FREE

SME encourage you to start your own biz

SME STARTUP

ISSUE 38 | NOVEMBER 2016

น้อมรำลึกในพระมหากรุณาธิคุณ เป็นล้นพ้นอันหาที่สุดมิได้

"...การทำงานใด ๆ ไม่ว่าใหญ่หรือเล็ก ควรอย่างยิ่งที่จะตั้งเป้าหมาย ขอบเขตและหลักการไว้ให้แน่นอน เพราะจะช่วยให้สามารถปฏิบัติมุ่งเข้าสู่ผลสำเร็จได้โดยตรงและถูกต้องพอเหมาะพอดี เป็นการป้องกันและขจัดความล่าช้า ความสิ้นเปลือง ความเสียเปล่าทุกอย่างได้สิ้นเชิง และเมื่อปฏิบัติดำเนินงานสู่เป้าหมายนั้น ผู้มีการศึกษาต้องไม่ละทิ้งหลักวิชา ไม่ละทิ้งความคิดพิจารณาตามเหตุผลและความชอบธรรมถูกต้อง..."

พระบรมราโชวาท ในพิธีพระราชทานปริญญาบัตรแก่นิสิตจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
ณ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย 17 กรกฎาคม 2530

หลังเหตุการณ์สูญเสียครั้งยิ่งใหญ่ที่สุดของชาวไทย เราได้เห็นพลังความรักที่ยิ่งใหญ่ของคนไทยที่มีต่อพระบาทสมเด็จพระปรมินทรมหาภูมิพลอดุลยเดช ซึ่งแม้ว่าเวลาจะล่วงเลยผ่านมาหลายวันแล้ว แต่ความเศร้าโศกของเราชาวไทยก็ไม่ได้ลดน้อยลงไปแต่อย่างใด เรายังคงระลึกถึงพระองค์อยู่เสมอ โดยตลอดระยะเวลา 7 ทศวรรษที่ผ่านมา พระองค์ทรงทำเพื่อเราคนไทยอย่างมากมายในทุก ๆ ด้าน จนเกิดโครงการในพระราชดำรินับไม่ถ้วน ที่ล้วนแล้วแต่เพื่อประโยชน์แก่ประชาชนทั้งสิ้น พระบรมราโชวาทและพระราชดำรัสที่พระองค์ท่านได้พระราชทานในโอกาสต่าง ๆ ก็ล้วนทรงคุณค่าที่เราได้น้อมนำไปเป็นแนวทางประพฤติปฏิบัติตนเสมอมา พระองค์จึงทรงเป็นต้นแบบและแรงบันดาลใจที่จะทำให้เราทำสิ่งดี ๆ และก้าวเดินตามรอยพ่อหลวงของปวงชนชาวไทยตลอดไป

นิตยสาร SME Startup ขอน้อมสำนึกในพระมหากรุณาธิคุณเป็นล้นพ้นอันหาที่สุดมิได้

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

***Photo :** กฤษฎา ศิลปไชย*

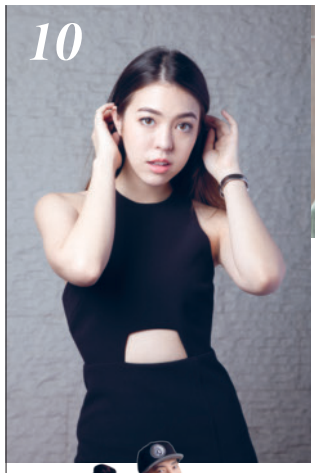
ติดตามข่าวสารและข้อมูลที่น่าสนใจได้ใน
SME Startup

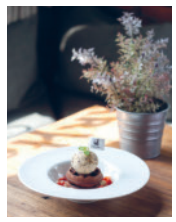
บรรณาธิการอำนวยการ สุจิตรา บุณยขจร **บรรณาธิการ** รัชนี พันธ์รุ่งจิตติ **กองบรรณาธิการ** กฤษณา สังข์วงค์ เจษฎา ปุรินทวรกุล **บรรณาธิการเว็บไซต์** แกล้วกล้า ธาดาบดินทร์ **หัวหน้าฝ่ายประสานงานภายใน** สุชันษา แก้วโคตร **หัวหน้าฝ่ายภาพ** ชาคริต ยศสุวรรณ์ **ฝ่ายภาพ** กฤษฎา ศิลปไชย **บรรณาธิการฝ่ายศิลปกรรม** กมลศักดิ์ เสียงสนั่น **หัวหน้าฝ่ายพิสูจน์อักษร** อุดม วรจารุวรรณ **พิสูจน์อักษร** วรนุช โต้ตอบ **ผู้จัดการฝ่ายโฆษณา** สุนิสา บุณยขจร *โทร.08-5661-4782* **หัวหน้าฝ่ายโฆษณาและการตลาด** ศิริพรรณ บุญวันต์ **ฝ่ายโฆษณาและการตลาด** ธัญวรรณ แก้วหนู ศรัณย์ นวลดี กัญชพร คูตระกูล **ฝ่ายการตลาด** จุติพร โลจายะ **ฝ่ายสมาชิก** อมรรัตน์ ยาไทย **หัวหน้าฝ่ายบัญชีและการเงิน** นิตยา สังทิพย์ **ฝ่ายบัญชีและการเงิน** ศิรินาฎ ลินจงรัตน์ **บรรณาธิการผู้พิมพ์ผู้โฆษณา** วินัย วิโรจน์จริยากร

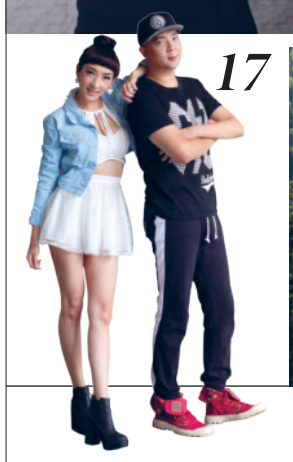
สำนักงาน บริษัท เพนนินซูลาร์ แอสโซซิเอทส์ จำกัด
100/6 ซอยอารีย์สัมพันธ์ 3 ถนนพหลโยธิน แขวงสามเสนใน เขตพญาไท กรุงเทพฯ 10400
โทร. : 0-2270-1123-4 โทรสาร 0-2270-1125
e-mail : smestartupfreecopy@gmail.com
Facebook : SME Startup

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 รวมทั้งข้อคิดเห็นใด ๆ ที่ตีพิมพ์ในนิตยสาร SME STARTUP เป็นความคิดเห็นส่วนบุคคล บริษัท เพนนินซูลาร์ แอสโซซิเอทส์ จำกัดไม่จำเป็นต้องเห็นด้วย







CONTENTS

10
INTERVIEW
สัมภาษณ์ พิมพิศา จิราธิวัฒน์ กับบทบาทใหม่
ผู้ปั้นแบรนด์ลิปสติก Boyfriend และ ชุดออกกำลังกาย Girlsnation
ที่เติบโตมาจากความคิดและน้ำพักน้ำแรงของเธอ

15
MONEY
10 ความผิดพลาดทางการเงิน
ที่เจ้าของธุรกิจมักมองข้าม

16-17
SELF-EMPLOYED
พบกับ JAP FAC กระเป๋าผ้าที่เรียบง่ายแต่ใช้งานได้
มากกว่าหนึ่งแบบของ คณัสนันท์ เข็มทอง และ เจนจิรา ทรัพย์สกุล
และ อิม-เบลล์ สุดสวิงริงโก้ กับขนมข้าวแต๋นแบรนด์สวิงริงโก้

18
MARKETING&IDEA
5 เหตุผลที่ SME ต้องให้ความสำคัญกับ
Mobile Marketing และทำไมลูกค้าเลิกติดตามเพจ

21
HEALTH
Food for Happiness
และเมื่อดอกโศกบานในใจ

24
TRAVEL
ไปเยือนบ้านนาตอง
โลกใบเล็กของผู้คนแห่งขุนเขา

โครงการหลวง

เริ่มต้นที่การแก้ปัญหา ลงท้ายด้วยผลตอบแทนมหาศาล

"เมื่อต้นปี 2513 พระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวทรงขับรถพระที่นั่งไปบ้านแม้ว บนดอยปุยใกล้พระตำหนักภูพิงคราชนิเวศน์ และได้ทอดพระเนตรต้นท้อ (Peach) ที่แม้วเอากิ่งพันธุ์ดีมาต่อกับต้นตอพื้นเมืองตามโครงการแต่ปีก่อน และมีรับสั่งถามเจ้าของว่าปลูกฝิ่นได้เงินเท่าไร และเก็บท้อพื้นเมือง (ลูกเล็ก) ขายได้กี่บาท ก็ทรงทราบว่าฝิ่นกับท้อพื้นเมืองทำเงินให้เกษตรกรเท่าๆ กัน

พระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวทรงคิดว่า ถ้าลูกท้อนิดๆ ยังทำเงินให้เกษตรกรได้ดีเท่าฝิ่นแล้ว เราก็ควรเปลี่ยนยอดให้ออกลูกมาเป็นท้อใหญ่ หวานฉ่ำ สีชมพูเรื่อดังกับแก้มสาวในนิทานจีน เมื่อรายได้จากท้อและผลไม้อื่นสูงกว่าฝิ่นแล้ว ฝิ่นก็จะสาบสูญไปเองตามธรรมชาติ ไม่ต้องใช้กำลังผลักดันแต่อย่างใด

จากวันนั้นเอง วันที่ 28 มกราคม 2513 ก็มีรับสั่งให้ดำเนินการ และพระราชทานเงิน 200,000 บาทแก่มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ซึ่งมีสถานีวิจัยน้อยๆ ใกล้พระตำหนัก เพื่อซื้อสวนใหญ่ใกล้ๆ กัน เพื่อเป็นสิริมงคล สวนนี้จึงได้ชื่อว่า สวนสองแสน และคณะ 3M ก็ขยายกิจการอันในที่สุด กลายเป็น "โครงการหลวง"

(จากหนังสือโครงการหลวงกับในหลวง ที่บอกเล่าส่วนหนึ่งความเป็นมาของโครงการหลวง โดย หม่อมเจ้าภีศเดช รัชนี ประธานมูลนิธิโครงการหลวง)

และนั่นเป็นจุดเริ่มต้นที่เปลี่ยนสภาพจากพื้นที่บนดอยสูงที่ทุรกันดาร อีกทั้งยังเป็นพื้นที่สีชมพู อุดมไปด้วยต้นฝิ่น ที่ในวันนี้ไม่เพียงแต่จะไม่มีต้นฝิ่นแม้สักต้นเดียว หากยังอุดมไปด้วย ไม้ผล พืชผัก แหล่งอาหารพืชเมืองหนาวของประเทศอีกด้วย

เพียงการเริ่มต้นก็มีปัญหาสารพัด เพราะการปลูกพืชเมืองหนาวในประเทศร้อนชื้นอย่างบ้านเราไม่ใช่เรื่องง่าย แต่การแก้ปัญหานี้ ในหลวงรับสั่งให้แก้โดยการทำวิจัย และค้นคว้าสิ่งใหม่ๆ เพื่อสร้างความแตกต่าง ไม่ไปแข่งขันกันเองกับคนพื้นราบ โครงการหลวงจึงมีงานวิจัยที่ผ่านการลองผิดลองถูกมานับครั้งไม่ถ้วน และให้ผลสำเร็จบ้าง ไม่ให้ผลสำเร็จแต่ได้องค์ความรู้กลับมาบ้าง

ในวันนี้โครงการหลวงมีผักที่ผลิตและจำหน่ายจากดอยต่างๆ เกือบ 200 ชนิด ผลไม้อีกกว่า 30 ชนิด ดอกไม้นานาพันธุ์ รวมไปถึงปลาที่มีมูลค่าสูงอย่างปลาเทราต์สายรุ้ง

แม้ว่ากำไรจะไม่ใช่ปัญหาใหญ่ของโครงการหลวง เพราะที่นี่ไม่ได้ทำธุรกิจ แต่กระนั้น ก็ปฏิเสธไม่ได้ว่าเมื่อมีผลผลิตก็ต้องจำหน่าย ซึ่งในเบื้องหลังแล้ว โครงการหลวงก็มีการเสริมทัพด้วยฝ่ายตลาด ที่จะต้องคอยดูสถานการณ์ว่าอะไรเป็นที่ต้องการ อะไรที่มีแนวโน้มราคาดี อะไรที่มีมากเกินไป คู่แข่งมีอะไรบ้าง เพื่อที่การผลิตจะได้สอดคล้องไปกับความต้องการของตลาดอย่างแท้จริง

ดังนั้น จึงไม่แปลกใจเลยที่แม้ชาวเขาอ่างขาง จะได้รับการจัดสรรที่ดินเพื่อทำกินเพียง 1 ไร่ต่อครอบครัว แต่กลับมีรายได้เพิ่มสูงขึ้นได้ นั่นก็เพราะการเลือกปลูกผลผลิตที่มีมูลค่าสูง และการพัฒนาคุณภาพผลผลิตให้ได้ในพื้นที่ที่ทรัพยากรมีจำกัด

นี่แหละ โครงการหลวง ของโครงการของพ่อหลวงที่เริ่มต้นที่การแก้ปัญหา แต่ลงท้ายด้วยผลตอบแทนมหาศาล

วิธีเปลี่ยนแปลงโลกของ Google

ทราบหรือไม่ว่าในเวลาเพียง 18 ปี Google สามารถสร้างมูลค่าตลาดได้มากถึง 530 พันล้านดอลลาร์สหรัฐฯ และที่สำคัญ Google ยังเข้ามาเปลี่ยนแปลงโลกของเราด้วย นั่นคือจากการที่ Google ทำให้คนเข้าถึงข้อมูลได้อย่างเสมอภาค ไม่ว่าคุณจะเป็นใครมาจากไหน จะร่ำรวยที่สุดหรือจนที่สุดในโลกก็สามารถค้นหาข้อมูลที่ต้องการใน Google ได้ทุกที่ทุกเวลา และวิธีการค้นหายังทำได้ง่าย เพียงพิมพ์สิ่งที่ต้องการรู้หรือคำที่ใกล้เคียงลงในช่องค้นหาและกดค้นหา

อีกหนึ่งเหตุผลที่ Google จะเปลี่ยนโลกได้คือ การนำโลกแห่งความจริงเข้ามาอยู่ในโลกออนไลน์ เช่น สามารถเห็นภาพจริงของสถานที่ที่ค้นหาใน Google Maps แบบ 360˚ ด้วย Google Streetview

นอกจากนี้ Google ยังเข้ามาเปลี่ยนแปลงการดำเนินธุรกิจของสื่อสิ่งพิมพ์อย่างการลงโฆษณา ซึ่งแบรนด์ต่างๆ เลือกลงโฆษณาบน Google มากกว่า เพราะเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้เร็ว และโฆษณาตามติดไปทุกเว็บไซต์ที่เป็นพันธมิตรกับ Google

Google ไม่ธรรมดาจริงๆ

คุณสมบัติของนักธุรกิจสมาร์ท

ธุรกิจใดมีนักธุรกิจสมาร์ทร่วมทีม ธุรกิจนั้นจะเข้าใกล้คำว่าประสบความสำเร็จ เพราะคำว่านักธุรกิจสมาร์ทนั้น ไม่ใช่เพียงแค่การเป็นคนฉลาดมีไอคิวสูงเท่านั้น หากยังต้องมีคุณสมบัติอื่นๆ ซึ่งด้วยคุณสมบัติเหล่านั้นจะช่วยในการทำธุรกิจได้ดีทีเดียว เช่น การมีสติในการทำงาน ทำงานตามแผนที่วางไว้ สามารถควบคุมอารมณ์และพฤติกรรมที่จะแสดงออกในสถานการณ์ต่างๆ ได้ดี ใช้สัญชาตญาณในการตัดสินใจเรื่องต่างๆ และตัดสินใจได้รวดเร็ว เข้าใจการเปลี่ยนแปลง และพร้อมปรับตัว ชอบแลกเปลี่ยนความรู้กับผู้อื่นและชอบเรียนรู้สิ่งใหม่ เพราะจะได้พัฒนาตนเองอยู่เสมอ ส่งผลให้มีความก้าวหน้าในหน้าที่การทำงาน และสามารถนำเครื่องมือต่างๆ ที่มีในมือมาใช้โน้มน้าวใจผู้บริโภคได้

ไม่เพียงเท่านี้ นักธุรกิจสมาร์ทยังมีบุคลิกน่าเชื่อถือ มีความศรัทธาและเชื่อมั่นในตนเอง เพราะเชื่อว่าหากเราศรัทธาตนเอง ผู้อื่นก็ย่อมศรัทธาเราด้วย กล้าเสี่ยงและพร้อมรับมือกับความล้มเหลว ไม่ยึดติดกับอดีต มักนำประสบการณ์ที่ผ่านมาในชีวิตมาใช้กับสถานการณ์ที่เจอในปัจจุบันได้อย่างเหมาะสม เคารพผู้อื่น มีกาลเทศะ และใช้ชีวิตได้อย่างสมดุลทั้งชีวิตการทำงานและชีวิตประจำวัน

องค์กรคุณมีคนแบบนี้กี่คน?

ทำไมต้องจ้างงาน Gen Y

เรามักได้ยินเรื่องราวเกี่ยวกับ Gen Y ในทำนองที่ว่า พวกเขาไม่มีความจงรักภักดีต่อนายจ้าง ใช้เวลาโดยมากไปกับโซเชียลมีเดีย และไม่มีปฏิสัมพันธ์กับใคร นี่จึงทำให้หลายคนเกิดความสงสัยว่า ทำไมบริษัทต่างๆ จึงจ้างงาน Gen Y?

จากการศึกษาของ Deloitte บริษัทที่ปรึกษาด้านการบริหารจัดการ ระบุ ร้อยละ 90 ของ Gen Y มักนำทักษะที่โดดเด่นของตนเองมาใช้กับงานที่ทำ อยากให้บริษัทให้ความสำคัญกับตนเอง และมองที่ผลงานเป็นสำคัญ นอกจากนี้ Gen Y ยังต้องการให้บริษัทจัดประชุมเป็นประจำเพื่อแลกเปลี่ยนวิธีการทำงานของแต่ละคน พูดคุยถึงความคืบหน้าของงาน และร่วมกันแก้ไขปัญหาต่างๆ ที่เกิดขึ้น

ทั้งนี้ จากการศึกษาของ Intelligence Group ยังระบุว่า ร้อยละ 79 ของ Gen Y ต้องการหัวหน้าที่มีความฉลาดทางอารมณ์ และสามารถให้คำปรึกษาเรื่องต่างๆ ได้ พร้อมกันนี้ พวกเขายังต้องการทำงานในบริษัทที่มีวัฒนธรรมองค์กรที่ดี และมีพนักงานทุกเพศทุกวัย เพราะจะได้เรียนรู้วิธีการทำงานที่แตกต่างกันของคนแต่ละรุ่น

ต้องพิจารณา Gen Y ใหม่แล้ว

ความจริงเกี่ยวกับความล้มเหลว

สูตรลับตายตัวของการทำธุรกิจให้ประสบความสำเร็จคือ กล้าเสี่ยง และทำธุรกิจด้วยความกระตือรือร้น แต่ถึงกระนั้นผู้ประกอบการหลายรายก็ยังไม่กล้าทำตามสูตรลับนี้ เพราะกลัวความล้มเหลว!

Peter Gasca นักเขียนประจำเว็บไซต์ www.entrepreneur.com ได้พูดถึงความจริงเกี่ยวกับความล้มเหลวว่า ความล้มเหลวอาจนำมาซึ่งความสำเร็จ เพราะเมื่อพบความล้มเหลว ผู้ประกอบการจะรู้ว่าอะไรคือสิ่งที่ทำให้เกิดความล้มเหลว และจะพยายามเลี่ยงหรือแก้ไขสิ่งนั้นเพื่อไม่ให้เจอความล้มเหลวอีกครั้ง และความล้มเหลวยังทำให้ผู้ประกอบการมีภูมิต้านทาน สามารถฟื้นตัวจากความล้มเหลวได้ง่ายขึ้น

ท้ายสุดจำไว้เสมอว่า ไม่มีใครอยากให้ความล้มเหลวเกิดขึ้น เพราะในขณะที่ผู้ประกอบการกลัวความล้มเหลว ผู้ที่มีส่วนได้เสียในธุรกิจจะมีความกลัวมากกว่า ดังนั้น เพื่อป้องกันมิให้ความล้มเหลวเกิดขึ้น ผู้ประกอบการควรพูดถึงสิ่งที่ต้องการทำกับผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับธุรกิจ ซึ่งพวกเขาอาจมีคำแนะนำที่ดีให้

ถ้ามัวแต่กลัว ภาพผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จก็จะอยู่แค่ในฝัน

IT IS NEVER TOO LATE TO BE WHAT YOU MIGHT HAVE BEEN.

ไม่มีคำว่า สายเกินไป ในสิ่งที่อยากเป็น

- George Eliot นักเขียนชาวอังกฤษ

ดั่งแสงทอง ผ่องอำพัน เหนือชั้นฟ้า
ปวงประชา เปี่ยมสุข ทุกแห่งหน
ขอสืบสาน พระราชปณิธาน องค์ภูมิพล
บำเพ็ญตน เริ่มความดี ที่ตัวเรา

ปวงข้าพระพุทธเจ้า ขอน้อมเกล้าน้อมกระหม่อม
รำลึกในพระมหากรุณาธิคุณ และสืบสานพระราชปณิธานต่อไป

ข้าพระพุทธเจ้า บริษัท ปตท. จำกัด (มหาชน) และบริษัทในกลุ่ม

เจาะลึกพฤติกรรมผู้ชม YouTube

83%
YouTube เป็นหนึ่งใน
เว็บไซต์ที่พวกเขาชื่นชอบ

81%
YouTube คือที่แรก
ที่จะเข้าไปชมวิดีโอ

61%
เลือกดู YouTube
มากกว่าโทรทัศน์

ระหว่างสัปดาห์ คนไทยชม
YouTube มากกว่าโทรทัศน์ถึง
14 ชั่วโมง
จาก
24 ชั่วโมง

คอนเทนต์ยอดนิยม

63% เพลงไทย

61% บันเทิง

60% ภาพยนตร์

53% เพลงสากล

46% ตลก

1000

คนในเมืองชม YouTube
33 นาที/ครั้ง

คนต่างจังหวัดชม YouTube
39 นาที/ครั้ง

คนในเมืองชม YouTube
1.8 ชั่วโมง/วัน

คนต่างจังหวัดชม YouTube
2.1 ชั่วโมง/วัน

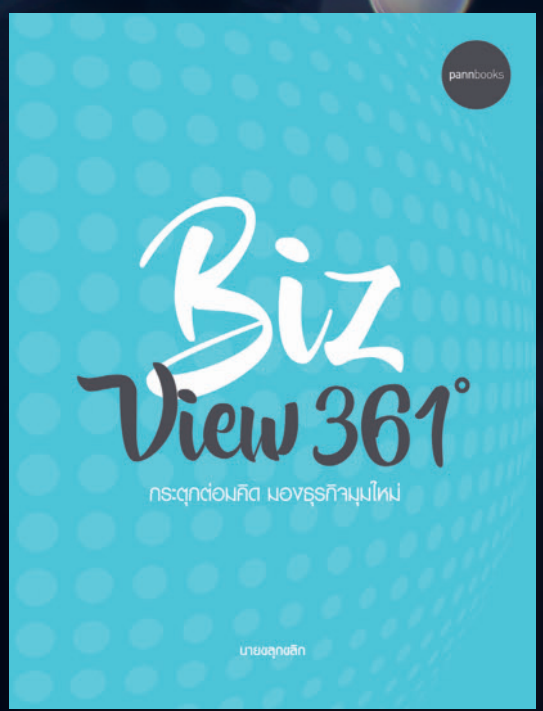
โฆษณาบน YouTube

48%
Skip ทุกโฆษณา
ที่สามารถทำได้

52%
เลือกดูโฆษณา
หรือ Skip
บางโฆษณาเท่านั้น

47%
จดจำโฆษณาแบบ
5 วินาทีแรกได้

ที่มา : Google ประเทศไทย สำรวจโดย TNS



ทุกคนสามารถเป็นผู้นำได้ แต่ผู้นำที่ประสบความสำเร็จมีแค่ไหน

เมื่อก้าวขึ้นมาเป็นนายคนแล้ว สิ่งที่ต้องทำเพื่อให้เส้นทางการเป็นนายสร้างผลสำเร็จให้กับตัวคุณ และองค์กร คือ การปลุกพลังความเป็นผู้นำในตัวคุณออกมา เรื่องเล่าจากประสบการณ์ที่กลั่นกรองออกมาเป็นเทคนิคที่ง่ายต่อการปฏิบัติของอภิวุฒิ พิมลแสงสุริยา ที่ปรึกษาด้านการพัฒนาภาวะผู้นำให้กับบริษัทชั้นนำในประเทศไทย จะช่วยให้คุณมีเส้นทางลัดในการฝึกฝนเพื่อเรียกภาวะผู้นำในตัวคุณออกมาได้ไม่ยากนัก

เมื่อธุรกิจร้านค้ามีการแข่งขันกันที่เปลือกนอกมากขึ้น

เสน่ห์ของแบรนด์ที่อยู่ในร้านจะเป็นสิ่งเดียวที่ลอกเลียนแบบกันได้ยาก ถ้าเราคิดอยากจะสร้างเสน่ห์ให้กับร้านของตัวเอง ควรต้องทำอย่างไรดี
ผลงานการเขียนของ **แมธธ์-สุวิทย์ เอื้อศักดิ์ชัย** นักสร้างแบรนด์ที่ผ่านประสบการณ์การสร้างแบรนด์ทั้งเล็ก และใหญ่มาอย่างโชกโชน

เมื่อโลกธุรกิจเต็มไปด้วยความท้าทาย

ท้าให้คุณขยับไปข้างหน้าอีกก้าว เพื่อจะได้เห็นในมุมที่คุณอาจไม่เคยสังเกตเห็น
ท้าให้คุณคิดในองศาที่ต่างออกไป
ท้าให้คุณออกแบบเส้นทางธุรกิจในแบบของคุณเอง

pannbooks

สามารถหาซื้อหนังสือของสำนักพิมพ์ pannbooks ได้ที่ ร้านซีเอ็ดบุ๊คเซ็นเตอร์ และร้านหนังสือชั้นนำทั่วประเทศ
สอบถามเพิ่มเติมได้ที่ คุณแอนนี่ โทร. 0-2270-1123-4

|| TURNING POINT ||

PURRU
จุดประกายจากความรัก

สำหรับใครที่เป็นทาสแมว จะรู้ดีว่าเวลาที่ต้องเอาน้องแมวเดินทางไปข้างนอกด้วยนั้น แสนจะเป็นความเครียด เพราะเจ้าเหมียวมักจะมีอาการตื่นกลัว และเกิดความเครียดค่อนข้างง่าย เช่นเดียวกับ แพรศิริ ศิลป์ศรีกุล ที่จะมีความกังวลทุกครั้งที่พาน้องแมวไปหาหมอ จนเกิดคำถามขึ้นมาว่า ทำไมจึงไม่มีสินค้าที่จะช่วยแก้ปัญหานี้ได้?

และเพราะความรักในน้องแมวนี่เอง ทำให้แพรศิริค้นคว้าหาความรู้เพิ่มเติมจนพบกับฟีโรโมนสังเคราะห์ ที่ว่ากันว่าจะช่วยทำให้แมวรู้สึกปลอดภัย แต่นั่นก็ใช้ไม่ได้กับแมวทุกตัว เพราะจากการศึกษาเอกสารทางการแพทย์ และสัมภาษณ์คุณหมอสัตวแพทย์ ทำให้รู้เพิ่มเติมอีกว่า จริงๆ แล้วแมวทุกตัวจะมีฟีโรโมนที่เป็นเอกลักษณ์ของใครของมันพอรู้ต้นตอตรงนี้ แพรจึงเกิดไอเดียทำกระเป๋าที่เป็นทั้งสำหรับให้น้องแมวได้นอนเล่นเพื่อเก็บฟีโรโมนและสำหรับขนย้ายน้องแมวเมื่อยามเดินทาง และนี่ก็กลายเป็นหัวข้อวิทยานิพนธ์ สาขาโปรดักต์ดีไซน์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ในจังหวะเวลาที่พอดิบพอดี

"เป็นความเข้าใจของคนทั่วไปว่า ถ้าน้องแมวคุ้นเคยกับสิ่งใดแล้วจะทำให้เขาไม่กลัวไม่ตื่นตกใจ แต่ตามหลักวิทยาศาสตร์แล้วมันเป็นเรื่องของฟีโรโมนนั่นเอง กระเป๋าที่ทำตอนทำวิทยานิพนธ์จะออกแบบเป็นทั้งที่นอนเล่น เผื่อที่ว่าถ้าเขาไปนอนเล่นมีปฏิสัมพันธ์กับกระเป๋า ทุกๆ ครั้งก็จะเป็นการเก็บฟีโรโมนของเขาไว้ที่กระเป๋าด้วย ฉะนั้นเวลาที่เอาเขาใส่กระเป๋าใบนี้ออกไปข้างนอก เขาก็จะรู้สึกปลอดภัยไม่ตื่นกลัว"

ในตอนที่ทำวิทยานิพนธ์ แพรศิริคิดเพียงว่า จะเอาไปทำให้แมวที่บ้านและคนรู้จักรอบตัวได้ใช้ด้วยเท่านั้น แต่เมื่อส่งผลงานเข้าประกวดในโครงการวิทยานิพนธ์ รวมถึงเวทีอื่นๆ กลับพบว่า มีคนเข้ามาถามมากมายว่าจะขายมั้ย นั่นจึงทำให้เธอรู้ว่า มีความต้องการอยู่จริง และเป็นจุดเปลี่ยนทำให้ตัดสินใจเป็นผู้ประกอบการเต็มตัว

"ด้วยความที่กระเป๋าน้องแมวที่เราทำเป็นวัสดุหนังแท้แล้วก็มีส่วนผ้าแคนวาสกันน้ำกันฝุ่น และสามารถพับได้ ทำให้สะดวกในการเก็บเมื่อไม่ได้ใช้งาน แล้วทุกครั้งที่เราไปประกวดไม่ว่าจะที่ไหนก็จะมีคนเข้ามาถามตลอดว่าขายมั้ย

ขายเท่าไหร่ จะซื้อ เพราะว่าตอนนั้นเรามีแค่กระเป๋าต้นแบบเท่านั้น ก็เลยคิดว่ามันมีความต้องการอยู่ ฉะนั้นเราควรต้องทำ เลยตัดสินใจที่จะทำขาย แล้วได้มีโอกาสร่วมงานกับกรมส่งเสริมการส่งออก เขาให้ไปออกบู๊ธที่ศูนย์การประชุมแห่งชาติสิริกิติ์เป็นครั้งแรก เอากระเป๋าไป 20 ใบ ทีแรกคิดว่าจะเอาไปแค่โชว์ ปรากฏว่าเซอร์ไพรส์มาก เพราะขายหมดเกลี้ยง ทั้งที่เราขายใบละ 3,890 บาท ก็ถือว่าไม่ถูก แต่มีคนซื้อ แสดงว่าคนไทยที่รักแมวก็ยอมที่จะควักกระเป๋าจ่าย ยิ่งตอกย้ำเราว่า มันใช่มาถูกทางแล้ว ก็เลยทำมาเป็นเรื่องเป็นราว มีไปเรียนเพิ่มเติมด้วย ซึ่งถ้าดูในตลาดตอนนี้จะมีสินค้าสำหรับน้องหมา หรือไม่ก็เป็นสินค้าของน้องหมากับน้องแมวรวมกัน แต่ไม่ค่อยมีใครทำสินค้าเฉพาะสำหรับน้องแมว ซึ่งมีความต้องการที่พิเศษเฉพาะเจาะจงกว่าน้องหมา ทำให้มีช่องว่างในตลาด"

ทั้งนี้ แพรศิริบอกด้วยว่า เธอตั้งใจจะพัฒนาสินค้าที่เน้นความเซ็นซิทีฟของน้องแมวไปเรื่อยๆ เพราะตลาดนี้ยังไม่ค่อยมีใครสนใจ และแน่นอนว่าในเมื่อเธอเป็นคนไทย ก็ย่อมอยากจะดีไซน์สินค้าให้คนไทยใช้ด้วย

|| HOW TO GUIDES ||

ไอเดียเจ๋ง แต่ทำไมล้มเหลว

ในการทำธุรกิจจำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องมีไอเดีย ยิ่งไอเดียนั้นมีความแปลกใหม่ แตกต่างจากทั่วๆ ไป โอกาสในการที่จะประสบความสำเร็จก็จะยิ่งมีมาก แต่ทำไมไอเดียใหม่ๆ ที่คิดว่าเจ๋งแล้ว สำรวจแล้วยังไม่มีใครเคยทำมาก่อน กลับล้มเหลวไม่เป็นท่า นั่นก็เพราะสิ่งต่างๆ เหล่านี้

1 ▸ ขาดความมุ่งมั่น

ปัญหาของคนส่วนใหญ่ คือมีไอเดียดีก็จริง แต่ไม่ได้มีความมุ่งมั่นมากพอที่จะทำให้เป็นจริง ซึ่งถ้าคุณมีความเชื่อมั่นในไอเดียนั้น อาจจะต้องลองสร้างกรอบวินัยให้กับตัวเองเพื่อเป็นแรงผลักให้ไอเดียนั้นสำเร็จขึ้นมาได้

2 ▸ ไม่ทำวิจัย

ข้อผิดพลาดร้ายแรงสำหรับหลายคน คือการที่ไม่ให้ความสำคัญกับการทำวิจัยอย่างถูกต้อง ซึ่งอันที่จริงแล้วอาจทำวิจัยง่ายๆ เพื่อศึกษาสภาพตลาด การแข่งขัน กลุ่มเป้าหมาย ดูความต้องการที่แท้จริง เพื่อที่จะมีข้อมูลมากพอในการประกอบการตัดสินใจ

3 ▸ จังหวะเวลา

บ่อยครั้งที่ไอเดียดีๆ ต้องเจอกับความล้มเหลวเพราะเข้ามาในจังหวะเวลาที่ไม่ใช่ เช่น เข้ามาในตลาดเร็วเกินไป ในขณะที่ผู้บริโภคยังไม่สนใจหรือยากเกินกว่าที่จะเข้าใจ หรืออาจจะช้าเกินไปจนทำให้มีผู้เล่นมากราย ดังนั้น ก่อนที่จะแปลงไอเดียมาใช้จริง ต้องดูจังหวะความต้องการของผู้บริโภคด้วยว่ากำลังไปในทิศทางใด และอาจต้องรู้จักที่จะอดทนรอเวลาจนกว่าจะแน่ใจว่าตลาดจะตอบสนองต่อไอเดียนั้นจริงๆ

4 ▸ ไม่มีกลยุทธ์

ขาดการวางแผนที่มีประสิทธิภาพ ทั้งในแง่ของงบประมาณ การทำการตลาด ฯลฯ ซึ่งถ้าไม่มีความชัดเจนในเรื่องเหล่านี้ อาจทำให้เกิดปัญหาตามมาได้

5 ▸ กลัวความล้มเหลว

สุดท้ายและสำคัญที่สุดคือ ความกลัว หลายคนกลัวความล้มเหลว พาลทำให้ไม่กล้าลงมือทำ แต่ถ้ามองว่าความล้มเหลวคือโอกาสที่จะเรียนรู้และเติบโตแล้วก็ไม่ต้องกลัวที่จะล้มเหลว เพราะอย่างน้อยการลงมือทำย่อมจะมีโอกาสประสบความสำเร็จมากกว่าคนที่ไม่เคยทำอะไรเลย

ETDA สพธอ
www.etda.or.th

MDE
กระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม
MINISTRY OF DIGITAL ECONOMY AND SOCIETY

สำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ (องค์การมหาชน)
กระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม

ขอเชิญผู้สนใจร่วมอบรม

กลยุทธ์ รวยทะลุล้าน ด้วยร้านค้าออนไลน์

เรียนรู้เทคนิคการเปิดร้านค้า ทำอย่างไรให้ยอดขายพุ่งจากเครื่องมือต่างๆ บนโลกออนไลน์
เพื่อเพิ่มช่องทางและโอกาสทางการขาย โดยผู้เชี่ยวชาญและที่ปรึกษาด้านการตลาดออนไลน์
ที่มีประสบการณ์จริงในสนามกว่า 10 ปี

(ผู้ผ่านการอบรมจะได้รับสิทธิเป็นวิทยากรอาสา
พร้อมค่าตอบแทน)

บุรีรัมย์	นครสวรรค์	นครราชสีมา	สุราษฎร์ธานี
4-5 พ.ย. 59	10-11 พ.ย. 59	16-17 พ.ย. 59	24-25 พ.ย. 59
โรงแรมอมารี บุรีรัมย์ ยูไนเต็ด	โรงแรมเดอะพาราดิโซ เจเค ดีไซน์ นครสวรรค์	โรงแรมดุสิตปริ๊นเซส โคราช	โรงแรมบรรจงบุรี

น่าน	อุดรธานี	ขอนแก่น	ราชบุรี
1-2 ธ.ค. 59	12-13 ม.ค. 60	16-17 ม.ค. 60	24-25 ม.ค. 60
โรงแรมดิ อิมเพรส น่าน	โรงแรมเซ็นทาราโฮเทล แอนด์ คอนเวนชั่นเซ็นเตอร์ อุดรธานี	โรงแรมอวานี ขอนแก่น โฮเทล แอนด์ คอนเวนชั่นเซ็นเตอร์	โรงแรม ณ เวลา โฮเทล แอนด์ แบงเควิ๊ท ราชบุรี

สถานที่จัดอบรมอาจมีการเปลี่ยนแปลง กรุณาโทรศัพท์ตรวจสอบความถูกต้องอีกครั้ง

ดูรายละเอียดการอบรมและสมัครที่

www.smethailandclub.com/SMEsGoOnline

สอบถามข้อมูลเพิ่มเติมที่ : 08-6797-1153, 08-5116-3886, 08-4905-5503

SMEs GO ONLINE

GREEN e-Commerce

I'll be on my way

พิมพิศา จิราธิวัฒน์

Text : รัชนี พันธ์รุ่งจิตติ / Photo : กฤษฎา ศิลปไชย

หลายคนคุ้นหน้าคุ้นตาเธอตามข่าวสังคมในหน้าหนังสือพิมพ์ หรือนิตยสารต่างๆ หลายคนรู้จักเธอในฐานะพิธีกรรายการโทรทัศน์ ดีเจ นั่นเป็นเพียงบทบาทบางส่วนของเธอเท่านั้น

ในวัย 24 ปี **แพร-พิมพิศา จิราธิวัฒน์** เพิ่มบทบาทใหม่ให้กับตัวเองกับการลงมือทำ 2 แบรนด์ที่เติบโตมาจากความคิดและน้ำพักน้ำแรงของเธอ ลิปสติก Boyfriend และชุดออกกำลังกาย Girlsnation

การที่เธออยากสร้างธุรกิจของตัวเองแบบเล็กๆ ค่อยเป็นค่อยไป แต่กระนั้นด้วยนามสกุลที่ต่อท้าย ทำให้ถูกมองว่า เธอมีต้นทุนที่ดีกว่าคนอื่น ซึ่งแน่นอนว่าด้วยต้นทุนที่ดีย่อมทำให้การเริ่มต้นธุรกิจนั้นไม่ยาก แต่การที่จะทำได้ตลอดรอดฝั่งนี่สิยากกว่า เราจะพาไปคุยกับเธอทุกเรื่องราว และมุมมองในการก่อร่างสร้างธุรกิจเล็กๆ ของตัวเอง

ในเมื่อคุณมีทุกอย่างรองรับอยู่มากมาย ทำไมต้องมาเหนื่อยทำอะไรของตัวเองที่จะต้องมาเริ่มต้นนับหนึ่งใหม่

จริงๆ แล้วสุดท้ายก็ต้องกลับไปธุรกิจของที่บ้านนะ เพียงแต่ว่าไม่ใช่ต้องทำเดี๋ยวนี้ แพรก็ขอเรียนจบปริญญาโทก่อน แล้วก็ขอไว้ว่า เรามีโปรเจกต์ที่เราอยากทำก็คือมี 2 ธุรกิจที่กำลังทำอยู่ เป็นการทำกับเพื่อนสนิทอย่างแรกคือ ลิปสติก Boyfriend ส่วนอีกธุรกิจที่เพิ่งเริ่มมาได้เดือนกว่าๆ คือ Girlsnation เป็นชุดออกกำลังกายที่เราเลือกที่จะเริ่มต้นขายผ่านออนไลน์แทนที่จะเข้าไปขายในห้างซึ่งจะทำอย่างนั้นก็ทำได้ แต่แพรไม่เคยทำธุรกิจในรูปแบบจริงจังมาก่อน อันนี้เป็นครั้งแรก ใช้เงินส่วนตัวทั้งหมด แพรทำงานในวงการมาตั้งแต่อายุ 14 ปี ถ่ายโฆษณา แพรก็มีเงินเก็บประมาณหนึ่ง แล้วเราเริ่มจากสเกลเล็ก ถึงเลือกที่จะขายออนไลน์ ซึ่งถามว่าการลงทุนมีความเสี่ยงมั้ย ก็มี แต่เราก็เลือกทำในสเกลที่เราคิดว่าเราไหว ถ้ามันไม่สำเร็จเราก็ไม่เจ็บ อันนี้คือคิดกันไว้ตั้งแต่แรก ก็เลยเริ่มจากเล็กๆ ก่อนแล้วค่อยให้มันโตไปตามสเตปที่มันควรจะเป็นดีกว่า บางทีสิ่งที่เราคิดอาจจะดีสำหรับเรา แต่ในความเป็นจริงมันอาจจะไม่ได้ดีสำหรับคนอื่น อันนี้ก็บอกไม่ได้ว่า สิ่งที่เราคิดผิดหรือถูก เพราะว่าเราก็ต้องเชื่อว่าเราคิดมาดี แต่บางทีมีสถานการณ์ต่างๆ อย่างสภาพเศรษฐกิจ การแข่งขันเข้ามาประกอบกันด้วยมันก็อาจไม่ได้เป็นอย่างที่เราคิด

ส่วนพ่อกับแม่ก็ไม่เข้ามายุ่งว่าต้องทำยังไง เขาค่อนข้างปล่อย เพราะเราไม่ได้ไปใช้เงินเขา แล้วเขาก็คิดว่ามันเป็นประสบการณ์ของเราไม่ว่าจะถูกหรือผิด แพรเคยถามพ่อว่าจะต้องรีบหาเงินมาหมุนเพราะจะทำโปรดักต์ใหม่ พ่อบอกก็เขียนโครงการไปกู้แบงก์สิ เราก็จบค่ะ จริงๆ ถ้าขอเขาให้อยู่แล้ว แต่เราไม่ขอเพราะเราหาเรื่องทำเอง ซึ่งการที่ทำธุรกิจนี้แพรไม่ได้คิดว่าจะต้องเป็นที่หนึ่ง จะต้องมีรายได้เท่าโน้นเท่านี้ เราทำกับเพื่อนก็เป็นเด็กจบใหม่ทั้งคู่ ประสบการณ์ก็น้อยในการทำธุรกิจ ฉะนั้นจะเป็นแบบค่อยเป็นค่อยไปดีกว่า

ทำไมถึงต้องเป็น Boyfriend กับ Girlsnation

Boyfriend อยากทำเพราะเป็นคนชอบเครื่องสำอาง ก็เลือกจากความชอบและอะไรที่ตัวเองทำได้ เราอยากทำโปรดักต์ที่ราคาไม่สูง แต่มีคอนเซปต์มีความสนุกสนาน ซึ่งลิปสติกก็ตอบโจทย์ แต่เราก็อยากให้มันเป็นมากกว่าลิปสติก คืออยากให้เป็นไลฟ์สไตล์ เพราะฉะนั้นเลยเป็นที่มาของคอนเซปต์ Boyfriend โดยเราจะ

ใส่ชื่อผู้ชายให้กับของที่เป็นผู้หญิง เหมือนการเล่นเรื่องความ Contrast ในราคาที่จับต้องได้ เรารู้ว่าผู้หญิงอยากมีลิปสติกหลายสี แต่จะให้ซื้อแท่งละเป็นพันบาทมันก็ไม่ไหว ก็เลยอยากทำของที่ซื้อได้ง่ายๆ ราคาไม่แพง ราคาชิ้นหนึ่ง 390 บาท ซื้อออนไลน์ได้ ส่วนคุณภาพเราก็หาโรงงานที่ถนัดทางด้านลิปสติกจริงๆ ไม่ใช่โรงงานทั่วไป

ส่วนชุดออกกำลังกาย Girlsnation จริงๆ อันนี้ไม่ได้เป็นโปรเจกต์ที่ตั้งใจจะทำตั้งแต่แรก เกิดจากว่ารู้จักรุ่นพี่ที่เขาทำโรงงานชุดออกกำลังกาย แล้วเขาก็ถามแพรมานานแล้วว่า อยากทำมั้ย หรือมีใครจะแนะนำมั้ย เพราะเขาอยากมีลูกค้า เราก็ว่าจะถามให้ ส่วนตัวไม่อยากทำเพราะรู้สึกว่าการทำเสื้อผ้ามันวุ่นวาย จำคำพูดของตัวเองในวันนั้นได้ ทีนี้แพรไปเล่าให้หุ้นส่วนแพรที่ทำลิปสติกด้วยกันฟัง เพราะเห็นว่าน้องชายเขาชอบปั่นจักรยาน เผื่อสนใจจะไปทำขาย เขาก็บอกขึ้นมาว่าแล้วทำไมเราไม่ทำเอง แพรก็ว่าจะดีเหรอ ยังลังเลอยู่ แต่ส่วนตัวเป็นคนชอบซื้อชุดออกกำลังกายมาก เพราะเล่นพิลาทีส แล้วสมมติวันนี้จะไปออกกำลังกายจะใส่ชุดออกกำลังกายตั้งแต่เช้าจนถึงเย็น คือแพรรู้สึกว่าชุดออกกำลังกายมันสบายแล้วมันก็เป็นแฟชั่นด้วย ยิ่งเวลาใส่กับรองเท้าผ้าใบรุ่นหายากมันยิ่งดูเท่ เพื่อนก็ว่าน่าจะลองไปคุยกับเขาดู พอไปคุยเราก็พอมองเห็นศักยภาพว่าตรงนี้มันไปได้ แต่ก็จะติดปัญหาเรื่องจำนวนขั้นต่ำที่ต้องสั่งทั้งผ้าทั้งการตัดเย็บทำให้เราคิดหนัก และเพราะโปรเจกต์นี้ไม่ได้เป็นความตั้งใจว่าชีวิตนี้จะต้องมีแบรนด์นี้ตั้งแต่แรก ก็เริ่มไม่ค่อยแน่ใจ ทีนี้หุ้นส่วนแพรก็ไปคุยกับเพื่อนเขาซึ่งมีโรงงานเหมือนกัน ปรากฏว่าเขาจะทำให้โดยไม่มีจำนวนขั้นต่ำ เราก็เปลี่ยนโรงงาน คือ มันเป็นอะไรที่บังเอิญมาก แล้วเราไม่มีความรู้เรื่องนี้เลย ต้องไปโรงงานเกือบทุกอาทิตย์ เพื่อที่ไปดู คือเราให้เขาทำแพตเทิร์น แพรก็จะแก้ตามความชอบ เอาตัวเรามาใส่ เราออกกำลังกายก็จะมีความเห็นไปว่าปรับแก้ตรงไหน ก็เลยเกิดแบรนด์ Girlsnation ขึ้นมา

วางคอนเซปต์ของแต่ละแบรนด์อย่างไร

คำว่า Boyfriend ชื่อเข้าใจง่าย แต่ก็จะมีการถามกันว่า ทำไมถึงใช้ชื่อนี้ มันก็จะมี Story ขึ้นมา แล้วเราจะมีชื่อสีแต่ละสีเป็นชื่อผู้ชาย เช่น มาร์ค อดัม โดยเราจะเลือกชื่อให้ตรงกับคาแร็กเตอร์สี พอพูดชื่อปุ๊บคนก็จะเข้าใจว่า มันคือสีประมาณนี้ อย่างเช่น สีแดงก็อยากให้มันฮอต ก็เป็นอดัม ก็มาจาก อดัม เลอวีน แต่ถ้าสีนู้ดเราก็ใช้ชื่อ ชาลี อะไรที่ดูเนิร์ดๆ ตอนนี้มี 14 สี ปีหน้าออกมาอีก 6 สี ก็จะมี 20 สี คือจริงๆ ถ้าพูดเรื่องสีสัน คิดว่าทุกแบรนด์ทำได้เหมือนกันหมด แต่ของเราเป็นเทกเจอร์ที่เป็น Semi-Matte สีชัด แต่ไม่ทำให้ปากแห้ง ลูกค้าซื้อไปแล้วกลับมาซื้อซ้ำเยอะมาก จะมีลูกค้าคนหนึ่งซื้อทุกเดือน เดือนละสี

สำหรับชุดออกกำลังกายในเมืองไทยมันน้อย แล้วก็เชื่อว่ามีคนจำนวนมากที่ไม่อยากใส่ชุดออกกำลังกายที่มันแมนเกินไป แต่ขณะเดียวกันเราก็ไม่อยากดูหวานเป็นลายดอกไม้อะไรอย่างนั้น เรามองว่าเรา No so basic คือทุกอย่างดูเรียบแต่มันมีดีเทล แล้วเลือกโทนสี ขาว ดำ น้ำตาล เขียวก็จะไม่ใช่เขียวแปร๊น จะเขียวที่ดูเป็นธรรมชาติ อันนี้จะเป็นคอนเซปต์ของแบรนด์คือ เราสามารถดูดีในยิม แล้วออกไปข้างนอกก็ยังดูดี เพราะแต่ก่อนคนออกกำลังกายก็จะคิดว่าใส่เสื้อยืดแถมๆ เดี๋ยวนี้มันไม่ใช่ มันเป็นแฟชั่น ฉันต้องสวย

โดยส่วนตัวแพรรู้สึกว่างานอะไรที่มีคอนเซปต์จะทำให้สร้างภาพรวมแบรนดิ้งได้ชัดเจน ฉะนั้นเวลาออกมาเป็นโปรดักต์ แคมเปญต่างๆ กราฟิก มูดส์แอนด์โทนมันก็จะลิงก์กันไปเอง

คุณคาดหวังกับทั้ง 2 แบรนด์อย่างไร

ถึงจะลงทุนไม่เยอะ แต่ก็จริงจังนะ อันนี้แพรจดเป็นบริษัทเลย ซึ่งเป็นเหมือนสัญญากับตัวเอง ก็ต้องพยายามให้ถึงที่สุด จะเลิกก็ต่อเมื่อเรารู้สึกว่ามันเหนื่อยไปแล้ว มันไม่ได้รีเทิร์นกลับมาอย่างที่ควรจะเป็น ปัญหามีไว้แก้ ไม่มีอะไรหรอกที่ทำแล้วไม่มีปัญหา ซึ่งมันก็ดีคือเราได้ฝึกตัวเองก่อนที่จะได้มาทำของที่บ้าน ซึ่งอันนั้นความรับผิดชอบมันเยอะกว่าเยอะ ทั้งในเรื่องมูลค่าแบรนดิ้ง ความไว้วางใจทุกอย่างเพราะมันเป็นบริษัทมหาชน

ผลตอบรับที่ผ่านมาเป็นอย่างไรบ้าง

ตัว Boyfriend เปิดตัวไปเมื่อต้นปี ฟีดแบ็กดีในช่วงแรกๆ ทุกอย่างเราคุมคอนเซปต์ คุณภาพให้ได้ อาจจะไม่ได้เป็นแบรนด์ที่ขายได้เยอะ แต่อยากให้คนที่ซื้อของเราไปแล้วรู้สึกสนุกสนาน แต่พอมาช่วงกลางปีมันก็เริ่มสโลว์แล้ว มันก็เป็นไปตามภาวะเศรษฐกิจ แล้วก็อาจจะเป็นเพราะเรายังไม่มีโปรดักต์ใหม่ออกมาด้วย ก็พยายามหาช่องทางที่จะทำให้แบรนด์โดดเด่นขึ้น อย่างตอนนี้ Boyfriend นอกจากจะขายผ่านช่องทางออนไลน์แล้ว ก็เริ่มมีวางที่ร้าน เช่น BEAUTRIUM และ SOS ทองหล่อ

สำหรับ Girlsnation เพิ่งเปิดตัวไปเมื่อเดือนกว่าๆ ขายผ่านออนไลน์อย่างเดียว ปรากฏว่าผิดคาดมาก ล็อตแรกขายเกือบหมดแล้ว คืนทุนแล้วด้วย ยังตกใจอยู่เลย แต่ตอนนี้ก็เครียดอยู่ว่าล็อตต่อไปจะขายดีเหมือนล็อตแรกมั้ย ที่ขายดีแพรว่าเป็นเพราะทางเลือกมันน้อยคือ ชุดออกกำลังกายในไทยที่เป็นสเกลโรงงานตัดเย็บชุดออกกำลังกายจริงๆ มีไม่ถึง 10 เจ้า ที่ดูเป็นแบรนด์แฟชั่นหน่อย เรามอง Girlsnation เป็นแฟชั่นบวกฟังก์ชัน มันเลยโตเร็ว แล้วมันเป็นเทรนด์ด้วย ตอนแรกก็กลัวว่าจะเป็นกระแสประเดี๋ยวประด๋าวหรือเปล่า แต่เท่าที่เคยคุยกับหลายคนแพรมองว่า กีฬาเป็นธุรกิจที่ไม่มีวันตาย ตั้งแต่สมัยกรีกก็มีโอลิมปิก เพราะมันเป็นเอนเตอร์เทนเมนต์อย่างหนึ่ง กีฬาเดียวเล่นกันมาเป็น 100 ปี คนก็ยังเล่นอยู่ แพรเลยรู้สึกว่ากีฬาเป็นอะไรที่คนสามารถมีส่วนร่วมด้วยง่าย ไม่ต้องสร้าง Story อะไรเยอะ แล้วเทรนด์สุขภาพมาแรง ทุกคนอยากแข็งแรง สุขภาพใช้เงินซื้อไม่ได้ ทุกคนก็เลยต้องออกกำลังกาย แล้วออกกำลังกายจะใส่เสื้อผ้าธรรมดาไปได้มั้ย ทุกคนรักสวยรักงาม ก็เหมือนธุรกิจบิวตี้ ทำไมมันถึงโตขึ้นไปเรื่อยๆ ก็เพราะทุกคนอยากสวย

สรุปว่า Girlsnation นี่แฮปปี้มาก ส่วน Boyfriend ตอนนี้ก็โอเค เพราะว่ายอดซื้อออฟไลน์ดีขึ้นเยอะ จากการไปฝากขายเพราะคนได้เทสต์ แต่ถ้าในแง่ฟีดแบ็กที่คนพูดถึงแบรนด์ก็แฮปปี้ทั้ง 2 แบรนด์ อย่าง Boyfriend มีแต่ในด้านบวก 100 เปอร์เซ็นต์ แพรไม่เคยเจอคอมเมนต์ที่เป็นลบเลย เรื่องคุณภาพสินค้ามีปัญหาก็ไม่เคยเจอ แพ็กเกจจิ้งก็ไม่มีเพราะเราทุ่มมาก

ปรับตัวอย่างไรในภาวะเศรษฐกิจแบบนี้

มาเจอเศรษฐกิจอย่างนี้ก็ยอมรับว่าเครียด คุยกับหลายคนบอกว่าปีนี้ค่อนข้างโหด ก็เสียกำลังใจนิดหนึ่ง แต่ไม่ถึงขั้นว่าไม่ทำอะไรเลย ต้องสู้ต่อไป คนอื่นก็เป็นเหมือนกัน คือมันก็ต้องพยายามคิดอะไรออกมาใหม่ๆ อย่างบางทีของ Boyfriend แพรก็จะเจออุปสรรคเยอะเพราะมันเป็นตลาดที่ใหญ่ คนเล่นเยอะ แต่ก็เจ็บตัวกันเยอะเหมือนกัน เพราะมันแข่งกันด้วยราคา เราโดนตัดราคา แต่แพรกับเพื่อนก็มองว่า อย่างนี้เรายิ่งต้องทำให้ตัวเองโดดเด่นออกมา เราอาจจะยังไม่พร้อมที่จะมีงบไปลงมาร์เก็ตติ้งเยอะๆ แต่ยังไงเราก็ต้องพยายามทำมาร์เก็ตติ้ง เช่น มีกิจกรรมให้ลูกค้าตั้งชื่อลิปสติก คุณอยากได้ผู้ชายคนไหน ก็มามโนกันได้เต็มที่ นี่คือการทำการตลาด เราก็พยายามทำทุกช่องทาง นอกจากนี้ แพรจะลงไปกับเรื่องอิมเมจค่อนข้างเยอะ ถ้าสังเกตในอินสตาแกรมแพรถ่ายแบบอย่างจริงจังมาก ภาพทุกอย่างมันต้องดูเท่าอินเตอร์เนชั่นแนลแบรนด์ นี่คือมาตรฐานของแพร แล้วปีหน้าจะพยายามโฟกัสโปรดักต์เกี่ยวกับปาก เฉพาะแค่ลิปสติกนี่ก็มีเป็น 10 ประเภทแล้ว

> การบริการลูกค้าจะไม่มีใครทำดีเท่าเจ้าของแบรนด์ เพราะเราเป็นเจ้าของแบรนด์ เราจะรักในแบรนด์ ถ้าเราให้คนอื่นทำ เขาจะไม่ได้มาร่วมทุกข์ร่วมสุขกับเราตั้งแต่แรก เขาอาจจะไม่เข้าใจแบรนด์เรา

สำหรับแบรนด์เล็กอิมเมจแบรนด์สำคัญอย่างไร

ถ้าพูดกันตรง ๆ เวลาเจอใคร คนเราจะตัดสินจากภายนอกก่อน มันเป็นเรื่องอาจจะฟังดูแย่ แต่มันเป็น First Impression สมมติคนกดเข้ามาในอินสตาแกรมเจอรูปสวย ๆ ก็อยากซื้อแล้ว ซึ่งแพรจะดูเองหมดทั้งรูป กราฟิก เวิร์ดดิ้ง โทนสี ที่ใช้ให้มันลิงก์กันหมด แพรไม่ได้มีทีมงานอลังการอะไรเลย ทุกอย่างเป็นแพรกับหุ้นส่วนทำกันอยู่ 2 คน นอกนั้นก็เป็นฟรีแลนซ์ เวลาที่แพรให้ฟรีแลนซ์ทำ แพรจะเขียนคอนเซปต์ชัดเจนเลยว่า ธีมรูปเป็นแบบไหน เช่น เดือนตุลาคม แพรจะทำธีมเป็นเรื่องท่องเที่ยว ฉะนั้นคอนเซปต์ลิปสติกของเราคือจะไปเที่ยวตามที่ต่าง ๆ คือเราจะไม่ใช่แค่ถ่ายรูปโปรดักต์แล้วขาย อย่างเว็บไซต์แพรก็ออกแบบเอง ถึงแม้เราจะไม่ได้ยอดขายจากเว็บไซต์ เพราะคนไทยชอบซื้อของจากเฟซบุ๊กอินสตาแกรมมากกว่า แต่เราก็ทำ และถ้า Girlsnation มีโปรดักต์มากขึ้นจะเน้นเว็บไซต์เพราะเราตั้งใจไว้แล้วว่า ไม่ได้ขายแค่ประเทศไทยเท่านั้น อยากไปขายต่างประเทศด้วย อย่างตอนนี้ Boyfriend มีลูกค้าต่างประเทศบ้าง เป็นในแถบ ๆ อาเซียน แล้วก็มีออสเตรเลียนิดหน่อย แต่ของ Girlsnation ก็มีจีนมาถามบ้าง แต่เรายังไม่ได้ทำ

ได้เรียนรู้อะไรจากการทำธุรกิจเล็กๆ

แพรจะตอบคำถามลูกค้าเอง แต่จะไม่ค่อยบอกใครว่าเป็นแอดมิน คือรู้สึกว่าเรื่องการบริการลูกค้าจะไม่มีใครทำดีเท่าเจ้าของแบรนด์ เพราะเราเป็นเจ้าของแบรนด์เราจะรักในแบรนด์ ถ้าเราให้คนอื่นทำ เขาจะไม่ได้มาร่วมทุกข์ร่วมสุขกับเราตั้งแต่แรก เขาอาจจะไม่เข้าใจแบรนด์เรา แพรรู้สึกว่าขายของออนไลน์ใคร ๆ ก็ขายได้ ที่อื่นราคาถูกกว่าเราก็มี ฉะนั้นมันต้องมีอะไรอย่างนี้ที่จะทำให้เขารู้สึกรักประทับใจ แล้วอยากจะซื้อของเราต่อ คืออะไรที่สามารถเซอร์วิสลูกค้าโดยที่ทำแล้วเราไม่ติดลบก็จะทำ อย่าง Girlsnation จะมีออฟเฟอร์ให้ด้วยว่าสามารถเปลี่ยนไซส์ได้ภายในกี่วัน เพราะบางร้านเขาคงอยากขายของ ก็จะขายแล้วขายเลย ไม่มีให้เปลี่ยนไซส์ได้ แต่เรารู้สึกว่าเราทำอะไรเล็ก ๆ น้อย ๆ แบบนี้ มันทำให้เขากลับมาซื้อต่อ สิ่งที่ได้มันได้กลับมาเยอะกว่า

อะไรคือความท้าทายในการทำธุรกิจ

มีคนอยากทำสินค้าเครื่องสำอางเยอะมาก ตอนนี้ปัญหาที่แพรคิดคือคนขายออนไลน์มันเยอะ สมัยก่อนราคาจะค่อนข้างเกาะกัน แต่ตอนนี้เริ่มมีคนดัมพ์ราคา คราวนี้ซวยกันหมด ลิปสติกแท่งหนึ่งกำไรหลักร้อย บางทีถ้าเขาดัมพ์เยอะ ๆ นี่กำไรเหลือหลักสิบนะ ถึงแม้จะขายได้จำนวนเยอะจริง แต่กำไรได้น้อยกว่ามาก ๆ แถมยังเหนื่อยเท่ากัน อันนี้ก็เป็นเรื่องที่ผู้ประกอบการที่ลงมาเล่นราคาต้องคิด สำหรับแพรเวลาที่เราเจอการดัมพ์ราคาเราก็จะทำโปรโมชัน แต่ไม่ใช่ทำโปรโมชันโหดมาก คือคุณแม่ทำรีเทลมาก่อนก็จะถามคุณแม่เหมือนกันว่า ควรจะทำโปรโมชันยังไง แม่เคยทำโปรโมชันอะไรบ้าง มันมีวิธียังไงในการทำมาร์เก็ตติ้ง ส่วนใหญ่ถ้ามีปัญหาก็ค่อยถาม แต่ที่สำคัญเราจะไม่ลงไปเล่นเรื่องราคาแน่นอน เพราะเราก็อยากจะรักษาอิมเมจแบรนด์ เรื่องนี้แพรมองว่ามันเป็นความท้าทาย เพราะมันต้องปรับตัวตลอด ไม่มีสูตรตายตัว ทำอย่างนี้แล้วจะขายดี แล้วบางทีเราคิดว่าเราทำอย่างนี้แล้วจะขายดี เดือนนี้อาจจะขายดีจริง แต่พอเดือนหน้าอาจจะขายไม่ได้ก็ได้ใครจะไปรู้ ปีหน้า Boyfriend จะมีการปรับตัว ตอนนี้ตลาดเครื่องสำอางคนทำเยอะมากแล้ว เลยคิดว่า หรือเราจะทำเฉพาะโปรดักต์ที่มันคัลเลอร์แล้วเน้นปากไปเลย

นอกจากนี้ ตอนที่ทำ Girlsnation แพรก็เจออะไรที่เป็นบทเรียนเหมือนกัน คือเราทำแค่คอลเลกชั่นแรกออกมา แล้วก็ไม่ได้คิดเผื่อคอลเลกชั่นที่สองอะไรเลย แต่ปรากฏว่าฟีดแบ็กมันดี ก็ซวยแล้ว เพราะกว่าจะทำเสร็จแต่ละคอลเลกชั่น ต้องใช้เวลา กว่าจะทำตัวอย่าง เลือกสีผ้า เทสต์สี เทสต์คุณสมบัติ ทำแพตเทิร์น จนได้ชุด

> ไม่มีสูตรตายตัว
> ทำอย่างนี้แล้วจะขายดี
> แล้วบางทีเราคิดว่า
> เราทำอย่างนี้แล้วจะขายดี
> เดือนนี้อาจจะขายดีจริง
> แต่พอเดือนหน้า
> อาจจะขายไม่ได้ก็ได้
> ใครจะไปรู้

ออกกำลังกายนี่ทั้งกระบวนการใช้เวลาประมาณ 4-5 เดือน ตรงนี้เราไม่ได้วางแผนมาก่อน ก็ทำให้เสียโอกาสทางธุรกิจไปเหมือนกัน ของเก่าไม่พอขาย คอลเลกชั่นใหม่ก็ยังไม่ได้เริ่ม ตอนนี้เลยวางแผนกันใหม่ แล้วกำลังทำคอลเลกชั่นที่ 2 แล้วก็วางแผนไปถึงคอลเลกชั่นที่ 3 ซึ่งเป็นคอลเลกชั่นของปี 2560 ด้วย

มีวิธีสร้างแรงบันดาลใจให้กับตัวเองยังไงบ้าง

แพรเป็นคนชอบอ่านบล็อก ไปเที่ยว ถ้าสมมติช่วงไหนเหนื่อยก็ชวนเพื่อนไปเที่ยว ที่แพรทำงานเยอะอย่างนี้ไม่ใช่เพราะอะไร แพรอยากเที่ยวรอบโลก แพรอยากไปอยู่ตามประเทศต่าง ๆ โดยใช้เงินตัวเอง เป็นคนชอบที่สวย ๆ คือเวลาไปเที่ยวแพรไม่ค่อยช้อปปิ้ง แต่จะอยู่โรงแรมดี ๆ แต่ก็ไม่ได้เว่อร์มาก แพรมองว่าเป็นการไปหาประสบการณ์ เมืองไทยเป็นเมืองที่ไม่เหมาะกับการทำงานดีไซน์ พูดตรง ๆ เพราะว่า Source มันน้อย คือมันมี TCDC แต่มันมีแค่ TCDC ซึ่งแพรเสียดายเพราะประเทศเรามีวัฒนธรรมมีความสวย แต่เหมือนมันยังไม่ได้ถูกโฟกัสเต็มที่ ยิ่งแพรทำทั้ง Boyfriend และ Girlsnation มันเกี่ยวกับการดีไซน์ เลยรู้สึกว่าการได้เดินทางทำให้เราได้เห็นอะไร ๆ จะสร้างแรงบันดาลใจได้ดีกว่าถ้าเราอยู่ที่เดิม หรือลองจับดีไซเนอร์ที่เก่ง ๆ ที่สุดในโลกมาอยู่ห้องสี่เหลี่ยม เขาก็คิดอะไรไม่ออก เพราะทุกอย่างมันเกิดจากสิ่งที่เราเคยเห็น แล้วเราเอามาทำใหม่ ตีความใหม่

วางอนาคตธุรกิจของตัวเองไว้อย่างไร

คิดว่าปีหน้าธุรกิจจะต้องโตขึ้น Boyfriend จะถูกวางค่อนข้างเป็นนิช คือราคามันแมส แต่ก็ยังเฉพาะกลุ่ม ด้วยความที่อยากให้มันมีความ Cool อยู่ แต่ Girlsnation ตั้งใจเป็นแมสไปเลย แล้วปีหน้าจะมีชุดออกกำลังกายอีกไลน์หนึ่งแต่ยังอยู่ในชื่อแบรนด์ Girlsnation คือแพรอยากมองให้เป็นไลฟ์สไตล์แบรนด์ ไม่จำเป็นต้องเป็นชุดออกกำลังกายอย่างเดียว เดี๋ยวนี้มันมีเส้นเบลอมาก ๆ สำหรับเสื้อผ้าแต่ละประเภท ชุดออกกำลังกายเดี๋ยวนี้ยังเหมือนชุดแฟชั่น ไลฟ์สไตล์คนเปลี่ยนไป คนไม่จำเป็นต้องแต่งตัวตามลุคอย่างนี้เป๊ะ ๆ แพรเป็นอีกหนึ่งทางเลือก Every day look คือใส่ได้ทุกวันโดยที่ไม่ได้ดูแฟชั่นจ๋าหรือเรียบเกินไป

ส่วน Boyfriend ขอเป็นทีละสเตป คือมันเป็นธุรกิจใช้เงินเยอะมาก ๆ ต้องทำมาร์เก็ตติ้งเยอะ แต่เราก็พอใจอย่างนี้ อยากให้เวลาคนพูดถึงลิปสติก Boyfriend ก็รู้ว่าแบรนด์นี้มีอิมเมจแบบนี้ ใช้ดีนะ ปีนี้ถ้าทันจะมีบลัชออนออกมา ซึ่งอันนี้ก็จะมีกิมมิกอีก คือเป็นบลัชออนที่เทกเจอร์เวลาทาไปจะแห้ง ไม่มัน เพราะเมืองไทยอากาศร้อน หน้าจะมันง่าย แต่อันนี้จะให้เทกเจอร์วาวแต่ไม่มัน เราก็ใช้เวลาพัฒนาสูตรขึ้นมาเกือบปี แล้วเราจะไม่ใช้ชื่อผู้ชายมาตั้งเป็นชื่อสีเหมือนลิปสติก แต่จะใช้ชื่อแอ็กชั่น อยากจะให้เขาทำอะไรกับเรา อันนี้เป็นคอนเซปต์ที่เราพยายามคิดลูกเล่นตลอดเวลา แพรอยากทำอะไรที่ทำสนุกคิดแล้วต่อยอดได้ S

Text : เจษฎา ปุรินทวรกุล

10 ความผิดพลาด ทางการเงิน ที่เจ้าของธุรกิจมักมองข้าม

ผู้ประกอบการมักคิดถึงเรื่องทำธุรกิจให้ประสบความสำเร็จจากการขาย ทำการตลาด และสร้างชื่อเสียง โดยลืมมองย้อนกลับมาที่รากฐานอันสำคัญที่ชื่อว่า "การเงิน" และด้วยการบริหารจัดการการเงินที่ผิดพลาดก็กลายเป็นเหตุผลหลักที่ทำให้ธุรกิจส่วนใหญ่ต้องพังทลายลง

แล้วความผิดพลาดการเงินแบบไหนกันล่ะที่ผู้ประกอบการมักมองข้ามไป และเราสามารถเตรียมความพร้อมในการรับมือให้เหมาะสมได้อย่างไร ลองมาเรียนรู้จากความผิดพลาดก่อนก้าวเท้าลงสู่กับดักทางการเงินเหล่านี้ดู

1 ไม่บันทึกข้อมูลลงในบัญชี

การทำบัญชีอาจไม่ใช่เรื่องน่าสนุกหรือน่าตื่นเต้น หากแต่เป็นสิ่งที่ผู้ประกอบการควรให้ความสำคัญ เช่นเดียวกันถ้าเราไม่ทำการตลาดให้ดี ก็จะขายสินค้าได้ยาก โดยผู้ประกอบการควรมีความรู้การบัญชีขั้นพื้นฐาน การตรวจสอบบัญชีรายรับ-รายจ่าย เงินหมุนเวียนทางธุรกิจ งบบัตรเครดิต การติดตามใบแจ้งหนี้ที่ค้างชำระ และการจ่ายภาษี ทั้งหมดนี้เป็นสิ่งที่เราต้องมีความรู้ติดตัวเอาไว้ และพยายามสรุปบัญชีทุก 1 สัปดาห์

2 เพิ่มค่าใช้จ่ายให้กับองค์กรโดยไม่จำเป็น

ในชีวิตส่วนตัว หากเราทำงานมีเงินเดือนประจำสัปดาห์ไหนหรือเดือนไหนเราอาจไปรับประทานข้าวร้านหรู ๆ ซื้อเสื้อผ้าใหม่ ๆ สักชุด หรือลงทุนซื้อเครื่องเสียงอย่างดีมาใช้ดูหนังเพื่อคลายเครียดได้แบบไม่ต้องกังวลอะไรมาก แต่เมื่อเป็นการทำธุรกิจการเพิ่มต้นทุนให้กับองค์กร เช่น ออฟฟิศขนาดใหญ่ อุปกรณ์ขั้นเลิศแบบใหม่แกะกล่องยกเซ็ต โต๊ะและเก้าอี้แบรนด์เนมขั้นเลิศ ทั้งหมดนี้เป็นการลงทุนที่สิ้นเปลืองเกินความจำเป็น ดังนั้น ควรวิเคราะห์ให้ดีว่า สิ่งของแต่ละชิ้นจำเป็นต้องซื้อหรือไม่ หากเป็นอุปกรณ์ที่เกี่ยวกับการผลิตก็อาจมองถึงเรื่องความคุ้มค่าและคุ้มทุน

3 ไม่ได้คำนึงถึงต้นทุนแฝง

บางครั้งพอเราเริ่มต้นทำบัญชี เราก็จะมองแต่ตัวเลขในกระดาษ โดยลืมคิดไปว่า การทำธุรกิจ มีเรื่องของต้นทุนแฝงอยู่ด้วย ไม่ว่าจะเป็น อัตราการเข้า-ออกของพนักงาน ภาษีเงินเดือน (Payroll Tax) ค่าใบอนุญาตต่าง ๆ ค่าธรรมเนียมบัตรเดบิตหรือบัตรเครดิต ค่าธรรมเนียมเมื่อชำระเงินล่าช้า ค่าเสื่อมราคาเครื่องจักร ค่าบริการจ้างงานจากภายนอก เช่น ค่าที่ปรึกษาธุรกิจ ค่าทนาย และพนักงานทำความสะอาด และอื่น ๆ อีกมากมายที่เราคิดไปไม่ถึง ทั้งหมดนี้คือ ต้นทุนแฝง หากไม่วางแผนบริหารจัดการให้ดี เงินที่เคยคิดว่าจะได้กำไรจากการทำธุรกิจอาจต้องนำไปจ่ายให้กับต้นทุนแฝงจนหมดก็ได้

4 พลาดการเรียนรู้ซอฟต์แวร์ด้านบัญชี

ซอฟต์แวร์ด้านบัญชีได้กลายเป็นตัวช่วยชั้นยอดสำหรับนักธุรกิจมือใหม่หลายต่อหลายราย ซึ่งสามารถจัดการเรื่องคำนวณงบประมาณ เงินเดือน รวมถึงเรื่องของภาษีได้อย่างแม่นยำ แต่น่าเสียดายที่ผู้ประกอบการหลาย ๆ คนยังไม่สามารถแบ่งเวลามาเรียนรู้ซอฟต์แวร์เหล่านี้

5 จำแนกพนักงานผิดประเภท

คุณทราบความแตกต่างระหว่าง ผู้รับจ้าง กับพนักงานหรือไม่? ถ้าไม่ แปลว่า คุณอาจจะกำลังเสียเงินจ้างพนักงานเต็มเวลาโดยไม่จำเป็นด้วยซ้ำไป

ผู้รับจ้าง ให้พูดตรง ๆ ก็เหมือนกับฟรีแลนซ์ หรือผู้รับเหมาซึ่งรับงานของเราไปทำโดยอิสระและบริหารเวลาด้วยตัวเอง ดังนั้นเราจึงไม่ต้องกังวลเรื่องภาษีและสวัสดิการของเขาสักเท่าไหร่

ส่วนพนักงาน เรามีหน้าที่ดูแลเรื่องภาษีและสวัสดิการให้กับเขาเพราะเขาทำงานให้กับเราโดยตรง

พยายามทำความเข้าใจความแตกต่าง ข้อดีข้อเสีย และรายจ่ายที่จะเกิดขึ้นกับพนักงานทั้ง 2 ประเภท เพื่อจ้างงานให้เหมาะสมต่อตำแหน่งในองค์กรของเรา

6 ไม่สำรองเงินไว้จ่ายภาษี

หากใครทำธุรกิจมานานปีแล้ว ยังไม่เคยเข้าไปข้องแวะกับกรมสรรพากร ต้องบอกว่า นี่คือการตัดสินใจที่ผิดพลาดที่สุดในชีวิตการทำธุรกิจของคุณ เพราะถ้าวันหนึ่งวันใดเราถูกตรวจสอบย้อนหลังขึ้นมาละก็ ธุรกิจที่ไปได้สวยแบบไม่เคยสะดุดอาจต้องถึงคราวติดขัดกันบ้างก็งานนี้แหละ ดังนั้น พยายามยื่นชำระภาษีให้ถูกต้องตามกฎหมายในแต่ละปีด้วย

7 นำสินทรัพย์ส่วนบุคคลและขององค์กรมาปนกัน

เคยมีผู้ประกอบการบางรายนำบัตรเครดิตขององค์กรไปใช้ซื้อโทรทัศน์ส่วนตัว และใช้จ่ายรูดบัตรตอนไปพักร้อนกับครอบครัว และนำกลับมาใช้ยื่นภาษีในส่วนงบค่าใช้จ่ายของบริษัท สุดท้ายก็ต้องมาปวดหัวแก้ปัญหากันไป เพราะฉะนั้นพยายามแยกบัญชีส่วนบุคคลกับองค์กรออกจากกัน จะช่วยให้การทำบัญชีปราศจากความซับซ้อน

8 บริหารจัดการการขายผิดพลาด

การจะทำธุรกิจได้อย่างยั่งยืน ต้องมีรายได้และกำไรซึ่งจะทำให้ธุรกิจสามารถเติบโตได้อย่างยั่งยืน แต่หลายธุรกิจก็พลาดเรื่องการบริหารจัดการในส่วนนี้ เช่น

1) เล่นสงครามราคา ให้ใกล้เคียง เท่ากับ หรือต่ำกว่าคู่แข่งเพื่อให้ขายได้ ซึ่งในความเป็นจริง เราควรสร้างจุดเด่นให้กับสินค้าเพื่อให้สามารถขายได้ในราคาที่สูงขึ้น และมีกำไรเพิ่มขึ้น เพราะฉะนั้นอย่าขายสินค้า 1,000 ชิ้น เพื่อให้ได้กำไร 10,000 บาท แต่ต้องหาวิธีขายสินค้า 100 ชิ้น เพื่อสร้างกำไร 10,000 บาทให้ได้

2) มีรายรับทางเดียว การมีรายรับจากคู่ค้าเพียงทางเดียวถือเป็นความเสี่ยง หากวันใดลูกค้าเลิกรับสินค้าจากเราไปขายงบการเงินของเราได้มีปัญหาในวันถัดไปแน่นอน เพราะฉะนั้นพยายามหาลูกค้ากลุ่มใหม่ ๆ ช่องทางการจำหน่ายอื่น ๆ ที่จะช่วยสร้างยอดขายให้กับธุรกิจได้อย่างต่อเนื่อง

9 โยนใบเสร็จทิ้ง

แม้เราจะอยู่ในโลกที่มีความเป็นดิจิตอลมากขึ้นทุกวัน แต่ใบเสร็จที่เป็นกระดาษก็ยังจำเป็นต้องเก็บรักษาเอาไว้อย่างดี เพื่อให้เราสามารถติดตามค่าใช้จ่ายได้อย่างถูกต้องและใช้เป็นหลักฐานกับกรมสรรพากรได้ด้วย

10 ไว้วางใจเทคโนโลยี หรือใครคนใดคนหนึ่งมากเกินไป

แม้ว่าเราควรจะจ่ายเงินเพื่อจ้างพนักงานบัญชี หรือซื้อซอฟต์แวร์บัญชีมาใช้ แต่ก็ไม่ควรไว้วางใจสิ่งเหล่านี้มากจนเกินไป ในฐานะที่เราเป็นหัวหน้าองค์กร จึงควรตรวจสอบรายงานทางการเงิน เพื่อทำความเข้าใจและวางแผนการดำเนินงานอย่างเป็นระบบด้วย

หากตัวเลขไม่เป็นไปตามที่เราประเมินเอาไว้ ลองสอบถามที่ปรึกษาทางการเงินหรือพนักงานบัญชี เพื่อให้เขาสรุปรายงานที่ดูง่ายมาให้เราดูก็ได้ เช่น ยอดเงินคงเหลือในธนาคาร ใบแจ้งหนี้ที่ค้างชำระ ประมาณการกระแสเงินสดใน 3 เดือนหน้า เป็นต้น

ส่วนซอฟต์แวร์บัญชี มักมีรายงานและกราฟข้อมูลเอาไว้ให้เราอยู่แล้ว แต่ข้อมูลเหล่านั้นจะไร้ประโยชน์หากเราไม่เคยใช้เวลาตรวจสอบหรือทำความเข้าใจกับข้อมูลเหล่านั้นเลย

JAP FAC
All About Bag Factory

Text : รัชนี พันธ์รุ่งจิตติ / Photo : Otto

กระเป๋า JAP FAC นี้นอกจากจะเลือกใช้
ผ้าแคนวาสกับผ้ายีนส์เป็นหลักแล้ว
ถ้ามองจากภายนอกก็จะเป็น
กระเป๋าที่มีรูปทรงเรียบง่าย
แต่จริงๆ แล้วส่วนใหญ่จะมีฟังก์ชันการใช้งาน
มากกว่า 1 ฟังก์ชัน เช่น เป็นเป้ก็ได้
หรือจะเลือกใช้สายที่จะสะพายข้างก็ได้

มีหลายธุรกิจที่เดียวที่เริ่มต้นมาจากการตอบสนองความต้องการของตนเอง ที่อยากมีอยากใช้ในสิ่งที่ถูกใจมีประโยชน์ต่อการใช้งานจริง รวมถึง JAP FAC กระเป๋าผ้าที่เรียบง่ายแต่ใช้งานได้มากกว่าหนึ่งแบบของสองหนุ่มสาวเพื่อนซี้ **คณัสนันท์ เข็มทอง** และ **เจนจิรา ทรัพย์สกุล** ที่เริ่มต้นทำในสิ่งที่ตอบโจทย์การใช้งานของตนเอง จากนั้นจึงต่อยอดพัฒนาเรื่อยมาจนกลายเป็นสินค้าที่สร้างรายได้ตั้งแต่สมัยเรียนมหาวิทยาลัย

"เริ่มมาจากว่าตอนที่เราทั้งคู่เรียนอยู่ปี 2 คณะมัณฑนศิลป์ มหาวิทยาลัยศิลปากร เรามีของพวกอุปกรณ์การเรียนการออกแบบที่ต้องใส่กระเป๋าเยอะก็อยากได้กระเป๋าที่มีฟังก์ชันสำหรับใส่ของ เลยลองออกแบบกระเป๋าขึ้นมากันเอง โดยเริ่มขายที่งานกิฟต์ของคณะซึ่งก็ขายได้ จากนั้นก็ไปขายตามงานอื่นๆ แล้วก็เริ่มลงขายทางออนไลน์ โดยกระเป๋าของเราจะเลือกใช้ผ้าแคนวาสกับผ้ายีนส์เป็นหลัก ซึ่งเป็นความชอบส่วนตัว อย่างผ้ายีนส์จะมีความพิเศษในตัว คือมันจะเปลี่ยนไปตามลักษณะของผู้ใช้ เวลาเราใส่ก็จะเป็นริ้วรอยของเรา กระเป๋าก็เช่นกันเราใช้ชีวิตยังไง มีประสบการณ์แบบไหน มันบ่งบอกตัวเราเองได้จากริ้วรอยนั้น" คณัสนันท์เล่าจุดเริ่มต้น และแนวคิดการทำกระเป๋าผ้า JAP FAC

คอนเซปต์ของกระเป๋า JAP FAC นี้นอกจากจะเลือกใช้ผ้าแคนวาสกับผ้ายีนส์เป็นหลักแล้ว เจนจิราอธิบายต่อว่า ถ้ามองจากภายนอกก็จะเป็นกระเป๋าที่มีรูปทรงเรียบง่าย แต่จริงๆ แล้วส่วนใหญ่จะมีฟังก์ชันการใช้งานมากกว่า 1 ฟังก์ชัน เช่น เป็นเป้ก็ได้ หรือจะเลือกใช้สายที่จะสะพายข้างก็ได้ เป็นต้น เวลาที่สะพายกระเป๋าทรงหนึ่งก็จะดูไม่ออกเลยว่ากระเป๋านี้เคยเป็นทรงอื่นมาก่อน ซึ่งเป็นการตอบโจทย์การใช้ชีวิต โดยทุกๆ แบบกว่าจะออกวางจำหน่ายจะทดลองใช้เองก่อนทุกครั้ง

"กระเป๋าทุกใบเราจะช่วยกันออกแบบ วาดขึ้นมาจากกระดาษแล้วแชร์กันว่าจะเพิ่มลดตรงไหน แล้วก็ลองทำขึ้นมาก่อน พอเห็นของจริงแล้วเราก็ช่วยแก้กันอีกที แล้วเราจะทำตัวเหมือนเป็นลูกค้า คือจะเอากระเป๋าต้นแบบนั้นมาลองใช้เอง ถ้าเกิดปัญหาก็ปรับแก้ไขในจุดนั้น กระเป๋าบางแบบต้องแก้ไข 2-3 รอบกว่าจะเอาออกมาขาย ซึ่งเราเองก็โชคดีที่ได้ช่างเย็บกระเป๋าที่เขามีประสบการณ์มาก เขาก็จะช่วยดูอีกทีก่อนว่าแบบที่เราคิดนั้น เวลาทำเวลาใช้จะติดขัดอะไรหรือเปล่า เพราะบางทีความคิดฝ่ายเดียวของเรามันอาจจะไม่เวิร์กก็ได้ เพราะเรามองแต่ในฝั่งของการออกแบบ"

อย่างไรก็ตาม คณัสนันท์ยอมรับว่า ด้วยภาวะเศรษฐกิจที่ชะลอตัวในเวลานี้ ประกอบกับการที่มีผู้ค้าบนออนไลน์เพิ่มมากขึ้น จากคนที่เคยซื้อก็มาเป็นคนขาย ทำให้ปีนี้ JAP FAC ได้รับผลกระทบมียอดขายลดลงบ้าง แต่ก็ไม่ได้ย่อท้อพยายามแก้ปัญหาโดยการหาช่องทางการขายเพิ่มขึ้น ทั้งออฟไลน์ ฝากวางในร้านมัลติแบรนด์ต่างๆ และออนไลน์ในแอพพลิเคชันที่ขายสินค้าออนไลน์

"แต่ก่อนเราขายแต่ออนไลน์แล้วก็ออกบู๊ธตามงาน Flea Market แต่ตอนนี้ก็มีเอาไปฝากตามร้านต่างๆ และก็มีไปขายที่เว็บไซต์ Pinkoi ของไต้หวัน ซึ่งเว็บไซต์นี้มีข้อดีคือ เขามองเราเป็นดีไซเนอร์ เขาไม่ได้มองเราเป็นพ่อค้าแม่ค้าออนไลน์ เวลาทำอะไรเราก็ค่อนข้างภูมิใจ มีการจัดเวิร์กช็อปให้ดีไซเนอร์ได้รู้จักกัน แชร์ประสบการณ์กัน แล้วเชิญเราไปออกงานแฟร์ที่ไต้หวัน ของเราที่ไปขายที่นั่นก็ไม่ได้แพงสำหรับเขา ทำให้เราได้ลูกค้าเพิ่มกลับมาด้วย จนตอนนี้ถ้านับรายได้จากคนไทยน้อยลง แต่สัดส่วนของต่างชาติเพิ่มขึ้น ต่อไปเราก็คิดกันว่า อยากจะทำแบรนด์ JAP FAC ให้เป็นที่รู้จักมากขึ้น ซึ่งไม่ใช่แค่ไปโปรโมตว่า เราขายกระเป๋า แต่อยากไปขายในหลายๆ ที่ อยากออกไปงานแฟร์ใหญ่ๆ ด้วย"

ทั้งนี้ ในช่วงเวลาอันใกล้ทั้งคู่วางแผนที่จะออกแบบกระเป๋าที่มีการใช้งานเฉพาะมากขึ้น อย่างเช่น กระเป๋าใส่กล้อง เพื่อเป็นอีกทางเลือกสำหรับผู้สนใจกระเป๋าที่มีคอนเซปต์ในแบบฉบับของ JAP FAC

☎ 09-5752-9099, 08-6339-0955
Facebook.com/japfac
Jap Fac
@ japfac
janejaneiira@gmail.com

สวิงริงโก้ ข้าวแต๋น GEN ใหม่

Text : Kritsana S. / Photo : กฤษฎา ศิลปไชย

เพราะอยากให้ขนมพื้นบ้านของจังหวัดเชียงใหม่
อย่างขนมข้าวแต๋นกลายเป็นที่รู้จัก
กอปรกับอยากสร้างงานสร้างรายได้ให้ชาวบ้าน
สองพี่น้องตระกูลสุดสวิงริงโก้
อิม-เฟี้ยว์ฟ้าว และ เบลล์-ฟ้าว์เฟี้ยว สุดสวิงริงโก้
จึงเปิดโรงงานผลิตขนมข้าวแต๋นขึ้น
และจ้างงานชาวบ้านในพื้นที่ให้เป็นผู้ทำขนมข้าวแต๋น

"เราให้ชาวบ้านปลูกข้าวบนที่นาของเราโดยไม่ต้องเสียค่าเช่า ส่วนชาวบ้านจะตอบแทนน้ำใจด้วยการให้ข้าวเราตลอด อีกทั้งยังนำข้าวที่ได้ไปทำเป็นขนมข้าวแต๋นมาให้เราด้วย ซึ่งชาวบ้านทำขนมข้าวแต๋นอร่อยมาก ดังนั้นเมื่อวันหนึ่งที่อิมและพี่ชายคิดจะทำธุรกิจ พวกเราจึงนึกถึงขนมข้าวแต๋นเป็นอย่างแรก เพราะเป็นขนมพื้นบ้านที่เราทั้งคู่ต่างก็คุ้นเคยมาตั้งแต่เด็ก" อิมกล่าว

ขนมข้าวแต๋นสวิงริงโก้เกิดจากความตั้งใจที่อยากจะทำให้ขนมข้าวแต๋นกลายเป็นที่รู้จัก และหวังช่วยเหลือชาวบ้านในพื้นที่ ดังนั้น อิมและเบลล์จึงเห็นตรงกันว่า หลังฤดูเก็บเกี่ยวชาวบ้านไม่ต้องนำข้าวมาให้แล้ว เพราะพวกเขาจะรับซื้อข้าวทั้งหมดที่ชาวบ้านปลูกในราคาที่เป็นธรรมเพื่อนำมาทำเป็นขนมข้าวแต๋น พร้อมทั้งยังจ้างงานชาวบ้านด้วยการให้เป็นคนทำขนมข้าวแต๋นด้วย

"ขนมข้าวแต๋นสวิงริงโก้ไม่ใช่ขนมข้าวแต๋นราดน้ำอ้อยเหมือนที่ทุกคนคุ้นเคย แต่เป็นขนมข้าวแต๋นสายพันธุ์ใหม่ที่รับประทานได้ทุกเพศทุกวัย มีขนาดขึ้นพอดีคำ และมีให้เลือกถึง 7 รสชาติ ได้แก่ รสบาบีคิว รสปลาหมึกย่าง รสต้มยำกุ้ง รสโนริสาหร่าย รสชีส รสข้าวโพดอบเนย และรสซาวครีม ส่วนแพ็กเกจจิ้งเป็นกระปุกพลาสติกใสที่มีความแข็งแรง และฝากระปุกมี 2 ชั้น คือ ฝาพลาสติก และฝาอะลูมิเนียม ซึ่งเหตุผลที่ต้องมีฝาอะลูมิเนียม เพราะจะช่วยกันไม่ให้อากาศเข้าไปในกระปุก ทำให้ขนมกรอบนานยิ่งขึ้น" เบลล์กล่าว

อย่างไรเสีย เพื่อเพิ่มกิมมิกให้ขนมข้าวแต๋นสวิงริงโก้น่าสนใจยิ่งขึ้น สองพี่น้องจึงเลือกใช้คีย์เวิร์ด กินแล้วดีด เพื่อสื่อถึงความคึกคัก ความสนุกสนานเวลารับประทานขนม เพราะขนมข้าวแต๋นสวิงริงโก้ต้องเขย่าก่อนกินเพื่อให้ได้รสชาติที่เข้มข้นยิ่งขึ้น

"เหตุผลที่เลือกใช้คีย์เวิร์ด กินแล้วดีด เพราะสามารถบ่งบอกตัวตนของขนมได้ดี และเพื่อให้ทุกคนรู้สึกดีด รู้สึกสนุกไปกับขนมของเราจริงๆ ข้างกระปุกจึงติดเนื้อเพลงสวิงริงโก้ ซึ่งทำให้ทุกคนได้สนุกไปกับการเขย่ากระปุกขนมไปพร้อมๆ กับร้องเพลงของเรา ส่วนตัวการ์ตูนที่ติดด้านหน้ากระปุกก็ถอดแบบมาจากคาแร็กเตอร์ของเราทั้งสอง และสีที่เลือกใช้ก็เป็นสีที่สดใสจี๊ดจ๊าด" เบลล์กล่าว

นอกจากนี้ อิมยังกล่าวเสริมอีกว่า ช่องทางที่ทำให้ขนมข้าวแต๋นสวิงริงโก้กลายเป็นที่รู้จักในเวลาอันรวดเร็ว คือ โซเชียลมีเดียอย่างเฟซบุ๊ก และอินสตาแกรม ส่วนยูทูบก็เป็นอีกหนึ่งช่องทางที่ช่วยกระตุ้นความสนใจของคนดูได้เป็นอย่างดี โดยหลังจากที่เธอปล่อยเอ็มวีเพลงสวิงริงโก้ ที่มีฉากเขย่ากระปุกขนมข้าวแต๋นไปพร้อมๆ กับการเต้นลงในยูทูบก็มีคนติดต่อเข้ามาเพื่อสั่งซื้อขนม และหลังจากนั้นลูกค้าที่สั่งซื้อขนมไปก็ทำคลิปเต้นประกอบเพลงสวิงริงโก้บ้าง โดยในคลิปมีฉากเขย่ากระปุกขนมข้าวแต๋นเหมือนในเอ็มวีด้วย

ท้ายสุด อิมได้แนะเคล็ดลับในการทำให้ขนมพื้นบ้านอยู่ในความสนใจของคนรุ่นใหม่ว่า นอกจากต้องผลิตขนมในขั้นตอนที่สะอาด ถูกสุขอนามัยแล้ว ต้องใส่ใจในรสชาติของขนมด้วย โดยขนมต้องมีรสชาติที่อร่อยถูกปาก มีรสชาติที่หลากหลายเพื่อเพิ่มทางเลือกให้กับลูกค้า มีหน้าตาน่ารับประทาน และมีขนาดขึ้นพอคำเพื่อความสะดวกในการรับประทาน

ไม่เพียงเท่านี้ ผู้ประกอบการต้องขยันทำการตลาดเพื่อให้แบรนด์เป็นที่รู้จัก โดยอาจเริ่มทำการตลาดบนโซเชียลมีเดียที่คนรุ่นใหม่นิยมเข้าใช้งาน และต้องไม่มองข้ามเรื่องแพ็กเกจจิ้งอย่างเด็ดขาด เพราะเหตุผลหนึ่งที่ทำให้ขนมพื้นบ้านไม่ได้รับความสนใจคือ แพ็กเกจจิ้งที่ไม่สวยงามนั่นเอง

"ขนมพื้นบ้านของเราอร่อยๆ ทั้งนั้น แต่ที่ขายไม่ได้ ส่วนหนึ่งเป็นเพราะแพ็กเกจจิ้งไม่ดึงดูดสายตา ผู้ประกอบการหลายรายยังคงมองข้ามเรื่องการทำแพ็กเกจจิ้งเพราะมองว่าไม่ใช่เรื่องสำคัญ แต่จริงๆ แล้วสำคัญมาก โดยเทคนิคการออกแบบแพ็กเกจจิ้งให้น่าหยิบนั้นมีขั้นตอนง่ายๆ คือ หาคำตอบให้ได้ว่าตัวตนของสินค้าคืออะไร เช่น เป็นขนมที่กินแล้วมีความสุข จากนั้นจึงทำแพ็กเกจจิ้งให้สื่อถึงตัวตนของสินค้า" อิมกล่าวปิดท้าย

เฟี้ยว์ฟ้าว สุดสวิงริงโก้, ฟ้าว์เฟี้ยว สุดสวิงริงโก้ เบลล์
feawfoaw, foawfeaw
impoffice
06-2626-4595

5 เหตุผล ที่ SME ต้องให้ความสำคัญกับ MOBILE MARKETING

Text : เจษฎา ปุรินทวรกุล

ในปัจจุบันการตลาดบนโทรศัพท์มือถือ (Mobile Marketing) เป็นหนึ่งในกลยุทธ์ทางการตลาดที่ทรงพลังมากๆ หากผู้ประกอบการรายใดยังไม่ได้เริ่มต้นหรือทดลองใช้ รับรองได้ว่ามีโอกาสถูกคู่แข่งทิ้งห่างแบบไม่เห็นฝุ่นเอาได้ง่ายๆ และนี่คือเหตุผลสำคัญ 5 ประการที่ผู้ประกอบการรายเล็กรายใหญ่ต้องหันมาให้ความสำคัญกับการตลาดบนโทรศัพท์มือถืออย่างจริงจัง

1. เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายใหม่ๆ ได้ทั่วโลก

รู้หรือไม่ว่า คนบางคนไม่ได้ใช้คอมพิวเตอร์และโน้ตบุ๊กเพื่อท่องโลกอินเทอร์เน็ตมานานมากแล้ว ขณะที่จำนวนผู้ใช้อุปกรณ์พกพาเชื่อมต่ออินเทอร์เน็ต โดยเฉพาะโทรศัพท์มือถือมีแต่จะเพิ่มขึ้นทุกวัน แถมระยะเวลาที่กลุ่มเป้าหมายใช้สมาร์ทโฟนก็ยาวนานขึ้นเรื่อยๆ อีกด้วย ดังนั้น หากเราไม่เริ่มต้นการตลาดบนโทรศัพท์มือถือก็จะไม่มีโอกาสได้พบกับกลุ่มลูกค้าที่มีศักยภาพเหล่านี้

2. โฆษณารองรับแพลตฟอร์มของโซเชียลมีเดีย

เฟซบุ๊กและโซเชียลมีเดียชนิดต่างๆ ล้วนรับรู้ถึงศักยภาพทางการตลาดบนโทรศัพท์มือถือ จึงพัฒนาแพลตฟอร์มโฆษณาให้เราสามารถกำหนดกลุ่มเป้าหมาย ช่วงอายุ เพศ รายได้ ความชอบ ฯลฯ เพื่อเข้าถึงโฆษณาของเราได้อย่างตรงจุดและมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

3. สร้างโอกาสในการเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้มากขึ้น

หากมีคนพบแบรนด์ของเราจากการสืบค้นบนคอมพิวเตอร์ จำไว้เลยว่า พวกเขามีโอกาสค้นหาเราจากโทรศัพท์มือถือที่เชื่อมต่ออินเทอร์เน็ตด้วยเช่นกัน บางครั้งเราจึงต้องใช้เวลา ความพยายาม หรือกลยุทธ์ต่างๆ เพื่อสร้างการรับรู้ สร้างความรู้สึกดีๆ ต่อกลุ่มเป้าหมาย จนกลุ่มเป้าหมายเปลี่ยนจากรู้จักเป็นสนใจ ต่อยอดไปจนถึงการทดลองซื้อ และกลายเป็นลูกค้าประจำ ดังนั้น หากพลาดจากการเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายทางคอมพิวเตอร์ ก็ยังสามารถเข้าถึงลูกค้าทางโทรศัพท์มือถือได้ ซึ่งกลุ่มเป้าหมายสามารถหยิบโทรศัพท์ขึ้นมาค้นหาข้อมูลข่าวสารได้ตลอดเวลา ไม่ว่าจะระหว่างเดินทางไปทำงาน พักเที่ยง หรืออยู่ไกลจากบ้านเกิดถึงครึ่งซีกโลกก็ตาม

4. โอกาสขายสินค้าสูงมาก

จากผลสำรวจการใช้โทรศัพท์มือถือเพื่อการช้อปปิ้งในสหรัฐฯ พบว่า ชาวอเมริกันมีพฤติกรรมใช้สมาร์ทโฟนในการซื้อสินค้าสูงกว่า 80 เปอร์เซ็นต์ และกว่า 70 เปอร์เซ็นต์ เมื่อพบสินค้าที่ถูกใจแล้วจะตัดสินใจชำระเงินในระยะเวลาไม่เกิน 1 ชั่วโมงอีกด้วย ซึ่งข้อมูลจากผลสำรวจดังกล่าวก็ไม่ต่างกับพฤติกรรมการช้อปปิ้งออนไลน์ในประเทศไทยสักเท่าไหร่ เพราะเมื่อเรามีอำนาจการจับจ่ายอยู่เพียงแค่ปลายนิ้ว ก็ทำให้เราสามารถเลือกซื้อเสื้อผ้าสวยๆ ผ่านโทรศัพท์ได้แม้จะเป็นเวลาตี 3 แล้วก็ตาม

5. ให้ความรู้สึกเป็นส่วนตัว

แบรนด์ต่างๆ ย่อมมีความต้องการใกล้ชิดกับกลุ่มเป้าหมาย แต่ในแง่จิตวิทยาแล้ว พบว่า ความพยายามเหล่านั้นล้วนเกิดขึ้นได้ยากหากมีจอคอมพิวเตอร์เป็นกำแพงกั้นกลางระหว่างแบรนด์และลูกค้า แต่เมื่อเป็นโทรศัพท์มือถือจะกลายเป็นความรู้สึกที่แตกต่างกันออกไป เพราะโทรศัพท์มือถือเปรียบเสมือนอวัยวะที่ 33 ซึ่งต้องอยู่ติดตัวตลอดเวลา เมื่อมีการพูดคุยระหว่างแบรนด์เกิดขึ้นผ่านทางช่องแชตบนโทรศัพท์มือถือ เราจึงมักจะรู้สึกว่าเป็นส่วนตัวกว่าการพูดคุยผ่านทางคอมพิวเตอร์ เป็นต้น

ทำไมลูกค้าเลิกติดตามเพจ

Text : Kritsana S.

เมื่อเร็วๆ นี้ Sprout Social เผย 2 สาเหตุที่ทำให้ผู้ตอบแบบสำรวจ 1,000 คน เลิกติดตามเพจธุรกิจบนโซเชียลมีเดีย คือ 1.โพสต์โฆษณาเยอะจนพวกเขารำคาญ และ 2.เนื้อหาของโพสต์ไม่มีประโยชน์ ซึ่ง 5 สิ่งต่อไปนี้ได้สร้างความรำคาญให้พวกเขามากที่สุด

[1]
โพสต์โปรโมชันมากเกินไป

ผู้ตอบแบบสำรวจส่วนใหญ่ระบุโซเชียลมีเดียคือ แพลตฟอร์มที่เหมาะสำหรับใช้สนทนามากกว่าใช้เป็นช่องทางหลักในการโฆษณาสินค้าหรือโปรโมชัน และจำนวนโพสต์บนเพจระหว่างโพสต์โฆษณาและโพสต์ที่ไม่เกี่ยวกับการขายควรสมดุลกัน

[2]
ใช้คำสแลงและศัพท์เฉพาะในโพสต์

เมื่อตรวจสอบโพสต์ของโปรไฟล์ธุรกิจบนทวิตเตอร์ พบว่า โดยมากใช้คำสแลงในโพสต์ด้วยหวังจะดึงดูดความสนใจของกลุ่มลูกค้า Gen Y แต่ในความเป็นจริงการใช้คำสแลงมีผลให้โพสต์ดูไม่น่าเชื่อถือ ส่วนการใช้ศัพท์เฉพาะจะทำให้ยากต่อการเข้าใจในสิ่งที่แบรนด์ต้องการสื่อ

[3]
เพจไม่มีความน่าสนใจ

ผู้ติดตามมักเลิกติดตามเพจธุรกิจที่โพสต์ข้อความอัตโนมัติ แชร์โพสต์จากเพจอื่น รวมทั้งโพสต์ข้อความสร้างแรงบันดาลใจ แต่ไม่ระบุว่า ใครเป็นเจ้าของข้อความ เพราะพวกเขามองว่า แบรนด์ไม่มีการเตรียมพร้อมข้อมูลสำหรับโพสต์และไม่มีเป้าหมายในการทำเพจ

[4]
พยายามเขียนโพสต์ให้ตลก แต่มันไม่ตลก

หลายๆ แบรนด์พยายามดึงความสนใจของผู้ติดตามด้วยการใช้คำตลกในโพสต์ แต่เมื่อผู้ติดตามรู้สึกว่า สิ่งที่แบรนด์โพสต์ไม่ใช่ตัวตนที่แท้จริงของแบรนด์ พวกเขาจะเลิกติดตามเพจทันที

[5]
ไม่ตอบข้อความ

โดยมากผู้ติดตามเพจจะส่งข้อความหาผู้ดูแลเพจก็ต่อเมื่อมีข้อสงสัยเกี่ยวกับสินค้าหรือบริการ ต้องการชื่นชมหรือตำหนิติเตียน แต่หากผู้ดูแลเพจไม่ตอบข้อความ พวกเขาจะรู้สึกว่าถูกละเลย ไม่ได้รับความสนใจ และกดเลิกติดตามเพจในที่สุด

นอกจากนี้ Sprout Social ยังเผยเหตุผลที่ผู้ตอบแบบสำรวจทั้ง 1,000 คน กดติดตามเพจธุรกิจบนโซเชียลมีเดียว่า 73.4 เปอร์เซ็นต์กดติดตามเพจเพราะสนใจสินค้าหรือบริการ 58.8 เปอร์เซ็นต์สนใจโปรโมชัน 51.3 เปอร์เซ็นต์รู้สึกสนุกไปกับสิ่งที่แบรนด์โพสต์ 25.1 เปอร์เซ็นต์ต้องการสื่อสารกับแบรนด์ และ 21 เปอร์เซ็นต์กดติดตามตามเพื่อน ทั้งนี้ 75.3 เปอร์เซ็นต์ของผู้ตอบแบบสำรวจทั้งหมดตัดสินใจซื้อสินค้าหรือบริการเพราะโพสต์บนเพจ

Text : กองบรรณาธิการ

| STARTUP ไทย | ในมุมมองของ "ไคลี่ อึ้ง"

ในปี พ.ศ.2544 นั้น 4 ใน 5 บริษัทที่ใหญ่ที่สุดเป็นบริษัทที่ไม่เกี่ยวกับเทคโนโลยีใดๆ เลย แต่ในปัจจุบัน ปี 2559 ปรากฏว่า 5 บริษัทใหญ่ล้วนเป็นบริษัทด้านเทคโนโลยีทั้งสิ้น อันได้แก่ เฟซบุ๊ก ไมโครซอฟท์ แอปเปิล อะเมซอน และ อัลฟาเบ็ต (Alphabet) ซึ่งนั่นแสดงให้เห็นถึงการเติบโตด้านเทคโนโลยีที่ยากจะปฏิเสธ

มร.ไคลี่ อึ้ง ผู้ร่วมก่อตั้ง 500 Startups ชี้ให้เห็นว่า Startup ในเอเชียตะวันออกเฉียงใต้นั้น ไม่แตกต่างหรือด้อยกว่า Startup ระดับโลกที่ตั้งอยู่ในซิลิคอน วัลเลย์ โดยกว่า 60 เปอร์เซ็นต์ของ Startup ในซิลิคอน วัลเลย์ มาจากนักพัฒนาประเทศอื่นที่ไม่ใช่นักพัฒนาชาวสหรัฐอเมริกาด้วยซ้ำไป

ในมุมมองของไคลี่ที่มีต่อสถานการณ์ Startup ในประเทศไทยนั้น เขาบอกว่า Startup สามารถเริ่มต้นได้ง่ายขึ้น เพราะมีความพร้อมทางด้านองค์ความรู้ เงินทุน และโอกาสมากขึ้นกว่าเดิม แต่การเริ่มต้นที่ง่ายก็ทำให้เกิดปัญหาขึ้นมาได้เช่นเดียวกัน นั่นคือความลังเลในการโฟกัสธุรกิจ เช่น การที่ได้เห็นไอเดียของผู้อื่น แล้วทำให้เกิดความลังเลในการพัฒนาธุรกิจตนเอง เขาจึงแนะนำว่า

"ให้เริ่มต้นด้วยการคิดค้นเพียงหนึ่งไอเดียที่ตอบโจทย์ผู้บริโภคหนึ่งคน จากนั้นจึงเริ่มหาพาร์ตเนอร์ พัฒนาโปรดักต์ และพยายามขายให้ได้ครั้งเดียวเท่านั้น เพื่อให้ได้รับความคิดเห็นของลูกค้ากลับมา เพื่อขยายการขายไปยังเป้าหมายอื่นๆ เพิ่มเติม"

อย่างไรก็ตาม ยังมีความเข้าใจผิดอีกมากว่า Startup ต้องเป็นวิศวกร หรือโปรแกรมเมอร์เท่านั้น แต่แท้จริงแล้วหนึ่งในปัจจัยสำคัญของ Startup คือ นักออกแบบ หรือดีไซเนอร์ ซึ่งจะเห็นได้จากหลากหลายตัวอย่างความสำเร็จ เช่น พินเทอเรส (Pinterest) ฟลิกเกอร์ (Flickr) ซึ่งล้วนเป็นธุรกิจที่มีการออกแบบเป็นหัวใจหลัก ทั้งนี้ก็เพราะว่าการออกแบบธุรกิจไม่ได้แตกต่างกับการออกแบบผลิตภัณฑ์ การออกแบบผลิตภัณฑ์เป็นการออกแบบที่ให้คนภายนอกหรือผู้บริโภคประทับใจ แต่การออกแบบธุรกิจ ต้องออกแบบทั้งภายนอกและภายใน

ไคลี่กล่าวด้วยว่า การที่จะทำให้ Startup ประสบความสำเร็จระดับนานาชาติคือ เป็นแพลตฟอร์มระดับโลก (Global Platform) โดยธุรกิจต้องได้รับการออกแบบให้สามารถประยุกต์ใช้เข้ากับบริบทของประเทศต่างๆ ได้ตั้งแต่แรกเริ่ม

เมื่ออ่านความคิดของไคลี่ อึ้ง สรุปได้ว่า Startup ในเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ยังมีโอกาสเติบโตได้อีกมาก แต่จะโตอย่างไรนั้น ฝั่ง Startup เองก็ต้องเพิ่มทักษะในการบริหารจัดการ และฝันให้ไกล ที่สำคัญถ้าเจาะแค่ประเทศไทย ช่องว่างที่ Startup จะส่งบริการใหม่มาตอบโจทย์ก็ยังมี เพียงแต่ต้องจับจุดพฤติกรรมผู้บริโภคให้ได้ และต้องอาศัยทีมงานที่แข็งแกร่งในการสร้างธุรกิจให้เติบโต และก้าวสู่ Unicorn ได้

ยูโอบี หนุน Startup ด้วย 3 แพลตฟอร์ม

ความท้าทายที่ Startup กำลังเผชิญ ไม่ว่าจะเป็นผลิตภัณฑ์ที่ยังไม่ตอบโจทย์ รูปแบบธุรกิจที่ไม่ชัดเจน และโอกาสในการเข้าถึงแหล่งเงินทุนเพื่อขยายธุรกิจ เหล่านี้คือปัญหาที่ทำให้ Startup ไม่เติบโต จากมุมมอง ธนาคารยูโอบี (ไทย) ซึ่งเป็นอีกหนึ่งสถาบันการเงินที่ลงมาสนับสนุน Startup

เจมส์ รามา ปัทมินทรวิภาส ผู้ช่วยกรรมการผู้จัดการใหญ่ Channels & Digitalisation ธนาคารยูโอบี (ไทย) ประเมินตัวเลข Startup ไทยเอาไว้ว่าน่าจะมีอยู่ราว 2,500 ราย โดยมี 5 กลุ่มธุรกิจที่มีการลงทุนมากที่สุด คือ อี-คอมเมิร์ซ ฟินเทค โลจิสติกส์ เพย์เมนต์ และเกม ซึ่งถ้ามองตัวเลขรวมทั้งภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ ประเทศไทยมีประชากรประมาณ 70 ล้านคน สิงคโปร์มีประชากรกว่า 5 ล้านคน แต่จำนวน Startup ที่มีการระดมทุนไปแล้วมีความแตกต่างกันมาก ยกตัวอย่าง ตัวเลขในไตรมาสที่ 2 ปีนี้ มีการระดมทุนในเมืองไทยราว 108 ล้านดอลลาร์ฯ ขณะที่ในสิงคโปร์มีถึงกว่าพันล้านดอลลาร์ฯ

สำหรับยูโอบี มีความพร้อมที่จะสนับสนุน Startup ในแพลตฟอร์มหลัก 3 ด้าน คือ การจัดตั้งแหล่งบ่มเพาะ Startup (Training and Mentorship) โอกาสในการระดมทุน (Funding Channels) และความแข็งแกร่ง และศักยภาพของเครือข่ายในระดับภูมิภาค (Regional Partnerships)

โครงการบ่มเพาะสตาร์ตอัพ The FinLab Accelerator Programme เป็นการค้นหา Startup ในกลุ่มฟินเทค เพื่อไปบ่มเพาะที่ประเทศสิงคโปร์ เป็นเวลา 3 เดือน ซึ่งที่สิงคโปร์นี้ Startup ไทยจะได้รับคำแนะนำจาก The FinLab จนสามารถพัฒนาและนำเสนอผลิตภัณฑ์ รวมทั้งบริการที่ตอบโจทย์กลุ่มลูกค้าและธุรกิจทั้งในประเทศและขยายไปในตลาดต่างประเทศได้

ขณะที่โอกาสในการระดมทุน ซึ่งเป็นอีกหนึ่งความท้าทายสำคัญของ Startup นั้น ยูโอบีเปิดโอกาสในการลงทุนแก่ Startup กลุ่มอื่นที่ไม่ใช่ฟินเทคด้วย โดยยูโอบีได้ลงทุนใน OurCrouwd ราว 10 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ ซึ่งเป็นธุรกิจที่ให้บริการระดมทุนผ่านการถือหุ้นของรายย่อยผ่านระบบอินเทอร์เน็ต หรือที่เรียกว่า Crowdfunding นอกจากนี้ ยังมีบริการเงินกู้ในรูปแบบ Venture Debt ผ่าน InnoVen Capital (InnoVen) ซึ่งเป็นบริษัทร่วมลงทุนระหว่างยูโอบีและบริษัทเทมาเส็ก โฮลดิงส์ ของรัฐบาลสิงคโปร์ที่จะให้บริการเงินกู้ในรูปแบบ Venture Debt แก่ Startup ในภูมิภาคเอเชียที่มีศักยภาพในการเติบโตในหลายภาคส่วน เช่น สินค้าอุปโภคบริโภค ผลิตภัณฑ์และบริการด้านสุขภาพ และเทคโนโลยีสะอาด โดยการกู้เงิน Startup จะช่วยให้ Startup ได้ทุนเพื่อขยายธุรกิจและเพิ่มมูลค่าของหุ้นบริษัทตัวเองได้ โดยไม่ต้องเสียหุ้นที่บริษัทตัวเองถือครองอยู่

1 ครอบครัว

"ครอบครัวของผมไม่ได้ร่ำรวยมาตั้งแต่ต้น หรือจะเรียกว่าติดลบเลยก็ได้ ดังนั้น ภาพที่ผมเห็นจนชินตามาตั้งแต่เด็ก คือ ความขยันทำงานของคุณพ่อและคุณแม่ ซึ่งความขยันของท่านทั้งสองได้กลายมาเป็นแรงกระตุ้นให้ผมต้องขยันทำงานให้มากๆ ผมและคุณพ่อค่อนข้างสนิทกัน เวลารับประทานอาหารร่วมกัน เรามักคุยกันเรื่องธุรกิจและเรื่องส่วนตัว คุณพ่อชอบเล่าประสบการณ์การทำธุรกิจให้ฟังเป็นประจำ และยังสอนวิธีแก้ไขปัญหาต่างๆ ในการทำธุรกิจด้วย เช่น การติดต่องานกับญี่ปุ่น ผมจะรู้สึกอึดอัดมากเมื่อต้องประชุมกับคนญี่ปุ่น เพราะคนญี่ปุ่นจะไม่ตัดสินใจอะไรในทันที คุณพ่อจึงแนะนำให้จดบันทึกเรื่องที่ประชุมอยู่เสมอ เมื่อประชุมเสร็จให้ส่งบันทึกที่จดไปให้เขา และรอว่าเขาจะตัดสินใจอย่างไร แต่หากเราไม่จดบันทึกสิ่งที่คุยกับเขาในห้องประชุม เมื่อเขากลับไปเขาอาจเปลี่ยนความคิดได้ ทั้งนี้การไม่ได้รับคำตอบในทันทีก็เป็นเรื่องดี เพราะเราจะมีเวลาในการกลับมาคิดทบทวนว่า จริงๆ แล้วเราต้องการคำตอบแบบไหน"

นริศ วิทยาวรากรณ์

สิ่งใกล้ตัว = แรงผลักดัน

Text : Kritsana S. / Photo : กฤษฎา ศิลปไชย

เราเชื่อว่าแรงผลักดันชั้นดีในการทำงาน
ของแทบทุกคนนั้นมาจากสิ่งต่างๆ ใกล้ตัว
ไม่ว่าจะเป็นบุคคลที่อยู่ใกล้ชิด อาหารการกิน
การเดินทางท่องเที่ยว ตลอดจนภาพยนตร์ที่ชอบ
หรือเพลงที่ฟังบ่อย เช่นเดียวกับ **นริศ วิทยาวรากรณ์**
ผู้บริหารหนุ่มไฟแรงที่ปัจจุบันดำรงตำแหน่ง
กรรมการผู้จัดการ บริษัท ไทยยินตัน จำกัด
ที่เลือกหยิบเอาสิ่งใกล้ตัวมาเป็นพลังในการทำงาน

ดร.สุมิตร
เลิศสุมิตรกุล

2 ดร.สุมิตร เลิศสุมิตรกุล

"ท่านเป็นเพื่อนสนิทของคุณพ่อ และผมนับถือท่านเหมือนคุณปู่ของผม ตอนเด็กๆ ผมจะเจอท่านบ่อยมาก เพราะผมต้องไปตีกอล์ฟกับคุณพ่อ ท่านมักเล่าประสบการณ์การทำงานให้ฟังอยู่เสมอ แต่เรื่องหนึ่งที่ท่านพูดอยู่ตลอด คือ ต้องรักษาเครดิตไว้ให้ดี ห้ามทำอะไรให้เสียเครดิต สัญญาอะไรแล้วต้องทำให้ได้ และสิ่งหนึ่งที่ผมชอบ และอยากทำให้ได้เหมือนท่าน คือ ท่านเป็นคนที่มีเมตตาสูงมาก ไม่ถือตัว มีความเป็นกันเอง และไม่เคยดุลูกน้องหรือใครเลยสักครั้ง ซึ่งนี่คือสิ่งที่ทำให้ทุกคนรักท่าน"

3 หนังสือคำสอนของหลวงพ่อจรัญ ฐิตธัมโม

"ผมชอบอ่านหนังสือคำสอนของหลวงพ่อจรัญ ซึ่งหนังสือของท่านไม่ใช่หนังสือธรรมะอย่างเดียว แต่ยังสอดแทรกเรื่องราวเกี่ยวกับประวัติของท่าน และเรื่องปาฏิหาริย์ด้วย โดยส่วนตัวผมชอบอ่านหนังสือ เรื่องสัตว์โลกย่อมเป็นไปตามกรรม เมื่ออ่านแล้วทำให้ผมอยากปฏิบัติตนเป็นคนดี เพราะเรื่องราวในหนังสือเขียนถึงผลกรรมของแต่ละกรรม ซึ่งน่ากลัวมาก นอกจากนี้ ผมยังชอบอ่านหนังสือชีวประวัติด้วย ส่วนหนังสือธุรกิจนั้นอ่านน้อยมาก แต่ถึงกระนั้น ผมก็มีหนังสือธุรกิจที่ชอบ นั่นคือ หนังสือเรื่อง ฟาสต์ฟู้ดธุรกิจ ของตุ้ม-สรกล อดุลยานนท์ เจ้าของนามปากกา หนุ่มเมืองจันท์"

4 ประเทศญี่ปุ่น

"ผมชอบประเทศญี่ปุ่นมาก เพราะเป็นประเทศที่ผสมผสานวัฒนธรรมและนวัตกรรมเข้าด้วยกันได้อย่างลงตัว ในหนึ่งปีผมจะไปญี่ปุ่นไม่น้อยกว่า 5 ครั้ง ผมชอบทุกเมืองของญี่ปุ่นเพราะมีความสวยงามแตกต่างกันไป แต่สองเมืองที่ชอบที่สุด คือ เกียวโต ซึ่งเป็นเมืองโบราณ เมืองเก่าที่มีความงดงามทางสถาปัตยกรรม และโอซากา เมืองที่เต็มไปด้วยสีสันและความสดใส การไปญี่ปุ่นบ่อยๆ ยังทำให้ผมได้เห็นนวัตกรรมใหม่ๆ และอยากนำนวัตกรรมเหล่านั้นเข้ามาให้คนไทยได้ใช้ หรือนำมาต่อยอดกับผลิตภัณฑ์ที่มี เพราะนวัตกรรมของญี่ปุ่นเข้ามาช่วยให้การใช้ชีวิตกลายเป็นเรื่องที่ง่ายขึ้น และสะดวกขึ้น อย่าง Nude ยาสีฟันชนิดน้ำที่ช่วยให้การแปรงฟันทำได้เร็วขึ้น และสะอาดขึ้น เพราะทำความสะอาดช่องปากได้ดี ไม่ทำลายผิวเคลือบฟัน เพราะไม่มีสารขัดฟัน ฟันจึงไม่สึก ไม่บาง"

5 ภาพยนตร์

"ผมชอบดูหนัง เพราะช่วยผ่อนคลายความเครียดได้ดี ผมดูหนังได้ทุกประเภท ยกเว้นหนังผี แต่ที่ชอบดูมาก คือ หนังประเภทคอมเมดี้ทั้งของไทยและต่างชาติ และหนังอีกหนึ่งเรื่องที่ผมชอบมาก คือ The Imitation Game หนังเรื่องนี้พูดถึงผู้สร้างคอมพิวเตอร์คนแรกของโลก เขาเป็นคนที่อัจฉริยะมาก แต่เพราะเป็นเกย์จึงได้รับโทษประหาร เพราะสมัยก่อนผู้คนยังรับเรื่องนี้ไม่ได้"

|| HEALTHY BODY ||

FOOD FOR HAPPINESS

Text : น้ำค้าง

มีคำกล่าวที่ว่าชีวิตไม่ใช่รายการเกมโชว์ที่จะมีแต่ความบันเทิงตลอดเวลา เพราะมนุษย์ไม่ได้มีแค่อารมณ์เดียว มีบ้างเป็นบางคราวที่เราอาจถูกครอบงำด้วยความรู้สึกไม่แจ่มใส หดหู่ เศร้าหมอง หม่นมัว ไม่ว่าจะด้วยสาเหตุใดก็ตาม ความรู้สึกเหล่านี้ถือเป็นมลพิษทางอารมณ์ที่สมควรถูกกำจัด การปรับอารมณ์ให้ปกติหรือแม้กระทั่งให้เริงรื่น มีความสุขขึ้นอยู่กับวิธีการแตกต่างกันไป สิ่งหนึ่งที่ใช้ได้ผลสำหรับใครหลายคนคือการรับประทาน ว่ากันว่าอาหารที่กระตุ้นให้อารมณ์ดี ที่หารับประทานได้ง่าย ประกอบด้วย

มะพร้าว

เนื้อมะพร้าวและน้ำกะทิอุดมด้วยไขมันดีที่ช่วยซ่อมแซมเนื้อเยื่อและส่งเสริมระบบการทำงานของร่างกาย ส่วนน้ำมะพร้าวก็มีแร่ธาตุและสารอาหารต่างๆ ที่ช่วยเพิ่มกำลังวังชาให้ร่างกาย อย่างไรก็ตาม ควรบริโภคแต่พอประมาณ โดยเฉพาะกะทิและเนื้อมะพร้าวมีไขมันสูงที่แม้จะเป็นไขมันดีก็อาจทำให้น้ำหนักเพิ่มได้

ผักปวยเล้ง หรือผักโขม และหน่อไม้ฝรั่ง

ผักทั้งสองมีธาตุเหล็กและกรดโฟลิก (วิตามินบี 9) สูง กรดโฟลิกมีคุณสมบัติในการดูแลเซลล์เม็ดเลือดแดงและระบบภูมิคุ้มกันร่างกาย ทั้งยังปกป้องเราจากอารมณ์ที่หดหู่ ในหน่อไม้ฝรั่งยังมีสารเซโรโทนินที่ทำให้อารมณ์เสถียรอีกด้วย

น้ำผึ้ง

สาร 2 ชนิดในน้ำผึ้ง ได้แก่ Kaempferol และ Quercetin ช่วยบำรุงสมอง และลดอาการอักเสบในสมอง น้ำผึ้งสามารถใช้แทนน้ำตาลได้

แซลมอน

ทราบกันดีว่าปลาชนิดนี้มีกรดไขมันโอเมก้า 3 สูง แม้จะมีไขมันสูงแต่ก็จัดเป็นไขมันดีที่บำรุงระบบประสาทและสมอง เมื่อร่างกายแข็งแรง จิตใจย่อมเบิกบานเป็นธรรมดา

มะเขือเทศเชอร์รี

มีคุณสมบัติลดความรู้สึกซึมเศร้าหดหู่ลงได้เนื่องจากสารไลโคปีนในมะเขือเทศช่วยกระตุ้นให้อารมณ์สดใสขึ้น ควรปรุงมะเขือเทศให้สุกและใช้น้ำมันเล็กน้อยเพื่อทำให้ร่างกายดูดซึมไลโคปีนได้ดี ทั้งนี้มะเขือเทศชนิดอื่นก็ใช้ได้ผลดีเช่นกัน

ชีส

อุดมด้วยธาตุเหล็กซึ่งคุณสมบัติสำคัญคือ การต่อสู้กับอารมณ์ซึมเศร้า ทั้งยังช่วยพัฒนาเซลล์ในร่างกาย บำรุงผิวและเส้นผม ทำให้ความจำดีขึ้น

ดาร์กช็อกโกแลต

มีสารต้านอนุมูลอิสระสูงที่ช่วยบำรุงเลือด และป้องกันการแก่ก่อนวัย โกโก้ในช็อกโกแลตประกอบด้วยสารเซโรโทนิน สารโดปามีน และสารเฟนิลเอทิลอามีนที่ดีต่อระบบประสาท กระตุ้นอารมณ์แจ่มใส ระงับอารมณ์หดหู่ได้ชะงัก

นอกจากนี้ ยังมีอาหารชนิดอื่นที่ไม่เพียงแต่บำรุงร่างกายแต่ยังช่วยด้านจิตใจ เช่น ธัญพืชทั้งหลาย ถั่วเมล็ดแห้งสีต่างๆ ไข่ หอยนางรม กล้วย และโยเกิร์ต ที่สำคัญยังมีปัจจัยอื่นที่สามารถปรับอารมณ์เช่นกัน เช่น การออกกำลังกาย การทำงานอดิเรกที่ชื่นชอบ หรือการได้อยู่ท่ามกลางแวดล้อมของมิตรและครอบครัวที่รัก เมื่อประกอบกันหลายปัจจัยก็มีส่วนอย่างมากต่อความแข็งแรงทั้งทางกายและทางใจ

|| HAPPY MIND ||

เมื่อดอกโศกบานในใจ

Text : Morning Dew

บ้านเมืองเราในเวลานี้อบอวลไปด้วยบรรยากาศโศกเศร้าและอาลัยอาวรณ์อันเนื่องมาจากการสูญเสียอันยิ่งใหญ่ของปวงชนชาวไทยทั้งประเทศ นั่นคือการเสด็จสวรรคตของพระบาทสมเด็จพระปรมินทรมหาภูมิพลอดุลยเดชฯ เมื่อวันที่ 13 ตุลาคม ที่ผ่านมา อันความเศร้าโศกนั้นเป็นปฏิกิริยาตอบสนองที่เกิดขึ้นหลังจากที่เกิดการสูญเสียขึ้น ซึ่งแต่ละคนมีระดับการทำใจไม่เหมือนกัน ที่เว็บไซต์พันทิป มีผู้ตั้งกระทู้ถามถึงวิธีทำใจเมื่อต้องเผชิญการสูญเสียบุคคลที่รัก "คุณสวยเริ่ดไปวันวัน" เจ้าของกระทู้สูญเสียลูกพี่ลูกน้องที่รักมาก (เหตุเกิดเมื่อ 3 ปีก่อน) ไล่อ่านคำตอบแล้วเห็นว่ามีประโยชน์และเป็นความเห็นที่ไม่ล้าสมัย จึงขออนุญาตคัดลอกบางส่วนมาให้อ่าน เผื่อเป็นประโยชน์กับทุกท่าน ไปดูกันว่าแต่ละล็อกอิน (สมาชิกพันทิป) มีวิธีรับมือกับการสูญเสียอย่างไร

"ความตายเป็นของเที่ยง คนตายไปแล้วจะให้ฟื้นมาไม่ได้ จำความดีของเขาไว้ ที่ว่าเขาดี ดียังไง เอาความดีของเขามาทำบ้าง จำสิ่งดีดีที่เขาทำไว้ เอาสิ่งดีดีเหล่านั้นไปทำต่อให้ผู้อื่น ให้รู้ว่า คนที่ตายไปเขาดีแบบนี้ละ"

คุณ I am come from The Moon

"ร้องไห้เถอะครับ ร้องไห้ให้เต็มที่ แต่ร้องแค่วันแรกพอนะครับ แล้วก็หยุดร้องไห้ แล้วเข้มแข็งครับ อย่าทำให้คนที่เขาจากไปต้องเป็นห่วง เราต้องส่งเขาไปสู่ที่ดีๆ เพราะฉะนั้นเราต้องยิ้มส่งเขาครับ ถึงจะไม่ได้ไปงานศพแต่เราก็ทำบุญส่งไปได้ สู้ๆ นะครับ เป็นกำลังให้อีก 1 คน"

คุณสมาชิกหมายเลข 839829

"การเกิดเป็นคน ก็ต้องมีพบ มีพราก การเกิด ตาย เป็นสิ่งที่ต้องพบครับ คนเราหรือคุณ ผม จะตายเมื่อไร ไม่มีคนรู้ครับ อย่างผมนี่หลังพิมพ์กดส่งกระทู้ที่ตอบไปแล้วยังไม่รู้เลยว่าจะตายเมื่อไร ขอให้ตัดใจครับ วันนี้เราร้องไห้เสียใจ วัน เวลาต่อไปอาจเป็นเราก็ได้ครับ รักห่วงหาอาวรณ์ก็ทำบุญอุทิศส่วนกุศล ไม่แน่ใจเขาจะได้รับหรือไม่ แต่หากทำไปแล้วสบายใจก็ทำครับ"

คุณ hamzabahrain

"ขอแสดงความเสียใจด้วยนะคะ พยายามคิดว่า ไม่มีบ้านไหนที่ไม่มีคนตาย เขาตายไปเพื่อไปเกิดค่ะ...ส่วนตัวเราก็หมั่นทำบุญ ทำกุศลแล้วอุทิศให้เขา...และวิธีที่จะได้กุศลมากคือการปฏิบัติธรรม เพราะการปฏิบัติธรรมเป็นมหากุศลจะได้ครบทั้งทาน...ศีล...และภาวนา (แล้วแต่ว่าจะมีเวลาไปปฏิบัติได้กี่วัน และควรเลือกสถานที่ให้ดี) เมื่อจิตเป็นบุญเป็นกุศล แล้วอุทิศให้เขาได้...แล้วตัวเราเองก็จะรักษาจิตใจให้เข้มแข็งขึ้นมาด้วยการภาวนา...และยังจะทำให้เกิดปัญญา เข้าใจการเกิด การตายเป็นเรื่องธรรมดา...แม้จะไม่ทำให้หายเศร้าได้ แต่ก็จะช่วยให้ดีขึ้นแน่นอน...และเมื่ออยู่บ้านก็สามารถสวดมนต์ แผ่เมตตา อุทิศส่วนบุญให้เขาได้ทุกวัน...เป็นความรู้สึกดีๆ ที่ส่งให้..."

คุณสมาชิกหมายเลข 859985

ตำราจิตวิทยาระบุปฏิกิริยาเศร้าโศกแบ่งเป็นหลายระยะ ระยะที่สำคัญสุดที่จะทำให้ชีวิตของเรากลับสู่ภาวะปกติคือ "การยอมรับความจริง" การเสียใจ และร้องไห้เป็นเรื่องปกติเมื่อเราสูญเสียบุคคลผู้เป็นที่รัก แต่อย่าปล่อยให้ความโศกาอาดูรนั่นอ้อยอิ่งเนิ่นนานเกินไปจนกระทบต่อการใช้ชีวิตประจำวัน ทำใจให้เข้มแข็ง ยอมรับในสิ่งที่เกิดขึ้น ก้าวเดินต่อไป และทำหน้าที่ของตัวเองให้ดีที่สุด

DECORATION *Text : Duckkiez / Photo : กฤษฎา ศิลปไชย*

SUGAR HOUSE CAFÉ
คาเฟ่วินเทจไอริช

ช่วงนี้คอขนมหวานอาจเริ่มรู้สึกไม่อินกับคาเฟ่สไตล์ลอฟต์ สไตล์โมเดิร์น หรือสไตล์ญี่ปุ่นกันเท่าไหร่นัก เพราะมีให้เห็นค่อนข้างมาก ฉบับนี้เราจึงพาทุกคนไปเช็กอินที่ Sugar House Café คาเฟ่ที่โดดเด่นในเรื่องการออกแบบตกแต่ง และรสชาติขนมหวาน อาหารคาว รวมทั้งเครื่องดื่มก็ไม่เป็นสองรองใคร

เอ้-ธนจักร เทศะเวศ เจ้าของและผู้ออกแบบตกแต่ง ได้หยิบเอาคอนเซปต์โกดังน้ำตาลมาเป็นแรงบันดาลใจในการตกแต่ง โดยร้านมีสองโซนให้เลือกนั่งตามชอบ โซน Outdoor นั้นร่มรื่นด้วยแมกไม้สีเขียว ทำให้ได้บรรยากาศเหมือนนั่งชิลเอาต์กับกลุ่มเพื่อนในสวน ข้างๆ มี Glass House หนึ่งหลังที่ใช้เป็นโรงปลูกผัก โดยผักที่ปลูกมีทั้งโหระพา กระเพา และพริกไทยสด และทางร้านยังได้นำผักที่ปลูกมาประกอบอาหารเมนูต่างๆ ด้วย ส่วนในยามค่ำคืนโซนนี้จะเปิดไฟสีส้มดวงกลมที่ห้อยระย้าอยู่โดยรอบ

สำหรับโซน Indoor ตกแต่งในสไตล์วินเทจไอริชที่เน้นใช้ไม้ อิฐ และเหล็กเป็นวัสดุหลักในการตกแต่ง เฟอร์นิเจอร์ที่ใช้เป็นเฟอร์นิเจอร์ใหม่ที่ทำให้เหมือนเก่า เช่น เหล็กที่ถูกทำให้เป็นสนิม เป็นต้น โดยรอบมีหน้าต่างกระจก และมีเสียงเพลงโฟล์กคลอเบาๆ บรรยากาศจึงดูผ่อนคลาย ไม่อึดอัด ทั้งนี้ บนชั้นลอยเหนือโต๊ะไม้ยาวที่มีกระสอบวางซ้อนทับกันอยู่ก็เป็นอีกหนึ่งจุดที่สะดุดตาอย่างมากเมื่อเดินเข้ามาในร้าน

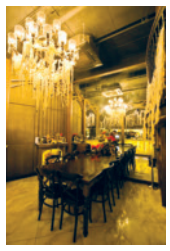
มาเยือนคาเฟ่ทั้งทีจะไม่พูดถึงขนมหวานและเครื่องดื่มก็กระไรอยู่ สำหรับซิกเนเจอร์ดิชในหมวดขนมหวานยกให้กับ Brownie Waffle Strawberry Crumble วอฟเฟิลทำจากแป้งบราวนีเสิร์ฟอุ่นๆ กับไอศกรีมช็อกโกแลตชิป สตรอว์เบอร์รีสด และคุกกี้ครัมเบิ้ล ส่วนใครที่อยากดื่มเครื่องดื่มเย็นๆ เพื่อเรียกความสดชื่น ขอแนะนำ Lychee Mojito อิตาเลียนโซดาสีหวานท็อปด้วยลิ้นจี่ลูกโต นอกจากนี้ ทางร้านยังมีเมนูเบาท้องอย่างสลัดปลาดอลลีให้สั่งด้วย

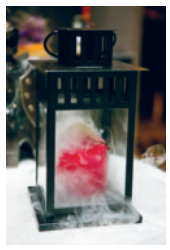
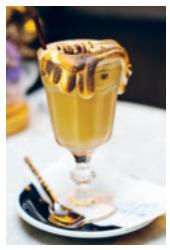
"ตอนนี้มีคาเฟ่เปิดใหม่เยอะมาก ดังนั้น ร้านของเราจึงต้องมีจุดเด่นเพื่อเรียกลูกค้า นั่นคือการตกแต่งที่สวยงาม ความอร่อยของอาหารและเครื่องดื่ม การบริการที่ดี และราคาที่ลูกค้าเอื้อมถึงได้ ร้านของเรามีเมนูอาหาร ขนมหวาน และเครื่องดื่มที่ค่อนข้างหลากหลาย และยังเลือกใช้เฉพาะวัตถุดิบคุณภาพระดับพรีเมียมในการปรุงอาหาร เพราะเราอยากให้ลูกค้าได้รับประทานอาหารที่ปรุงจากวัตถุดิบคุณภาพดี รสชาติอร่อย แต่ราคาไม่สูง อย่างสปาเกตตีเส้นดำกุ้งแม่น้ำ เราเลือกใช้กุ้งแม่น้ำสดๆ ที่สั่งตรงจากเจ้าที่ดีที่สุด ขณะที่สปาเกตตีเส้นดำเลือกใช้ของร้านชื่อดังที่มั่นใจได้ในความอร่อย"

อย่างไรก็ดี เพื่อให้ Sugar House Café มีกลุ่มลูกค้าที่หลากหลาย เอ้จึงให้คาเฟ่แห่งนี้เป็นทั้งร้านขนมหวานและร้านแฮงเอาต์ และเพื่อรองรับนักดื่มที่เป็นคอคราฟท์เบียร์ไทย ทางร้านจึงมีคราฟท์เบียร์ไทยหลายแบรนด์ไว้บริการ แต่ที่ขายดีที่สุดเห็นจะเป็น Jo+Beer คราฟท์เบียร์จากเชียงคาน และเพื่อความไม่จำเจ ทุกๆ เดือนจะมีคราฟท์เบียร์ไทยแบรนด์ใหม่ๆ มาให้ลิ้มลองด้วย

ซ.ลาดพร้าว 101 เปิดบริการทุกวันจันทร์-ศุกร์ 16.00-01.00 น. และวันเสาร์-อาทิตย์ 12.00-01.00 น.
☎ 09-5789-6593 sugarhousecafe101

EATING OUT *Text : Duckkiez / Photo : Nun*



MOCKING TALES
เวทมนตร์แสนอร่อย

SAY HELLO

ปราสาทเวทมนตร์แห่งนี้เป็นคาเฟ่ขนมหวานในช่วงกลางวัน และในยามราตรีจะถูกเนรมิตให้เป็นบาร์ค็อกเทล ซึ่ง **เจี๊ยน-กฤษฎา อัศวพรสกุล** และเพื่อนตั้งใจตกแต่งร้านให้เป็นปราสาทเก่าที่มีบรรยากาศสลัว โดยรอบประดับด้วยหุ่นอัศวิน และเน้นใช้สีโทนดำเป็นหลัก ส่วนวิธีนำเสนอเมนูก็เก๋ไม่เบา โดยจะแบ่งเมนูขนมหวานและเครื่องดื่มออกเป็น 3 Chapter แต่ละ Chapter จะอิงกับฤดูกาลของเมืองไทย ดังนั้นในแต่ละ Chapter จึงมีเมนูขนมหวานและเครื่องดื่มพิเศษที่ทำจากวัตถุดิบเด่นของฤดูกาลนั้นๆ

CHEF RECOMMENDED

ขนมหวานทุกเมนูได้แรงบันดาลใจจากภาพยนตร์เรื่องดังหลายเรื่อง อย่างภูเขาไฟ **Inferno Mountain** นั้นได้แรงบันดาลใจจากเรื่อง The Lord of The Rings ซึ่งวิธีทลายภูเขาไฟง่ายนิดเดียว ขั้นแรก ราดซอสราสเบอร์รีรสเปรี้ยวอมหวานลงบนภูเขาไฟ จากนั้นราดเหล้าส้มและจุดไฟ เมื่อภูเขาไฟช็อกโกแลตละลายจะพบกับบราวนี่โฮมเมดชิ้นพอดีคำ และไอศกรีมโฮมเมด 3 รสชาติ ถัดมาเอาใจนักล่าสมบัติด้วย **The Lost Treasure** ซึ่งได้แรงบันดาลใจจากเรื่อง Pirates of the Caribbean ขนมปังดำที่ทำจากหมึกของปลาหมึกถูกนำมาทำเป็นหีบสมบัติที่อัดแน่นไปด้วยกล้วยเชื่อม ส้มเชื่อม เหรียญทองคำทำจากคุกกี้ สร้อยไข่มุกทำจากมาร์ชเมลโล่ และซอสชาไทยรสหวานกำลังดี เมนูนี้เสิร์ฟพร้อมเมเปิ้ลไซรัป และไอศกรีมโฮมเมด 2 รสชาติ ส่วนเมนูเครื่องดื่มที่พลาดไม่ได้ คือ **Guinevere** กาแฟเย็นรสหวานมัน ท็อปด้วยคุกกี้ครัมเบิ้ลแต่งปากแก้วด้วยมาร์ชเมลโล่ราดซอสคาราเมล และ **Green Valley** สมูตตี้คะน้าที่ปั่นผสมกับสับปะรดเสาวรส และไอศกรีมโฮมเมดรสนม

SPECIAL

ในช่วงเย็นของทุกวัน ร้านจะเปลี่ยนเป็นบาร์ค็อกเทลที่คลอเคล้าด้วยเสียงเพลงแนว Deep House และมีดนตรีสดเล่นทุกวันพุธ-ศุกร์ ส่วนคนที่ชอบจิบค็อกเทล ขอแนะนำ **Magic Light** เหล้าพีชผสม Gin ให้รสเปรี้ยวนิดๆ หอมกลิ่นกุหลาบหน่อยๆ เมนูนี้ได้แรงบันดาลใจจากตะเกียงเวทมนตร์ในเรื่อง Harry Potter

LOCATION

โครงการ Maze ชั้น G ซ.ทองหล่อ 4 เปิดบริการทุกวัน 11.00-01.00 น.
☎ 08-3386-6992 mockingtales

EAT/DRINK/TRAVEL *Text : Duckkiez*

กินดี ผักดี สุขภาพ

ร้านอาหารที่คัดสรรเฉพาะวัตถุดิบคุณภาพดี พิถีพิถันในความสะอาด และอาหารทุกเมนูไม่ใส่ผงชูรสและสารปรุงรสใดๆ ส่วนการตกแต่งร้านเน้นเรียบง่าย ให้ความรู้สึกเป็นกันเองเหมือนนั่งรับประทานอาหารที่บ้านกับครอบครัว ด้านเมนูซิกเนเจอร์ยกให้กับข้าวน้ำพริกปลาทูเห็ด ข้าวน้ำพริกอ่องปลา และขนมจีนแกงเขียวหวาน

ซ.ลาดพร้าว 71 เปิดบริการวันจันทร์-เสาร์ 10.00-20.00 น.
วันอาทิตย์ 10.00-16.00 น. หยุดทุกวันจันทร์ที่ 3 และ 4 ของเดือน
☎ 09-4942-9526 kindee.healthyfood kindee.organic

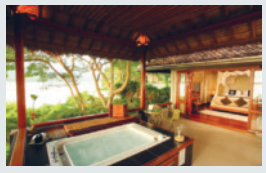
TOBY'S

คาเฟ่บรรยากาศอบอุ่นที่มีอาหารเช้าให้เลือกรับประทานหลายเมนู อย่าง Classic Crispy French Toast ขนมปังบริยอชชุ่มเนย กรอบนอกนุ่มใน รับประทานคู่ไอศกรีมโฮมเมดรสวานิลลา ตัดเลี่ยนด้วยเบอร์รีนานาชนิดและเมเปิ้ลไซรัป และ Baked Egg ไข่กระทะอินเตอร์รับประทานคู่ขนมปังหมัก Sourdough

ซ.สุขุมวิท 38 เปิดทุกวันอังคาร-อาทิตย์ 09.00-22.30 น.
☎ 0-2712-1774 tobysk38

TOHSANG KHONGJIAM RESORT

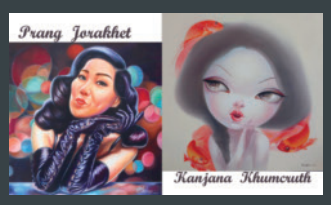
รีสอร์ตแห่งนี้ล้อมรอบด้วยแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติและประวัติศาสตร์ตามแนวแม่น้ำโขง มีสิ่งอำนวยความสะดวกครบครัน และมีห้องพักให้เลือกถึง 5 แบบ ได้แก่ ห้องพักสุพีเรีย ริเวอร์วิว ห้องพักเดอร์ลักซ์ ริเวอร์วิว ห้องพักการ์เด้นวิลล่า ห้องพักแม่โขง วิลล่า และห้องพักริเวอร์ วิลล่า



อ.โขงเจียม จ.อุบลราชธานี
☎ โทร. 0-4535-1174-6
www.tohsang.com

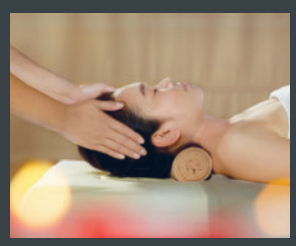
RELAX *Text : Duckkiez*

IN HER DREAM



นิทรรศการศิลปะร่วมของ กาญจนา ขำครุฑ ที่เล่าเรื่องราว In Her Dream ผ่านเด็กสาวที่ดูเปราะบางในวัยแรกแย้ม ไร้เดียงสา แต่ซ่อนความรู้สึกไว้แบบผู้ใหญ่ และ ปรางค์ จรเขต ที่เล่าเรื่องราวผ่านหญิงสาวโตเต็มวัย มั่นใจ สนุกกับประสบการณ์ต่างๆ และแสดงความรู้สึกตรงไปตรงมา ไม่มีนัยซ่อนเร้น

สกายล็อบบี้ ชั้น 23 โรงแรมเซ็นทาราแกรนด์ นิทรรศการจัดแสดงตั้งแต่วันนี้-10 ธันวาคม 2559



SILAVADEE WELLNESS SPA

สปาหรูที่ผสมผสานเทคนิคการนวดแบบไทยโบราณ และตะวันตกสมัยใหม่เข้าด้วยกันได้อย่างลงตัว โดยซิกเนเจอร์ทรีตเมนต์ที่ไม่ควรพลาด คือ Silavadee Journey ที่นวดในสไตล์ Hawaiian Lomi Lomi Massage ช่วยบรรเทาอาการปวดเมื่อย และผ่อนคลายความเครียดได้เป็นอย่างดี

Silavadee Pool Spa Resort อ.เกาะสมุย จ.สุราษฎร์ธานี
☎ 0-7796-0555 www.silavadeeresort.com

Text : ฐาฎร โกมารกุล ณ นคร / Photo : ธีระพงษ์ พลรักษ์

บ้านนาตอง

โลกใบเล็กของผู้คนแห่งขุนเขา

ระหว่างหนทางบนถนนสายเล็กกลางขุนเขา โลกบางใบมีอยู่จริง มันคอยกระตุ้นเตือนให้ใครสักคนที่ดั้นด้นขึ้นมาสัมผัสได้รับรู้ว่า นาทีจริงแท้ของคนกับภูเขานั้นแสนอบอุ่นงดงาม

สายน้ำ แมกไม้ ตลอดจนเนื้อหินและดินล้วนมากไปด้วยเรื่องราวของคืนวัน ทั้งการปักหลักดิ้นรน ต่อเนื่องถึงความผสมกลมกลืนที่พร้อมจะก้าวเดินร่วมกันกับคนอื่นๆ ผ่านเข็มนาทีปัจจุบัน

แม้ว่าหนทางรอบด้านจะชักนำสิ่งใดก้าวล้ำล่วงเลยขึ้นมา

ยามเช้าต้นฤดูฝนพาเราออกจากตัวเมืองแพร่ท่ามกลางความเงียบสงบของประตูสู่ล้านนาตะวันออก ภูมิประเทศแอ่งที่ราบกลางขุนเขาชักนำให้เลือกสวนความสูงขึ้นไปหาป่าเขียวชื่นกลางนาทีฉ่ำฝน

รอบด้านรายทางคือโมงยามแรกเริ่มในผืนนา กล้าข้าวแตกยอดประปรายเป็นเส้นสีเขียวบนแผ่นดินที่ถูกพลิกฟื้น ขณะรถจี๊ปคันเล็กค่อย ๆ ไต่ระดับขึ้นไปเป็นหนึ่งเดียวกับภูเขา

ถนนเล็ก ๆ สายนั้นผันเปลี่ยนไปในนามของชีวิตที่ดีงาม เติบโตมันนำพาผู้คนมาสักการะองค์พระธาตุช่อแฮ ราบเรียบงดงามไร้ที่ติ ขณะที่ผู้คนสองฟากฝั่งก็ยังจดจำตลาดเล็ก ๆ อันเป็นที่พบกันระหว่างเมืองและป่าเขา ณ ตำบลแห่งนี้ได้ดี

"แต่ก่อนเราลงไปค้าขายกันที่ตลาดช่อแฮเป็นหลักนั่นละ" นาทีที่เราขึ้นไปถึงบ้านนาตอง หมู่บ้านในหุบเขาที่เคยเป็นดังที่ทางอันหลบเร้นในนิทานเมื่อสมัยก่อน ณ นาทีที่เข็มปัจจุบันเวียนมาถึงไม่มีใครฟูมฟายถึงความเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นในแผ่นผืนสีเขียวของขุนเขา

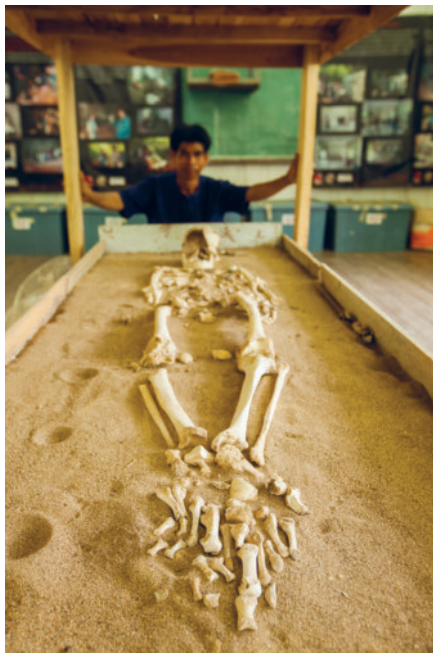
ทางหลวงหมายเลข 1022 ผันเปลี่ยนไปจากสิบปีที่แล้วอย่างสิ้นเชิง ทางดินและหลุมบ่อหมาดโคลนคอยฉุดรั้งรถไร้กำลังถูกทดแทนด้วยพื้นผิวแอสฟัลต์ราบเรียบ ลัดเลาะลงสู่หมู่บ้านที่มีห้วยน้ำก๋อนไหลผ่านกลางอย่างเย็นรื่น

รอบด้านคือที่ราบกลางหุบเขาอันน่าหลงใหลเมื่อไปถึง หมู่บ้านในนิทานคล้ายปรากฏตรงหน้าอีกครั้ง ลำห้วยสายโบราณที่เราเคยมาถึงแผ่กว้างและเติบโตด้วยการชลประทาน บ้านเรือนมั่นคงแข็งแรงทดแทนกระท่อมแบบดั้งเดิม

"ที่นี่มันเก่าแก่มาหลายรุ่น" ประหยัด แก้วมณี ผู้ช่วยผู้ใหญ่บ้านบ้านนาตองเดินนำเราไปตามสวนผลไม้ตามไหล่เขา ลัดเลาะลงไปในความเก่าแก่ของผืนแผ่นดินและป่าโบราณ เมื่อไปถึงแหล่งโบราณคดีชุมชนบ้านนาตอง โถงถ้ำตรงหน้าก็ชัดเจนด้วยหลุมขุดค้นโครงกระดูกมนุษย์โบราณ

หน้าถ้ำปู่ปันตาหมีคือ ร่องรอยของภูเขาที่เคยมีมนุษย์โบราณพักพิงอาศัย เครื่องมือหิน โครงกระดูก การฝังศพ และเครื่องประดับบ่งบอกว่าในถ้ำแห่งนี้เคยมีมนุษย์โบราณอย่างน้อย 8 คน ไล่เรียงอายุตั้งแต่เด็กถึงผู้ใหญ่ รายรอบพบกระดูกสัตว์อย่างเต่า ปู หอยที่พวกเขาใช้เป็นอาหารตั้งแต่สมัยยุคหินใหม่

"เด็ก ๆ ที่นี่เรียนรู้และรู้จักความสำคัญของโบราณคดีกันตั้งแต่เล็ก ๆ" ผู้ช่วยประหยัดเล่าว่า หากใครมาเยือนบ้านนาตองมัคคุเทศก์ชั้นดีคือนักเรียนที่เป็นลูกหลาน พวกเขาเติบโตมากลางขุนเขาอันเก่าแก่ของคนรุ่นปู่ย่า มีคืนวันและการเรียนรู้ทำความเข้าใจแผ่นดินที่เป็นบ้านอย่างถ่องแท้



กลุ่มถ้ำอันเป็นแหล่งเรียนรู้แยกย่อยอย่างถ้ำพระ ถ้ำเก็กอุ๊น ถ้ำรันตู แตกย่อยเป็นความงดงามของโพรงหินและเหลื่อมลาย ขณะที่พิพิธภัณฑ์บ้านนาตองในโรงเรียนกลางหมู่บ้านกลับฉายชัดภาพเก่าแก่ในโถงถ้ำออกมาอย่างเด่นชัด

ในห้องเรียนเรียบง่าย โครงกระดูกของ "นาตอง แมน" ที่ได้รับการยืนยันจากศูนย์ภูมิภาคโบราณคดีและวิจิตรศิลป์ (SPAFA) ว่าอายุของมนุษย์โบราณคนนี้เก่าแก่ราว 4,500 ปี นอนอยู่ในแสงบ่ายไล้ผ่านหน้าต่างไม้ ขวานหิน ค้อนหิน รวมไปถึง "หินโดนัต" ที่สันนิษฐานกันว่าเป็นเครื่องมือการเกษตรในยุคหินใหม่บ่งบอกว่าพวกเขาไม่เพียงล่าสัตว์ หากยังเพาะปลูกเพื่อดำรงชีพ

ความเก่าแก่ตกทอดสั่งสม ดั่งเพาะบ่มให้บ้านกลางขุนเขาแห่งนี้มีเรื่องราวและที่มา

"คนรุ่นปู่ย่าผมมาทำกินจากข้างล่าง" จากแต่เดิมที่บ้านนาตองเคยเป็นพื้นที่ทำกินของคนขมุ เย้า และมลาบรี เมื่อคนเมืองจากแถบบ้านป่าแดง บ้านต้นไคร้ และอีกหลายท้องที่ในเขตเมืองแพร่รู้ว่า ที่ดินกลางหุบเขากว่า 580 ไร่แห่งนี้แสนสมบูรณ์ด้วยน้ำท่า หมู่บ้านเล็กๆ จึงเกิดการก่อตั้งมากว่า 150 ปี

แผ่นดินถูกปรับเปลี่ยนจากไร่เลื่อนลอยสู่สวนเมี่ยงอันแสนเก่าแก่ นับรวมไปถึงไม้ผลพื้นถิ่นและการเติบโตของชีวิต ตามสันดอยปรากฏเป็นสวนเมี่ยงโบราณที่หล่อเลี้ยงให้คนบ้านนาตองเต็มไปด้วยทิศทางทำกิน

"เมี่ยงนาตองก็รสชาติหนึ่ง ของที่อื่นก็แตกต่างกันไป อยู่ที่ช่วงการเก็บและการนึ่งหรือดอง" สิงคาร สีทิ เล่าผ่านน้ำเสียงนุ่มเย็นระหว่างเรานั่งอยู่ในบ้านไม้หลังเก่าแก่ เตานึ่งเมี่ยงส่งควันโขมง พืชตระกูลชาชนิดนี้ตกทอดอยู่ในวัฒนธรรมการกินของคนในเขตภาคเหนือและอีกหลายหลาก

หากเป็นกลางวัน หมู่บ้านล้วนสงบเงียบและเป็นบ้านของเฒ่าชราและเด็กๆ ชาวบ้านหลายคนหายไปในป่าเขา และเมื่อเราไต่ตามความชันดิกขึ้นไปก็พบพวกเขาอยู่ตามสวนเมี่ยงที่ใบได้ขนาดเก็บมันกลงก๋วย พร้อมจะเป๊อะลงมาตามครัวเรือนเมื่อเย็นย่ำ

เราเดินข้ามห้วยน้ำก๋อน ส่งยิ้มทักทายตามบ้านโน้น บ้านนี้ ขณะที่ป่าเขาอันโอบล้อมระบายสีเขียวของฤดูฝน มันดูเป็นภาพงดงามเรียบง่ายอันฉายชัดในความเป็นอยู่ของคนกับภูเขาอย่างถึงที่สุด

เป็นภาพที่พวกเขาล้วนหวงแหนและพร้อมจะส่งต่อสู่ลูกหลาน ไม่ว่าทิศทางของวันพรุ่งจะดำเนินไปเช่นไร

"เราผ่านพ้นวิกฤตอันหนักหนาสาหัส" วันที่นั่งอยู่ริมสายน้ำใสเย็น ใครสักคนกำลังเพลิดเพลินกับเต่าปูลู-เต่าสายพันธุ์ภูเขาหางยาว ที่พบมากในเขตเขาบ้านนาตอง ประหยัดและสิงคารเล่าถึงคืนวันราวฝันร้ายที่คนบ้านนาตองเพิ่งผ่านพ้น

เกือบสิบปีหลังจากเราเคยมาถึงหมู่บ้านแห่งนี้ ข่าวน้ำป่าพาพัดดินโคลนเข้าถมทับบ้านนาตองราวปี พ.ศ.2549 ค่อยเลือนหายไปตามกาลเวลา ห้วยน้ำก๋อนที่เคยคดโค้งและเรียงรายด้วยบ้านไม้งดงาม กลับกลายกว้างขวางด้วยการขุดลอกและปรับเป็นฝายชะลอน้ำ

"หลายหลังย้ายขึ้นไปสร้างใหม่ตามเนินเขา คืนนั้นน้ำมันมาเร็ว กวาดดิน กวาดบ้านพังเป็นหลังๆ" สิงคาร่าถึงค่ำคืนหนึ่งที่คนบ้านนาตองไม่เคยลืมเลือน

หลังฝันร้ายผ่านพ้น พวกเขาพบตัวตนแห่งความเสียหาย และการเยียวยา ความช่วยเหลือเบื้องต้นจากภายนอกไม่เพียงพอเท่าการดูแลซึ่งกันและกัน

"จากนั้นเราเริ่มต้นกันใหม่ ข้อตกลง กติกา ในการอยู่ร่วมกับป่าเขาที่เป็นป่าต้นน้ำถูกทำความเข้าใจและตกลงกันในหมู่บ้าน" ประหยัดว่าเขาเริ่มกันตั้งแต่ใส่ใจในห้วยน้ำก๋อน กำหนดพื้นที่ห้ามจับสัตว์น้ำในเขตหมู่บ้าน การห้ามล่าสัตว์และตัดไม้ รวมไปถึงกรอบกฎที่ทุกคนต้องเคารพร่วมกัน

รวมไปถึงการทำงานร่วมกับหน่วยจัดการต้นน้ำแม่ก๋อน-แม่สาย ส่วนจัดการต้นน้ำ สำนักบริหารพื้นที่อนุรักษ์ที่ 13 (แพร่) ที่มาตั้งที่ทำการอยู่เหนือยอดเขาใกล้หมู่บ้าน ไม่เพียงร่วมกันดูแลป่าต้นน้ำ หากยังเลือกทิศทางให้ที่นี่เป็นเหมือนแหล่งเรียนรู้เรื่องราวระหว่างคนกับป่าอย่างมีมิติ "หลายคนมากางเต็นท์ในหน้าหนาวครับ มาเที่ยว มาดูความเป็นอยู่ของคนบ้านเรา" นาทีที่ขึ้นไปบนสันดอยอันเป็นที่ตั้งของหน่วยฯ แม่ก๋อน-แม่สาย บ้านนาตองกระจ่างตาอยู่เบื้องล่าง แดดบ่ายสะท้อนลำห้วยวาววาม ขณะป่ารอบด้านคือภาพชัดแห่งการฟื้นคืนว่าไปในความงดงาม ชีวิตของคนที่นี่อาจเปรียบคล้ายภูเขา และสายน้ำที่หล่อหลอม ทั้งเก่าแก่คงทน รื่นเย็น อารี ทว่าก็ผ่านพ้นทั้งริ้วรอยบาดแผลและการเรียนรู้เยียวยาตนเองจนเกิดเป็นหนทางอันแสนชัดเจน

และการหมุนผ่านของคืนวันกลางหุบเขาก็ไม่ใช่เรื่องของการร้างไร้และเปล่าดาย

HOW TO GET THERE

บ้านนาตอง จากเมืองแพร่ ใช้ทางหลวงหมายเลข 1022 ผ่านพระธาตุช่อแฮ ตำบลช่อแฮ ขึ้นเขาสู่บ้านนาตอง ราว 20 กิโลเมตร

CONTACT

หมู่บ้านนาตองมีบริการต้อนรับนักท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์ พักค้างแรมกับชาวบ้าน ชิมอาหารพื้นถิ่น ท่องเที่ยวธรรมชาติ รวมไปถึงเรียนรู้อาชีพต่างๆ ผ่านกิจกรรมมากมาย ติดต่อชมรมการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์บ้านนาตอง ☎ 0-5452-9060-1

สอบถามรายละเอียดเพิ่มเติม ททท. สำนักงานแพร่

☎ 0-5452-1127

www.tourismthailand.org/phrae

Where to Find

พบกันทุกวันที่ 15 ของเดือน

กรุงเทพฯ/ปริมณฑล

• 24 Owls by Sometime's
ซ.เอกมัย 12 (ซอยเจริญใจ)
• Airport Rail Link
พญาไท / มักกะสัน / หัวหมาก / รามคำแหง
• BANN KAFAÉ
ซ.ท่าข้าม 24
• BICO
The Scene Town In Town
• B Story Café
COCO Walk ราชเทวี
• Café Amazon
• CafeLittleSpoon
ซ.สุขุมวิท 21
• Coffee Cakes
อาคาร 6 ชั้น 1 ทีโอที แจ้งวัฒนะ
• Coffe Model
ระหว่าง ซ.ประดิพัทธ์ 12-14
• Dialogue Coffee and Gallery
แยกผ่านฟ้า
• EL Mello (เอลเมลโล่)
อาคาร Thai Summit Tower
• ES/PE/RO
เอกมัย ซ.12 C9281:95
• Espresso Gallery
หน้าคอนโดอิสระ ลาดพร้าว
• Galleria Café
ถ.กาญจนาภิเษก บางแค
• Gallery กาแฟดริป
หอศิลป์ฯ กรุงเทพมหานคร
• Gloria Jean's Coffees
• Growth Café & Co
สยามสแควร์ ซ.2
• I-hin Cafe
ซ.ลาดกระบัง 46/3
• INN-Office Coworking Space
โครงการ AQUA สะพานควาย
• Jil Coffee
อาคาร 5 ชั้นใต้ดิน ทีโอที แจ้งวัฒนะ
• Lighting Café
ลาดปลาเค้า ซ.60
• Lord of Coffee
อาคารพักพิงเพลส ซ.รามคำแหง 164
• Mezzo
• MhakBuri Station
ซ.เอกชัย 30 จอมทอง
• Mitte Coffee (มิตเต้)
ซ.แจ้งวัฒนะ-ปากเกร็ด 33
• My Café the Library
Nawamin City Avenue
• Oldman Café
ซ.บางขุนนนท์ 27
• One Ounce for Onion
เอกมัย ซ.12
• Panary Café
พหลโยธิน 7 ซ.อารีย์
• Size S Coffee & Bakery
พระราม 4
• Snooze Café
U-Center ซ.จุฬา 42
• Staff Coffee
พหลโยธินเพลส ชั้น 1
• Sweet Pista Bangkok
สุขุมวิท 31
• Ta Chance Coffee
เยื้อง ซ.เจริญกรุง 109
• Think TANK (Third Place)
ถ.นางลิ้นจี่
• Timely Coffee
ซ.เสียบวารี 15 หนองจอก
• TINPRESSO (ตินเพรสโซ่)
ซ.สุขุมวิท101/1
• Tom n Tom Coffee
ซ.เพชรเกษม 69 Victory garden
• Treat Cafe & Hang Out
เสนา 28 (ตรงข้าม รร.สมิทธิโชติ)
• Veganerie
The Mercury Ville Chidlom 4th Fl.
• White Rabbit
ซ.อารีย์สัมพันธ์ 5
• Yesterday 's Tea Room
ปากซอยสะพานยาว ถ.ทรงวาด
• กาแฟนรสิงห์
พระราชวังพญาไท ร.พ.พระมงกุฎ
• โครงการ P9
ซ.พหลโยธิน 9
• โคโค่ กาแฟสด
ซ.สายไหม 84
• ผู้ชายขายน้ำ
พาราไดซ์ พาร์ค
• ศูนย์การประชุมแห่งชาติสิริกิติ์
• ศูนย์การค้า ZPELL รังสิต
• มหาวิทยาลัย หอการค้าไทย
• โรงพยาบาลกรุงเทพ

ภาคเหนือ

เชียงราย
• Chivit Thamma Da Coffee House
• เรียวกังคาเฟ่
เชียงใหม่
• Gloria Jean's Coffees
เซ็นทรัล เฟสติเวิล
• Into the woods
• Neo Café
• โรงแรม Yesterday
ถ.นิมมานเหมินทร์
• อาข่า อ่ามา
แม่ฮ่องสอน
• Coffe In Love
• Coffee Morning
• ร้านกาแฟเข้าท่า ปาย
• ร้านสรวลกาแฟ
แพร่
• CK Coffee
• บ้านอังเล คอฟฟี่
ลำพูน
• Blacksmith
• โรงชา
อุตรดิตถ์
• Amezon งิ้วงาม

ภาคกลาง

ชัยนาท
• Me Ice cream
นครปฐม
• Pak Pink Bistro
• "คำนำ"
นครสวรรค์
• รามเกียรติ์ คอฟฟี่
• แกะดำ Coffee
พิจิตร
• โรสกาแฟสด
พิษณุโลก
• Caffe'ine
ลพบุรี
• ศ.กาแฟ ชดสด
สระบุรี
• The Barista Café
สุโขทัย
• 379 Drip
อุทัยธานี
• I AM Coffee

ภาคอีสาน

กาฬสินธุ์
• Café 2 gether
ขอนแก่น
• Café de' forest
• BANMORE BAKERY AND COFFEE
• EIGHTS A DAY
นครพนม
• จันทรากาแฟ
นครราชสีมา
• Sweet Café
บุรีรัมย์
• Brom Café
มุกดาหาร
• Bearista Coffee & Bakery
มหาสารคาม
• กาแฟรื่นรมย์
เลย
• กาแฟสด ฮักเลย
• ปล่อยแสง เชียงคาน
ถนนชายโขง ซ.10
• แม่น้ำมีแก่ง เกสเฮ้าส์
ถนนชายโขง ซ.19
สุรินทร์
• Sit in
หนองคาย
• Loft Café NK
อุดรธานี
• วินัยสตูดิโอ
• Dose Espresso

ภาคตะวันออก

จันทบุรี
• กาแฟร้อยตะวัน
ชลบุรี
• Gloria Jean's Coffees
โรงแรมซีเทอร์ดีน
ตราด
• Kaotaa Coffee
• Hotel อี
ระยอง
• Dollars House
• รายิ้อง
• ร้านกาแฟหอมปากหอมคอ

ภาคตะวันตก

ประจวบคีรีขันธ์
• Gallery กาแฟดริป หัวหิน
• โชว์รูมรถ Ford หัวหิน
เพชรบุรี
• ชาปู่ชาย่า
• "JM Cuisine" / "เจ๊กเม้ง"
• ร้านเค้กเมืองเพชร
• ไอ แอม คอฟฟี่
ราชบุรี
• Morming Glory Resort
• IDYLL@DAMNOENSADUAK

ภาคใต้

กระบี่
• เค้ก ณ นภา
ตรัง
• Deeva Cup
• The wish coffice
ภูเก็ต
• Love 2 eat
• กล้วยน้ำว้า
สงขลา
• Ma Maison
หาดใหญ่
• ร้าน TUBER
สุราษฎร์ธานี
• MY CUP
• บางใบไม้ คาเฟ่

สมัครสมาชิกนิตยสาร SME STARTUP

ส่งตรงถึงบ้านแบบรายปี 12 ฉบับ ราคา 200 บาท

เริ่มรับนิตยสารตั้งแต่เล่มที่ .....

ข้อมูลสมาชิก ชื่อ-นามสกุล .....

ที่อยู่จัดส่งเอกสาร .....

.....

โทรศัพท์ ..... อีเมล .....

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

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

วิธีการชำระเงิน

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

วิธีการสมัคร

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

จังหวัดชลบุรี

จังหวัดพิษณุโลก

ETDA จัดสัมมนากลยุทธ์รวยทะลุล้าน ด้วยร้านค้าออนไลน์

สำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ (องค์การมหาชน) กระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม จัดกิจกรรมอบรมหลักสูตรบ่มเพาะผู้ประกอบการอี-คอมเมิร์ซไทย สู่เศรษฐกิจดิจิทัลที่มั่นคงปลอดภัย ในหัวข้อ "กลยุทธ์รวยทะลุล้าน ด้วยร้านค้าออนไลน์" เพื่อให้ผู้สนใจได้เรียนรู้เทคนิคการสร้างร้านค้าออนไลน์ และการใช้เครื่องมือในการทำการตลาดออนไลน์กับผู้เชี่ยวชาญด้านการตลาดออนไลน์ที่มากประสบการณ์ เพื่อเป็นการเตรียมความพร้อมในยุคเศรษฐกิจดิจิทัล (Digital Economy) และประเทศไทย 4.0 (Thailand 4.0) ทั้งนี้กิจกรรมดังกล่าวจะจัดต่อเนื่อง 16 จังหวัดด้วยกัน โดยเมื่อเดือนตุลาคมที่ผ่านมา เดินหน้าจัดใน 4 จังหวัด ได้แก่ จังหวัดชลบุรี เมื่อวันที่ 1-2 ตุลาคม 2559 ณ โรงแรม ชลอินเตอร์ จังหวัดพิษณุโลก เมื่อวันที่ 8-9 ตุลาคม 2559 ณ โรงแรม เดอะพาร์ค จังหวัดพระนครศรีอยุธยา เมื่อวันที่ 12-13 ตุลาคม 2559 ณ โรงแรม กรุงศรีริเวอร์ และจังหวัดเพชรบุรี เมื่อวันที่ 19-20 ตุลาคม 2559 ณ โรงแรม โนโวเทล หัวหิน ชะอำ บีช รีสอร์ท แอนด์ สปา ซึ่งได้รับความสนใจมีผู้เข้าร่วมฟังสัมมนาอย่างคับคั่ง

จังหวัดพระนครศรีอยุธยา

จังหวัดเพชรบุรี

ร่วมถวายอาลัยแด่พระบาทสมเด็จพระปรมินทรมหาภูมิพลอดุลยเดชฯ

มร.ฮวิน ทัน ฟง ประธานเจ้าหน้าที่บริหาร กลุ่มเอฟดับบลิวดี และ มร.ไมค์ แพล็กซ์ตัน ประธานเจ้าหน้าที่บริหาร นำคณะผู้บริหารและพนักงาน บริษัท เอฟดับบลิวดี ประกันชีวิต จำกัด (มหาชน) ร่วมกันถวายความอาลัยแด่พระบาทสมเด็จพระปรมินทรมหาภูมิพลอดุลยเดชฯ ต่อเบื้องหน้าพระบรมฉายาลักษณ์ เพื่อน้อมเกล้าถวายความอาลัย และร่วมกันยืนสงบนิ่งไว้อาลัย ระลึกถึงพระบาทสมเด็จพระปรมินทรมหาภูมิพลอดุลยเดชฯ พร้อมสำนึกในพระมหากรุณาธิคุณเป็นล้นพ้นอันหาที่สุดมิได้ ตลอดระยะเวลาที่ทรงครองราชย์ยาวนานกว่า 70 ปี ณ สำนักงานใหญ่

MBA CU Drive for transformation

สมาคมนิสิตเก่าเอ็มบีเอ คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย โดย ชาติชาย พยุหนาวีชัย นายกสมาคมฯ ประกาศทำงานภายใต้คอนเซปต์ "MBA CU Drive for transformation" รวมพลังเอ็มบีเอ จุฬาฯ สร้างสรรค์ขับเคลื่อนสังคมและประเทศ ล่าสุดเตรียมจัดกิจกรรมใหญ่มอบ 4 รางวัลใหญ่สำหรับผู้นำที่มีส่วนขับเคลื่อนสังคม เศรษฐกิจและประเทศไทย พร้อมเดินหน้าจัดกิจกรรมเสริมองค์ความรู้ Refresh Night อัพเดตข้อมูลธุรกิจให้สมาชิกทุก 2 เดือน และเตรียมจัดกิจกรรมการกุศล CSR ระดมทุนเพื่อเด็กและเยาวชนอย่างต่อเนื่อง

มูลนิธิมิตซูบิชิฯ มอบทุนการศึกษา

ชินจิ ซาซากิ รองประธานกรรมการ มูลนิธิมิตซูบิชิ อิเล็คทริคไทย พร้อมด้วย เรียวจิ อันโด กรรมการมูลนิธิฯ และ โอซามุ โคชิ กรรมการและเลขานุการมูลนิธิฯ ร่วมมอบทุนแบบต่อเนื่องจนจบการศึกษาโดยไม่มีข้อผูกมัด ต่อเนื่องเป็นปีที่ 23 จำนวนทั้งสิ้น 1,200,000 บาท ให้แก่นิสิตนักศึกษาคณะวิศวกรรมศาสตร์ จาก 4 มหาวิทยาลัย ประกอบด้วย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ และมหาวิทยาลัยเชียงใหม่

เปิดตัว Moto Z

เลอโนโว บริษัทแม่ของแบรนด์สมาร์ทโฟนโมโต เปิดตัว Moto Z สมาร์ทโฟนบางที่สุดในโลก และ Moto Z Play พร้อมเทคโนโลยีอุปกรณ์เสริม Moto Mods โดย Moto Z มีระบบสแกนลายนิ้วมือและหน้าจอแบบ QHD AMOLED ขนาด 5.5 นิ้ว พร้อมเทคโนโลยีกล้องรองรับระบบตรวจจับการเคลื่อนไหว และระบบ Laser Auto Focus ให้การถ่ายภาพได้สวยคมชัดในทุกสภาวะแวดล้อม ส่วน Moto Z Play โดดเด่นด้วยแบตเตอรี่สุดอึดความจุสูงถึง 3510 mAh สามารถใช้งานได้ยาวนานถึง 50 ชั่วโมง ด้วยการชาร์จเพียงครั้งเดียว

คืนชีวิตสู่ทะเล

ประวิช จรรยาสิทธิกุล ประธานเจ้าหน้าที่บริหาร ศูนย์การค้าจังซีลอน ป่าตอง ภูเก็ต ร่วมกับ รศ.ดร.กฤษณะเดช เจริญสุธาสินี ผู้อำนวยการศูนย์ความรู้เฉพาะด้านนิเวศวิทยาพยากรณ์ และการจัดการ (Center of Excellence for Ecoinformatics) และพนักงานบริษัท ภูเก็ตสแควร์ จำกัด จัดกิจกรรมเพื่อสังคม (CSR) ด้วยการร่วมกันสร้างปะการังเทียม และปล่อยพันธุ์สัตว์น้ำกว่า 10,000 ตัว เพื่ออนุรักษ์และขยายพันธุ์สัตว์น้ำในทะเลให้เพิ่มขึ้น ณ เกาะเฮ จังหวัดภูเก็ต

Hello Churros

เปิดตัวร้านขนมชูโรส ในรูปแบบรีเทลสุดสร้างสรรค์ ที่พร้อมเสนอรสชาติความอร่อยระดับโลก ผสมผสานขนมชูโรสชื่อดังจากประเทศสเปน กับเมนูของหวานกันอย่างลงตัว เพื่อเป็นอีกหนึ่งทางเลือกของไลฟ์สไตล์การกิน ดื่ม ที่สร้างประสบการณ์ความเพลิดเพลินไม่รู้ลืม Hello Churros เปิดให้บริการแล้ววันนี้ทั้ง 2 สาขา เซ็นทรัล ลาดพร้าว และเซ็นทรัล บางนา

SUSTAINABLE STARTUP

Text : ปพนธ์ มังคละธนะกุล LomYak

ไม่ว่าใครก็ตามที่เลือกเส้นทาง
สาย Startup ทุกคนล้วนต้องการ
สานฝันของตนเอง ไม่ว่าฝันของคุณ
จะเล็กจะใหญ่ จะเป็นอะไร
คุณคงต้องการเห็นมันเจริญงอกงาม
เติบโต ไปให้ได้ไกลที่สุดเท่าที่จะไปได้
ตลาดและผู้บริโภคจะเป็นคนกำหนดเองว่า
ฝันของคุณนั้นเหมาะกับเขาหรือไม่
ถ้าโดนจังๆ ฝันคุณก็ใหญ่ได้
หากไม่โดนสักเท่าไร ฝันคุณอาจเล็กลง
แต่คุณก็จะมีโอกาสได้เห็นศักยภาพของมัน
ตามที่ควรจะเป็น

ไม่มีอะไรจะร้ายแรงไปกว่า การคุมกำเนิดฝัน หรือการทำแท้งฝันนั้น โดยรู้เท่าไม่ถึงการณ์โดยตัวคุณเอง

การที่พยายามตะบี้ตะบันสร้างฐานลูกค้าโดยที่ไม่มีไอเดียที่ชัดเจนในการที่จะหารายได้จากฐานลูกค้านั้น เพียงเพราะถูกครอบความคิดตลอดเวลาว่า ขนาดของฐานลูกค้าจะเป็นตัวกำหนดมูลค่าของธุรกิจ ฝันคุณจะใหญ่หรือไม่ อยู่ที่ฐานลูกค้าเป็นสำคัญ กำไรหรือไม่ ไม่ใช่เรื่องคืนทุนเมื่อไร ฐานลูกค้าเยอะ แปลว่าศักยภาพสูง ซึ่งก็หมายถึงมูลค่าจะสูงตามไปด้วย แล้วคุณจะแปลงฝันให้เป็นเงินก้อนใหญ่ได้ ฐานลูกค้าช่างมีความมหัศจรรย์อะไรเช่นนี้

ไหนจะเรื่องการที่ต้องพึ่งแหล่งเงินทุนจากเหล่านักลงทุนอีกล่ะ Startup เหล่านั้นมีชีวิตอยู่รอดเพื่อรอการลงทุนรอบใหม่ใช่หรือไม่ แล้วค่อยไปลุ้นกันต่อว่า เมื่อถึงรอบการระดมทุนรอบใหม่จะได้เงินมาเพื่อเป่าฐานลูกค้าต่ออีกหรือเปล่า ถ้าได้ก็ถือว่าเป็นการต่ออายุ ฝันของคุณยังมีลมหายใจอยู่ หากไม่ได้ก็เก็บข้าวของ หมดลมหายใจไป เกิดเป็นฝันร้ายในทันที

การสร้างฐานลูกค้าโดยไม่รู้ว่าจะได้กำไรจากฐานลูกค้าเมื่อไร ขณะที่เอาเงินคนอื่นมาเผาทิ้ง เพื่อสร้างฐานลูกค้า ซึ่งก็ยังไม่แน่ใจอีกนั่นแหละว่าจะกำไรเมื่อไร โดยหวังเพียงว่าเขาจะพิมพ์แบงก์เอามาให้เผาต่อไปได้เรื่อย ๆ จนกว่าจะถึงวันที่ขายบริษัทให้คนอื่นไป

นี่คือการทำธุรกิจ หรือ งานอดิเรก กันแน่...

หากคุณจริงจังกับฝันของคุณ หากนั่นคือชีวิตของคุณ คุณคงไม่อยากให้มันตายลงไปง่าย ๆ โดยมือของคุณเอง

คุณต้องกลับมาสู่เส้นทางแห่งความยั่งยืน คุณต้องเป็นคนควบคุมการเดินทางเสียเอง ส่วนเส้นทางนี้จะทอดยาวไปได้ไกลแค่ไหน ขึ้นอยู่กับว่าคุณมีแรงจะไปต่อได้อีกนานเท่าไร หาใช่ว่าเหล่านักลงทุนเขายินดีอยากให้คุณเดินทางต่อหรือไม่

คุณต้องเลิกยืมจมูกคนอื่นหายใจ คุณต้องอยู่ได้ด้วยตัวเอง คุณต้องทำให้ธุรกิจของคุณคืนทุนให้เร็วที่สุด คุณต้องคิดถึงกำไรตั้งแต่วันแรกที่เริ่มเดินทาง คุณต้องคิดตลอดเวลาว่า เมื่อไรธุรกิจคุณถึงจะมีกำไรได้ คุณต้องพึ่งพาตนเองให้ได้เร็วที่สุด เงินของคนอื่น ใช้เท่าที่จำเป็นเท่านั้น อย่ามองว่าเงินคนอื่นมีเยอะ เราไม่ใช้คนอื่นก็ได้ไป

นี่มันคือวิธีการดำรงชีวิต การทำงานตามปกติวิสัยไม่ใช่หรือ

ทำไมมันถึงช่างฟังดูแปลกแยกจากสิ่งที่เหล่า Startup จากซิลิคอน วัลเลย์เสียเหลือเกิน มันล้าสมัยไปหรือเปล่า คิดแบบนี้ไม่มีทางมีฝันที่ใหญ่ได้หรอก จะวิ่งตามใครเขาทัน

ฝันจะใหญ่หรือไม่ ตลาดจะเป็นคนบอกเอง แต่คุณต้องไม่ตายไปก่อนที่จะถึงบทสรุป หากยังไม่หมดลมหายใจ เส้นทางก็ยังทอดยาวไปได้อีก

การรู้จักตน และพอเพียงเท่านั้น จะทำให้คุณยังมีลมหายใจอยู่ เพื่อรอดูบทสรุปของฝันคุณ หากคุณจริงจังกับฝันคุณ คุณต้อง "พอเพียง" ให้เป็น

ปวงข้าพระพุทธเจ้า ขอน้อมเกล้าน้อมกระหม่อม
รำลึกในพระมหากรุณาธิคุณหาที่สุดมิได้

ข้าพระพุทธเจ้า คณะผู้บริหาร และพนักงาน

บริษัท รถไฟฟ้า ร.ฟ.ท. จำกัด

SRTET
S.R.T. Electrified Train Company Limited
ARL

Website | iPhone App | Android App | Facebook

1690
AirportRailLink
www.srtet.co.th
AirportRailLink
•Phaya Thai Station
•Suvarnabhumi Station
ดาวน์โหลด Application
App Store | Google play

BANGKOK *to* YANGON

FROM
THB **4,100**
(**All-in**, Round trip ticket)

BANGKOK *to* MANDALAY

FROM
THB **4,750**
(**All-in**, Round trip ticket)

Selling period : 01 Nov 16 – 31 Jan 17
Travel period : 01 Nov 16 – 31 Mar 17

*Terms and Conditions applied
*Fares inclusive of all taxes
*Free refreshment meal onboard
*Free Baggage Allowance : **30KG**

Domestic Airline Partner :
AIR KBZ
FLYING BEYOND EXPECTATIONS

Please contact your nearest travel agents or MAI Bangkok Office.

A MEMBER OF KBZ GROUP

100% safety record since 1993
The only IOSA operator in Myanmar
The only IATA member in Myanmar

Technical support by : AIRFRANCE INDUSTRIES

Code Share Partners :
KOREAN AIR
malaysia airlines
Garuda Indonesia

IATA

ASEAN BUSINESS AWARDS MYANMAR 2014
MAI - ASEAN Centricity

MAI Bangkok Office :
8th floor, Unit 3803, BB Building,
54 Asoke Road, Sukhumvit 21, Wattana
Bangkok 10110, Thailand
Email: bkk.resvn@maiair.com
Tel: (66-2) 261-5060, Fax: (66-2) 261-5075

www.facebook.com/8Mofficial