหาเงินไปลงทุนได้ อาจเป็นแสตมป์ เหรียญ หนังสือ หรือสิ่งของชนิดอื่นๆ ที่มีราคาในตลาดสินค้ามือสอง

2) หาซื้อสินค้าที่มีราคาผ่านทางร้านขายของมือสอง โรงรับจำนำ หรือตลาดนัด เพื่อนำมาขายใหม่บนโลกออนไลน์ ซึ่งจะช่วยสร้างมูลค่าได้อย่างมหาศาล โดยหนึ่งในตัวอย่างที่ประสบความสำเร็จมากก็คือ Sophia Amoruso ผู้ก่อตั้งร้านค้าและเว็บไซต์ที่ชื่อว่า Nasty Gal ในสหรัฐฯ โดยเธอเริ่มที่จะหาซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นสไตล์ Vintage แปลกๆ และนำมาขายใหม่ใน eBay ส่งผลให้บริษัทของเธอมีการเติบโตมากถึง 24 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ ในปี พ.ศ.2554 และมีพนักงานมากกว่า 200 คน

3 ใช้ทักษะหรือความรู้สร้างรายได้

นอกเหนือจากการขายสินค้าเพื่อให้ได้เงินแล้ว งานบริการต่างๆ ก็สามารถสร้างรายได้ให้กับคุณเหมือนกัน เช่น งานพี่เลี้ยงเด็ก งานเขียน งานพิสูจน์อักษร รับจ้างเป็นที่ปรึกษา ถ่ายภาพงานพิธีต่างๆ กราฟิกดีไซน์ หรือเลขานุการส่วนตัว เป็นต้น ทักษะเหล่านี้นอกจากจะช่วยสร้างรายได้เพิ่มในกรณีที่คุณทำธุรกิจส่วนตัวแล้ว ยังสามารถใช้เป็นช่องทางในการทำงานระยะยาวในอนาคตด้วย ดังนั้น หากมีทักษะและความรู้ที่สามารถสร้างรายได้ ก็ลองจัดสรรเวลาและใช้ทักษะเหล่านี้ให้เป็นประโยชน์

4 ต่อรองเพื่อแลกเปลี่ยนให้ได้สิ่งที่ต้องการ

แน่นอนว่าเป็นการยากในการทำธุรกิจโดยปราศจากเงินลงทุน เพราะขนาดนักเขียนอิสระที่ใช้ทักษะของตนเองเป็นทุนตั้งต้นก็ยังจำเป็นต้องมีเงินลงทุนในการซื้อคอมพิวเตอร์ โปรแกรมต่างๆ รวมถึงเครื่องไม้เครื่องมือที่จะช่วยอำนวยความสะดวกและเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงาน ดังนั้น หากคุณไม่มีเงินทุนจริงๆ แต่พอมีทักษะในด้านต่างๆ อยู่บ้างก็ลองใช้วิธีแลกเปลี่ยนเพื่อให้ได้สิ่งที่ต้องการ เช่น คุณมีทักษะด้านการออกแบบเว็บไซต์ และคุณอยากได้คอมพิวเตอร์เก่าๆ ที่ยังพอใช้งานได้ อาจลองต่อรองกับร้านขายเครื่องใช้ไฟฟ้าเพื่อแลกเปลี่ยนด้วยการสร้างเว็บไซต์ และระบบการขายแบบออนไลน์ เพื่อแลกกับคอมพิวเตอร์เก่าๆ ที่ยังพอใช้งานได้ หรือคุณมีทักษะด้านการเลี้ยงเด็ก ก็ให้ข้อเสนอที่จะรับเลี้ยงเด็กแก่เพื่อนบ้านในวันหยุดเพื่อแลกกับโน้ตบุ๊กเครื่องเก่าที่พวกเขาไม่ได้ใช้แล้ว เป็นต้น

ทั้งหมดนี้คือวิธีหาเงินเพื่อไปลงทุนทำธุรกิจ หรือคุณอาจจะทำธุรกิจอยู่ แต่ทำงานเสริมเพื่อหาเงินเพิ่มซึ่งจะทำให้สภาพคล่องด้านการเงินสูงขึ้น โดยสิ่งสำคัญที่สุดคือการหาทักษะติดตัวไว้ มีความอดทน มุ่งมั่น ตั้งใจ และพยายามเพื่อให้ก้าวแรกในการทำธุรกิจซึ่งเป็นก้าวสำคัญ มีความมั่นคงให้มากที่สุด

SIWA
ผ้าพันคอนี้มีเรื่องราว

Text :Ratchanee / Photo : กฤษฎา ศิลปไชย

หากดูเผินๆ ก็อาจจะเห็นว่า
ลายผ้าพันคอก็เป็นเพียงแค่ลายทั่วๆ ไป
หากแต่สำหรับผ้าพันคอแบรนด์ Siwa แล้ว
เบื้องหลังแต่ละลาย
ล้วนมี Story มีที่มาทั้งสิ้น

ซึ่งเป็นการสร้างคุณค่าและความแตกต่างให้กับแบรนด์ โดย **ศิวาภรณ์ เลิศธรรมจินดา** กราฟิกดีไซเนอร์ผู้ปั้นแบรนด์ Siwa

"เป็นคนที่ชอบออกแบบลายผ้าอยู่แล้ว พอว่างจากทำงานประจำ ก็เลยออกแบบลายเล่นๆ แต่ตอนนั้นก็ไม่รู้จะเอาไปทำอะไรดี ทีนี้พอคิดว่าอยากให้ลายที่เราออกแบบนี้กับคนอื่นจะให้ในรูปแบบไหนได้ ก็เลยคิดว่าเป็นผ้าพันคอง่ายสุด เห็นลายเต็มๆ พอดีมีเพื่อนเปิดโรงงานพิมพ์ผ้าก็ไปพิมพ์กับเขา ช่วงแรกขายเพื่อนกันเอง จากนั้นก็เริ่มไปลงขายในอินสตาแกรม ซึ่งผ้าพันคอของเราจะมีความแตกต่างจากแบรนด์ทั่วไป ตรงที่เราจะไม่ใช่ลายที่เอาใจวัยรุ่น แต่เป็นลายที่สามารถใช้ได้ทุกวัยตั้งแต่วัยรุ่นจนถึงวัยผู้ใหญ่ และที่สำคัญแต่ละลายที่ออกแบบจะมี Story มีเรื่องราวของมันอยู่ไม่ใช่ออกแบบไปเรื่อยเปื่อย"

เสน่ห์ของผ้าพันคอแบรนด์ Siwa นี้ ศิวาภรณ์เล่าว่า ไม่ใช่ลายที่สวยงามและใช้ผ้าจากญี่ปุ่นเท่านั้น หากแต่อยู่ที่มี Story มีคอนเซ็ปต์ความเป็นมาในทุกๆ ลาย จึงเป็นความพิเศษที่แตกต่างจากแบรนด์ทั่วไป นอกจากนี้ แพ็กเกจจิ้งก็จะทำให้พิเศษ แบรนด์ทั่วไปมักจะใส่กล่องหรือห่อพลาสติก แต่แบรนด์ Siwa จะห่อด้วยกระดาษไขที่พิมพ์ลายผ้าพันคอที่อยู่ข้างใน ดังนั้น แพ็กเกจจิ้งก็จะไม่ซ้ำกัน หากซื้อชิ้นใหม่ลายใหม่ก็จะได้แพ็กเกจจิ้งลายใหม่ และถ้าเป็นลูกค้าที่ซื้อครั้งแรก จะมีเขียนชื่อพร้อมส่งการ์ดไปให้พร้อมกันด้วย ทั้งนี้เพื่อสร้างความประทับใจให้กับลูกค้า

"อย่างลายแรกที่ออกแบบ ซึ่งถือว่าเป็นการเริ่มต้นของเราด้วย Story คือ การเริ่มต้นใหม่ เป็นการเฉลิมฉลองลายจะออกแนวสนุกสนาน หรือลายดอกไม้แห้ง เกิดจากการเอาดอกไม้แห้งไปทับในหนังสือ พอดอกไม้แบนก็สแกนลงคอมพิวเตอร์ แล้วทำออกมาเป็นลาย Story คือเรื่องราวของดอกไม้แห้งในป่า หรืออย่างตอนปีม้าก็ทำลายม้า แต่แบ่งเป็นตาราง 9 ช่อง เพราะมองว่าเลข 9 เป็นเลขนำโชค แต่ละช่องเอาภาพม้ามาลงเรียงแบบไม่ซ้ำสี โดยบางลายที่เราไม่ถนัดวาดเอง เช่น ลายสัตว์ ก็ให้คนอื่นวาด แต่เราจะเล่า Story ให้เขาเข้าใจก่อน เพื่อที่จะได้วาดออกมาได้ตรงกับที่เราต้องการ"

อย่างไรก็ตาม ศิวาภรณ์ยอมรับว่าในช่วงเริ่มต้นที่ยังขายไม่ค่อยดี เพราะเป็นแบรนด์ใหม่ไม่มีคนรู้จักนั้น ทำให้เกิดความท้อบ้าง แต่เมื่อได้ออกงาน Flea Market และนำไปสู่การได้เข้าไปขายในเว็บไซต์ Pinkoi ที่เน้นงานดีไซน์ของไต้หวัน ทำให้ตลาดกว้างขึ้น ได้ลูกค้าจากทั้งจีน ฮ่องกง ไต้หวันเพิ่มมากขึ้น จนกลายเป็นว่าสามารถสร้างรายได้มากกว่าการขายออนไลน์ในเมืองไทยเสียอีก

"ที่ทำให้เริ่มขายได้คือการไปออกงาน Flea Market ครั้งแรก คือมีคนชวนไปออก Flea Market แต่ตอนนั้นเห็นราคาแล้วรู้สึกว่าแพงมาก 4 วันหมื่นกว่าบาท ขณะที่ผ้าพันคอเราขายผืนละ 1,500 บาท จะต้องขายเป็นสิบผืนกว่าจะได้แค่ค่าที่ ทีแรกก็คิดว่าจะไม่ไป แต่แม่บอกว่าน่าจะลองไปดู อย่างน้อยก็ทำให้คนเห็นและได้รู้จักเรามากขึ้น ไหนๆ เราก็ทำมาแล้ว ตอนนั้นผ้าพันคอมีแค่ลายเดียว 2 สี ก็เลยทำลายเพิ่มมาอีกลาย แล้วเอาไปขาย ปรากฏว่าขายดีกว่าที่คิดไว้เยอะ แค่วันแรกก็ได้ค่าที่แล้ว คนรู้จักเรามากขึ้น มาตามกันต่อในอินสตาแกรม

"จากนั้นก็มีคนมาชวนให้ไปขายที่เว็บไซต์ Pinkoi ของไต้หวัน ซึ่งไม่เสียค่าวางสินค้า หักค่าธรรมเนียมจากการขายอย่างเดียว ปรากฏว่าขายดีกว่าที่ขายในไทยอีก เพราะว่าคนไทยไม่ค่อยเห็นคุณค่างานดีไซน์ จะมองว่าสินค้าทำเองต้องราคาถูก ซึ่งจริงๆ แล้วมันไม่ใช่ สินค้าที่เราทำเองควรจะต้องราคาแพงกว่า เพราะเราไม่ได้รับมาแล้วขายต่อ เราต้องสร้างแบรนด์ คิดคอนเซ็ปต์ ลายก็ไม่ซ้ำใคร สำหรับเว็บไซต์นี้มีผู้ประกอบการไทยเยอะเหมือนกัน ส่วนใหญ่เป็นสินค้าดีไซน์ แฮนด์เมด จึงไม่ใช่ตลาดทั่วไป นอกจากนี้ ทางเว็บไซต์จะชวนไปออกงาน Flea Market ที่ไต้หวันฟรีค่าที่ แต่เราต้องเสียค่าใช้จ่ายที่พักโรงแรมเอง ตรงนี้ก็ทำให้มีโอกาสในการหาลูกค้าใหม่ๆ ได้มีโอกาสไปเจอลูกค้าจริง"

ท้ายนี้สำหรับใครที่อยากจะนำสินค้าไปวางขายใน Pinkoi ศิวาภรณ์แนะนำว่า เนื่องจาก Pinkoi เป็นเว็บไซต์งานดีไซน์ ดังนั้น จะต้องเป็นสินค้าดีไซน์ และควรจะต้องถ่ายรูปสินค้าให้สวย ให้เห็นทุกมุม เห็นรีเทลของลายผ้า แม้แต่แพ็กเกจจิ้งก็ถ่ายรูปให้เห็นทั้งข้างหน้าข้างหลังด้วย

siwa.arporn
siwa_arporn
dimplez

HERBPINESS
สมุนไพรที่ใช้แล้วมีความสุข

Text : nittaya / Photo : Otto

จากความผูกพันที่ซึมซับมาตั้งแต่เด็กๆ
บวกกับคุณค่าภูมิปัญญาของสมุนไพรที่ใช้
จนอยากบอกต่อ
เมื่อถึงเวลาต้องเลือกทำธุรกิจขึ้นมาสักตัวหนึ่ง
หลี-ประภาวี ศิวเวทกุล
ฟรีแลนซ์กราฟิกดีไซน์ จึงคิดถึง
สมุนไพรของแม่ที่ทำให้ใช้ตั้งแต่เล็กๆ

โดยนำมาใส่ภาพลักษณ์ให้ดูทันสมัยมากขึ้น ตั้งคอนเซ็ปต์เช่นเดียวกันกับความสุขที่เธอได้รับ ภายใต้แบรนด์ HERBPINESS สมุนไพรที่ใช้แล้วมีความสุข มาจากคำว่า Herb กับ Happiness ผสมรวมกัน

"จุดเริ่มต้นธุรกิจนี้ได้แรงบันดาลใจมาจากคุณแม่เลย ท่านเป็นนักชีววิทยาและชาวสวนด้วย ตั้งแต่เด็กคุณแม่จะชอบให้ใช้สมุนไพรในการรักษาอาการเจ็บป่วยต่างๆ ที่ไม่ได้หนักหนาอะไรมาก จะไม่ค่อยชอบให้ใช้ยาฝรั่ง ให้บำบัดด้วยธรรมชาติก่อน ให้ร่างกายได้รักษาจากภายในก่อน มันทำให้เราซึมซับและผูกพันมาตลอด จนถึงทุกวันนี้ท่านก็ยังชอบทำใช้เอง พวกยาดม ยาหม่อง เลยเกิดไอเดียว่าอยากลอง ทำให้คนอื่นได้ทดลองใช้บ้าง เคยลองเอาไปให้เพื่อนๆ ใช้ เขาก็ชอบกัน เลยคุยกันว่าถ้าอย่างนั้นลองทำเป็นธุรกิจกัน"

หลีเริ่มต้นจากการวางคอนเซ็ปต์ธุรกิจในนิยามว่า "สมุนไพรที่ใช้แล้วมีความสุข" อันเป็นที่มาของชื่อแบรนด์ HERBPINESS โดยวางคุณสมบัติไว้ 2 อย่าง คือ สมุนไพรที่มีกลิ่นหอมบำบัด และสรรพคุณที่มีคุณค่า เพราะเชื่อว่าทุกคนชอบกลิ่นหอม กลิ่นหอมทำให้เรามีความสุข และผ่อนคลายได้ง่ายๆ โดยนำเสนอออกมาในรูปลักษณ์ที่ทันสมัย น่าใช้ เพื่อให้สามารถเข้าได้กับทุกเพศทุกวัย

"จากที่ทำงานมา ทำให้เรารู้ว่าเราจะดึงดูดลูกค้าได้อย่างไร อย่างแรก คือ นำด้วยภาพลักษณ์ การมองเห็นก่อน เมื่อเขาเห็นว่าสินค้าน่าสนใจก็จะเข้ามาดู จากนั้นเมื่อยิ่งได้ทดลองใช้ แล้วรู้ว่าดี เขาก็จะเกิดการกลับมาซื้อซ้ำ ซึ่งการที่เราทำภาพลักษณ์ให้ดูทันสมัย ทำให้ลูกค้าเข้ามาหาเราได้ง่ายขึ้น ไม่เว้นแม้แต่วัยรุ่น"

นอกจากรูปลักษณ์ที่ทันสมัย กลิ่นที่ใช้ก็มีการปรับให้มีความทันสมัยและมีความเป็นสากลมากขึ้น โดยไม่ได้จำกัดอยู่แค่สมุนไพรไทย เช่น กลิ่นส้ม กลิ่นลาเวนเดอร์ คนจับต้องได้ง่ายขึ้น ฝรั่งก็เข้าใจ โดยผลิตภัณฑ์ตัวแรกที่หลีทดลองทำออกมาวางตลาด คือ ยาดม เมื่อได้รับผลตอบรับที่ดีก็เริ่มเขยิบขึ้นมาเป็นสมุนไพรน้ำ บาล์มสมุนไพรจากไขผึ้งธรรมชาติ สเปรย์หอมกลิ่นธรรมชาติ เทียนหอม ไขถั่วเหลือง และบีแว็กซ์หอม ใช้เพื่อการตกแต่งและสร้างกลิ่นหอม เป็นผลงานแฮนด์เมดที่เธอลงมือประดิษฐ์ด้วยตนเอง รวมแล้วกว่า 6 อย่าง ราคาเริ่มต้นอยู่ที่ 40-265 บาท โดยเน้นความเป็นธรรมชาติแท้ ไม่แต่งสีแต่งกลิ่น ไม่ใช้สารสังเคราะห์ เพราะต้องการให้ทุกคนได้รับการบำบัดจากธรรมชาติอย่างแท้จริง ซึ่งผู้อยู่เบื้องหลังความสำเร็จและกำลังคนสำคัญ คือ คุณแม่ของเธอนั่นเอง

"จริงๆ ผู้ผลิตคนสำคัญ คือ คุณแม่เลย ในเรื่องสรรพคุณต่างๆ หลีก็ช่วยพัฒนาไปกับท่านอันไหนเยอะไปน้อยไป ช่วยปรับกันให้ได้สูตรที่พอดี เวลาไปเที่ยวที่ไหน ถ้าเจอผลิตภัณฑ์แบบเดียวกันท่านก็ชอบซื้อกลับมาด้วย ทำให้ได้เรียนรู้ตลาดไปในตัว"

การเปิดตลาดครั้งแรกของหลีเริ่มต้นจากคนใกล้ตัว จากนั้นจึงเริ่มขายออนไลน์ผ่านเฟซบุ๊กแฟนเพจ ต่อด้วยการขายตาม Flea Market ทำให้เริ่มมีคนรู้จักมากขึ้น ต่อด้วยการฝากขายตามร้านขายสินค้าสุขภาพต่างๆ ซึ่งความตั้งใจแรกเธอวางตำแหน่งสินค้าไว้ที่ของฝากและของใช้ แต่ด้วยดีไซน์ที่ทันสมัยและราคาไม่แพง จึงได้กลุ่มลูกค้าของขำร่วยมาโดยไม่รู้ตัว ซึ่งนับเป็นตลาดที่น่าสนใจ เพราะสั่งแต่ละครั้งจำนวนไม่น้อยเลย

ถึงแม้จะมีประสบการณ์ด้านการตลาด แต่เมื่อต้องลงมือทำเองทุกอย่าง ตั้งแต่ผลิต ออกแบบ จนกระทั่งงานขาย หลีมองว่ามีทั้งข้อดีและข้อเสีย ข้อเสีย คือ อาจทำให้ธุรกิจเติบโตได้ช้า แต่ก็ทำให้เธอได้ดูแลทุกๆ ส่วนตั้งแต่ต้นน้ำถึงปลายน้ำ ทำให้รู้สึกมั่นใจได้ว่าทุกขั้นตอนทำออกมาอย่างมีคุณภาพจริงๆ ซึ่งก็เป็นความสุขที่เธอพอใจ

"วงกลมแรกของเรา คือ การทำสมุนไพรหอม+สรรพคุณต่างๆ คนอื่นอาจทำเป็นเครื่องหอม แต่เราอยากให้มีประโยชน์อย่างอื่นด้วย ในอนาคตเราอาจจะทำอย่างอื่นเพิ่มเติม เพราะคำว่าสมุนไพรที่ใช้แล้วมีความสุข มันกว้างมากกับคอนเซ็ปต์ที่เราวางไว้ แต่ ณ ตอนนี้ขอทำวงกลมนี้ให้ดีก่อน"

09-9131-5408
herbpiness
herbpiness
www.herbpiness.com

TRAVEL BRANDS
กับการเข้าถึง GEN Y ด้วยอินสตาแกรม

Text : Kritsana S.

จากการสำรวจของ hotwire.com เรื่องค่าใช้จ่ายที่ Gen Y ใช้สำหรับท่องเที่ยวในปี พ.ศ.2558 พบว่า Gen Y ใช้เงินในการท่องเที่ยวกว่า 226 พันล้านดอลลาร์สหรัฐฯ นี่จึงไม่แปลกที่พวกเขาจะกลายเป็นฐานลูกค้าสำคัญของสายการบินต่างๆ โรงแรม และ Travel Brands และด้วยความที่ช่องทางการส่งสารทั้งวิทยุและโทรทัศน์ไม่อาจใช้ได้ผลกับ Gen Y นักการตลาดของหลายๆ Travel Brands จึงหันมาใช้อินสตาแกรมในการเข้าถึงพวกเขา

นั่นเพราะนักเดินทางรุ่นใหม่มักมองหาแรงบันดาลใจในการเดินทางท่องเที่ยวจากภาพต่างๆ ที่โพสต์ผ่านอินสตาแกรม และเทคนิคที่ช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในการเข้าถึง Gen Y ด้วยอินสตาแกรมมีดังนี้

โพสต์ภาพสร้างแรงบันดาลใจ

เนื่องจากภาพที่โพสต์บนอินสตาแกรมมีความน่าเชื่อถือกว่าคอนเทนต์จากนักสร้างคอนเทนต์มืออาชีพ Travel Brands ทั้งหลายจึงให้ความสำคัญกับภาพที่จะโพสต์บนอินสตาแกรมมากขึ้น เพราะภาพช่วยสร้างประสบการณ์ร่วมและแรงบันดาลใจให้ Gen Y อยากไปเยือน ณ สถานที่แห่งนั้น โดย Travel Brands ประเภทโรงแรม อาจโพสต์ภาพล็อบบี้ที่ตกแต่งอย่างสวยงามหรือพื้นที่รอบๆ ที่มั่นใจว่าดึงดูดความสนใจได้ หรือหากเป็น Travel Brands ประเภทการท่องเที่ยวแบบเดินป่า อาจกระตุ้นความสนใจของ Gen Y ด้วยภาพความงามของป่าเขา

รับฟังความคิดเห็นของกลุ่มลูกค้า

ความคิดเห็นต่างๆ ที่ Gen Y มีต่อแบรนด์ดูได้จากคอมเมนต์ใต้ภาพที่โพสต์บนอินสตาแกรม และภาพถ่ายที่พวกเขาถ่ายร่วมกับสถานที่นั้นๆ ซึ่งสิ่งเล็กๆ เหล่านี้ทำให้ทราบถึงความพึงพอใจที่พวกเขามีต่อแบรนด์ และช่วยสร้างกลุ่มลูกค้าใหม่ๆ ได้เพราะผู้คนยังคงเชื่อถือความคิดเห็นจากผู้ที่ไปจริง

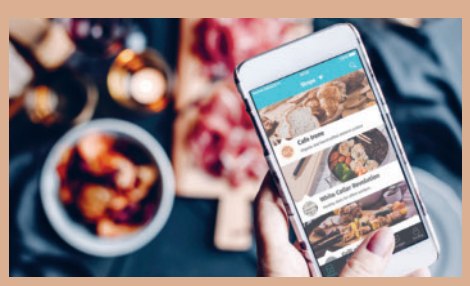
ดึงดูดความสนใจด้วยผู้มีอิทธิพล

รู้หรือไม่ การที่ผู้มีอิทธิพลอย่างดารา นักร้อง หรือบล็อกเกอร์เพียง 1 คน โพสต์ภาพที่เกี่ยวข้องกับ Travel Brands ลงบนอินสตาแกรมสามารถเพิ่มจำนวนผู้ติดตามอินสตาแกรมของ Travel Brands นั้นได้อย่างน้อย 50 ราย ซึ่งถือว่าคุ้มค่าหากนักการตลาดจะลงทุนกับผู้มีอิทธิพลเหล่านี้ โดยไม่เพียงเลือกผู้มีอิทธิพลที่อยู่ในกระแสเท่านั้น หากแต่ต้องเป็นผู้ที่เข้าใจแบรนด์และมีไลฟ์สไตล์เข้ากับแบรนด์ด้วย

เน้นกิจกรรมเด่นๆ

นอกจาก Gen Y ใช้อินสตาแกรมในการค้นหาที่พักแล้ว พวกเขายังใช้ค้นหากิจกรรมที่น่าสนใจของสถานที่ท่องเที่ยวก่อนตัดสินใจออกเดินทาง ดังนั้น Travel Brands ต่างๆ จึงควรโพสต์ภาพกิจกรรมที่น่าสนใจด้วย อาจเป็นภาพการผจญภัยในพื้นที่ต่างๆ รอบสถานที่ท่องเที่ยวหรือดึงจุดเด่นมาโพสต์อย่างสปาปลาที่ต่างจากที่อื่น

ONNER
ตลาดขายอาหารออนไลน์ของคนรักอาหาร



Onner (ออนเนอร์) ช่องทางขายอาหารออนไลน์ของไทยที่เกิดขึ้นเพื่อให้กลุ่มคนที่มีฝันอยากเปิดร้านอาหารและคนที่รักในการทำอาหารได้มีโอกาสเติบโตบนช่องทางการขายที่เหมาะสม โดยขายได้ทั้งอาหาร ขนมหวาน เครื่องดื่ม และผลไม้ ส่วนเหล่าคนรักการกินจะได้รับประสบการณ์ใหม่ๆ ในการเลือกซื้ออาหารที่มีคุณภาพสะอาด รสชาติอร่อยจากร้านต่างๆ ที่รวมไว้ในแอพพลิเคชันเดียว อีกทั้งยังมีบริการส่งตรงถึงบ้านด้วย

สำหรับความน่าสนใจของ Onner อยู่ที่ความสะดวกในการตั้งร้าน เพราะใช้เวลาเพียง 3 นาทีเท่านั้น เมื่อเซ็ตร้าน เซ็ตเมนู และแจ้งเงื่อนไขการจัดส่งเรียบร้อยก็เริ่มขายได้ทันที อีกทั้งยังมีฟังก์ชัน Chat Online สำหรับคุยกับลูกค้าได้โดยตรง สามารถดูรายงานการขายได้ตลอดเวลาและสรุปยอดขายได้แบบ Real-Time

ด้วยความที่เป็นช่องทางการขายอาหารออนไลน์ ลูกค้าจึงมักตัดสินใจเลือกสั่งอาหารจากภาพประกอบเมนู ดังนั้น ร้านค้าควรเลือกใช้ภาพอาหารที่เป็นอาหารของทางร้านจริงๆ เพื่อให้ลูกค้าเกิดความเข้าใจที่ถูกต้องเกี่ยวกับอาหารที่จะได้รับ ควรใช้ภาพอาหารที่น่ารับประทานและเป็นภาพที่มีความคมชัดหรือความละเอียดสูง เพราะหากใช้ภาพที่มีความละเอียดต่ำหรือไม่คมชัดจะทำให้อาหารไม่ดึงดูดความสนใจ ส่วนช่องข้อมูลของร้านค้าควรเขียนเรื่องราวความเป็นมา แรงบันดาลใจ หรือจุดเด่นของร้านลงไปด้วย เพราะจุดเด่นที่แตกต่างจากร้านอื่นหรือเรื่องราวความเป็นมาที่น่าสนใจช่วยดึงความสนใจของลูกค้าได้ และในช่อง Main Ingredients ควรให้ข้อมูลส่วนผสมหลักของเมนูอาหาร เพื่อให้ลูกค้าทราบว่าเมนูอาหารนั้นมีส่วนผสมใดที่อาจทำให้เกิดอาการแพ้

สำคัญ! หากลูกค้าต้องการขอเงินคืนได้กรณีที่ไม่ได้รับอาหารอันเป็นผลจากร้านค้าไม่สามารถส่งอาหารได้ ลูกค้าจะได้รับเงินคืนเต็มจำนวน 100 เปอร์เซ็นต์ โดยร้านค้าจะไม่ได้รับค่าอาหาร และต้องรับผิดชอบค่าธรรมเนียมการโอน 3.65 เปอร์เซ็นต์ ภาษีมูลค่าเพิ่ม 7 เปอร์เซ็นต์จากค่าธรรมเนียมการโอน และ 30 เปอร์เซ็นต์ของค่าอาหารทั้งหมดจะเรียกเก็บจากร้านค้าโดยนำไปเป็นส่วนลดให้กับลูกค้าเต็มจำนวน

ไม่เพียงเท่านี้ หากลูกค้าขอเงินคืน 3 ครั้งภายใน 2 เดือน ร้านค้านั้นจะถูกระงับการขายเป็นเวลา 15 วัน และหากลูกค้าขอเงินคืน 3 ครั้งภายใน 1 เดือน ร้านค้านั้นจะถูกปลดออกจากระบบทันที

STYLHUNT
ช้อปแบบมั่นใจในโซเชียลมีเดีย

Text : กองบรรณาธิการ

ตลาด e-Commerce ไทยในปี พ.ศ.2559
มีมูลค่าประมาณ 4.7 พันล้านดอลลาร์สหรัฐฯ
โดยมีการประเมินว่าในจำนวนนี้
มาจากการซื้อ-ขายผ่านโซเชียลมีเดีย
มากถึง 510 ล้านดอลลาร์ฯ
หรือ 17,800 ล้านบาท
ด้วยเหตุนี้โซเชียลมีเดีย
จึงเป็นตลาดซื้อของออนไลน์
ที่ไม่อาจมองข้ามได้ รวมถึง Stylhunt

Stylhunt เป็นแอพพลิเคชันที่เข้ามาเป็นตัวกลาง ช่วยให้ผู้บริโภคสามารถค้นหาร้านค้าแฟชั่นออนไลน์บนโซเชียลมีเดียได้ง่ายขึ้น โดยการรวบรวมร้านค้าที่มีความน่าเชื่อถือในโลกโซเชียลมีเดียมาไว้แล้วจัดอันดับจากยอดไลก์และจำนวนผู้ติดตาม ซึ่งวิธีนี้ ไม่เพียงบอกระดับความนิยมของร้านค้า แต่ยังแสดงถึงความน่าเชื่อถือของร้านค้าได้อีกด้วย โดยสิ่งเหล่านี้จะเป็นตัวช่วยให้นักช้อปออนไลน์สามารถพบเจอร้านค้าที่น่าเชื่อถือได้อย่างรวดเร็ว ขณะเดียวกันร้านค้าก็มีโอกาสพบเจอลูกค้าด้วยเช่นกัน และด้วยการคัดเลือกของ Stylhunt ที่ช่วยตรวจสอบร้านค้า ทำให้ผู้บริโภคมั่นใจได้ว่า จะได้ซื้อสินค้าจากร้านค้าออนไลน์ที่ไว้วางใจได้

สุรวัฒน์ พรหมโยธิน หนึ่งในผู้ร่วมก่อตั้งและซีอีโอ Stylhunt เล่าว่า จากการสำรวจของ Stylhunt ถึงพฤติกรรมนักช้อปออนไลน์ที่ซื้อสินค้าผ่านโซเชียลมีเดีย พบว่า นักช้อปออนไลน์จะสั่งซื้อสินค้าโดยการแช็ต และชำระเงินค่าสินค้าผ่านวิธีโอนเงิน นอกจากนี้ จะมีความกังวลเมื่อซื้อสินค้าออนไลน์ใน 2 เรื่อง คือ หนึ่ง ความน่าเชื่อถือของแต่ละร้านค้า โดยกังวลว่าจะไม่ได้รับสินค้าภายหลังการชำระเงิน และสอง การค้นพบร้านค้าในโซเชียลมีเดียที่ถูกใจสักร้านเป็นเรื่องที่ยากมาก กล่าวคือไม่สามารถเจอร้านค้าที่ถูกใจเหล่านี้ผ่านการเซิร์ชเอนจิน เนื่องจากร้านค้าออนไลน์กว่า 1,000 ร้านที่มีอยู่นั้น มักจะไม่ลงทุนในการทำ SEO ทำให้เป็นเรื่องยากที่จะค้นพบร้านค้าออนไลน์เหล่านั้นผ่านการเซิร์ชเอนจิน

"ลักษณะเฉพาะของตลาดช้อปปิ้งออนไลน์ในประเทศไทย ความแตกต่างอยู่ตรงที่นักช้อปส่วนใหญ่ซื้อของจากร้านค้าในเฟซบุ๊ก และอินสตาแกรม ไม่ใช่ตามเว็บไซต์อี-คอมเมิร์ซ Stylhunt จะเข้ามาช่วยแก้ปัญหาให้ผู้ซื้อและผู้ขายได้มีโอกาสเจอกันง่ายขึ้นเร็วขึ้น นอกจากนี้ ร้านค้าออนไลน์ไม่ลงทุนในการทำ SEO ในส่วนของการใช้งาน Stylhunt ได้ออกแบบแอพพลิเคชันที่ง่ายต่อการใช้งาน เราออกแบบฟังก์ชันการเลือกสินค้าโดยให้เลือก "ชอบ" หรือ "ไม่ชอบ" คล้ายกับแอพพลิเคชัน Tinder และใช้รูปภาพเป็นสื่อในหน้าหลัก ทำให้ผู้ซื้อสามารถค้นหาร้านค้าและสินค้าที่ถูกใจได้ง่าย และรวดเร็วกว่าเซิร์ชเอนจินในปัจจุบันถึง 50 เท่า"

ด้วยแนวคิดที่ตอบโจทย์นักช้อปปิ้งออนไลน์ดังกล่าว หลังจากที่มีการทดลองตลาดที่ผ่านมา Stylhunt ก็ได้รับผลตอบรับเป็นอย่างดี จนมียอดดาวน์โหลดมากกว่า 20,000 ดาวน์โหลด ที่สำคัญมีผู้ใช้งานเพิ่มสูงอย่างรวดเร็ว รวมถึงยอดการกลับมาใช้ซ้ำภายในระยะเวลา 30 วันที่สูงถึง 70 เปอร์เซ็นต์ จนกระทั่งสามารถระดมทุนรอบ Pre-Series A ได้เงินทุนประมาณ 500,000 ดอลลาร์สหรัฐฯ ซึ่งการลงทุนรอบนี้นำโดยบริษัท ไซเบอร์เอเจนท์ เวนเจอร์ จำกัด จากญี่ปุ่น, 500 TukTuks กองทุนย่อยในเครือบริษัทร่วมลงทุน 500 Startups, Expara Ventures กลุ่มทุนจากสิงคโปร์, The Singapore Angel Network กลุ่มนักลงทุนรายบุคคลจากสิงคโปร์ และ พอล-ภัทรพล ศิลปาจารย์ นักแสดง

สำหรับเงินทุนดังกล่าว สุรวัฒน์กล่าวว่า Stylhunt วางแผนที่จะใช้เงินทุนที่ได้มาในรอบ Pre-Series A ในการขยายทีมงานโดยเฉพาะในตำแหน่ง เช่น Software Development, Community Management และ Business Development เพื่อขยายการจัดการธุรกิจในไทย และมุ่งทำการตลาด ส่วนในอนาคต Stylhunt มีแผนขยายการให้บริการไปยังตลาดอี-คอมเมิร์ซที่มีพฤติกรรมช้อปปิ้งใกล้เคียงกัน เช่น อินโดนีเซีย เวียดนาม ฟิลิปปินส์ และมาเลเซีย ในรอบ Series A ต่อไป

จองร้านอาหาร-เพิ่มลูกค้ากับ
EATIGO

Eatigo (อีททิโก) เป็นแอพพลิเคชันสำรองที่นั่งในร้านอาหารพร้อมส่วนลดพิเศษ เพื่อให้ผู้ที่กำลังมองหาร้านอาหารสามารถค้นหาร้านที่มีที่นั่งว่างอยู่ได้ง่ายๆ จากร้านอาหาร ขณะเดียวกันผู้ประกอบการร้านอาหารก็จะได้มีโอกาสเพิ่มลูกค้าในช่วงเวลาที่ปกติแล้วมีคนมารับประทานอาหารน้อย เรียกว่าเป็นการเพิ่มกำไรให้กับร้านอาหารโดยการเพิ่มประสิทธิภาพในการบริหารจัดการที่นั่งด้วยบริการของ Eatigo เพราะหากเป็นบริการจองร้านอาหารออนไลน์ปกติ จะส่งลูกค้าไปให้ร้านอาหารในช่วงเวลาที่มีลูกค้ามาใช้บริการปกติที่มีลูกค้าเยอะอยู่แล้ว (Peak Hour) ในขณะที่ Eatigo จะส่งลูกค้าไปให้ในช่วงเวลาที่ร้านอาหารมีโต๊ะว่างและต้องการให้ลูกค้ามาใช้บริการ (Off-Peak Hour)

ปัจจุบัน Eatigo มียอดดาวน์โหลดถึง 500,000 ครั้ง และมีร้านอาหารในระบบมากกว่า 400 ร้านในกรุงเทพฯ พัทยา และประเทศสิงคโปร์ โดยผู้ที่สนใจสามารถใช้งานแอพพลิเคชัน Eatigoได้ทั้งบนเว็บไซต์ และแอพพลิเคชันบนสมาร์ตโฟน ทั้งระบบแอนดรอยด์และไอโอเอส ซึ่งมีส่วนลดนำเสนอให้ลูกค้าทุกวัน ทุกช่วงเวลา และในแต่ละวันจะมีร้านอาหารที่นำเสนอส่วนลดถึง 50 เปอร์เซ็นต์อีกด้วย ในวันนี้มียอดสำรองที่นั่งในร้านอาหารผ่านแอพพลิเคชัน Eatigo มากกว่า 1 ล้าน

Eatigo ก่อตั้งขึ้นโดยกลุ่มผู้ประกอบการหลากหลายเชื้อชาติ โดยเมื่อเร็วๆ นี้ Eatigo ได้รับเงินสนับสนุน Series A มาหลายล้านดอลลาร์สหรัฐฯ จากนักลงทุนหลายราย

"รักสวยรักงาม" จุดเริ่มของธุรกิจที่สำเร็จ
พิมพ์ขวัญ บุญจิตต์พิมล

Text : Kritsana S.

พิมพ์-พิมพ์ขวัญ บุญจิตต์พิมล สาวเก่งสุดมั่น วัย 26 ปี ที่มีดีกรีว่าที่ดอกเตอร์ เธอเป็นลูกสาวของ นพ.ประจักษ์ บุญจิตต์พิมล และ วราภรณ์ บุญจิตต์พิมล สองผู้บริหารและผู้ก่อตั้งกลุ่มบริษัทในเครือโรงพยาบาลนวมินทร์ 9 โดยตอนนี้เธอได้รับช่วงในการบริหารงานโรงพยาบาลต่อจากคุณพ่อ ดำรงตำแหน่งผู้ช่วยผู้อำนวยการและผู้อำนวยการฝ่ายการตลาดระหว่างประเทศ และล่าสุดเธอเปิดตัวธุรกิจของตนเอง VITALGLOW : SKIN & AESTHETIC ศูนย์สุขภาพและความงามที่เน้นรูปแบบการดูแลสุขภาพที่ดีจากภายในสู่ภายนอก

1 คุณพ่อและคุณแม่

"คุณพ่อจะวางแผนอนาคตของธุรกิจที่ทำไว้ค่อนข้างไกล และธุรกิจจะมีแผนรองรับทั้งแผน A แผน B และแผน C เพราะหากแผน A ไม่เวิร์กกับธุรกิจก็ยังมีแผนอื่นสำรอง ส่วนเรื่องการลงทุน คุณพ่อจะสอนว่า เมื่อลงทุนไปแล้วต้องหาวิธีคืนทุนให้ได้เร็วที่สุด เพราะกำไรจะมาหลังจากได้ทุนคืน และต้องมองภาพตลาดให้ชัดเจนก่อนลงทุนเสมอ ส่วนคุณแม่จะชอบมองหาตลาดใหม่ๆ และเป็นคนสร้างธุรกิจใหม่ให้กับบริษัท ซึ่งเมื่อพิมพ์มาทำ VITALGLOW ทั้งคุณพ่อและคุณแม่ปล่อยให้พิมพ์ลงมือทำเองเป็นส่วนใหญ่ โดยมีบ้างที่เข้ามาแนะนำ อย่างคุณพ่อจะแนะวิธีการพูดและการปฏิบัติต่อคน ส่วนคุณแม่จะแนะเรื่องการประชาสัมพันธ์และการทำโปรโมชั่น"

2 ความสุขสบายของครอบครัว

"หากพูดตามหลักการทำธุรกิจจริงๆ เราไม่ควรทำธุรกิจเพราะ Passion เพียงอย่างเดียว และไม่สนใจว่าจะขาดทุนหรือไม่ เพราะการทำธุรกิจก็คือการลงทุน ทุกคนทำธุรกิจไม่ใช่แค่ความชอบอย่างเดียว แต่ทำเพราะเงินด้วย อย่างพิมพ์ทำธุรกิจทุกอย่างเพราะรักมัน และผลพลอยได้จากสิ่งที่ทำคือ รายรับ จึงอยากนำรายรับที่ได้นี้ไปดูแลคุณพ่อและคุณแม่ให้อยู่แบบสุขสบาย เพราะท่านไม่เคยให้พิมพ์ต้องลำบากเลยตั้งแต่เด็กจนโต ดังนั้น พิมพ์จึงตั้งเป้าหมายไว้ว่า อีก 2 ปีข้างหน้าจะพิสูจน์ให้คุณพ่อและคุณแม่เห็นว่าพิมพ์มีฐานะที่มั่นคงและท่านสามารถปล่อยให้พิมพ์เดินได้ด้วยตนเอง"

3 สุขภาพและความงาม

"เพราะตั้งแต่เด็กพิมพ์คลุกคลีกับคุณพ่อซึ่งเป็นหมอผิวหนังและคุณแม่ที่มีความรู้ด้านโภชนาการ จึงทำให้ถูกปลูกฝังเรื่องสุขภาพมาตั้งแต่ตอนนั้น แต่พิมพ์เริ่มสนใจเรื่องสุขภาพและความงามอย่างจริงจังตอนเรียนไฮสคูลที่ออสเตรเลีย ตอนนั้นเป็นนักกีฬาบาสเกตบอล พอเหนื่อยจากเล่นกีฬาก็กินเยอะทำให้อ้วน และผิวดำเพราะตากแดด ช่วงนั้นเด็กฝรั่งจะมีแฟนเร็วมาก แต่พิมพ์ไม่มีใครมาจีบก็เสียเซลฟ์ จึงอยากทำตัวเองให้ดูดีเลยหาหนังสือเกี่ยวกับความงามมาอ่านว่าต้องกินผลไม้ชนิดไหนหรือขัดผิวด้วยอะไรจึงจะขาว และดูแลเรื่องอาหารการกินมากขึ้น โดยศึกษาว่าอาหารอะไรมีประโยชน์และอาหารแต่ละอย่างมีคอเลสเตอรอลเท่าไหร่ ซึ่งนี่เป็นตัวกระตุ้นสำคัญที่ทำให้อยากทำธุรกิจด้านนี้ เมื่อมี Passion เกี่ยวกับเรื่องสุขภาพและความงามก็ไม่รู้สึกว่าธุรกิจที่ทำคืองาน เพราะมีแต่ความสนุกและความสุขที่ได้ทำ"

4 การเติบโตของธุรกิจ

"นอกจากอยากต่อยอดธุรกิจของครอบครัวอย่างโรงพยาบาลนวมินทร์ 9 แล้ว พิมพ์ต้องการให้ VITALGLOW เติบโตไปอย่างมั่นคง ซึ่ง VITALGLOW เป็นธุรกิจที่ทำเพราะความรัก อีกทั้งยังเป็นธุรกิจที่ทำให้สิ่งที่คุณพ่ออยากทำได้เกิดขึ้นจริง เพราะคุณพ่อจบแพทย์ผิวหนังและอยากทำธุรกิจเกี่ยวกับด้านผิวหนัง แต่ไม่มีเวลาเพราะต้องดูแลโรงพยาบาล โดยในอนาคตพิมพ์ตั้งใจขยายสาขา VITALGLOW ไปยังประเทศในกลุ่ม CLMV เพราะเป็นประเทศที่คนมีกำลังจ่ายแต่ไม่มีที่ให้จ่าย"

5 กีฬา

"จากที่เคยอ้วนและดำจากการเป็นนักกีฬาบาสเกตบอล พิมพ์ก็เกิดแรงบันดาลใจที่จะศึกษาเรื่องความงาม และสุขภาพ ซึ่งการศึกษาเรื่องเหล่านี้ทำให้เกิดคอนเซ็ปต์ในการทำธุรกิจ VITALGLOW นั่นคืออยากให้ผู้หญิงมีความคิดว่า เราสวยได้ในแบบของเรา และสวยแบบสุขภาพดี ซึ่งเป็นความสวยที่ยั่งยืน โดยอาจเข้าคลินิกความงามเพียงอาทิตย์ละหนึ่งครั้ง ส่วนเวลาที่เหลือก็ดูแลตัวเองด้วยการกินอาหารดีๆ พักผ่อนให้เพียงพอ และออกกำลังกายสม่ำเสมอ อย่างพิมพ์นอกจากใส่ใจเรื่องอาหารแล้วยังเล่นกีฬาเป็นประจำ เพราะมีข้อดีมากกว่าแค่สุขภาพดี อย่างการวิ่งมาราธอนช่วยฝึกสมาธิได้ เพราะต้องใช้สมาธิในการวิ่งไปให้ถึงเส้นชัย ส่วนการเล่นบาสเกตบอลทำให้รู้วิธีการทำงานแบบทีมว่าต้องทำงานร่วมกันอย่างไรให้ประสบความสำเร็จ"

|| GOOD LIFE ||

ปฏิวัติของว่างระหว่างมื้อ

Text : Morning Dew

มีใครไม่เคยกินขนมที่โต๊ะทำงานบ้าง
ส่วนใหญ่ก็เคยล่ะนะ
บางคนนี่งานยุ่งขนาดต้องสั่งข้าวกล่องมารับประทานที่โต๊ะเลยก็มี
รับประทานข้าวไป ทำงานไปอาจดูประหยัดเวลา
แต่ถ้าทำบ่อยๆ หายนะทางสุขภาพมาเยือนได้

ทำไมรู้ไหม เช่น ถ้ารีบเร่งจะทำให้กินเร็ว พอเคี้ยวไม่ละเอียดอาหารก็ไม่ย่อย เกิดท้องอืดท้องเฟ้อได้ แต่ถ้ากินช้าๆ บางทีเพลิน อิ่มแล้วก็ยังตักเข้าปากเรื่อยๆ ได้แคลอรีส่วนเกินมาอีก แต่ส่วนใหญ่ที่กินเวลาทำงานมักเป็น Snack หรือของว่างระหว่างมื้อ

ผลการศึกษาพฤติกรรมของคนทำงานออฟฟิศพบว่า ที่กินของว่างบางทีก็ไม่ใช่เพราะหิวแต่เกิดจากอารมณ์เบื่อและเครียด ยิ่งเครียดก็ยิ่งกินเยอะ แถมบางคนยังกินไม่เลือก โดยเฉพาะของว่าง Junk Snack ประเภทมันฝรั่งทอด ขนมกรุบกรอบเป็นซองๆ และขนมที่มีแต่แป้งและน้ำตาลทั้งหลาย ในเมื่อห้ามตัวเองให้หยุดกินไม่ได้ ถ้าอย่างนั้นก็ต้องลดความเสี่ยงต่อโรคอ้วนด้วยการสรรหาอาหารว่างเพื่อสุขภาพทดแทน วันนี้มีข้อแนะนำมาฝาก เราจะแบ่งอาหารว่างออกเป็น 2 แบบ

อาหารว่างที่ควรมีติดโต๊ะทำงาน มีอะไรบ้าง มาดูกัน ซีเรียลกับนม/นมถั่วเหลืองกล่อง ซีเรียลเลือกแบบที่มีผลไม้อบแห้งผสมจะได้ไฟเบอร์ด้วย อันนี้กินเป็นอาหารเช้ายังได้เลย ถั่วเมล็ดแห้งชนิดต่างๆ เช่น ถั่วกระป๋องอบกรอบ ถั่วลิสง วอลนัต อัลมอนด์ แมคาเดเมีย พยายามอย่าเลือกถั่วเคลือบน้ำตาลหรืออบเกลือเค็มเกินไป ผลไม้แห้ง อย่างอินทผลัม ลูกเกด แครนเบอร์รี่ สตรอเบอร์รี่ แอพริคอต กีวี ผลไม้พวกนี้น้ำตาลสูงควรรับประทานคู่กับถั่วหรือเมล็ดทานตะวัน เมล็ดฟักทองเพื่อลดการดูดซึมน้ำตาลเข้ากระแสเลือด

อาหารว่างที่พกพามาจากบ้านหรือซื้อหาจากข้างนอก ได้แก่ โยเกิร์ตรสธรรมชาติ แนะนำว่าถ้าเป็นกรีกโยเกิร์ตจะได้โปรตีนเพิ่มขึ้น หรือไข่ต้มแข็ง 1 ฟองก็ทำให้อิ่มท้องได้ ผลไม้ทุกชนิดโดยเฉพาะกล้วย แอปเปิ้ล ให้พลังงานดีนักแล และผักบางชนิด เช่น แตงกวา แคร์รอต ขึ้นฉ่ายฝรั่ง หั่นเป็นแท่งๆ ทำเป็น Veggie Stick แช่ให้เย็นอร่อยชื่นใจ ดับกระหายได้ด้วย ส่วนเครื่องดื่ม ที่เคยติดกาแฟเย็น ชาเย็น ชาเขียวปั่น น้ำอัดลมอาจเพลาๆ ลงและเปลี่ยนมาจิบอย่างอื่นแทน เช่น น้ำสมุนไพรหวานน้อย ชาเขียว ชาดำ ชาขาวชงแบบไม่ใส่น้ำตาล ใส่น้ำแข็งจิบคลายร้อนดี แรกๆ อาจต้องฝืนกับการดื่มชาแบบไม่ใส่น้ำตาล แต่ถ้าลองหลายๆ ครั้งจะคุ้นกับรสชาติจนรู้สึกชื่นชอบ แต่จะว่าไปเครื่องดื่มที่ดีที่สุดก็ยังเป็นน้ำเปล่าอยู่ดี

ที่สำคัญ อย่าปล่อยให้ตัวเองหิว เวลาหิวจัด เรามักกินไม่เลือก และกินในปริมาณที่มากเกินความต้องการของร่างกาย ของว่างที่พกพาสะดวกและอยู่ท้องคืออาหารประเภทโปรตีน ผู้เขียนมักจะมีกล่องคอนเทนเนอร์เล็กๆ ขนาดครึ่งฝ่ามือ 2 กล่องพกติดตัว กล่องหนึ่งบรรจุถั่วต่างๆ ส่วนใหญ่เป็นอัลมอนด์ อีกกล่องไว้ใส่ลูกเกดหรือผลไม้แห้งอื่นๆ เวลาหิวและต้องการอาหารรองท้อง แทนที่จะเดินเข้าร้านสะดวกซื้อ ก็กินสองสิ่งนี้คู่กัน ได้ทั้งความอิ่ม ได้ทั้งประโยชน์ ใครจะเลียนแบบ ก็ยินดีอย่างยิ่ง การปฏิวัติการกินของว่าง ไม่จำเป็นต้องทำแบบหักดิบ ค่อยๆ เปลี่ยนแปลงทีละน้อย เมื่อทำบ่อยๆ จะกลายเป็นความเคยชิน ลองดูนะคะ เพื่อสุขภาพที่ดี ไม่ใช่ของใคร ของตัวเราเอง

|| FIT AND FABULOUS ||

วิธีรีดไขมันเลว LDL

Text : น้ำค้าง

แม้จะทราบดีว่าการออกกำลังกายนำพามาซึ่งประโยชน์ตั้งแต่ศีรษะจดเท้า แต่ดูเหมือนจุดประสงค์ของคนส่วนใหญ่จะพุ่งไปที่การลดน้ำหนักและป้องกันความอ้วน อย่างหนึ่งที่เราทราบคือการออกกำลังกายทำให้หัวใจแข็งแรง แต่ผลพลอยได้อีกอย่างที่หลายคนอาจจะยังไม่ทราบคือมันช่วยลดไขมันเลว (LDL) และเพิ่มไขมันดี (HDL) ด้วยนะเออ

LDL ทำหน้าที่ลำเลียงคอเลสเตอรอลออกจากตับเข้าสู่กระแสเลือด หากคอเลสเตอรอลตกค้างในกระแสเลือดก็จะไปเกาะตามผนังหลอดเลือด ทำให้เกิดภาวะหลอดเลือดแดงแข็งตัว เปราะแตกง่าย ส่วน HDL คือไขมันที่มีความหนาแน่นสูง เป็นไขมันดีช่วยป้องกันคอเลสเตอรอล และไตรกลีเซอไรด์ และ LDL สะสมในหลอดเลือด พูดง่ายๆ LDL นำพาไขมันเข้ากระแสเลือด HDL จะเป็นตัวชะไขมันส่วนเกินออกไปนั่นเอง

การออกกำลังกายประเภทไหนบ้างที่ช่วยลด LDL อย่างแรกคือ คาร์ดิโอ หรือการออกกำลังกายแบบแอโรบิกที่กระตุ้นการทำงานของหัวใจให้เร็วขึ้น เช่น การเดินเร็ว การวิ่ง ว่ายน้ำ ปั่นจักรยาน หรือการเต้นรำ เป็นต้น อย่างที่สองคือการออกกำลังกายแบบฝึกกล้ามเนื้อ (Strength Training) เช่น ยกน้ำหนัก หรือใช้ยางยืด อันนี้จะเพิ่มความแข็งแรงของกล้ามเนื้อ และทำให้ตัวเลขไขมันในร่างกายดีขึ้น

มากแค่ไหน? อย่างน้อย 3 วันต่อสัปดาห์ ถ้าจะให้ดี 5 วันขึ้นไป ครั้งละ 30 นาที หรือสัปดาห์หนึ่งควรออกกำลังกายรวมแล้วให้ได้ 150 นาที ระยะเวลาในการออกกำลังกายมีผลต่อระดับ HDL ยิ่งออกนาน HDL ก็ยิ่งเพิ่มขึ้น แต่ถ้าไม่มีเวลามากขนาดนั้น ใช้วิธีแบ่งช่วงเวลาก็ได้ เช่น ตอนเช้า 10-15 นาที ตอนเย็นอีก 10-15 นาที เป็นต้น จนครบสัปดาห์ก็จะสะสมเวลาได้ตามที่ต้องการ การออกกำลังกายแบบไม่ตั้งใจอีกอย่างคือ การเคลื่อนไหวร่างกายให้มากที่สุดด้วยการเดิน เดินในบ้าน ในสำนักงาน ตามถนนนี่แหละ ลองซื้อ Pedometer เครื่องนับก้าวเดินมาใช้หรือจะดาวน์โหลดแอพฯ บนสมาร์ตโฟนมาก็ได้ และกำหนดตัวเองให้เดินอย่างน้อยวันละ 10,000 ก้าว

ออกกำลังกายต้องหนักแค่ไหน? เอาแบบกลางๆ ก็พอ ให้อัตราการเต้นของหัวใจเพิ่มขึ้น 50-80 เปอร์เซ็นต์ จากอัตราการเต้นเร็วสุด หากไม่มีเครื่องวัด เราสามารถสังเกตตัวเองง่ายๆ คือ ระหว่างออกกำลังกายจะหายใจเร็วและแรงขึ้น แต่ยังสามารถพูดคุยได้ ไม่ถึงกับเหนื่อยจนพูดไม่ปะติดปะต่อ ไม่จบประโยค

หากปฏิบัติตามที่กล่าวมาอย่างสม่ำเสมอ ผลที่จะได้คือคอเลสเตอรอล LDL ลดลง 15 เปอร์เซ็นต์ ขณะที่ไขมัน HDL คุณจะเห็นความแตกต่างของระดับ LDL ใน 3-6 เดือน แต่สำหรับ HDL อาจใช้เวลานานขึ้น โดยเฉลี่ยประมาณ 9 เดือน แต่ถ้าคุณออกกำลังกายแบบหนักหน่วง อย่าง T25 ทุกวัน ก็เป็นไปได้ที่ HDL จะเพิ่มขึ้นในระยะเวลาแค่ 2 เดือน

สิ่งหนึ่งที่ต้องระวังคือ อย่าใช้ข้ออ้างว่าคุณได้ทำการออกกำลังกายแล้ว จึงอนุญาตให้ตัวเองได้กินตามใจปากอย่างเสรี เหมือนพี่ชายผู้เขียนที่ออกกำลังกายทุกวัน แต่ไขมันไม่เคยลดเพราะทัศนคติที่ว่า Work out hard, eat harder ซึ่งเป็นความคิดที่ผิด การออกกำลังกายเป็นประจำนั้นดีอยู่แล้ว แต่จะให้ดียิ่งขึ้นควรควบคุมอาหารด้วย เลือกรับประทานอาหารดีๆ มีประโยชน์ ละเลี่ยงอาหารไขมันสูง อาหารอุดมด้วยน้ำตาล จึงจะทำให้เห็นผลยิ่งขึ้น

EATING OUT *Text : Duckkiez / Photo : กฤษฎา ศิลปไชย, เจษฎา ยอดสุรางค์*

SIGNOR SOMCHAI
ลิ้มรสซีฟูดไทยในเมืองท่ากลางเอกมัย

INSPIRED

หลังจาก Bottoms Up ร้านอาหารสไตล์ Contemporary Art ที่ให้บรรยากาศความเป็น Fashion Dining House ได้รับการตอบรับอย่างดี **เจษดินทร์ ถวัลย์ศักดิ์วุฒิ** จึงเลือกเปิดร้านอาหารทะเลบ้าง โดยตั้งใจออกแบบร้านในสไตล์ Contemporary Loft เพื่อให้มีบรรยากาศเสมือนอยู่เมืองท่า และในส่วนวัตถุดิบหลักของเมนูอาหารกว่าร้อยแปดเมนูนั้น ทางร้านคัดสรรเฉพาะอาหารทะเลไทยเกรดเอจึงมั่นใจได้ในเรื่องคุณภาพและความสดใหม่

CHEF RECOMMENDED

แม้จะเป็นอาหารทะเลจากท้องทะเลไทย แต่หน้าตาและรสชาติของแต่ละเมนูก็ชวนน้ำลายสอเสียจริง อย่างปลากะพงทอดราดซอส 3 รส ทางร้านเลือกใช้ปลากะพงสด ๆ ตัวโตทอดในน้ำมันร้อน ๆ จนผิวนอกเหลืองกรอบ และเนื้อปลานุ่มฟู ก่อนราดด้วยซอส 3 รสที่ให้รสชาติเปรี้ยว เค็ม และตามด้วยรสหวาน ถัดมาเป็นเมนูยอดนิยมอย่างกุ้งแชบ๊วยต้มยำน้ำข้น กุ้งแชบ๊วยตัวโต เนื้อแน่น และมีรสหวานตามธรรมชาติต้มในน้ำซุปต้มยำน้ำข้นที่รสชาติเข้มข้นถึงรสถึงเครื่อง และปูนิ่มคั่วพริกเกลือ อีกหนึ่งเมนูรสชาติเผ็ดร้อนของทางร้าน ปูนิ่มทั้งตัวถูกนำไปทอดจนเหลืองกรอบก่อนนำมาคั่วกับพริกไทยอ่อน พริกสดซอย และเกลือ ส่วนคนโปรดเมนูไข่พลาดไม่ได้กับเมนูไข่ตุ๋นทะเล ไข่ตุ๋นเนื้อเนียนนุ่มอัดแน่นด้วยอาหารทะเลชิ้นโต ๆ อย่างปลาหมึก กุ้ง และเนื้อปู

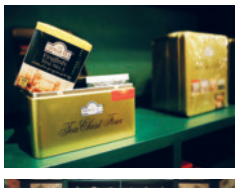
SPECIAL

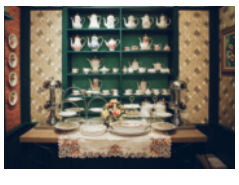
ไม่เพียงเอาใจคนรักอาหารทะเลด้วยเมนูอาหารทะเลสไตล์อาหารไทย-จีนฟิวชั่น รสชาติจัดจ้านเท่านั้น หากแต่ทุก ๆ เดือนยังมีเมนูพิเศษ เช่น Oyster ตามฤดูกาล และ Special Grills Bar ส่วนคอเบียร์จะได้เพลิดเพลินกับเบียร์หลากยี่ห้อ พร้อมทั้งมีไวน์ชั้นนำให้จิบแกล้มอาหารมื้อพิเศษ

NOTE

หมดกังวลเรื่องที่จอดรถไปได้เลยเพราะทางร้านมีที่จอดรถไว้บริการ และหากกำลังมองหาสถานที่จัดเลี้ยงแบบส่วนตัว ร้าน Signor Somchai เหมาะอย่างยิ่ง เพราะสามารถรองรับแขกได้มากกว่า 200 ที่นั่ง และยังเลือกจัดได้ทั้งแบบบุฟเฟต์และ A La Carte

Nord Avenue ซ.สุขุมวิท 63 เปิดบริการทุกวัน 10.00-22.00 น.
☎ 08-1969-6800 SignorSomchai signorsomchai





CLOVERLEAF TEAROOM & RESTAURANT
จิบชาหอมกรุ่นแกล้มอาหารยุโรปรสดั้งเดิม

INSPIRED

เริ่มต้นจากความชอบดื่มชาเป็นชีวิตจิตใจ **วันชัย นันทนาท** จึงอยากถ่ายทอดความเป็น Tea Lover นี้ไปยังผู้ที่มีความชอบจิบชายามบ่ายด้วยการเปิดร้าน Cloverleaf Tearoom ร้านชาที่นำเสนอชาอังกฤษเก่าแก่ระดับพรีเมียมอย่างชา Ahmad Tea ก่อนจะเพิ่มเมนูอาหารให้นักชิมได้ลิ้มรสความอร่อยของอาหารสไตล์ยุโรปเปี่ยนรสดั้งเดิม

CHEF RECOMMENDED

เริ่มต้นความอร่อยด้วยพิซซ่าเย็น Tortillas Smoke Salmon Pizza พิซซ่าแป้งบางกรอบท็อปปิ้งด้วยแซลมอนรมควัน ความอร่อยอยู่ที่ครีมซอสและความสดของแซลมอน หากต้องการตัดรสเค็ม แนะนำให้บีบเลมอนลงบนชิ้นพิซซ่าก่อนรับประทาน Salmon Pesto Cream Spaghetti แซลมอนรมควันชิ้นโตวางบนเส้นสปาเกตตีเหนียวนุ่มผัด Pesto Cream ซึ่งปรุงจากใบสวีตเบซิล ใบพาสลีย์ และเครื่องปรุงรสชั้นดี และ Baked River Prawn with Cheese กุ้งแม่น้ำอบชีส กุ้งแม่น้ำตัวโตผ่าหลังปรุงรสด้วยเครื่องเทศและโรยหน้าด้วยมอสซาเรลล่าชีสก่อนนำไปอบจนสุกได้ที่ เมนูนี้ควรรับประทานขณะอาหารยังร้อน เพราะจะได้รสสัมผัสที่ชุ่มฉ่ำของเนื้อกุ้งและชีสนุ่ม ๆ หากรู้สึกเลี่ยน ตัดเลี่ยนได้ด้วยผักอบที่เสิร์ฟเคียง

SPECIAL

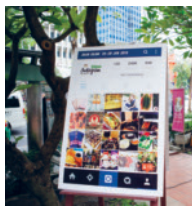
เอาใจเหล่า Tea Lover ด้วย Afternoon Tea Buffet ที่มีเวลากว่า 1 ชั่วโมงครึ่งให้ผู้ชอบจิบชายามบ่ายได้ละเลียดรสชาระดับตำนานจากเมืองผู้ดีอังกฤษอย่างชา Ahmad Tea พร้อมลิ้มรสความอร่อยของขนมหวานอย่างสโคน มาการอง และเค้กหลากรสชาติที่นำเข้าจากฝรั่งเศส ส่วนผู้ต้องการดื่มกาแฟ ทางร้านก็มีบริการเช่นกัน

NOTE

แม้ทางร้านรองรับได้กว่า 50 ที่นั่ง แต่หากมาในวันศุกร์-อาทิตย์ และวันหยุดนักขัตฤกษ์แนะนำให้โทรศัพท์จองสักนิดจะได้ไม่ไปเสียเที่ยว

The Walk Shopping Center เกษตร-นวมินทร์ เปิดบริการทุกวัน 11.00-22.00 น.
☎ 0-2116-6040 cloverleaftearoom cloverleaf_tearoom

SHOPPING *Text : Duckkiez*



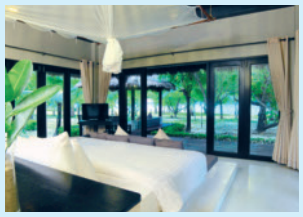
SILOM INSTAGRAM MARKET

ช้อปร้านออนไลน์บนออนกราวนด์

แอบหวั่นใจเล็กน้อยว่าอากาศร้อนๆ ยามบ่ายจะทำให้การเดินช้อปปิ้งงาน Silom Instagram Market หมดสนุก แต่เมื่อเดินทางมาถึงสถานที่จัดงานอย่างโครงการบ้านสีลมก็โล่งใจขึ้นเยอะ เพราะร่มเงาของแมกไม้ช่วยบดบังแสงแดดได้มากทีเดียว อีกทั้งยังมีลมเย็นๆ พัดผ่านตลอด และแน่นอนว่ามางานนี้ไม่ผิดหวัง เพราะภายในงานมีร้านค้าชื่อดังในอินสตาแกรมร่วมออกบู๊ธมากมายอย่าง Bhanshop ที่มาพร้อมชุดทำงานหลากสไตล์ให้สาวๆ ออฟฟิศได้เลือกซื้อให้แมตช์กับรองเท้าหุ้มส้นประดับกิตเตอร์ BZ Shoes ส่วนใครที่ท้องเริ่มร้องแนะให้เดินตรงไปที่ Waffdog by Uncleboss เพราะมีเมนูยั่วน้ำลายอย่างไส้กรอกปลอดผงชูรสประกบวอฟเฟิลนุ่มๆ หลังหม่ำเรียบร้อย ล้างคาวกันหน่อยด้วยบราวนี่อร่อยๆ ร้าน A little Cup และหากรู้สึกเหนื่อย แวะซื้อน้ำมะนาวสดๆ เย็นๆ สักขวดจาก Lemonmefarm มาจิบเรียกความสดชื่นก่อนเดินทางกลับบ้านก็ดีไม่น้อย

TRAVEL & RELAX *Text : Duckkiez*

SEVEN SEAS RESORTS



รีสอร์ตหรูอีกแห่งของเมืองไทยที่เงียบสงบและงดงามด้วยบรรยากาศติดชายทะเล ส่วนห้องพักมีให้เลือกหลายแบบอย่างห้อง Deluxe Rooms นั้นติดสวนเขียวและมีระเบียงสำหรับนั่งพักผ่อน ห้อง Villa Siam มีพื้นที่สำหรับอาบแดด ส่วนห้อง Villa Siri และ Villa Santi สามารถมองเห็นวิวทะเล และมีศาลานั่งเล่นส่วนตัว

อ.กันตัง จ.ตรัง
☎ 0-7520-3389-90, 08-2490-2442 และ 08-2490-2552
www.sevenseasresorts.com

PARADEE

รีสอร์ตระดับพรีเมียมเพียงแห่งเดียวบนอ่าวกิ่วที่นักท่องเที่ยวสามารถดื่มด่ำบรรยากาศยามพระอาทิตย์ขึ้นและพระอาทิตย์ตกได้ในที่เดียว และในส่วนของวิลล่ามีบริการ 40 หลัง ซึ่งแต่ละหลังออกแบบตกแต่งอย่างประณีตด้วยเฟอร์นิเจอร์ที่ทำจากวัสดุธรรมชาติ ได้แก่ ไม้สัก หวาย และผ้าไหมไทย

อ.เมือง จ.ระยอง
☎ 0-3864-4285-7, 06-1413-8465 และ 06-1413-8466
www.paradeeresort.com

สิริ กิริยา สปา

สปาที่ได้รับการตกแต่งให้มีกลิ่นอายความร่วมสมัย ห้องสปาทรีตเมนต์ และห้องสปาตกแต่งด้วยไม้ทั้งหมดและอบอวลด้วยกลิ่นอโรมาจากธรรมชาติ สำหรับเมนูสปาแนะนำมีทั้งการแช่ตัวด้วยน้ำสมุนไพรสด ซึ่งช่วยบำรุงผิวพรรณ และขับเลือดลม นวดสลิม ช่วยลดเซลลูไลต์ กำจัดของเสีย และทำให้ผิวหนังมีสุขภาพดีขึ้น และเมนูขัดผิวที่ล้วนแต่มีส่วนผสมที่สกัดจากธรรมชาติ

ซ.สุขุมวิท 60 เปิดบริการทุกวัน 10.0 -22.00 น.
☎ 0-2741-5199, 0-2741-5277 และ 08-1816-3496 www.sirigiriyaspa.com

ART WALK *Text : Duckkiez*

THAVIBU GALLERY

หอศิลป์ที่รวบรวมไว้ซึ่งภาพวาดที่มีคุณภาพทั้งจากประเทศไทย เวียดนาม และเมียนมา และผลงานศิลปะบางส่วนยังมาจากประเทศในแถบเอเชีย สำหรับผลงานศิลปะที่จัดแสดงในหอศิลป์แห่งนี้เน้นผลงานที่สื่อสารด้านความคิดสร้างสรรค์ของวัฒนธรรม ความงามทางสังคมและการเมือง รวมทั้งสิ่งที่สะท้อนให้เห็นถึงความกังวลที่มาจากจิตวิญญาณ

JTC Jewelry Trade Center เปิดทุกวันจันทร์-เสาร์ 11.00-19.00 น.
☎ 08-1831-9907 www.thavibu.com

รักไม่ยอมเปลี่ยนแปลง

นิทรรศการที่นำเสนอผลงานจิตรกรรมอันเต็มไปด้วยอารมณ์ความรัก ความผูกพันระหว่างชายหนุ่มและหญิงสาว ซึ่งศิลปินสาว ลำพู กันเสนาะ ได้จินตนาการถึงตนเองและชายหนุ่มคนรักในอาชีพต่างๆ เพื่อบ่งบอกถึงความรักอันแนบแน่นอ่อนหวานที่ชายหญิงคู่หนึ่งมีให้กัน และไม่ว่าจะพบเจอสถานการณ์ใดๆ ก็พร้อมจะเดินเคียงข้างกันไป

หอศิลป์ร่วมสมัยอาร์เดล ถ.บรมราชชนนี ระยะเวลาจัดนิทรรศการตั้งแต่วันนี้ -20 มีนาคม 2559
☎ 0-2422-2092 ARDEL Gallery of Modern Art

Text / Photo : Kritsana S.

เขื่อนรัชชประภา

เที่ยวเมืองไทยเหมือนไปไกลถึงเมืองจีน

ด้วยความงดงามที่ธรรมชาติได้สรรค์สร้าง
ประกอบด้วยขุนเขาหินปูนน้อยใหญ่
รูปทรงแปลกตาจำนวนมาก
ทอดตัวกลางทะเลสาบใสสีเขียวมรกต
ทำให้ที่นี่ได้รับการขนานนามว่า
"กุ้ยหลินเมืองไทย"
และยิ่งไม่มีสัญญาณโทรศัพท์และอินเทอร์เน็ต
ก็ยิ่งทำให้เราได้ใช้เวลาเพื่อดื่มด่ำกับความงาม
ของเขื่อนรัชชประภา หรือเขื่อนเชี่ยวหลาน
จังหวัดสุราษฎร์ธานี ได้อย่างเต็มที่

เพียงเวลา 1 ชั่วโมงครึ่งจากเมืองหลวง เราเหินฟ้าสู่จังหวัดภูเก็ตโดยสายการบินบางกอก แอร์เวย์ส และเดินทางด้วยรถตู้ต่อมายังท่าเรือเทศบาลเขื่อนรัชชประภา ซึ่งระหว่างสองข้างทางไม่มีตึกสูงระฟ้าที่แสนคุ้นตาให้ได้เห็น หากแต่มีเพียงบ้านไม้สลับบ้านปูนที่อาณาบริเวณเต็มไปด้วยต้นไม้น้อยใหญ่ ภาพเด็กเล็กที่ยังไม่ถึงวัยเข้าโรงเรียนนั่งเล่นกับเพื่อนใต้ร่มไม้ฉายให้เห็นชัดเจนเมื่อรถแล่นผ่านชุมชน เห็นแล้วก็อดนึกถึงตัวเองในวัยเด็กไม่ได้

จากท่าเรือฯ เราล่องเรือหางยาวเพื่อมายังแพ 500 ไร่ ซึ่งเป็นที่พักสำหรับทริปนี้ แม้แสงแดดจะร้อนแรงเพราะเป็นเวลาเที่ยงวัน แต่เรากลับลืมแสงอาทิตย์ที่กำลังแผดเผาผิวกายไปเสียสนิท เมื่อได้เห็นทัศนียภาพของเขื่อนรัชชประภา ภูเขาดิน และภูเขาหินปูนสูงชันถูกโอบกอดด้วยผืนน้ำสีมรกต มีฉากหลังเป็นฟ้าสีครามสดใส และลมเย็นๆ ที่พัดกิ่งก้านของหมู่แมกไม้ที่ขึ้นบนภูเขานั้นให้ความรู้สึกผ่อนคลายอย่างที่เคยถวิลหา

45 นาทีบนท้องน้ำ ในที่สุดก็เดินทางมาถึงแพ 500 ไร่ ทันทีที่เรือเทียบท่า สายตาเหลือบไปเห็นอาหารที่จัดเตรียมไว้บนโต๊ะ ช่างยั่วน้ำลายเสียจริง เพื่อไม่ให้คนรอบข้างต้องทนรำคาญกับเสียงท้องร้องอีกต่อไป เรารีบดิ่งตรงไปยังโต๊ะอาหาร โดยปล่อยให้กระเป๋าสัมภาระที่ติดตัวมาวางแน่นิ่งอยู่บนเก้าอี้ สำหรับมื้อนี้ทางแพจัดเตรียมอาหารที่คุ้นหน้าคุ้นตาอย่างดี ไม่ว่าจะเป็นปลาทอดน้ำปลา ผัดสะตอกุ้งสด และแกงเหลืองที่มีไข่เจียวกรอบๆ ไว้ให้รับประทานเพื่อตัดเผ็ด

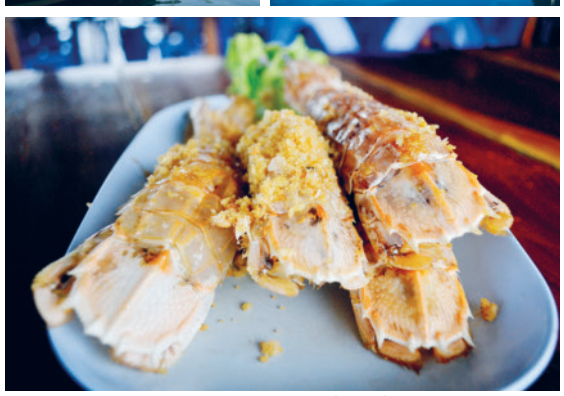
หลังอิ่มหนำกับมื้อเที่ยง เราจัดการเปลี่ยนเสื้อผ้าเป็นชุดสบายๆ เพื่อไปลุยน้ำตกแปดเซียน น้ำตกกลางผืนป่าดงดิบของเขื่อนรัชชประภาที่หากต้องการขึ้นไปยังชั้นบนของน้ำตกต้องเดินทวนสายน้ำขึ้นไป และต้องเดินอย่างระมัดระวัง เพราะกระแสน้ำที่เชี่ยวอาจทำให้การทรงตัวไม่ดี เกิดโอกาสลื่นล้มได้ หลังใช้เวลาอยู่ชั้นบนของน้ำตกได้ไม่นาน พี่บ่าวคนขับเรือก็ตะโกนเรียกให้กลับมาที่เรือ ครั้นจะเดินลงก็เกิดเกียจคร้าน อย่ากระนั้นเลย ค่อยๆ ไถลตัวลงมาตามแนวหินก็แล้วกัน แต่ขอเตือนสักนิดว่าระวังหินคมๆ ด้วย มิเช่นนั้นอาจบาดเจ็บได้

ขากลับจากน้ำตกแปดเซียน เราสัญจรเส้นทางน้ำทางเดิม หากแต่บรรยากาศรอบตัวกลับเปลี่ยนไป แดดจ้าที่ต้องผิวกายเมื่อขามาถูกบดบังด้วยไม้นานาพันธุ์ที่ขึ้นอยู่ตามซอกภูเขา ลมเย็นๆ ที่ปะทะหน้าอยู่ตลอดเวลาก็ชวนให้เคลิ้มหลับเสียจริง นั่งรับลมเพลินๆ อยู่บนเรือได้ไม่นานก็กลับมาถึงที่พัก โดยกิจกรรมที่ทางแพจัดให้ทำระหว่างรอมื้อเย็นคือ เล่นน้ำในเขื่อนและพายเรือคายัค โดยมีกฎว่าต้องสวมเสื้อชูชีพไว้ตลอดเพื่อความปลอดภัยของตนเอง ส่วนใครที่มากับลูกเล็กเด็กแดงหรือยังว่ายน้ำไม่แข็งเพื่อความปลอดภัยและให้ผู้ที่มาเป็นครอบครัวสนุกกับการเล่น

น้ำไปด้วยกัน ทางแพจึงมีสระว่ายน้ำไว้บริการ แต่ต้องสวมชุดว่ายน้ำเท่านั้นจึงจะลงเล่นได้

ณ เวลาบ่ายแก่ๆ ของวัน เรายืนอยู่บนแพซึ่งลอยอยู่กลางน้ำสีเขียวมรกต ถ้าสังเกตให้ดีจะเห็นว่าผืนน้ำกำลังเปลี่ยนเป็นสีส้มอมแดงเพราะแดดยามเย็นตกกระทบ ส่วนภาพเบื้องหน้าที่คล้ายสะกดให้ต้องมนต์แห่งความงามของธรรมชาติคือ ภาพภูเขาสูงที่บางลูกต้องแสงอาทิตย์ ขณะที่เขาบางลูกถูกบดบังด้วยเงาของภูเขาที่สูงกว่า แม้จะชักภาพเพื่อบันทึกความทรงจำไว้ได้ทัน แต่กระนั้นภาพถ่ายก็ไม่สามารถบอกเล่าความงามได้ดีเท่าตาเห็น

หลังเพลิดเพลินกับกิจกรรมทางน้ำและนั่งดื่มด่ำกับบรรยากาศสุดผ่อนคลายของเขื่อนรัชชประภาจนลืมเวลา กลิ่นหอมของมื้อเย็นที่โชยมาตามลมทำหน้าที่บอกกล่าวให้รู้ว่า ถึงเวลามื้อเย็นแล้ว โดยอาหารมื้อนี้เน้นเมนูที่ทำจากปลาและมีผักกูดผัดน้ำมันหอยให้ได้ลิ้มรส ความพิเศษของมื้อเย็นค่ำนี้ไม่ใช่เพียงรสชาติอาหารที่อร่อยถูกลิ้น หากแต่เป็นการนั่งรับประทานมื้อเย็นบนแพ และมีหลังคาเป็นทะเลดาวที่เปล่งประกายแสงระยิบระยับทั่วทั้งท้องฟ้า และด้วยความที่คืนนี้ท้องฟ้าเปิดโล่ง จึงไม่พลาดที่จะล่องแพไปชมทะเลดาว ณ จุดที่ไร้ซึ่งแสงไฟ เมื่อถึงจุดที่มืดที่สุดของเขื่อนเราเงยหน้าขึ้นมองฟ้า ภาพทะเลดาวฉายให้เห็นชัด ชัดเสียจนเห็นดาวตกและทางช้างเผือก นาทีนี้รู้แล้วว่า คำว่า "ยิ่งมืดยิ่งเห็นดาว" นั้นเป็นอย่างไร ครั้นแหงนหน้าขึ้นมองฟ้าอยู่นานสองนานก็เริ่มรู้สึกปวดคอ แต่เพราะหลงความงามของเหล่าดาราที่ส่องสว่างบนฟากฟ้า เราจึงยอมที่จะปวดคอและอยากนอนหลับฝัน ณ ที่แห่งนี้ไปเสียเลย



ขอบคุณ KTC สำหรับการเดินทางท่องเที่ยว เขื่อนรัชชประภา

เมื่อหลับฝันยาวจากค่ำคืนสู่เช้าวันใหม่ เรายอมละทิ้งเตียงนุ่มๆ เพื่อออกไปสัมผัสทะเลหมอกยามเช้า สายหมอกบางๆ ปกคลุมยอดเขาและมีบ้างบางช่วงขณะล่องเรือที่เห็นยอดเขาโผล่พ้นม่านหมอก ไกลออกไปมีภูเขาหินปูนขนาดใหญ่ที่เมื่อมองไปที่หน้าผาจะเห็นเป็นภาพสาวญี่ปุ่น 2 คน (ที่บอกว่าเป็นสาวญี่ปุ่นเพราะบริเวณที่เป็นใบหน้ามีความขาวมากกว่าส่วนอื่น) หรือแม้แต่ภูเขารูปมือกดไลก์ก็มีให้เห็น ซึ่งก็สุดแล้วแต่จะจินตนาการ หลังจากชมทัศนียภาพยามเช้าของเขื่อนรัชชประภาเป็นที่เรียบร้อย เรากลับมาที่ที่พักอีกครั้งเพื่อรับประทานมื้อเช้าและเก็บกระเป๋าเพื่อเดินทางกลับ ก่อนกลับเมืองกรุงขอแวะชมไฮไลต์เด็ดอย่างเขาสามเกลอ ยอดเขาเล็กๆ 3 ยอดที่โผล่พ้นน้ำ ซึ่งเป็นอีกหนึ่งจุดที่นักท่องเที่ยวนิยมมาถ่ายภาพ

เพียงระยะเวลาไม่กี่วันที่ใช้ชีวิตอันไร้ซึ่งสัญญาณโทรศัพท์และอินเทอร์เน็ตในเขื่อนรัชชประภา ทำให้เราได้รู้ว่าทำไมที่แห่งนี้จึงได้สมญานามว่า กุ้ยหลินเมืองไทย นั่นเพราะความงดงามที่ธรรมชาติได้สรรค์สร้าง ทั้งขุนเขาน้อยใหญ่จำนวนมากที่ล้วนแตกต่างกันที่รูปร่าง และน้ำใสที่มองเห็นเป็นสีเขียวมรกต

แล้วอย่างนี้จะไม่ให้กลับมาอีกได้อย่างไร เมื่อยามพระอาทิตย์สาดแสงก็เห็นความงามของป่าเขาแจ่มชัด ครั้นยามพระจันทร์ประดับฟ้าก็มีทะเลดาวให้เฝ้ามอง

GETTING THERE

สายการบินบางกอก แอร์เวย์ส
☎ 1771
www.bangkokair.com/tha

WHERE TO STAY

แพ 500 ไร่ อ.บ้านตาขุน จ.สุราษฎร์ธานี 84230
☎ 0-7795-3013
500rairesort
www.500rai.com

WHERE TO EAT

ครัวอารีย์ บังหมาด

นอกจากจะมีอาหารทะเลสดๆ รวมทั้งเมนูอาหารอื่นๆ คอยต้อนรับผู้มาเยือน ทางร้านยังมีบ้านพักแบบโฮมสเตย์พร้อมกิจกรรมต่างๆ เช่น นำเที่ยวอ่าวพังงา เกาะปันหยี และถ้ำลอดไว้บริการด้วย
อ.เมือง จ.พังงา 82000
☎ 08-6274-4557 และ 08-7282-6659
บางพัฒน์โฮมสเตย์

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 เดอะไพร่มอิงลิช สาขารามอินทรา

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

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

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

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

ภาคตะวันตก
กาญจนบุรี
The Rabbit Bakery
ตาก
Sweet Harmony
ประจวบคีรีขันธ์
Gallery กาแฟดริป หัวหิน - *ซอยหัวหิน 51*
inu cafe
Daddy Dough สาขาหัวหิน
โชว์รูม Ford หัวหิน
โมลีแคร์ หัวหิน
เพชรบุรี
ชาปู่ชาย่า - *ถ.ดำรงรักษ์*
Daddy Dough - *สาขา ปตท.เพชรบุรีสี่ยุค*
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

ฮอนด้า บีอาร์-วี ยนตรกรรมแอคทีฟสปอร์ต ครอสโอเวอร์

บริษัท ฮอนด้า ออโตโมบิล (ประเทศไทย) จำกัด เปิดตัว ฮอนด้า บีอาร์-วี ยนตรกรรมแอคทีฟสปอร์ต ครอสโอเวอร์ใหม่ ต่อยอดความสำเร็จจากฮอนด้า ซีอาร์-วี และ เอชอาร์-วี เพื่อตอบโจทย์ความต้องการรถยนต์สปอร์ตอเนกประสงค์ของกลุ่มลูกค้าในระดับซับคอมแพคท์ ด้วยดีไซน์ภายนอกสไตล์สปอร์ตที่แข็งแกร่งในทุกมิติ ด้วยการเป็นรถเอสยูวีรุ่นแรกในระดับนี้ที่นำเสนอเบาะนั่ง 3 แถว 7 ที่นั่ง ห้องโดยสารกว้างขวาง เต็มเปี่ยมกับสมรรถนะการขับขี่และระบบเกียร์ CVT ใหม่ พร้อมด้วยมาตรฐานความปลอดภัยครบครันเพิ่มความมั่นใจในทุกการขับขี่

ไอบริก พนึกกำลังยกระดับ SME

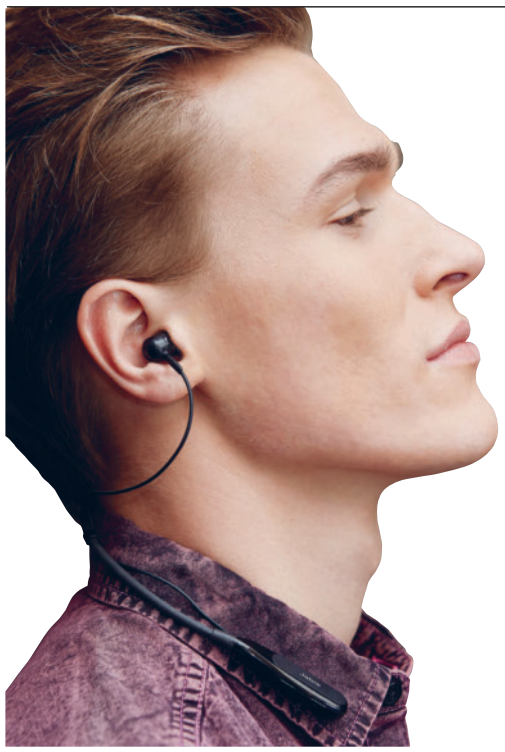
บริษัท ไอบริก จำกัด ผู้จัดงานแสดงสินค้า เตรียมเปิดเวที SME BIZ ASIA 2016 in Conjunction with Thailand Synchrotron Conference & Exhibition 2016 ชูแนวคิด "SMEs ยุค New Normal : โอกาสและความท้าทาย" (The New Normal : Opportunities and Challenges for SMEs) ในวันที่ 26-28 กุมภาพันธ์ 2559 ที่อิมแพค เมืองทองธานี เพื่อขยายเครือข่ายและเพิ่มโอกาสทางธุรกิจ เน้นประยุกต์ใช้ประโยชน์จากนวัตกรรมและเทคโนโลยี เพื่อตอบโจทย์ SME ไทยใยุค New Normal

เปิดตัวแบรนด์ เซ็น ซูชิ แอนด์ สาเก

สรรคนนท์ จิราธิวัฒน์ ประธานเจ้าหน้าที่บริหาร ร่วมกับ ธันยเชษฐ์ เอกเวชวิท รองประธานเจ้าหน้าที่บริหารกลุ่มพัฒนาผลิตภัณฑ์การตลาดและกลุ่มธุรกิจแบรนด์ และ ชิตพล วิวัฒนาเกษม ผู้อำนวยการบริหารกลุ่มแบรนด์เซ็น เรสเตอร์รอง บริษัท เซ็น คอร์ปอเรชั่น กรุ๊ป จำกัด จัดแถลงข่าวเปิดตัวร้านอาหารญี่ปุ่นแบรนด์ใหม่ ร้าน "เซ็น ซูชิ แอนด์ สาเก" ที่ถูกออกแบบภายใต้คอนเซ็ปต์ URBAN-INSPIRED JAPANESE RESTAURANT

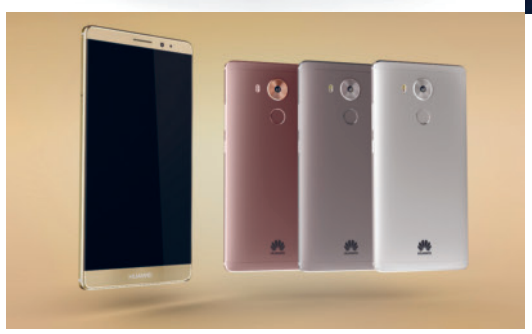
เดลล์เปิดตัว Client Solutions ใหม่

ธเนศ อังคศิริสรรพ ผู้จัดการประจำประเทศไทย บริษัท เดลล์ คอร์ปอเรชั่น (ประเทศไทย) จำกัด ยกสายผลิตภัณฑ์รับกระแส Future Workforce ในองค์กรธุรกิจยุคใหม่ เชื่อว่าเทคโนโลยีคือกุญแจสำคัญในการไขไปสู่การได้มาซึ่งคนทำงานที่มีความสามารถอย่างยอดเยี่ยม จึงได้เปิดตัว Commercial Client Solutions ใหม่ที่มาพร้อมกับรูปลักษณ์ที่ทันสมัย ผสานเทคโนโลยีฮาร์ดแวร์รุ่นล่าสุดไว้ตอบรับเทรนด์การทำงานยุคใหม่ได้เต็มประสิทธิภาพ



อาร์ทีบีฯ เดินเกมรุกตลาดหูฟัง

บริษัท อาร์ทีบี เทคโนโลยี จำกัด ผู้นำนวัตกรรมหูฟังคุณภาพของเมืองไทย เดินหน้ารุกตลาดหูฟังปี 2559 เต็มสูบ ด้วยการประเดิมส่งผลิตภัณฑ์หูฟังบลูทูธสุดล้ำรุ่นใหม่ล่าสุด "Jabra Halo Fusion" (จาบร้า เฮโล ฟิวชัน) ลุยตลาด โดย Jabra Halo Fusion เป็นหูฟังบลูทูธที่ได้รับการพัฒนาเพื่อผสมผสานการใช้งานระหว่างคุยโทรศัพท์ และการดูหนังฟังเพลง เพื่อไลฟ์สไตล์ผู้ใช้สมาร์ตโฟนโดยเฉพาะ



สัมผัสประสิทธิภาพเหนือชั้นกับ Huawei

หัวเว่ย คอนซูมเมอร์ บิสสิเนส กรุ๊ป เปิดตัวสมาร์ตโฟนแฟล็กชิป 2 รุ่นล่าสุด Huawei Mate 8 และ Huawei GR5 ในเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ โดยมีแบรนด์แอมบาสเดอร์ของหัวเว่ย ได้แก่ อาเล็ก-ธีรเดช เมธาวรายุทธ นักแสดงชายดาวรุ่งของเมืองไทย และ วุต หม่อน ชเว ยี่ ดาราสาวชื่อดังของเมียนมา ร่วมด้วย อนันดา เอเวอร์ริ่งแฮม ซึ่งมาร่วมแบ่งปันประสบการณ์การใช้เทคโนโลยีสุดล้ำระดับโลกจากสมาร์ตโฟนหัวเว่ยรุ่นล่าสุด เพื่อตอบรับกิจกรรมไลฟ์สไตล์และเสริมความคล่องตัวธุรกิจสไตล์ใหม่ให้สมบูรณ์แบบยิ่งขึ้น

แกมโบล ทุ่มงบกว่า 40 ล้าน

สุรชัย กิจกำจาย กรรมการผู้จัดการ บริษัท บิ๊กสตาร์ จำกัด เผยแผนการเดินหน้ารุกตลาดทั้งในและต่างประเทศมั่นใจทะยานสู่อันดับ 1 ในกลุ่มรองเท้าลำลอง "แกมโบล" ยังคงเน้นการสร้างแบรนด์อย่างต่อเนื่อง มีการวิจัยและพัฒนาสินค้าใหม่ ๆ ออกสู่ตลาดทั้งในด้านดีไซน์และนวัตกรรมเพื่อรักษาความเป็นผู้นำตลาด และเพิ่มช่องทางจำหน่ายให้มากขึ้น โดยมองผ่านที่ไลฟ์สไตล์การใช้ชีวิตของลูกค้าเป็นหลัก

บล.ภัทร เปิดตัว "Phatra Edge"

บล.ภัทร บริษัทในกลุ่มธุรกิจการเงินเกียรตินาคินภัทร ขยายฐานลูกค้าสู่กลุ่ม Mass Affluent หรือคนรุ่นใหม่รายได้สูง (เงินลงทุนตั้งแต่ 2-30 ล้านบาท) ด้วยบริการใหม่ "Phatra Edge" ตัวช่วยทุกเรื่องการลงทุน เผยเป็นกลุ่มที่เติบโตอย่างต่อเนื่อง โดยครอบครองสินทรัพย์กว่า 50 เปอร์เซ็นต์ของโลก ณ โรงแรม ดิโอกุระเพรสทีจ กรุงเทพฯ

สสว.แถลงทิศทางการส่งเสริม SME ปี '59

สาลินี วังตาล ผู้อำนวยการสำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (สสว.) แถลงผลงานความคืบหน้าการดำเนินงานของ สสว.ในการช่วยเหลือผู้ประกอบการเร่งสร้างคนรุ่นใหม่ที่มีนวัตกรรมและนำนวัตกรรมไปปรับใช้กับกิจการ เดินหน้าเร่งโครงการ Strong/Regular, Start Up, Turn Around พร้อมจับมือ TCDC พัฒนาบรรจุภัณฑ์ให้ผู้ประกอบการในร้านค้าประชารัฐ รวมถึงพาผู้ประกอบการบุกตลาดการค้าต่างประเทศ

ความสบายในอากาศ

**ริมฝั่งลำน้ำแคว กลางเมืองกาญจนบุรี
มีร้านกาแฟ ร้านข้าว ร้านเหล้ามากมายนับไม่ไหว**

วรพจน์ พันธุ์พงศ์

หลายคนรู้จัก วรพจน์ พันธุ์พงศ์
ในฐานะนักสัมภาษณ์มืออาชีพ นักเขียน
ผู้ถ่ายทอดเรื่องราวจากประสบการณ์ที่ได้พบเจอ
ระหว่างการเดินทางผ่านตัวหนังสือ
ทั้งจากบทสัมภาษณ์ บทความ และฟ็อกเกตบุ๊ก
ซึ่งหากได้อ่านงานเขียนของเขา
นอกจากถ้อยคำสำนวนจะชวนให้ลุ่มหลงติดตามแล้ว
ยังสะท้อนความคิดเห็น
และความเป็นไปทางสังคมจนบรรทัดสุดท้าย

ทำไมบางร้าน--หน้าตา/บรรยากาศไม่แย่ บางร้านค่อนข้างดูดีเสียด้วย ทว่าไม่น่านั่ง ไม่อยากแวะ เดินผ่านก็อยากรีบก้าวเท้าให้มันผ่านๆ ไป แต่บางร้านเห็นแล้วเราหยุด เพื่อนพี่น้องผู้ร่วมทางพร้อมใจกันหยุด บอกว่านั่งนี่เถอะ

เพียงแวะเข้าไปสำรวจ Sugarcane ดึงดูดให้เราชักชวนกันนั่ง แวะพักชมแม่น้ำยามเย็น

กาแฟหมดแก้ว ทุกคนมองหน้ากัน มีมติเอกฉันท์ว่าดื่มเบียร์ต่อดีกว่า เพราะมันสบาย เพราะมันกำลังพอดี ไม่มาก ไม่น้อย ไม่เร่งเร้า และไม่ถึงกับเอาหูไปนาเอาตาไปไร่ ปล่อยลูกค้าให้กินนอนอย่างไรก็ได้

Sugarcane เป็นเกสต์เฮาส์ที่มีบาร์เล็กๆ ใต้ร่มไม้ ริมแม่น้ำแคว

รัชดา เจริญบุญณะ สร้างมันขึ้นมาด้วยปรัชญา "ไม้ไผ่ ไม้สน และเสื่อรำแพน" ออกแบบตามรากเหง้าภูมิปัญญาชาวบ้านชนบทซึ่งใช้ชีวิตอยู่กับแม่น้ำ ไม่มีสิ่งใดหรูหรารุงรังเลย ไม่มีดีไซน์ทันสมัยล้ำยุคเกินกว่าใครเลย เธอขายปัจจัยพื้นฐาน ตอบสนองความต้องการที่อิงกับภูมิอากาศ ภูมิประเทศ

ถ้าไม่สังเกต ไม่ได้สนทนาลึกๆ จะไม่รู้ว่าทำไมที่ที่เหมือนไม่มีอะไร แท้จริงมันแตกต่าง แท้จริงมันถูกปลูกสร้างด้วยทัศนคติ และการยืนยันในความเชื่อบางแบบ

รัชดาไม่ใช่คนเมืองกาญจน์ บ้านเกิดเธออยู่นครนายก เคยไปอยู่อเมริกา 15 ปี เบื่อสถานภาพพลเมืองชั้นสองชั้นสาม ก็เลยตัดสินใจกลับบ้าน กะว่าลองหาอะไรทำ ถ้าไม่รอดค่อยซมซานกลับไป

ทริปหนึ่งในกาญจนบุรี ทำให้เธอหลงรักลำน้ำแคว และผุดไอเดียเรื่องเกสต์เฮาส์ ค่าที่เดินทางมามาก รู้จักนิสัยและพฤติกรรมการใช้ชีวิตฝรั่ง บวกกับรสนิยมชื่นชมความสบายๆ แบบวิถีไทย Sugarcane จึงเกิดขึ้น

"เกิด" ทั้งในทางรูปธรรมเกสต์เฮาส์ 12 ห้อง และ "เกิด" ในทางธุรกิจ

ไม่หวือหวา ไม่เคยมีลูกค้ามากมายพุ่งกระฉูด ธุรกิจของเธอค่อยๆ เติบโตอย่างช้าๆ จากปากสู่ปาก จากอเมริกาสู่ยุโรป จากญี่ปุ่นสู่เกาหลี ออสเตรเลีย

ที่อื่นมีไฮซีซั่น โลว์ซีซั่น ที่นี่ไม่มี ทุกเดือนมีนักเดินทางทั่วโลกผลัดเปลี่ยนเวียนกันมาไม่ขาด

สิงหาคมแน่นที่สุด ชาวฝรั่งเศสมามากที่สุด และพูดกันว่าเหมาะที่สุดสำหรับการฮันนีมูน

นอกจากไม้ไผ่ ไม้สน และเสื่อรำแพน ที่เป็นแกนหลักเรื่องการก่อสร้าง ในทางวิธีคิดรัชดาบริหารธุรกิจเกสต์เฮาส์ด้วยหลัก "สะอาด ปลอดภัย มีหัวใจบริการ"

ห้องพักที่ไหนๆ ล้วนมีทีวี ที่นี่ไม่มี

ห้องพักที่ไหนๆ มักเอาใจคนมีเงิน พยายามหาทางเอาอกเอาใจทุกวิธี ที่นี่ไม่เป็นแบบนั้น ใครมาก่อนได้ก่อน มาช้า ถ้าไม่ว่างก็ต้องเข้าใจ ทำใจว่าเต็มก็คือเต็ม

"บางคน ส่วนใหญ่เป็นคนไทยเรานี่แหละ ชอบอวดร่ำอวดรวย เราบอกไม่มีห้องว่าง เขาฮึดฮัด บ้างว่าฉันเป็นนักธุรกิจ มีเงิน 20-30 ล้าน บางคนบอกฉันเป็นดารา...ทำไมเหรอ มีเงินแล้วยังไง เป็นดาราแล้วยังไง คุณมี ฉันก็มี"

ฝรั่งไม่ใช่พระเจ้า แต่พวกเขาอาจเดินทางมากกว่า ตรงไปตรงมากับ Budget ใช้จ่ายทำงานหนัก และตอนพักผ่อนก็พักครั้งละยาวๆ เป็นเดือนหรือหลายเดือน บุคลิกเจ้าของ บรรยากาศสถานที่ จึงค่อนข้างจะไปกันได้ดีกับฝรั่ง ลูกค้าเกือบร้อยเปอร์เซ็นต์เป็นชาวต่างชาติ

แต่ไม่ปฏิเสธคนไทย ไม่เลือกลูกค้า ขอให้สายตาและหัวใจวางไว้ใกล้ๆ กัน มองเห็น และชื่นชมความงามในแบบเดียวกัน

Guest จึงคู่ควรกับ House

Guest จึงพัฒนามาเป็นเพื่อน เป็นพี่เป็นน้อง มองคนเท่าๆ กัน เคารพนับถือในบทบาทกันและกัน

"สะอาด ปลอดภัย และหัวใจมีบริการ" เป็นหลักการง่ายๆ ที่ไม่มีคนทำธุรกิจที่ไหนไม่รู้ แต่ท้ายที่สุด ใครเป็นอย่างไรจะสะท้อนออกมา เนื้อแท้ใครเป็นคนอย่างไรจะปกปิดไว้ไม่ได้ น่ารักกับปากหวานก้นเปรี้ยว นั่งคุยครู่เดียว ใครๆ ก็มองเห็น สัมผัสได้

เกสต์เฮาส์เป็นธุรกิจบริการที่แอบอิงเชื่อมโยงกับเรื่องทางความรู้สึกมาก สถานที่อาจเหมือนกัน คล้ายกัน เงียบสงบ และสะดวกสบายพอๆ กัน แต่ตัววัดบรรทัดสุดท้ายคือความรู้สึก เอาไม่เอา ใช่ไม่ใช่ ได้ไม่ได้ ความรู้สึกคือดัชนีบ่งบอก

เกสต์เฮาส์ ผับบาร์ กระทั่งร้านกาแฟ เป็นธุรกิจที่อ่อนไหว ต่อให้ดีอย่างไร สวยอย่างไร ถ้ามัดใจคนไม่ได้ ถ้าทำให้ไม่สบายตัวไม่สบายใจ แม้เพียงเล็กน้อย ธุรกิจนั้นรอดยาก

เพราะลูกค้าพร้อมจะเปลี่ยน ลูกค้าจ้องที่จะแสวงหา ลูกค้าชอบที่จะทดลองของใหม่ๆ

หัวใจบริการ--รัชดาเน้นย้ำข้อนี้มาก แม้ว่ามองผิวเผินก็มองไม่เห็น เพราะเธอไม่พลีส หรือมุ่งเอาอกเอาใจจนน่ารำคาญ บริการที่แท้จริงเป็นคล้ายอากาศ ถ้ามันถูกออกแบบจัดวางมาอย่างพอดี สูดลมหายใจเข้าไปแล้วเราจะรู้สึกสบาย

พอวันนี้ได้นั่ง นอน กิน ดื่ม ด้วยความรู้สึกสบาย พรุ่งนี้ เดือนหน้า ปีหน้า หรือเมื่อถึงเวลาพักร้อน เราก็อยากกลับมาอีก

มันเป็นรสหวานที่น่าหลงใหล ไม่มากไป น้อยไป

รัชดา เจริญบุญณะ ชอบเกสต์เฮาส์แบบนี้ เธอจึงทำแบบนี้ ชื่อ Sugarcane ก็มาจากชื่อเจ้าของ

ใช่, ผู้หญิงคนนี้ชื่ออ้อย เป็นคนตรงๆ ง่ายๆ พูดจาไม่หวานหรอก แต่คุยด้วยแล้วรู้สึกสบาย

คล้ายเกสต์เฮาส์ของเธอ

Available on the App Store

GET IT ON Google play

SRTET
S.R.T. Electrified Train Company Limited

ARL

ฉลอง 5 ปี

รถไฟฟ้าแอร์พอร์ต เรล ลิงก์

เดินทาง ฟรี สูงสุด

(1 มี.ค. – 31 พ.ค. 59)

45฿
(เมื่อเติมเงิน 300฿)

30฿
(เมื่อเปิดบัตรใหม่)

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

Call Center : 1690 www.srtet.co.th

เพราะความสำเร็จของธุรกิจคือการเรียนรู้ และสร้างสรรค์สิ่งใหม่ๆ

ร่วมหาคำตอบที่จะนำพาธุรกิจของคุณก้าวสู่ความสำเร็จ

พบกัน 1 มีนาคม 2559

www.smeknowledge.com

SME KNOWLEDGE

ติดตามข่าวสารเพิ่มเติมที่ smeknowledge

กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม
DEPARTMENT OF INDUSTRIAL PROMOTION