

SME *encourage you to start your own biz* **STARTUP**

FREE

ISSUE 67 | APRIL 2019

THE NEW DIMENSION of Education

ผู้ช่วยศาสตราจารย์
คิ๊วะ วสุนธราภิวัฒก์





Photo : วิภาวดี พิสุภรณ์ศรีภักดี

ภาษีเรื่องที่ต้องรู้

เรื่องภาษีเป็นเรื่องปวดหัวของใครหลายคนโดยเฉพาะอย่างยิ่งผู้ประกอบการมือใหม่หลายๆ คน ที่ยังไม่ค่อยมีความรู้ความเข้าใจเรื่องนี้สักเท่าไร จึงมองว่าเป็นเรื่องยุ่งยากสร้างความหนักใจไม่น้อย แต่เมื่อภาษีเป็นเรื่องสำคัญ การเสียภาษีเป็นหน้าที่ตามกฎหมายอย่างไรเสียก็หนีไม่พ้น ดังนั้น การทำความเข้าใจกับภาษีในส่วนที่จำเป็นต่อธุรกิจให้มากขึ้นกว่าเดิมจึงเป็นเรื่องจำเป็น เพราะจริงๆ แล้ว การวางแผนภาษีให้ถูกต้องจะช่วยให้ผู้ประกอบการคำนวณต้นทุนได้ถูกต้อง และรู้กำไรที่แท้จริง

ล่าสุด มีการประกาศพระราชบัญญัติแก้ไขเพิ่มเติมประมวลรัษฎากร (ฉบับที่ 48) พ.ศ.2562 หรือที่ผู้ประกอบการออนไลน์เข้าใจกันในชื่อสั้นๆ ว่า ภาษี e-Payment มีผลบังคับใช้เมื่อวันที่ 20 มีนาคมที่ผ่านมา ซึ่งโดยประเด็นหลักของกฎหมายคือ ใครที่ฝากหรือรับโอนเงินทุกบัญชีรวมกันตั้งแต่ 3,000 ครั้งขึ้นไป และฝากหรือรับโอนเงินทุกบัญชีรวมกันตั้งแต่ 400 ครั้ง และมียอดรวมของธุรกรรมฝากหรือรับโอนเงินรวมกันตั้งแต่ 2 ล้านบาทขึ้นไป ก็จะต้องถูกสถาบันการเงินส่งข้อมูลให้กรมสรรพากรตรวจสอบการเสียภาษี ซึ่งเรื่องนี้ได้สร้างความกังวลในการทำธุรกิจ เพราะไม่แน่ใจว่าธุรกิจเล็กๆ ที่ขายของออนไลน์อยู่นั้นจะถูกกรมสรรพากรตามเรียกเก็บภาษีหรือไม่ และควรจะต้องเตรียมตัวอย่างไรบ้าง

SME STARTUP จึงสรุปประเด็นสำคัญของกฎหมาย พร้อมคำแนะนำการเตรียมตัวของผู้ประกอบการออนไลน์เพื่อจะจัดการภาษีให้ถูกต้องไม่มีปัญหาในภายหลังก้าวไปเล่นแล้ว

ธันนี่ พันธุ์รุ่งจัดดี

บรรณาธิการ

nee_pan@hotmail.com

SME Startup

ติดตามข่าวสารและข้อมูลที่น่าสนใจได้ใน

SME Startup @Sme_start_up www.smethailandclub.com/startups.html

Managing Director : Vinai Virojariyakom
Editor in Chief : Sujitra Boonyakajom
Editor : Ratchanee Panrunggitti
Editorial Staff : Kritsana Sangwong
Web Content Editor : Rerai Janiem
Chief Editorial Staff : Nittaya Suriamma
Online Editorial Staff : Yuwadi Siphumma, Wanwisa Ngamsangchaikit
Project Manager : Klaewkla Tadabadin
Chief Coordinator : Suchansa Kaewmungkhun
Coordinator : Niphaphorn Pholcharoen
Photographer in Chief : Wipawadee Pisutsiriapinya
Photographer : Jetsadar Yodsurang
Art Director : Supphathada Numamnuay
Head of Proofreading : Udom Woracharawan
Proofreader : Woranuch Totob
Director of Advertising and Marketing : Sujitra Boonyakajom
Account Director : Somwut Somsa
Account Manager : Somjai Jirathiyut
Assistant Account Manager : Sirinath Saikrajang
Senior Account Executive : Thanyawan Kaewnoo
Account Executive : Naiyana Prangphupha
Marketing Officer : Jutipom Lochaya, Natthaporn Samaki
Subscription Executive : Thanavadee Yathai
Head of Finance and Accounting : Nittaya Sangthip
Finance and Accounting Officer : Rinwadee Wongsuwan

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

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

บทความ และรูปภาพใน SME STARTUP สงวนลิขสิทธิ์ตามกฎหมาย การจะนำไปเผยแพร่ต่อต้องได้รับอนุญาตเป็นลายลักษณ์อักษรจากบริษัท เพนนินซูลาร์ แอสโซซิเอตส์ จำกัดเท่านั้น และขอเขียน บทความ รวมทั้ง ข้อคิดเห็นใดๆ ที่ตีพิมพ์ในนิตยสาร SME STARTUP เป็นความคิดเห็นส่วนบุคคล บริษัท เพนนินซูลาร์ แอสโซซิเอตส์ จำกัดไม่จำเป็นต้องเห็นด้วย



CONTENTS

8 MARKETING

เรียนรู้แนวคิดการทำธุรกิจสไตล์ญี่ปุ่น และ 4 ทริคทำคอนเทนต์ขายไปให้คน SKIP

10 STARTUP

SAY CHEESE จากปัญหาเพียวโปรตีน สู่กาแฟ GRASS-FED และ 3 เคล็ดลับเลือกพอนต์ให้ตรงกับตัวคนธุรกิจ

12 SCOOP

4 คำถามต้องรู้เกี่ยวกับภาษี e-Payment

18-19 SELF-EMPLOYED

พิธีกรรม สักระหว่างแสง กับเบรนด์กินเฟลนตอบรับเทรนด์สุขภาพบูม!
และ SIAM1928 นำคอมไทยยุคใหม่ โดนใจทุก GEN ของ ณัฏ เวชชาสตร์

20 YOUNG MONEY MAKER

The Ice Cream & Cookie จากงานอดิเรกสู่ธุรกิจทำเงิน

21 TECH STARTUP

สมโภชน์ จันทร์สมบูรณ์ ดัน Startup ไทยโต แน่ก้าวข้าม 2 กีดกัน

22 MONEY

Moonshot อัปเดตฟันรัน เฟ้นหา Deep Tech ที่ใช่
และ 4 ข้อผิดพลาดทางการเงินของ Startup มือใหม่

24 LIFESTYLE

Hato pet wellness center เหนือตึ้นกับคอมมูนิตี้
คือบริการที่ดีที่สุดเพื่อสัตว์เลี้ยง
และเข้า 3 พักดับร้อน ใกล้ BTS เอกมัย-พร้อมพงษ์

พบกับคาราวานกล้าเริ่ม เป็นหาสุดยอด STREET FOOD

การแข่งขันรอบคัดเลือกระดับภูมิภาค



โครงการ GSB STREET FOOD เปลี่ยนชีวิต
เวทีสำหรับพ่อค้าแม่ค้าที่กล้าคิดอยาก Upgrade Streetfood
ในการแข่งขันพัฒนาสตรีฟู้ด 4 มิติ ร่วมกับโค้ชและกูรูระดับประเทศ

เงินสดเงินรางวัลรวมมูลค่า **2,000,000** บาท

#กล้าคิดชีวิตเปลี่ยน

ภาคเหนือ	จังหวัดเชียงใหม่	27 เมษายน 2562
ภาคอีสาน	จังหวัดอุดรธานี	4 พฤษภาคม 2562
ภาคใต้	จังหวัดสงขลา	11 พฤษภาคม 2562
ภาคกลาง	จังหวัดกรุงเทพมหานคร	19 พฤษภาคม 2562

ติดตามความเคลื่อนไหวที่ [f gsbstreetfoodtv](https://www.facebook.com/gsbstreetfoodtv)

สอบถามได้ที่ :
โทร 082 092 9599
โทร 086 375 6664

What's up

ฝันกลางวัน ใครว่าไม่ดี

ฝันกลางวัน คือ การสร้างจินตนาการแบบสวยงามขึ้นมา แม้ดูเพื่อจ้อเล่นๆ แล้งๆ แต่มีผลต่อผู้ประกอบการ ไม่ว่าจะเรื่องความคิดสร้างสรรค์ ในการหาวิธีใหม่ๆ มาแก้ปัญหาที่เกิดขึ้นกับธุรกิจ ช่วยให้สมองผ่อนคลาย จึงเข้าใจสถานการณ์และปัญหาได้ดีขึ้นและเร็วขึ้น มีสมาธิในการทำงานมากขึ้นแม้อยู่ในสภาพแวดล้อมที่เต็มไปด้วยสิ่งรบกวน

ไม่เพียงเท่านั้น ผลการศึกษาทางการแพทย์ยังระบุว่า ฝันกลางวันทำให้เกิดความคิดเชิงบวก ช่วยจัดระเบียบความคิด เห็นแผนต่างๆ ในรูปแบบภาพจำลองที่ง่ายต่อการคิดหาวิธีทำให้แผนนั้นสำเร็จ ตัดสินใจอย่างชาญฉลาด พร้อมทั้งมองเห็นอนาคตของธุรกิจชัดเจนขึ้น

มาฝันกลางวันไปพร้อมๆ กันเถอะ



ทำไมยูนิคอร์นจีนจึงตามหลังสหรัฐฯ

แม้ 1 ใน 3 ของยูนิคอร์นทั่วโลกจะอยู่ที่จีน แต่จีนกลับมียูนิคอร์นด้านปัญญาประดิษฐ์ ฟันยนต์ ซอฟต์แวร์ และ Big Data แค่ 14 เปอร์เซนต์ ซึ่งน้อยกว่าสหรัฐฯ ที่มีมากถึง 40 เปอร์เซนต์

สาเหตุเพราะยูนิคอร์นเกือบครึ่งหนึ่งของจีน เช่น Beibei แพลตฟอร์มอี-คอมเมิร์ซขายสินค้าแม่และเด็ก 17zuoye แพลตฟอร์มการศึกษาออนไลน์ที่ให้บริการโซลูชันการบ้านอัจฉริยะ และ Didi Chuxing แอปพลิเคชันเรียกรถ ถูกบริษัทอินเทอร์เน็ตและบริษัทอี-คอมเมิร์ซครอบงำ จึงทำธุรกิจในรูปแบบนวัตกรรมโมเดลธุรกิจมากกว่าสร้างผลิตภัณฑ์เทคโนโลยีใหม่ๆ และจีนยังล้าหลังสหรัฐฯ ในด้านนวัตกรรม และด้านการวิจัยและพัฒนา รวมถึงการนำประโยชน์จากการวิจัยและพัฒนาไปปรับปรุงสินค้าหรือบริการให้เป็นเชิงพาณิชย์

อย่างไรก็ตาม ถึงจีนจะลงทุนด้านการวิจัยและพัฒนามากขึ้น และมีแนวโน้มลงทุนเพิ่มเรื่อยๆ แต่ส่วนแบ่งที่ได้ก็น้อยกว่าที่ได้วัน ญี่ปุ่น และเกาหลีใต้ลงทุนด้านนี้ในประเทศตนเอง

วงการนี้มีการเปลี่ยนแปลงตลอดเวลา ไม่น่าว่ายูนิคอร์นจีนอาจตามสหรัฐฯ ทันในเร็วๆ นี้

DATA BEATS EMOTIONS.

-- Sean Rad ผู้ก่อตั้ง Tinder --

ข้อมูล
ต้องอยู่เหนืออารมณ์

POP-UP กลับมาป๊อปอีกครั้ง

แม้ทุกวันนี้ลูกค้านิยมสั่งซื้อสินค้าผ่านช่องทางออนไลน์ แต่ยังมีลูกค้าออนไลน์จำนวนไม่น้อยอยากเห็นสินค้าจริงก่อนซื้อ ดังนั้น หลายๆ แปรณดออนไลน์เลยหันมาเปิด Pop-Up โดยเฉพาะแบรนด์น้องใหม่ เพราะเป็นพื้นที่ในการแนะนำแบรนด์ แนะนำสินค้าใหม่ ทดลองตลาด ค่าเช่าพื้นที่ถูกกว่าค่าเช่าพื้นที่ขายถาวรในห้างสรรพสินค้า 80 เปอร์เซนต์ และไม่มีสัญญาเช่าระยะยาวให้หนักใจ

Pop-Up ไม่เพียงอยู่ในความสนใจของผู้ประกอบการร้านค้าออนไลน์รายเล็กเท่านั้น เพราะยักษ์ใหญ่แห่งวงการอี-คอมเมิร์ซยังเห็นถึงความสำคัญ เช่น Alibaba ที่เปิด Pop-Upชั่วคราวกว่า 60 แห่งในเทศกาล Singles Day 2017 ให้ลูกค้าเลือกชมสินค้าจริงก่อนซื้อ

ทั้งนี้ ผลสำรวจของ Cotton Incorporated Lifestyle Monitor Survey พบว่า ผู้คน 72 เปอร์เซนต์ไปที่ Pop-Up โดย 69 เปอร์เซนต์ไปลองสินค้า 68 เปอร์เซนต์ไปตรวจสอบสินค้า และ 64 เปอร์เซนต์ต้องการเห็นสินค้าจริง ผู้หญิงไป Pop-Up มากกว่าผู้ชาย คิดเป็นสัดส่วน 72 เปอร์เซนต์ต่อ 65 เปอร์เซนต์

การเปิด Pop-Up จะส่งผลต่อแบรนด์มากขึ้น ถ้าเปิดในทำเลที่ลูกค้าอยู่

3 วันพักผ่อนที่ผู้ประกอบการต้องมี

หมดยุคนั่งทำงานหามรุ่งหามค่ำแล้ว เพราะผู้ประกอบการยุคใหม่ควรมีวันพักผ่อนบ้าง ข้อดีของการพักผ่อนคือ ลดความเครียด มีเวลารวบรวมความคิดที่มีแล้วสังเคราะห์ออกมาเป็นมุมมองความคิดใหม่ๆ ที่นำไปใช้กับธุรกิจได้ หลังจากพักผ่อนผู้ประกอบการจะมีไฟในการทำธุรกิจ ทำให้การทำงานมีประสิทธิภาพมากขึ้น

วันพักผ่อนที่เป็นประโยชน์กับผู้ประกอบการ ได้แก่ 1.วันพักผ่อนที่ใช้เวลากับตนเอง ทำให้มีเวลาคิดทบทวนเรื่องราวต่างๆ มากขึ้น จึงรู้ถึงสิ่งที่ต้องการอย่างแท้จริง และได้ชาร์จพลังเต็มที่ 2.วันพักผ่อนที่ใช้เวลากับคนรัก ทำให้ความสัมพันธ์ดีขึ้น ได้ใช้เวลาพูดคุยและวางแผนอนาคตร่วมกัน อีกทั้งยังช่วยเสริมสร้างกำลังใจในการทำธุรกิจ และ 3.วันพักผ่อนที่ใช้เวลากับครอบครัว นี่คือนี่คือสิ่งมีค่าที่ผู้ประกอบการโหยหา เพราะเมื่ออายุเลย 18 ปีไปแล้วมักใช้เวลากับครอบครัวน้อยลง พักมือจากลูกค้ายาวแล้วหันมาใช้เวลากับคนกลุ่มนี้ เพราะพวกเขาไม่สามารถรอได้ตลอดชีวิต แต่ลูกค้ามีอยู่ตลอดเวลา

กาวินหยุดในปฏิทินด่วนๆ





ซัมเมอร์ซีลๆ ริมหาดทรายชายทะเลที่

สปริงฟิลด์

แอท ซี รีสอร์ท แอนด์ สปา



“Newly Renovated”

ซัมเมอร์นี้ ใครที่กำลังมองหา
ที่เที่ยวพักผ่อนในวันหยุด ทะเลใสๆ
ชายหาดสวยๆ ที่อยู่ไม่ไกลจากกรุงเทพ
สปริงฟิลด์ แอท ซี รีสอร์ท แอนด์ สปา
ริมหาดชะอำ จังหวัดเพชรบุรี
เป็นอีกหนึ่งที่พักที่จะสร้างความประทับใจ
ให้กับคุณได้อย่างแน่นอน



สปริงฟิลด์ แอท ซี รีสอร์ท แอนด์ สปา โรงแรมสุดหรูริมชายหาดชะอำ มีสไตล์การตกแต่งที่เป็นเอกลักษณ์ โดยผสมผสาน
การตกแต่งระหว่างทอปปิคอลเมืองร้อนและโมเดิร์นสุดขีดได้อย่างลงตัว ที่จะช่วยให้คุณได้เพลิดเพลินไปกับวันพักผ่อนในห้องพักสุดหรู
ที่ได้รับการปรับปรุงใหม่ทั้งหมด พร้อมการต้อนรับอย่างเป็นมิตรจากพนักงาน

สำหรับห้องพักของสปริงฟิลด์ แอท ซี รีสอร์ท แอนด์ สปา มีทั้งหมด 105 ห้อง ทั้งในส่วนของตัวอาคาร และพูลวิลล่าริมทะเล
โดยห้องพักทั้งหมดนั้นนอกจากจะกว้างขวาง สะดวกสบายแล้ว แต่ละห้องยังเน้นการตกแต่งที่ผสมผสานความหรูหราเข้ากับธรรมชาติ
ได้อย่างกลมกลืน และมีสิ่งอำนวยความสะดวกที่ครบครัน ที่พิเศษไปกว่านั้นคือทุกห้องจะหันหน้าออกทะเล มีชิงช้านั่งเล่นริมระเบียง
ให้คุณได้นั่งชมวิวและรับลมเย็นๆ สัมผัสกลิ่นอายของท้องทะเลอย่างเต็มอ้อม

นอกจากนี้ สปริงฟิลด์ แอท ซี รีสอร์ท แอนด์ สปา ยังพร้อมสร้างประสบการณ์อันน่ารื่นรมย์ให้กับคุณด้วยบริการจาก Life Spa
@Sea สปาคุณภาพที่ได้รับรางวัลจากกระทรวงสาธารณสุข ที่นี่คุณจะได้เพลิดเพลินไปกับการนวดทรีตเมนต์สุดพิเศษ ผลิตภัณฑ์ที่คัดสรร
จากธรรมชาติ และกลิ่นของเครื่องหอมที่จะทำให้คุณรู้สึกสบายและสดชื่น คุณจึงได้สัมผัสประสบการณ์การฟื้นฟูที่สมบูรณ์แบบ
อย่างแท้จริง

ไฮไลต์โรงแรมสุดหรูริมชายหาดชะอำแห่งนี้ คือสระว่ายน้ำกลางแจ้งขนาดใหญ่บนพื้นที่กว่า 2.5 ไร่ ที่มองเห็นวิวท้องทะเลสีคราม
ทอดยาวอยู่เบื้องหน้า พร้อมจะเชิญชวนคุณให้พาใจและกายแหวกว่ายแบบไม่รู้เบื่อ พร้อมโซนสระว่ายน้ำและสไลเดอร์สำหรับเด็ก
ให้น้องๆ หนูๆ ได้ทำกิจกรรมอย่างเพลินๆ เหมาะสำหรับกิจกรรมสานสัมพันธ์ในครอบครัว ไม่เพียงเท่านั้นสระว่ายน้ำแห่งนี้ยังรายล้อมด้วย
ที่นั่งขนาดใหญ่แมกไม้ธรรมชาติสีเขียว จึงทำให้คุณรู้สึกได้ผ่อนคลายจริงๆ

หากชื่นชอบการพักผ่อนสุดขีด ใกล้ชิดหาดทรายชายทะเล สปริงฟิลด์ แอท ซี รีสอร์ท แอนด์ สปา เป็นอีกทางเลือกที่คุณไม่ควรพลาด

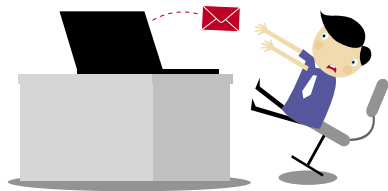


สปริงฟิลด์ แอท ซี รีสอร์ท แอนด์ สปา
858 ถนนจันทน์ภูมิเวท อ.ชะอำ จ.เพชรบุรี 76120

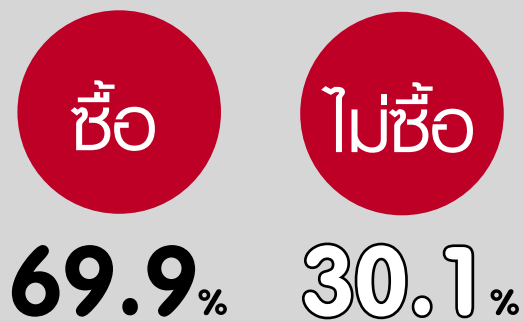
ทำการตลาดผ่าน E-MAIL เวิร์กหรือไม่?



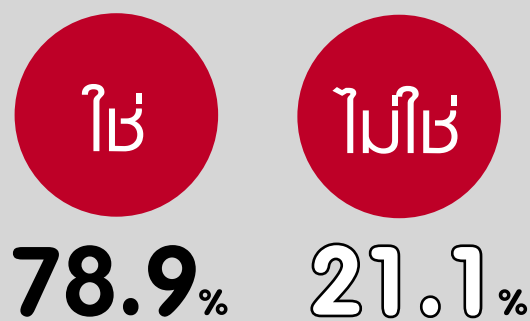
รับและอ่าน
e-mail
ทางไหน



ซื้อสินค้า
ผ่านทาง
e-mail Marketing



เคยยกเลิก
การเป็นสมาชิก
e-mail Marketing



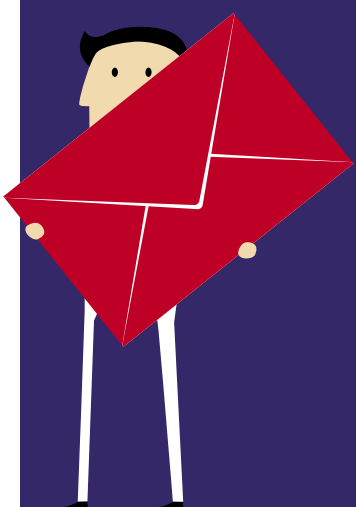
เปิด e-mail มากน้อยแค่ไหน?



ลบ e-mail โดยไม่เปิด
มากน้อยแค่ไหน?



จำนวน e-mail Marketing ที่ได้รับในแต่ละวัน



พุ่มริโกคาดหวังจะได้รับ
e-mail Marketing วันละ



NEW ARRIVAL!



225
บาท

295
บาท



เปลี่ยนวิกฤตสร้างธุรกิจ ด้วยวิธีคิดที่ไม่ธรรมดา

มุมมองธุรกิจแบบของ
ธนศ จีระเสวกดีลัก และ พัฒนพงศ์ ธานุรักษ์
ผู้ก่อตั้ง divana spa

“
เมื่อความสำเร็จไม่ใช่เรื่องบังเอิญ ถอดประสบการณ์
divana spa เส้นทางธุรกิจที่ไม่ได้โรยด้วยกลีบกุหลาบ
หากวิธีคิดและมุมมอง คืออาวุธสำคัญ
ที่พลิก Local Brand สู่ Global Brand
”

ข้าไม่ได้ ตายไม่เป็น

เชื่อกะ!

คุณจะไม่วันถูก “ข้า” ถ้าได้อ่านเล่มนี้

“
ผลงานเล่มล่าสุดของ เกียรติอนันต์ ล้วนแก้ว
จะทำให้คุณเห็นภาพที่แท้จริง
ของพลังแห่งการดิ้นรนผ่านกรณีศึกษา
ที่เกิดขึ้นจริงกับเหล่าแบรนด์ดัง ผู้ทิ้งร่องรอย
ประสบการณ์เป็นบทเรียนในการเอาตัวรอด
จากดิ้นรน
”

สั่งซื้อผ่านสำนักพิมพ์ Pannbooks **ฟรีค่าจัดส่งทุกบก**

หรือหาซื้อได้แล้ว ที่ร้านซีเอ็ด นายอินทร์ บิฑูเอส คีนะคูนิยะ และร้านหนังสือชั้นนำทั่วประเทศ

pannbooks



ติดต่อสั่งซื้อ : คุณสุชนษา (เอ๋)

Ins. 0-2270-1123-4 ต่อ 115



pannbooks

เรียนรู้แนวคิดการทำธุรกิจ

สไตล์ญี่ปุ่น



Text : อธิษะ จีรวรา

สิ่งหนึ่งที่สำคัญในการทำธุรกิจให้สำเร็จคือ แนวคิดในการทำธุรกิจ และวิธีการหนึ่ง ที่ผมชอบใช้ในการเปิดมุมมอง พัฒนาแนวคิดของตัวเองก็คือ การท่องเที่ยว ที่เราจะต้องเปิดตาให้กว้าง มองดูวิถีชีวิต ทัศนคติ และการทำงานของเขาก่อนนั้นว่าเป็นอย่างไร ก็ช่วยให้เราเปิดโลกทัศน์และมุมมองในการทำธุรกิจได้

ญี่ปุ่นเป็นประเทศที่มีโอกาสไปบ่อยครั้ง ด้วยเพราะคน วัฒนธรรม ธรรมชาติ ฯลฯ ที่ทำให้หลงใหลในประเทศนี้ เลยอยาก จะแชร์สิ่งที่ได้เห็นในการทำธุรกิจของคนญี่ปุ่น ซึ่งแตกต่างกับการทำธุรกิจของคนไทยจากการสังเกต และมุมมองของตัวเอง ที่ประเทศญี่ปุ่นหากมีร้านราเม็งดังขึ้นมาสักร้านหนึ่งจนคนต้องต่อแถวเพื่อรอรับประทานกัน นั่นแปลว่าบริเวณนั้นเกิด Demand การรับประทานอาหารที่มากกว่า Supply สิ่งที่เกิดขึ้นในเวลาต่อมาคือ อีกไม่นานบริเวณนั้นจะมีร้านอาหารชนิดอื่น เช่น Tonkatsu, Udon, Izakaya, Yakitori, Tepanyaki และอื่นๆ อีกมากมายตามมา จนกลายเป็นแหล่งอาหารที่ใครๆ ก็ต้อง มาแวะชิม แต่ถ้าเป็นบ้านเราหากมีร้านก๋วยเตี๋ยวเรือชื่อดังขึ้นมาร้านหนึ่ง ภายใน 3 เดือน บริเวณนั้นจะกลายเป็นถนนแห่ง ก๋วยเตี๋ยวเรือไปในทันที

ประเทศญี่ปุ่นเริ่มใช้โอท็อป OTOPI โดยทุกเมืองจะมีของขึ้นชื่อ เช่นที่ Hokkaido จะโด่งดังเรื่องมันฝรั่ง นม หรือที่ Nagano จะขึ้นชื่อในเรื่องแอปเปิล ส่วนที่ Shizuoka ก็ต้องเป็นชาเขียว เป็นต้น แต่ละจังหวัดจะมีร้านที่ขายของแปรรูปจาก Raw Material เหล่านี้มากมาย โดยมีรัฐบาลช่วยโปรโมต ซึ่งเวลาไปเดินร้านของฝากในแต่ละที่ อย่างเช่น ที่ Hokkaido จะต้องตาลายไปกับ ขนมมันฝรั่งหลายสิบชนิด หรือหากไปที่ Nagano ก็จะมีผลิตภัณฑ์จากแอปเปิลหลากหลายชนิด ยิ่งไปกว่านั้น ขนมต่างๆ ของแต่ละจังหวัดก็ยังมีรสชาติแตกต่างกันไปในแต่ละร้าน แม้บางครั้งจะคล้ายกันแต่ก็จะมีจุดขายบางอย่างที่แตกต่างกัน เช่น บนถนนที่เดินเข้าวัดแห่งหนึ่งใน Nagano แม้จะมีร้านขายไอศกรีม Softserve เกือบ 10 ร้าน แต่ทุกร้านจะขายไม่เหมือนกัน บางร้านขายรสช็อกโกแลตผสมพริกท้องถิ่น บางร้านก็ทำรสผลไม้แปลกๆ บางร้านก็ทำรสนมธรรมดาแต่ใส่น้ำผึ้ง จะไม่มีซ้ำกัน เลยแม้แต่ร้านเดียว

แต่ผมมองย้อนกลับมามาดู OTOPI เมืองไทย ทุกจังหวัดก็มี OTOPI ของตัวเอง แต่ทุกร้านทุกจังหวัดขายสินค้าเหมือนกันหมด ไม่ว่าจะเป็นปลาหมึกแปรรูป ทุเรียนกวน ทุเรียนกรอบ จนหาความแตกต่างแทบไม่เจอ และกลายเป็นว่าหาซื้อที่ไหนก็ได้ง่ายๆ ขณะที่ญี่ปุ่นสินค้า OTOPI เต้นๆ จะไม่ส่งมาขายในโตเกียว เพราะต้องการใช้สินค้าเหล่านั้นเป็นตัวดึงดูดการท่องเที่ยวให้กับจังหวัด เพราะเมื่อมีคนมาเที่ยวที่จังหวัด จะเกิดการจับจ่ายใช้สอยมากขึ้นด้วย ทั้งที่พัก ร้านอาหาร ร้านสะดวกซื้อ ขนส่ง ฯลฯ สิ่งนี้ แสดงให้เห็นว่าญี่ปุ่นมองไปไกล ไม่ได้มองแค่วันนี้ขายของได้เท่าไร แต่มองว่าจะทำอย่างไรให้ยั่งยืนไม่เพียงตัวเอง แต่เป็น ในระดับสังคมด้วย

ผมเองได้มีโอกาสเข้าไปช่วยทำการตลาดให้กับ SME หลายคน สิ่งหนึ่งที่ผมเห็นคือ SME ยังคิดอะไรแบบเดิมๆ อยู่ เห็น คนอื่นทำสิ่งนี้แล้วดีก็อยากทำบ้าง มองแค่การทำกำไรวันนี้โดยลืมมองระยะยาว ถ้าเราเปลี่ยนวิธีคิดนิดเดียวเชื่อว่า SME ของไทยจะเติบโตไปได้ไกลมากๆ เพราะถ้าเราทำเหมือนคนอื่น เราจะไม่มีความประสบความสำเร็จกว่าคนอื่นได้เลย ๕



บิก-อริษะ จีรวรา

บิก-อริษะ จีรวรา เป็นผู้ร่วมก่อตั้ง SOS-SENSE OF STYLE และ SENSE ซึ่งเป็น Multi-Brand Store นำสินค้าแฟชั่นบนออนไลน์มาอยู่บนออฟไลน์ ล่าสุดเขายังเป็นผู้ร่วมก่อตั้ง Brand Buddy เพื่อเป็นที่ปรึกษาช่วยแก้ปัญหาการตลาดให้กับ SME อีกด้วย

4
ทริก

ทำคอนเทนต์ขายไม่ให้คน SKIP

Text : Kritsana S.

ยุคนี้คนโซเชียลต่างสนใจคอนเทนต์วิดีโอสั้นมากกว่าคอนเทนต์อื่น เพราะง่ายต่อการเข้าใจ ไม่ต้องใช้เวลาในการดู แต่เชื่อว่า ทุกวิดีโอจะดัง ดังนั้น จึงมีคำแนะนำจาก เอ็ด-จุมภฏ จรรย์หาญ แห่งเพจที่เอด7 วิ ที่มียอดผู้ติดตามสูงกว่า 400,000 คนมา ให้ ผู้ประกอบการได้นำไปปรับใช้ โดยความโดดเด่นที่ทำให้วิดีโอขาย ของจากเพจนี้เป็นที่พูดถึงในโลกออนไลน์คือ การขายของแบบ จัดหนักจัดเต็มผ่านเพลงเพลง

1

หยิบแค่ 1 จุดเด่นมาขาย

วิดีโอขายสินค้าที่ดึงดูดคนดูจนจบมักนำเสนอจุดเด่นของสินค้า เพียงจุดเด่นเดียว เพราะถ้านำเสนอหลายๆ จุดเด่นในวิดีโอเดียว คนดูจะเกิดคำถามว่า จริงๆ แล้วแบรนด์อยากขายอะไรกันแน่ แล้วนำไปสู่การกด Skip วิดีโอ

2

เพลงเข้ากับสินค้า

ตัวอย่างเช่น สินค้าที่มีความสนุกสนาน เพลงที่ใช้ควรรู้สึกสนุก เมื่อฟัง การใช้เพลงให้เหมาะสมกับสินค้า จะทำให้ลูกค้าเข้าถึง ตัวตนของสินค้ามากขึ้น โดยขอแนะนำให้เลือกเพลงยอดนิยม ในช่วงเวลานั้นๆ มาแปลง เพราะคนคุ้นหูอยู่แล้ว จึงง่าย ต่อการเข้าถึง ส่วนเพลงแต่งเองต้องลุ้นว่าคนดูจะชอบเพลงหรือไม่ ทำนองจะติดหูไหม ถ้าคำตอบคือไม่ วิดีโอจะแบกทันที

3

ความยาวพอเหมาะพอดี

ก่อนทำวิดีโอต้องรู้ว่าจะอัพโหลดวิดีโอให้คนในโซเชียลมีเดีย ใดดู เพราะคนในแต่ละโซเชียลมีเดีย มีพฤติกรรมการณ์ดูไม่เหมือนกัน เช่น คนที่ดูยูทูบเป็นคนที่มีเวลามาก วิดีโอที่ดูมักมีความยาวตั้งแต่ 3 นาทีขึ้นไป ขณะที่คนเล่นเฟซบุ๊กเป็นกลุ่มคนที่ไม่มีเวลามากนัก วิดีโอควรมีความยาวประมาณ 2-3 นาที

4

สนุก+อิงกระแส

เพื่อสร้างการจดจำ ความสำเร็จมีความสุขอยู่ในวิดีโอแล้วแล้วเข้าไป ทันที ไม่ต้องเสียเวลานั่งหาคำตอบว่าวิดีโอต้องการสื่ออะไร และ ก่อนนำกระแสมาเล่นควรคิดไตร่ตรองให้ดี หลีกเลี่ยงการเล่น กับกระแสที่คนหมิ่นมาก่อนแล้ว เช่น การเมือง ผู้ประกอบการ ต้องมีความไวถ้าจะหยิบกระแสมาเล่น เพราะตอนนี้แต่ละกระแส มีอายุแค่ 7 วัน แตกต่างจากเมื่อ 7-8 ปีที่แล้วที่แต่ละกระแสมีอายุ 15-30 วัน ๕

ฟูจิฟิล์ม

NEVER STOP

ต่อยอดสู่ผู้นำเทคโนโลยีด้านการแพทย์ สร้างสิ่งที่มีคุณค่าเพื่อทุกคน



หากพูดถึงฟูจิฟิล์ม ร้อยทั้งร้อยจะรู้จักในฐานะผู้นำด้านฟิล์มและกล้องดิจิทัลที่มีมาอย่างยาวนาน แต่รู้หรือไม่ว่าจริงๆ แล้ว ฟูจิฟิล์มเป็นผู้สร้างสรรค์นวัตกรรมด้านอื่นอีกมากมาย โดยเฉพาะอย่างยิ่งนวัตกรรมทางการแพทย์ที่เชี่ยวชาญมานานกว่า 80 ปี ดังนั้น เพื่อเป็นการต่อยอดความเป็นผู้นำทางเทคโนโลยี และการไม่หยุดพัฒนาขีดความสามารถของตัวเอง ที่ไม่ใช่แค่ผู้นำในตลาดกล้องดิจิทัลและฟิล์มเท่านั้น แต่จะขยายขีดความสามารถไปในด้านอื่นๆ ฟูจิฟิล์มจึงประกาศเปิดตัวแคมเปญระดับโลก “NEVER STOP” เพื่อบ่งบอกว่าฟูจิฟิล์ม ไม่เคยหยุด มุ่งไปข้างหน้า และจะสร้างสิ่งที่มีคุณค่าเพื่อทุกคน

สำหรับแคมเปญ “NEVER STOP” นี้ ชิโตะ วาตะนาเบ้ กรรมการผู้จัดการ บริษัท ฟูจิฟิล์ม (ประเทศไทย) จำกัด เปิดเผยว่า เริ่มเมื่อปลายปีที่แล้วในประเทศอเมริกา ประเทศญี่ปุ่น ประเทศในยุโรป และประเทศจีน สำหรับประเทศไทยเริ่มเปิดตัวอย่างเป็นทางการในปีนี โดยแคมเปญนี้ ฟูจิฟิล์มจะต่อยอดการสร้างแบรนด์ของฟูจิฟิล์มให้แข็งแกร่งยิ่งขึ้น ภายใต้โลโก้ “FUJIFILM Value from Innovation” ที่สัญญาว่าจะส่งมอบสิ่งที่มีคุณค่าให้กับลูกค้า ซึ่งเมื่อปี พ.ศ.2547 ที่ผ่านมา ฟูจิฟิล์มได้มีการปรับโครงสร้างครั้งใหญ่มีการพัฒนานวัตกรรมและขยายธุรกิจอย่างต่อเนื่องจากบริษัทที่ดำเนินธุรกิจฟิล์มสำหรับการถ่ายภาพ เปลี่ยนมาเป็นผลิตกล้องดิจิทัล ทำให้ปัจจุบันกล้องดิจิทัลฟูจิฟิล์มเป็นที่รู้จักและเป็นผู้นำตลาดกล้องมิลเลอร์เลสในประเทศไทย รวมไปถึงการมุ่งให้ความสำคัญในการพัฒนาเทคโนโลยีระดับสูง ในกลุ่มผลิตภัณฑ์ทางการแพทย์และการดูแลสุขภาพ จนทำให้ฟูจิฟิล์มกลายเป็นผู้นำเทคโนโลยีทางการแพทย์ของโลก

“ตลาดเครื่องมือทางการแพทย์ และการดูแลสุขภาพ ยังมีการพัฒนานวัตกรรมและเทคโนโลยีอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้วงการแพทย์มีเครื่องมือในการรักษาที่ครบวงจรในมิติใหม่ๆ เพื่อโลกเพื่ออนาคตเราจะต้องมุ่งมั่นพัฒนานวัตกรรมอย่างไม่หยุดยั้ง และมองว่าตลาดเครื่องมือทางการแพทย์เป็นตลาดที่มีศักยภาพในการเติบโตสูง”

ทางด้าน มาโนรุ โมโรตะ ผู้ช่วยกรรมการผู้จัดการ บริษัท ฟูจิฟิล์ม (ประเทศไทย) จำกัด กล่าวเสริมว่า จากผลการสำรวจการรับรู้แบรนด์ฟูจิฟิล์มของคนไทย พบว่า คนไทยรู้จักแบรนด์ฟูจิฟิล์มเป็นอย่างดี รู้ว่าแบรนด์ฟูจิฟิล์มเป็นแบรนด์ที่มีความน่าเชื่อถือ และเป็นแบรนด์อันดับ 1 ในด้านฟิล์มถ่ายภาพและกล้องดิจิทัล แต่น้อยคนนักที่จะทราบว่าฟูจิฟิล์มดำเนินธุรกิจด้านเทคโนโลยีและเครื่องมือทางการแพทย์ด้วย จึงทำให้เกิดช่องว่างในการรับรู้ ดังนั้น แคมเปญ “NEVER STOP” จะเข้ามาช่วยลดช่องว่างดังกล่าว ซึ่งด้วยเทคโนโลยีทางการแพทย์ที่กำลังมาแรง รวมถึงแนวโน้มสังคมผู้สูงอายุ ตลาดเครื่องมือการแพทย์ในไทยจึงเป็นธุรกิจที่มีอัตราการเติบโตสูง

“ปัจจุบันคนเริ่มให้ความสำคัญกับสุขภาพมากขึ้น เริ่มหันมาตรวจเช็กร่างกาย เพื่อลดความเสี่ยงจากโรคต่างๆ ทำให้ความต้องการทางการแพทย์เพิ่มสูงขึ้น ฟูจิฟิล์มจึงเห็นความสำคัญกับกลุ่มธุรกิจเครื่องมือทางการแพทย์ ทำให้มีการคิดค้นนวัตกรรมและเทคโนโลยีทางการแพทย์ขึ้น เพราะเราเชื่อว่าเทคโนโลยีจะเข้ามาช่วยพัฒนาให้วิทยาการทางการแพทย์พัฒนาได้อย่างรวดเร็ว และมีประสิทธิภาพ จะเห็นได้จากอุปกรณ์การรักษาก็เริ่มมีการปรับตัวเปลี่ยนแปลง จากเมื่อก่อนการเอกซเรย์ต้องใช้แผ่นฟิล์ม แต่ปัจจุบันเปลี่ยนเป็นดิจิทัล ทำให้การวินิจฉัยโรคง่ายขึ้น ได้ผลลัพธ์ที่แม่นยำ และช่วยประหยัดเวลา ฟูจิฟิล์มในฐานะผู้ผลิตเครื่องมือแพทย์จึงได้คิดค้น และพัฒนาเทคโนโลยีทางการแพทย์อย่างต่อเนื่องเพื่อให้อุปกรณ์การรักษามีประสิทธิภาพในปัจจุบันและอนาคตให้ดีที่สุด”

ทั้งนี้ จะเห็นว่าฟูจิฟิล์มมองเห็นขีดความสามารถด้านการแพทย์ของตัวเอง และไม่เคยหยุดพัฒนา มีการพัฒนาต่อยอดมาอย่างต่อเนื่อง ตั้งแต่ปี พ.ศ.2479 จนกลายเป็นผู้นำนวัตกรรมธุรกิจด้านดูแลสุขภาพและอุปกรณ์การแพทย์ โดยมีสินค้าเด่นๆ เช่น ระบบสารสนเทศทางการแพทย์ Synapse, กล้องส่องตรวจระบบทางเดินอาหาร Endoscopy, เครื่องตรวจเต้านม Mammography, เครื่องอัลตราซาวด์, เครื่องวิเคราะห์ตัวอย่างเลือด รวมถึงสินค้าในกลุ่มเวชศาสตร์ฟื้นฟูสภาวะเสื่อมของร่างกาย และอื่นๆ อีกมากมาย ซึ่งทั้งหมดนี้ก็เพื่อช่วยยกระดับการรักษาให้ครอบคลุมมากยิ่งขึ้น โดยในปัจจุบันฟูจิฟิล์มได้รับความไว้วางใจจากโรงพยาบาลชั้นนำมากกว่า 100 แห่งในประเทศไทยที่ใช้อุปกรณ์และเครื่องมือทางการแพทย์ของฟูจิฟิล์ม

แม้ว่าที่ผ่านมา ฟูจิฟิล์มอาจเป็นที่รู้จักเป็นอย่างดีในด้านธุรกิจการถ่ายภาพ แต่เชื่อว่าการไม่หยุดพัฒนาเทคโนโลยีทางการแพทย์ระดับสูง เพื่อช่วยเพิ่มโอกาสการรักษาผู้ป่วยให้ง่ายขึ้น และให้การวินิจฉัยที่ชัดเจนแม่นยำ ส่งผลต่อประสิทธิภาพในการรักษา จะช่วยยกระดับคุณภาพชีวิตคนไทยและคนทั้งโลกได้เป็นอย่างดี เป็นการสร้างสิ่งที่มีคุณค่าเพื่อทุกคนอย่างแท้จริง





SAY CHEESE

จากปัญหาแพ้อาหารโปรตีน สู่คาเฟ่แบบ GRASS-FED

จากปัญหาแพ้อาหารโปรตีนที่ ภัฏฐกรณ์ วรายนต์พินิจ ประสบ
ทำให้เป็นส่วหัวทอนองทั้งที่เป็นคนไม่ค่อยเป็นส่ว
ต้องใช้เวลารักษาอยู่ร่วมปีและต้องงดกินเวย์โปรตีนไปโดยปริยาย

ส่งผลให้กล้ามเนื้อที่เกิดจากการออกกำลังกายและรับประทานเวย์โปรตีนร่วมด้วยลดลง ช่วงนั้นต้องหาสิ่งอื่นมารับประทานแทน ซึ่งเทรนเนอร์ได้แนะนำว่าให้กิน เพราะมีโปรตีนจากถั่วเหลือง ช่วยเสริมสร้างกล้ามเนื้อ แต่ด้วยเป็นคนไม่ชอบดื่มน้ำเต้าหู้ จึงเปลี่ยนมาดื่มนมพาสเจอร์ไรส์ แต่ต้องเจอกับอาการท้องเสียถ้าดื่มมากเกินไป เขาเลยค้นหาข้อมูลเกี่ยวกับนมที่ดื่มแทนเวย์โปรตีนได้ จนพบกับนมออร์แกนิก Grass-Fed ซึ่งเป็นการเลี้ยงวัวที่ปล่อยให้เดินกินหญ้าเอง มีความใกล้เคียงธรรมชาติ ที่มีสารอาหาร CLA และโปรตีนสูงเทียบได้กับเวย์โปรตีน

เมื่อได้เจอกับนมออร์แกนิก Grass-Fed เขาก็เริ่มมองไกลถึงการเปิดคาเฟ่ที่มีนมชนิดนี้เป็นตัวชูโรง โดยหวังจะกลุ่มคนออกกำลังกายที่มีปัญหาแพ้อาหารโปรตีน แต่กระนั้นความยากในการเปิดคาเฟ่ไม่ใช่การหาลูกค้า แต่เป็นการหาฟาร์มโคนม โดยต้องเลือกฟาร์มที่ใส่ใจเรื่องความสะอาด สุขอนามัย การป้องกันโรค เลี้ยงโคนมด้วยหญ้า Grass-Fed ที่ใส่ปุ๋ยหมักชีวภาพแทนปุ๋ยเคมี และเลี้ยงแบบเปิดเพื่อให้แม่โคนมมีความสุข ไม่เครียด นมที่ได้จึงมีคุณค่าทางอาหารสูง รสชาติธรรมชาติ ไม่มีสารเคมีตกค้าง หลังจากมองหาฟาร์มโคนมอยู่นาน ในที่สุดก็เจอฟาร์มโคนมที่ต้องการที่เขาใหญ่ โดยคุณภาพของนมเทียบเท่าได้กับนมออร์แกนิก Grass-Fed จากนิวซีแลนด์

นอกจากมุ่งจะกลุ่มคนออกกำลังกาย Cafe by Say Cheese คาเฟ่แบบออร์แกนิก Grass-Fed เจ้าแรกและเจ้าเดียวในกรุงเทพฯ ยังเปิดมารองรับลูกค้าทุกเพศทุกวัยที่รักสุขภาพ วัตถุดิบที่ใช้เป็นส่วนผสมของเมนูทั้งหมดภายในร้านจึงเป็นวัตถุดิบออร์แกนิกทั้งสิ้น ไม่ว่าจะเป็นนมออร์แกนิก Grass-Fed หรือใบชาออร์แกนิกนำเข้าจากไต้หวัน

“ลูกค้าของร้านเป็นกลุ่ม Premium Mass ที่ต้องการบริโภคสินค้าคุณภาพพรีเมียมในราคาที่จับต้องได้ เรามีลูกค้าทุกกลุ่ม ไม่ว่าจะเป็นเด็ก วัยรุ่น วัยทำงาน คนออกกำลังกาย ครอบครัว และผู้สูงวัยที่เราไม่คิดว่าจะบริโภคไอศกรีม สิ่งที่ตั้งใจดูลูกค้ากลุ่มนี้ให้บริโภคไอศกรีมของเรา นอกจากคุณภาพและรสชาติหวานน้อย คือการให้ความรู้สึกย้อนกลับไปเป็นเด็กอีกครั้ง”

อีกความโดดเด่นที่ทำให้ Cafe by Say Cheese เป็นที่พูดถึงคือ แพคเกจจิ้งที่น่าไปปลุกต้นไม้ได้ ไอเดียนี้มาจากความต้องการให้ลูกค้ามองเห็นประโยชน์ใช้สอยของแพคเกจจิ้งมากกว่าแค่ใช้ใส่เครื่องดื่ม โดยเมื่อลูกค้าเห็นประโยชน์ของแพคเกจจิ้งที่สามารถนำไปใช้ซ้ำได้ แพคเกจจิ้งนั้นก็จะมีคุณค่ามากขึ้น

“ร้านของเราได้ผลตอบรับดีจากลูกค้าทุกกลุ่ม นอกจากเมนูเย็นพื้นที่เป็นที่สนใจของลูกค้าแล้ว แต่ละเทศกาลหรือฤดูกาลก็มีเมนูพิเศษให้เป็นที่พูดถึง เช่น เมนูหน้าร้อนในผลไม้ไทยอย่างมะขามเทศมาเป็นวัตถุดิบในการทำเครื่องดื่ม เมนูวาเลนไทน์ใช้สตรอว์เบอร์รีเป็นวัตถุดิบ เพราะให้โทนสีแดงเข้ากับเทศกาล”

แม้จะเปิดร้านได้ไม่นาน แต่ภัฏฐกรณ์ก็มองไกลถึงเรื่องการขยายสาขา โดยตั้งใจขยายสาขาไปยังจุดหลักต่างๆ ในกรุงเทพฯ เพื่อให้ครอบคลุมพื้นที่มากที่สุด และมุ่งขยายสาขาไปยังพื้นที่ลูกค้าส่วนใหญ่เป็นนักท่องเที่ยวจีนที่มีกำลังซื้อ เมนูที่เสิร์ฟในสาขานี้จะเน้นนำผลไม้ไทยที่ชาวจีนชื่นชอบมาเป็นวัตถุดิบ เช่น ทุเรียน มะม่วง

เห็นไหมว่า ปัญหาที่เจอก็เป็นจุดเริ่มต้นธุรกิจได้ ๕

3 เคล็ดลับ

เลือกฟอนต์ ให้ลิงก์ตัวตนธุรกิจ

รูปแบบของฟอนต์บอกตัวตนของธุรกิจได้ดี สร้างความน่าเชื่อถือ สร้างการรับรู้ รวมทั้งเชื่อมโยงความรู้สึกระหว่างธุรกิจกับลูกค้าเข้าด้วยกัน สำหรับเคล็ดลับเลือกฟอนต์ให้ถ่ายทอดตัวตนธุรกิจ มีดังนี้

1

ต้องรู้ว่าจะถ่ายทอดตัวตนธุรกิจออกมาในรูปแบบไหน

สิ่งที่ต้องทำคือ ตอบคำถามให้ได้ว่า จุดเด่นที่สุดของธุรกิจคืออะไร ตัวตนเป็นอย่างไร วิสัยทัศน์คืออะไร และต้องการสื่อสารอะไรกับลูกค้า จากนั้นนึกถึงกลุ่มลูกค้าว่าคือใคร มีความสนใจสิ่งใด และพวกเขาสื่อสารกันด้วยวิธีไหน

2

เลือกรูปแบบฟอนต์ให้สอดคล้องตัวตนธุรกิจ

ฟอนต์แต่ละรูปแบบมีอารมณ์ ความรู้สึก และบุคลิกที่แตกต่างกันไป ซึ่งรูปแบบฟอนต์แบ่งออกเป็น 1.Serif ให้ความรู้สึกคลาสสิก ดั้งเดิม ใช้กับธุรกิจที่ต้องการความเชื่อมั่น เช่น ธนาคารระดับโลกอย่าง HSBC และสถานีโทรทัศน์ CBS ของสหรัฐฯ 2.Sans Serif ให้ความรู้สึกเรียบง่ายและทันสมัย Facebook และ YouTube เป็นตัวอย่างบริษัทที่ใช้ และการใช้ฟอนต์รูปแบบนี้กับบทความในเว็บไซต์ 3.Script ฟอนต์แบบเล่นทาง (หมายถึงฟอนต์แบบลายมือ) ให้ความรู้สึกสง่างาม เป็นมิตร มีความคิดสร้างสรรค์ เช่น Coca-Cola และ Instagram และ 4.Novelty เป็นฟอนต์ตัวหนา สะดุดตา เหมาะกับธุรกิจที่อยากโดดเด่น เป็นที่พูดถึงในตลาด

3

ตรวจสอบว่าอ่านง่าย

พยายามเลี่ยงการใช้ฟอนต์หลายรูปแบบในงานออกแบบหนึ่งชิ้น เพราะทำให้ตัวตนของธุรกิจไม่ชัดเจน ถ้าไม่แน่ใจว่าฟอนต์อ่านง่ายหรือไม่ แนะนำให้ใช้กฎ 11 นั่นคือ ฟิมพ์ 1 (ไอ) ตัวพิมพ์ใหญ่ ตามด้วย 1 (แอล) ตัวพิมพ์เล็ก และเลข 1 ถ้าอ่านแล้วรู้ว่าเป็นตัวอักษรและตัวเลขอะไร แปลว่าฟอนต์นั้นอ่านง่าย ๕

SME THAILAND

PRIVILEGE CLUB

สิทธิประโยชน์ที่มากกว่า สำหรับผู้ประกอบการ



สุดคุ้ม!

โปรโมชั่น!
ช่วงเปิดรับสมัครใหม่

ลดค่าธรรมเนียมรายปีจาก 5,500 บาท
เหลือเพียง **1,990 บาท** เท่านั้น!

- พร้อมรับนิตยสาร SME Thailand และ SME STARTUP (FREE COPY) อ่านฟรี 1 ปี
- รับสิทธิ์ ในการซื้อพ็อกเก็ตบุ๊ก และผลิตภัณฑในเครือราคาพิเศษ
- ร่วมกิจกรรม WORKSHOP ที่ทางนิตยสารจัดขึ้นฟรี
- สงวนพื้นที่ VIP ไว้สำหรับสมาชิกเป็นพิเศษ สำหรับการเข้าร่วมกิจกรรมฟรีสัมมนาที่ทาง SME Thailand จัดขึ้น
- ลงประชาสัมพันธ์ธุรกิจ และบริการฟรี!!! ในคอลัมน์ CLIPBOARD
- และสิทธิพิเศษอื่นๆ อีกมากมาย



สอบถามรายละเอียดได้ที่ : คุณสุชนา (เอ๋) โทร. 0-2270-1123-4 ต่อ 115

f : smethailandprivilegeclub

4

คำถามต้องรู้เกี่ยวกับภาษี e-Payment

Text : กองบรรณาธิการ

เป็นประเด็นร้อนแรงกันเลยทีเดียว หลังจากที่ได้มีการประกาศพระราชบัญญัติแก้ไขเพิ่มเติมประมวลรัษฎากร (ฉบับที่ 48) พ.ศ. 2562 หรือที่ผู้ประกอบการออนไลน์เข้าใจกันในชื่อสั้นๆ ว่า ภาษี e-Payment มีผลบังคับใช้เมื่อวันที่ 20 มีนาคมที่ผ่านมา เพราะนั่นหมายความว่า ใครที่ฝากหรือรับโอนเงินทุกบัญชีรวมกันตั้งแต่ 3,000 ครั้งขึ้นไป และฝากหรือรับโอนเงินทุกบัญชีรวมกันตั้งแต่ 400 ครั้ง และมียอดรวมของธุรกรรมฝากหรือรับโอนเงินรวมกันตั้งแต่ 2 ล้านบาทขึ้นไป ก็จะต้องถูกสถาบันการเงินส่งข้อมูลให้กรมสรรพากรตรวจสอบการเสียภาษี

เรื่องนี้จึงได้รับความสนใจและถูกพูดถึงกันอย่างมาก โดยเฉพาะอย่างยิ่งในหมู่ผู้ประกอบการออนไลน์ ที่ต้องใช้วิธีการโอนเงินในการค้าขายเป็นหลักจนเกิดความกังวลในการทำธุรกิจ เพราะไม่แน่ใจว่าธุรกิจเล็กๆ ที่ขายของออนไลน์อยู่นั้น จะถูกกรมสรรพากรตามเรียกเก็บภาษีหรือไม่ และควรจะต้องเตรียมตัวอย่างไบบ้าง และนี่คือการสรุปประเด็นสำคัญของกฎหมายและการเตรียมตัวของผู้ประกอบการออนไลน์เพื่อไม่ให้มีปัญหาใดๆ ในภายหลัง

1

รู้หรือไม่? บังคับใช้แล้วเมื่อ 21 มีนาคมที่ผ่านมา

รู้หรือไม่? ในขณะนี้ได้มีการประกาศให้ พ.ร.บ.แก้ไขเพิ่มเติมประมวลรัษฎากร (ฉบับที่ 48) พ.ศ.2562 ซึ่งมีสาระสำคัญเกี่ยวกับ

การทำธุรกรรมผ่านช่องทางอิเล็กทรอนิกส์ (e-Payment) เพื่อให้การติดตามข้อมูลในการจัดเก็บภาษีอากรมีประสิทธิภาพมากขึ้นเป็นกฎหมายแล้ว โดยได้มีผลบังคับใช้ตั้งแต่วันที่ 21 มีนาคม 2562 กำหนดให้สถาบันการเงินต้องส่งรายงานธุรกรรมที่มีลักษณะเฉพาะต่อกรมสรรพากร โดยสถาบันการเงินและผู้ให้บริการทางการเงินอิเล็กทรอนิกส์ จะเริ่มมีการเก็บข้อมูลบัญชีตั้งแต่นี้เป็นต้นไป เพื่อรายงานแก่กรมสรรพากรภายในเดือนมีนาคม ปี 2563

2

มูลค่าเท่าไร? ถึงต้องรายงานกรมสรรพากร

กฎหมายฉบับนี้ระบุว่า สถาบันการเงินจะส่งข้อมูลการใช้บริการให้กรมสรรพากรก็ต่อเมื่อมียอดฝากหรือรับโอนเงิน รวมกันทุกช่องทาง ไม่ว่าจะเป็นเคาน์เตอร์ธนาคาร ตู้เอทีเอ็ม และ Internet Banking โดยมีเงื่อนไข ดังนี้

- มียอดฝากหรือโอนเงินเข้าทุกบัญชี ตั้งแต่ 3,000 ครั้งต่อปีขึ้นไป ไม่ว่ามูลค่าเงินจะมากน้อยแค่ไหนก็ตาม (หรือถ้าคิดแบบเฉลี่ยจะตกวันละ 8.2 ครั้ง)
- มีจำนวนการฝากหรือโอนเงินเข้าทุกบัญชีรวมกันตั้งแต่ 400 ครั้งต่อปีขึ้นไป และมียอดเงินรวมกันตั้งแต่ 2 ล้านบาทต่อปีขึ้นไป ซึ่งต้องเข้าข่ายทั้ง 2 เงื่อนไข คือ ทั้งจำนวนครั้ง และจำนวนมูลค่าของเงินที่รับฝากหรือโอน

3

ใครบ้าง? ที่เข้าข่ายกฎหมายนี้

สาระสำคัญของกฎหมายนี้ ก็เพื่อต้องการตรวจสอบข้อมูลของผู้ที่มีรายได้ มียอดฝาก หรือรับโอนเงิน เพื่อติดตามผู้เสียภาษี ด้วยการกำหนดให้สถาบันการเงิน และผู้ให้บริการทางการเงินอิเล็กทรอนิกส์ ต้องรายงานข้อมูลผู้มีบัญชีธุรกรรมเฉพาะให้กรมสรรพากร ไม่ว่าจะเป็นบุคคลธรรมดา นิติบุคคล (ผู้ที่จดทะเบียนเป็นห้างหุ้นส่วนจำกัด หรือบริษัท) ทั้งคนไทยและชาวต่างชาติ ดังนั้น ไม่ว่าจะเป็นใคร มนุษย์เงินเดือน แม่ค้าออนไลน์ ฟรีแลนซ์ รับจ้างทั่วไป บริษัท-ห้าง



ภักญดา ชุตินันท์กุล
เจ้าของแบรนด์เสื้อผ้า Phakyada

กฎหมายภาษี e-Payment ช่วยเพิ่มช่องทางการตรวจสอบร้านค้าออนไลน์ให้กับกรมสรรพากร ทำให้ตรวจสอบร้านค้าต่างๆ ได้ง่ายขึ้น บางร้านค้าที่อยากเลี่ยงการเสียภาษี อาจเลือกใช้วิธีการให้ลูกค้าโอนเงินค่าสินค้ามายังอีกบัญชีหนึ่งที่เป็นชื่อของบุคคลอื่น เมื่อรายการธุรกรรมฝากโอนครบ 400 ครั้งก็เปลี่ยนบัญชีใหม่ ส่วนตัวมองว่า หากผู้ประกอบการใช้วิธีนี้ แปรณจะหมดความเชื่อถือ เพราะลูกค้าต้องเกิดความสงสัยว่า ทำไมจึงเปลี่ยนเลขบัญชีบ่อย ผู้ประกอบการเองก็ต้องคอยเช็คตลอดว่าแต่ละบัญชีมีรายการธุรกรรมครบตามที่กฎหมายกำหนดหรือไม่ ทำให้เวลาในการทำธุรกิจหายไป และหากถูกตรวจสอบขึ้นมา สิ่งที่ได้จากการใช้วิธีนี้อาจไม่คุ้มกับสิ่งที่ต้องเสียไป

ส่วนตัวมองว่าภาษี e-Payment ไม่มีผลกระทบใดๆ กับแบรนด์ เพราะหลังจากที่รู้ว่าจะมีกฎหมายนี้ออกมาก็เตรียมตัวรับมือกับเรื่องนี้มาตลอด สิ่งที่ยากและน่าคือ ต้องตั้งราคาสินค้าโดยรวมภาษีมูลค่าเพิ่มเข้าไป ซึ่งการตั้งราคาเช่นนี้ไม่ใช่แค่ทำให้ทุนไม่หาย ถ้าไม่หมดจากการต้องเสียภาษีเท่านั้น แต่ยังมีส่วนลดของขายสินค้าในมัดติสตร์ รวมถึงเว็บไซต์ช้อปปิ้งออนไลน์ด้วยเพราะก็ต้องเสียภาษีเช่นกัน



อภิชาติ ชัยวัฒนทรัพย์
เจ้าของแบรนด์เทียนหอม Wax Valley Candle Co.

ถ้ามองในภาพรวม นี่อาจเป็นวิธีการหนึ่งที่กรมสรรพากรใช้กับผู้ประกอบการรายย่อยเข้าระบบอย่างถูกต้อง แต่ถ้ามองในมุมส่วนตัว รู้สึกว่าการให้ข้อมูลยังไม่ชัดเจน เช่น เงื่อนไขในการเก็บภาษี และยังมีข้อให้ เช่น ถ้าใช้บัญชีของคนอื่นมารับเงินแทน ทางกรมสรรพากรจะมีวิธีการจัดการหรือวิธีการตรวจสอบอย่างไร นอกจากนี้ ควรบอกด้วยว่า ถ้าเสียภาษีแล้ว ผู้ประกอบการรายย่อยจะได้รับประโยชน์อะไร มีข้อดีข้อเสียอะไร ถ้าสามารถบอกข้อมูลเหล่านี้ได้ เชื่อว่าผู้ประกอบการรายย่อยทุกคนยินยอมให้ความร่วมมือ เพราะไม่มีใครอยากทำธุรกิจแบบหลบๆ ซ่อนๆ

มีจำนวนการฝาก
หรือโอนเงิน
เข้าทุกบัญชีรวมกัน

ตั้งแต่ **400** ครั้งต่อปีขึ้นไป

และมียอดเงินรวมกัน

ตั้งแต่ **2 ล้านบาท**ต่อปีขึ้นไป

มียอดฝาก
หรือโอนเงิน
เข้าทุกบัญชี
ตั้งแต่

3,000 ครั้งต่อปีขึ้นไป

ร้านต่างๆ ที่มีธุรกรรมเฉพาะ คือ มียอดฝากหรือโอนเงินเข้าทุกบัญชี ตั้งแต่ 3,000 ครั้งต่อปีขึ้นไป และมีจำนวนการฝากหรือโอนเงินเข้าทุกบัญชีรวมกันตั้งแต่ 400 ครั้งต่อปีขึ้นไป และมียอดเงินรวมกันตั้งแต่ 2 ล้านบาทต่อปีขึ้นไป ถือว่าต้องเข้าข่ายกฎหมายนี้ทั้งหมด

4

ผู้ประกอบการออนไลน์ต้องเตรียมตัวอย่างไร?

“ในพระราชบัญญัติระบุว่าให้สถาบันการเงินเป็นผู้มีหน้าที่รายงานข้อมูลเกี่ยวกับบุคคลที่มีธุรกรรมลักษณะเฉพาะ ฉะนั้นใครที่มีธุรกรรมดังกล่าวก็จะมาเข้าข่ายนี้เลย ยกตัวอย่าง ที่มีการโอนเงินกันมากๆ อย่าง เล่นแชร์ เป็นผู้นำบุญ ผู้ประกอบการออนไลน์ ฯลฯ ก็จะเข้าข่ายหมด ถ้าสถาบันการเงินเจอแบบนี้ก็จะส่งให้กรมสรรพากร กรมสรรพากรเขาจะไล่ตรวจ ดังนั้น ในกรณีที่มีการรับฝากโอนเงินเยอะๆ แต่ไม่ได้เป็นการซื้อ-ขาย ก็ต้องมีหลักฐานอธิบายที่มาที่ไปได้ ขณะเดียวกันถ้าเป็นผู้ประกอบการเป็นบัญชีซื้อ-ขายก็จะโดนตรวจสอบทราบเช่นกันของสถาบันการเงินจึงไม่ใช่เรื่องเล่นๆ ผู้ประกอบการจึงต้องมีการทำบัญชีไปแล้วก็แยกบัญชีที่ใช้จ่ายส่วนตัวออกจากธุรกรรมการค้า เพราะจะได้ง่ายเมื่อกรมสรรพากรตรวจสอบ” ศิริรัฐ โชติเวชการ ผู้เชี่ยวชาญด้านภาษีและบัญชี กรรมการผู้จัดการ บริษัท Network Advisory Team Ltd. (NAT) อธิบายถึงการตรวจสอบของกรมสรรพากรจากกฎหมาย e-Payment

ด้วยเหตุนี้ ศิริรัฐจึงให้คำแนะนำสำหรับผู้ประกอบการออนไลน์ในการเตรียมความพร้อมเพื่อไม่ให้เกิดปัญหายุ่งยากในภายหลังว่า สิ่งที่ดีที่สุดคือ

- **ทำบัญชีรายรับ-รายจ่ายให้ชัดเจน** โดยแยกค่าใช้จ่ายส่วนตัวออกจากธุรกรรมทางการค้า

- **เก็บเอกสารต่างๆ** หลักฐานที่เกี่ยวข้องกับการค้า การทำธุรกรรมทางการเงินให้ครบถ้วน เพราะจะต้องใช้ในเวลายื่นแบบภาษี

“ผู้ประกอบการออนไลน์ต้องแยกบัญชีส่วนตัวออกจากธุรกิจ แม้เป็นบุคคลธรรมดาก็ตาม เพราะว่าถ้ารายการไหนที่ชี้แจงไม่ได้ กรมสรรพากรจะถือว่าเป็นรายได้ ดังนั้น เราต้องทำบัญชีแยกและเก็บหลักฐานเอาไว้”

นอกจากเรื่องการทำบัญชีแล้ว ศิริรัฐยังบอกด้วยว่าผู้ประกอบการควรศึกษารายละเอียดเกี่ยวกับภาษีต่างๆ ให้เข้าใจ เพราะแม้กฎหมายนี้จะเน้นเพียงการให้สถาบันการเงินส่งข้อมูลให้กรมสรรพากรตรวจสอบเท่านั้น ไม่เกี่ยวกับการเรียกเก็บภาษีขายของออนไลน์จะโดนเรียกเก็บภาษีหรือไม่จะต้องไปดูรายได้รวมทั้งหมดอีกครั้งก็ตาม แต่การขายสินค้าออนไลน์ก็ต้องยื่นเสียภาษีกันอยู่แล้ว คือ

- **ภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา** จะเสียภาษี 2 รูปแบบ คือ แบบเหมาจ่าย เสียภาษีแบบอัตราก้าวหน้า

- **ภาษีมูลค่าเพิ่ม (VAT)**

สิ่งที่น่ากังวลคือ โดยหลักของภาษีมูลค่าเพิ่มไม่ว่าจะค้าขายสินค้าหรือบริการในรูปแบบใด คณะบุคคลหรือนิติบุคคล หากมีรายรับจากการขายสินค้าหรือให้บริการเกินกว่า 1.8 ล้านบาทต่อปี ต้องไป

จดทะเบียนภาษีมูลค่าเพิ่ม และหลังจากจดทะเบียนแล้วการขายสินค้าหรือให้บริการในประเทศ จะต้องเรียกเก็บภาษีมูลค่าเพิ่มอีก 7 เปอร์เซ็นต์ของราคาขาย และจะต้องออกใบกำกับภาษีทันทีเมื่อส่งมอบสินค้าหรือออกใบกำกับภาษีเมื่อได้รับชำระเงินค่าบริการ แต่ปัจจุบันผู้ประกอบการออนไลน์หลายคนแม้รายได้จะถึง 1.8 ล้านบาทต่อปีแต่ก็ยังไม่ได้จดทะเบียนภาษีมูลค่าเพิ่ม

“สำหรับภาษีมูลค่าเพิ่มถ้าทั้งปีเรามีรายได้มากกว่า 1.8 ล้านบาทเราต้องจดทะเบียนภาษีมูลค่าเพิ่ม ซึ่งผู้ประกอบการหลายคนไม่ได้สนใจเรื่องภาษีมูลค่าเพิ่มเลย แต่ถ้าทราบเช่นกันที่สถาบันการเงินรายงานไปแล้วเข้าข่ายนี้ ใครที่มีรายได้ 1.8 ล้านบาทต้องไปจดทะเบียนภาษีมูลค่าเพิ่มแน่นอน และสำหรับผู้ค้าออนไลน์ที่ไม่เคยจดทะเบียนมาก่อนก็ต้องมาขึ้นทะเบียนเสียภาษีกันอยู่แล้ว”

ทั้งนี้ ในตอนท้ายศิริรัฐได้สรุปถึงการเตรียมตัวของผู้ประกอบการออนไลน์ต่อภาษี e-Payment ว่า ผู้ประกอบการที่มีรายได้มากกว่า 1.8 ล้านบาทต่อปี อาจต้องเตรียมจดทะเบียนภาษีมูลค่าเพิ่ม และต้องมั่นใจได้ว่าราคาขายสินค้าได้บวกภาษีมูลค่าเพิ่มไว้แล้ว มิฉะนั้นอาจต้องชดเชยได้ และอย่าลืมทำบัญชีรายรับ-รายจ่ายให้ถูกต้อง มากไปกว่านั้นต้องเก็บเอกสารหลักฐานต่างๆ ให้ครบถ้วนอีกด้วย ๕



ศุภนันท์ โคะวิฑูร
เจ้าของแบรนด์ชุดว่ายน้ำ Maillot Co.

ได้ยินเรื่องกฎหมายภาษี e-Payment ครั้งแรกก็ตกใจ เพราะข้อมูลที่ออกมาไม่มีความชัดเจน สร้างความสงสัยว่า ผู้ประกอบการจะได้ประโยชน์อะไรจากกฎหมายนี้ เลยทำให้ผู้ประกอบการจำนวนไม่น้อยรู้สึกว่ามันถูกกดดันให้ต้องเสียภาษี ต้องมานั่งกังวลกับรายการการค้าออนไลน์ว่า แต่ละปีรายการจะครบ 400 ครั้งและยอดเงินในบัญชีถึง 2 ล้านบาทหรือไม่ ยิ่งรู้สึกเครียดและกดดันยิ่งทำให้อยากเลี่ยงการเสียภาษี แต่ถ้าทางรัฐบาลให้ข้อมูลเกี่ยวกับกฎหมายนี้อย่างชัดเจน และบอกได้ว่าผู้ประกอบการจะได้รับประโยชน์อะไร เช่น แบนด์จะเข้าไปอยู่ในระบบอย่างถูกต้อง และภาครัฐจะมีการส่งเสริมในแง่ต่างๆ เพื่อให้แบรนด์เติบโตอย่างมั่นคงและยั่งยืน

คิดว่าภาษีนี้อาจกระทบกับผู้ประกอบการออนไลน์ หลายแบรนด์ออนไลน์น่าจะมีการขายสินค้าขึ้น เป็นการบวกเพิ่มในส่วนของภาษีมูลค่าเพิ่มเข้าไป เพราะเชื่อว่าผู้ประกอบการหลายคนอาจจะยังไม่ได้จดภาษีมูลค่าเพิ่ม แต่ถ้าสถาบันการเงินส่งตัวเลขและปรากฏว่ามีรายได้ถึงก็อาจจะกลัวเรื่องภาษีมูลค่าเพิ่มด้วย



มณฤดี ชื้อสุนทร
เจ้าของแบรนด์ Monsty

ส่วนตัวคิดว่าเราขายออนไลน์ ก็ควรจะทำได้ถูกต้องอยู่แล้วเพื่อความสบายใจในการทำธุรกิจ แต่ต้องยอมรับแม้ว่าออนไลน์ยังมีความรู้ด้านภาษีน้อยมาก ก่อนจะมาจ้างเก็บภาษีแม่ค้า มาให้ความรู้ก่อนดีหรือไม่ เพราะเชื่อว่าถ้ามีความรู้ตรงนี้มากพอ คนจะไม่กลัวการเสียภาษี สำหรับกฎหมายภาษี e-Payment อย่างแรกคือมีผลกระทบทางจิตใจ เพราะผู้ประกอบการต่างกังวลว่าจะโดน หรือไม่โดน แล้วจะเป็นอย่างไรต่อ เพราะความรู้ความเข้าใจในเรื่องนี้น้อย ทุกคนรู้สึกว่ามันยุ่งยาก เลยไม่อยากทำให้ถูกต้อง ไม่อยากจ่าย แต่สุดท้ายมองว่าถ้าจะทำธุรกิจระยะยาวอย่างไ้ก็ต้องทำให้ถูกต้องดีที่สุด



THE NEW DIMENSION of Education

Text : กองบรรณาธิการ / Photo : วิภาวดี พิสุภศรีสื่อภิญญา, เจษฎา ยอดสุรางค์

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ศิวะ วสุนธราภิวัฒก์

“จะเป็นมหาวิทยาลัยชั้นนำแห่งสังคมการประกอบการ”

นี่คือวิสัยทัศน์ของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี

ที่ต้องการสร้างคนคุณภาพนับพันในรั้วมหาวิทยาลัยแห่งนี้

ใฝ่อย่างก้าวเตบใหญ่เป็นผู้ที่มีความรู้ความสามารถในการออกมารับใช้สังคมและประเทศชาติ

ทั้งนี้แม้ระยะเวลาของการก่อตั้งของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรีจะมีเพียง 13 ปี แต่ในช่วงเวลาที่ผ่านมา ก็ถือว่าอยู่ในช่วงของการวางรากฐาน บุกเบิก และพัฒนาความเป็นสถาบันการศึกษาที่มีคุณภาพครบถ้วนรอบด้าน โดยมีสิ่งมีชีวิตความสำเร็จก็คือชื่อเสียงที่ได้รับการยอมรับมากขึ้นเรื่อยๆ และจำนวนของบัณฑิตที่ก้าวสู่สังคมของการทำงานที่เพิ่มมากขึ้นอย่างต่อเนื่อง

อย่างไรก็ตาม ท่ามกลางการเปลี่ยนแปลงทั้งความเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยี สังคม เศรษฐกิจ ที่เป็นไปอย่างรวดเร็ว ด้วยบริบทเหล่านี้ในฐานะหัวเรือใหญ่ของมหาวิทยาลัย ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ศิวะ วสุนธราภิวัฒก์ อธิการบดี มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี จึงวางนโยบายมหาวิทยาลัยให้พร้อมรับมือกับความเปลี่ยนแปลง ที่สำคัญคือ พร้อมที่จะสร้างบัณฑิตนักประกอบการสู่สังคมตามวิสัยทัศน์ที่วางเอาไว้

ท่ามกลางโลกที่เปลี่ยนแปลง มีการแข่งขันสูง มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรีเตรียมความพร้อมของนักศึกษาเมื่อเรียนจบออกไปอย่างไรบ้าง

โดยความเป็นมาของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรีจากเดิมที่มีการรวมอยู่กับสถาบันเทคโนโลยีราชมงคลซึ่งเป็นสถานศึกษาที่จัดการเรียนการสอนสายวิชาชีพ มีวิทยาเขตต่างๆ เมื่อมีการปรับเปลี่ยนสถานภาพจาก สถาบันมาเป็นมหาวิทยาลัย ทางมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรีก็แยกตัวออกมา โดยได้มีการรวมกลุ่มวิทยาเขต 4 วิทยาเขตคือ วิทยาเขตเพาะช่าง, บพิตรพิมุข จักรวรรดิ, ศาลายา และวิทยาเขตวังไกลกังวล เข้ามาอยู่ด้วยกัน ดังนั้น เป้าหมายของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรีจึงเน้นที่จะผลิตบัณฑิตนักปฏิบัติเป็นแกนหลักอยู่แล้ว แต่อย่างไรก็ตามที่ทราบกันดีว่าชีวิตมนุษย์เงินเดือนนั้นแม้จะมีเงินเดือนที่มั่นคง แต่ก็ไม่ค่อยเพียงพอจึง

ยากที่จะมีเงินเก็บ ขณะเดียวกันจะเห็นว่าแนวโน้มของบัณฑิตคนดกงานก็มีเพิ่มมากขึ้นเรื่อยๆ แม้แต่ผู้ที่จบสาขาวิศวกรรมศาสตร์ยังตกงานก็มี ดังนั้น ในการผลิตบัณฑิตของทางมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี จึงตั้งเป้าหมายเอาไว้ด้วยว่า นักศึกษาที่เรียนจบก้าวออกจากรั้วมหาวิทยาลัยไปแล้วจะต้องมีงานทำ ซึ่งตรงนี้เรามองถึงปัญหาของนักศึกษาที่เรียนจบไปแล้วไม่มีงานทำด้วยว่า เขาจะเป็นปัญหาสังคม เป็นปัญหาเศรษฐกิจของประเทศต่อไป ด้วยสิ่งต่างๆ เหล่านี้เราจึงวางเป็นวิสัยทัศน์ของมหาวิทยาลัยตั้งแต่แรกว่าจะเป็นมหาวิทยาลัยชั้นนำแห่งสังคมการประกอบการ นั่นคือเราจะสร้างบัณฑิตที่เป็นผู้ประกอบการ และมากไปกว่าการสร้างผู้ประกอบการเขายังต้องเป็นคนดีและคนเก่งของสังคมด้วย โดยเฉพาะการสร้างคนดีที่ต้องใช้เวลาในการบ่มเพาะ เราเน้นให้ความสำคัญเป็นอย่างมาก ส่วนการจะเป็นคนเก่งนั้นหากมีเวลาในการฝึกก็สามารถเป็นไปได้อยู่แล้ว

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรีมีการพัฒนาหลักสูตรอย่างไร เพื่อรองรับการเป็น Smart Entrepreneur University

ในการพัฒนาหลักสูตรเราจะเน้นการปฏิบัติ 70 เปอร์เซ็นต์ และทฤษฎี 30 เปอร์เซ็นต์ ที่สำคัญถึงแม้เราจะมีหลากหลายคณะหลากหลายสาขาวิชา แต่เราจะออกแบบหลักสูตรเอาไว้ว่า ทุกสาขาต้องเรียนวิชาการสร้างผู้ประกอบการใหม่ ซึ่งเป็นการเรียนการสอนทั้งด้านการบริหารจัดการ การตลาด การเงินการบัญชี คือทุกศาสตร์ความรู้ที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินธุรกิจ เพื่อที่ว่าเมื่อนักศึกษาเรียนจบไปแล้วจะสามารถนำความรู้เหล่านี้ไปทำธุรกิจของตนเองได้ ยกตัวอย่างเช่น โดยพื้นฐานของมหาวิทยาลัยเรามีวิทยาลัยเพาะช่างซึ่งโดดเด่นด้านศิลปกรรม แต่เดิมที่ผ่านมานักศึกษาจะไม่เคยเรียนวิชาความรู้เกี่ยวกับการจัดการ การตลาด การเงินเลย ถามว่าเมื่อพวกเขาเรียน

จบไปแล้วจะเปิดสตูดิโอเป็นของตัวเองได้หรือไม่ก็ได้ เด็กเพาะช่างในสมัยยุคเก่าๆ เมื่อเรียนจบแล้วเขาอาจจะไปเป็นนักวาดรูปเป็นศิลปิน แต่การเปิดสอนวิชาการสร้างผู้ประกอบการใหม่แล้วบังคับให้เขาเรียน จะเป็นพื้นฐานเขาจะรู้ว่าการทำธุรกิจจะต้องทำอย่างไรบ้าง ไม่ใช่รู้แค่ทักษะวิชาชีพ ซึ่งความรู้นี้จะทำให้เขามีแนวทางสามารถเริ่มต้นธุรกิจของตัวเองได้

นอกจากวิชาการสร้างผู้ประกอบการใหม่แล้ว มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรียังมีวิชาอื่นๆ ที่เป็นพื้นฐานทางความรู้ความเข้าใจในธุรกิจอุตสาหกรรม เช่น วิชา Asian Study ซึ่งจะเรียนเกี่ยวกับประเทศต่างๆ ในภูมิภาคอาเซียน เป็นต้น

จริงๆ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรีเรามีศูนย์บ่มเพาะวิสาหกิจเพื่อสร้างผู้ประกอบการใหม่ให้มีความเข้มแข็งทางธุรกิจ โดยที่ผ่านมาได้มีการเปิดคอร์สอบรมต่างๆ อย่างต่อเนื่องอย่างล่าสุด มีโครงการสร้างผู้ประกอบการใหม่ซึ่งรัฐบาลให้งบประมาณมา มีผู้ทรงคุณวุฒิมาให้ความรู้การเป็นผู้ประกอบการ ซึ่งหลังจากผ่านการอบรมแล้วจะไปเป็นผู้ประกอบการ SME ที่จัดเป็นนิติบุคคลได้อย่างถูกต้อง ปรากฏว่าโครงการนี้ทางมหาวิทยาลัยทำได้ดีจนรัฐบาลให้งบประมาณเรามาให้อย่างต่อเนื่อง นอกจากนี้เรายังเปิดสอนคอร์สสั้นๆ เพื่อเพิ่มทักษะให้กับบัณฑิตที่จบออกไปแล้วด้วย ที่ให้ความสำคัญอีกอย่างคือกลุ่มผู้สูงอายุ ซึ่งตอนนี้เราก็มีเปิดคอร์สให้กับผู้สูงอายุด้วย

หลังจากที่นักศึกษาเรียนจบจากมหาวิทยาลัยแล้ว เราก็ยังมีการติดตามโดยสถาบันวิจัยและพัฒนาของมหาวิทยาลัย จะติดตามว่านักศึกษาที่เรียนจบไปแล้วนั้นเขาไปทำอะไรกันบ้าง ซึ่งสิ่งที่เราอยากเห็นคือ ประการแรก นักศึกษาทุกคนมีงานทำ เพราะบางคนพื้นฐานครอบครัวไม่ได้ทำธุรกิจ ไม่ได้ร่ำรวยอะไร เขาก็อาจจะเริ่มตนจากไปเป็นช่างอุตสาหกรรมก่อน 5-6 ปี แล้วจึงค่อยออกมาสร้าง

ธุรกิจของตัวเองเป็นผู้ประกอบการ SME นอกจากนี้ เรายังการติดตามด้วยว่านักศึกษาที่จบออกไปนั้นไปทำงานตรงตามสาขาที่เรียนมาน้อยแค่ไหน เป็นที่พึงพอใจของนายจ้างหรือเปล่าได้รับเงินเดือนตามเกณฑ์หรือไม่อีกด้วย

นอกเหนือจากด้านวิชาการแล้ว อะไรคือสิ่งจำเป็นที่คุณคิดว่าต้องพัฒนานักศึกษาเพื่อรองรับความเปลี่ยนแปลงในสังคมอีกบ้าง

สิ่งหนึ่งที่เราตั้งใจที่จะพัฒนานักศึกษาคือ การสร้างทัศนคติที่ดี และถูกต้องให้กับพวกเขาด้วย ทำให้เราต้องพัฒนานักศึกษาของเราให้เป็นคนที่มีทัศนคติที่ดีและมีทัศนคติที่ถูกต้องด้วย ก็เพราะเรามองว่า ทัศนคติเป็นเรื่องสำคัญ เป็นความคิด ความรู้สึกที่มีต่อตนเอง คนรอบข้าง สิ่งแวดล้อม รวมถึงสถานการณ์ เป็นตัวสำคัญในการขับเคลื่อนความคิดเราไปข้างหน้า และถ้าเราไม่มีทัศนคติที่ดีแล้ว เราก็จะมีปัญหาในการเรียนรู้หรือรับมือกับการเปลี่ยนแปลงต่างๆ ได้ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรีจึงพยายามเปลี่ยนทัศนคตินักศึกษาเราในหลายเรื่อง อย่างนักศึกษาของเราจะไม่ถนัดไม่ชอบวิชาภาษาอังกฤษ และคณิตศาสตร์เพราะว่ามันยาก พอถึงเวลาเรียนเขาเลยชอบโคตเรียน เราก็ต้องเปลี่ยนทัศนคติใหม่ ลำพังแค่พูดให้ฟังว่าภาษาอังกฤษสำคัญอย่างไรเขาคงไม่ค่อยเชื่อ สิ่งที่ผมทำคือ ส่งเขาไปต่างประเทศ 2-3 สัปดาห์ หลังจากกลับมา เราคุยกับเขาก็รู้เลยว่าเขาเปลี่ยนทัศนคติไป เขาเริ่มรู้ว่ามันจำเป็นแล้ว ก็มีความตั้งใจที่จะขวนขวายเรียนรู้ด้วยตัวเองเพิ่มเติม โดยมหาวิทยาลัยก็พยายามจะสนับสนุนเรื่องเทคโนโลยี เพื่อให้เขาเรียนด้วยตัวเองได้ การมีวินัยก็เช่นเดียวกัน ถ้าทุกคนมีวินัย ความเป็นระเบียบเรียบร้อยของสังคมก็จะดี ดังนั้น สิ่งที่มาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรีทำโดยที่มหาวิทยาลัยอื่นอาจไม่ทำ คือการเปิดการเรียนการสอนวิชาหน้าที่พลเมืองและศีลธรรม เพราะเชื่อว่าเมื่อทุกคนทำดี สังคม และประเทศชาติก็จะดี อันนี้เป็นวิชาบังคับเรียน เหมือนกับวิชาผู้ประกอบการใหม่ นอกจากนี้ มีอีกวิชาหนึ่งที่ผมพยายามจะนำกลับมาเปิดสอนแต่ยังไม่สำเร็จคือ วิชาประวัติศาสตร์ เพราะถือว่าคนที่เรียนประวัติศาสตร์จะทำให้รักชาติ สร้างความภูมิใจในชาติ เห็นถึงคุณค่าของมรดกทางวัฒนธรรมของชาติ ที่สำคัญคือการศึกษาประวัติศาสตร์จะก่อให้เกิดองค์ความรู้ที่หลากหลายขึ้นมาได้ ผมมองเรื่องของเป้าหมายเป็นเรื่องสำคัญ จะทำอะไรนั้นก็ต้องมีเป้าหมาย พอมีเป้าหมายเสร็จจึงมาทำแผน แล้วแผนจะเป็นแผนระยะยาวไม่ได้เพราะโลกเปลี่ยนแปลงไปเร็วมาก ทุกวันนี้ที่น่าเป็นห่วงคือ คนไม่มีเป้าหมาย เหมือนนักศึกษาที่เราก็ต้องพยายามให้เขาวางแผนเป้าหมายของตัวเอง ไม่ใช่ถามว่าเรียนจบแล้วจะไปทำอะไรบอกยังไม่รู้ อันนั้นก็ เป็นสิ่งหนึ่งที่เราปลูกฝังนักศึกษาของเราด้วย

ในส่วนของคุณอาจารย์มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรีได้มีการวางแผนทางการพัฒนาอย่างไรบ้าง

ควบคู่ไปกับการพัฒนาหลักสูตรให้สอดคล้องกับความเปลี่ยนแปลงต่างๆ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรียังจะพัฒนาอาจารย์ด้วย โดยเรายึดหลักว่าอาจารย์ต้องทำเป็น นักศึกษาถึงจะทำได้ ไม่ใช่อาจารย์ที่เก่งแต่ภาคทฤษฎีแต่ปฏิบัติไม่ได้ ไม่มีความเข้าใจในธุรกิจอุตสาหกรรมอย่างแท้จริง ดังนั้น ในช่วงปิดเทอมมหาวิทยาลัยจะส่งอาจารย์ไปฝังตัวในสถานประกอบการ โดยมีเงินสนับสนุนให้ ซึ่งทางมหาวิทยาลัยจะเซ็น MOU กับภาคอุตสาหกรรม ไม่ว่าจะเป็นสภาอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย สภาหอการค้าไทย รวมถึงบริษัทใหญ่ๆ เพื่อที่จะส่งอาจารย์ไปเรียนรู้ได้ประสบการณ์การทำงานจริง จากนั้นก็กลับมาถ่ายทอดสอนให้นักศึกษาต่อ

ผมอาจจะคิดไม่เหมือนคนอื่น และมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรีน่าจะเป็นมหาวิทยาลัยเดียว ที่ส่งทั้งอาจารย์และพนักงานทั้งหมดของมหาวิทยาลัยไปดูงานต่างประเทศ โดยการสนับสนุนจากบริษัทใหญ่ๆ เพื่อที่ว่าไปเรียนรู้จากของจริง จะได้เห็นภาพเดียวกัน ซึ่งเมื่อไปดูงานกลับมาแล้ว ก็จะต้องมีการติดตามผลด้วยว่าได้นำสิ่งที่ไปดูงานนั้นมาใช้อย่างไรหรือไม่ มีอะไรเปลี่ยนแปลงบ้าง ซึ่งแม้แต่การโรงแรมมหาวิทยาลัยก็ส่งไปดูงานที่ประเทศมาเลเซีย

โดยไปดูเรื่องภูมิทัศน์ การดูแลรักษาความสะอาด เป็นต้น

นอกจากนี้ ผมให้ความสำคัญมากกับการร่วมมือกับสถาบันการศึกษาต่างประเทศ ได้มีการเซ็น MOU อยู่หลายที่ โดยในเรื่องนี้ถือว่าเราไปหาที่เข้มแข็งกว่า เช่น ถ้าเป็นเรื่องเทคโนโลยีหรือทักษะเก่งๆ เราก็ไปดูงานที่ประเทศเยอรมนี นอกจากนี้ เรามีหลักสูตรร่วมกับมหาวิทยาลัยต่างๆ เช่น ประเทศจีน เป็น Chinese Program เรียนที่เมืองไทย 2 ปี และเรียนที่เมืองจีน 2 ปี เป็นต้น

ที่นี้ต้องเรียนว่ามหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรีเริ่มก่อตั้งไม่นาน ประมาณ 13-14 ปี แต่ด้วยแนวคิดแบบนี้ถ้าเราทำแบบนี้ไปเรื่อยๆ ในภายภาคหน้าจะเข้มแข็งอย่างแน่นอน

ทิศทางและความเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยีในปัจจุบันช่วยเข้าไปเสริมองค์ความรู้ให้นักศึกษาอย่างไรบ้าง

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรีเน้น 2 อย่างคือ ภาษาและเทคโนโลยี โดยความตั้งใจคืออยากให้นักศึกษาทันต่อการเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยีแล้วเอาเทคโนโลยีมาใช้ให้เป็นประโยชน์ เพราะเราคงหนีเทคโนโลยีไม่ได้อยู่แล้ว วิธีหนึ่งในการสนับสนุนในเรื่องนี้คือ เปิดให้บริษัทใหญ่ๆ มาจัดกิจกรรมให้นักศึกษาในมหาวิทยาลัย แต่ทั้งนี้เราก็พยายามสอนเรื่องเทคโนโลยีว่ามันมีทั้งบวกและลบต้องรู้จักเลือกใช้ด้วย ทุกวันนี้การเรียนการสอนในระดับปริญญาโท ปริญญาเอก ทางมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรีจะพยายามให้นักศึกษาไม่ต้องเข้าชั้นเรียนโดยการเรียนการสอนผ่านคลาวด์ นอกจากนี้ เรายังมีห้องสมาร์ทคลาสรูม หมายถึงว่าเมื่ออาจารย์มาบรรยายในห้องนี้จะสามารถบันทึกเป็นวิดีโอได้เลย นักศึกษาที่ไม่ได้เข้าเรียนก็สามารถมาทบทวนบทเรียนได้ในภายหลัง รวมถึงการใช้เทคโนโลยีต่างๆ เข้ามาสนับสนุนการเรียนรู้ด้วยตัวเองของนักศึกษาๆ ด้วย

ส่วนในเรื่องภาษา ทางมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรีให้ความสำคัญกับทักษะการใช้ภาษาต่างประเทศของนักศึกษา ไม่ว่าจะเป็นภาษาอังกฤษ ภาษาจีน เพื่อให้นักศึกษาได้สื่อสารเป็น เรามีอาจารย์ต่างชาติประจำอยู่ทุกคณะวิชา และพยายามที่จะน่านักศึกษาไปแลกเปลี่ยนดูงานต่างประเทศเป็นประจำ ในเรื่องภาษาและเทคโนโลยีเราต้องทำเต็มที่ เพราะมีความสำคัญจริงๆ ทั้งในปัจจุบันและอนาคต อย่างแต่ทำงานเลย แม้แต่การดำรงชีวิตประจำวันยังอยู่ยากเลยหากขาด 2 สิ่งนี้

ในมุมมองของมหาวิทยาลัยการวางให้นักศึกษาออกมาเป็นผู้ประกอบการในอนาคตอะไรเป็นเรื่องสำคัญ

อย่างที่พูดถึงเรื่องของเทคโนโลยีว่ามันมีทั้งบวกและลบต้องรู้จักเลือกใช้ด้วย ความคิดและการกระทำก็เช่นเดียวกัน การที่จะทำอะไรก็ควรคิดถึงผลกระทบบวกและผลกระทบลบด้วย ซึ่งเดี๋ยวนี้คนจะไม่ค่อยคิดถึงเรื่องนี้กันเท่าไร โดยเฉพาอย่างยิ่งในภาคธุรกิจ นักธุรกิจไม่สนใจเรื่องทุนทางสังคม คนที่น่าสงสารที่สุดคือประชาชน เช่น การสร้างโครงการหมู่บ้านจัดสรรแต่ไม่มีบ่อน้ำบาดน้ำเสีย เป็นต้น ดังนั้น เรื่องเหล่านี้เราพยายามสอนนักศึกษาด้วย นอกจากจะเป็นผู้ประกอบการที่สมารถแล้ว ยังต้องมีจรรยาบรรณ ต้องมีธรรมาภิบาลต้องเอื้ออาทรต่อคนอื่นด้วย

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี มองโอกาสการเกิด Disruption สถาบันการศึกษายังไงบ้าง และเตรียมรับมืออย่างไรบ้าง

แน่นอนว่าเรื่องของ การ Disruption ต้องมีอยู่แล้ว เพราะเทคโนโลยีเปลี่ยนแปลงเร็วมาก เราเองก็ต้องปรับตัวและตามให้ทัน นำเทคโนโลยีมาใช้ให้เกิดประโยชน์ เช่น เดียวนี้เรามีการเรียนการสอนผ่านคลาวด์ ทำให้นักศึกษาไม่ต้องเข้าชั้นเรียนไม่ต้องเสียเวลาเดินทาง อยู่ที่ไหนก็เรียนได้ หรืออย่างคอมพิวเตอร์ทุกวันนี้เราใช้วิธีเช่า เหตุผลคือเพราะมันมีเวอร์ชันใหม่ๆ ออกมาเร็วมาก หรือทุกวันนี้เราพยายามสร้างพันธมิตรกับมหาวิทยาลัยต่างๆ เพื่อไปใช้ทรัพยากรร่วมกัน ที่สำคัญคือ เราต้องตามให้ทันและพร้อมที่จะปรับตัวให้ทันกับความเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลาให้ได้ **๕**

“

เราจึงวางเป็นวิสัยทัศน์ของมหาวิทยาลัยตั้งแต่แรกว่า จะเป็นมหาวิทยาลัยชั้นนำแห่งสังคมการประกอบการ นั่นคือ เราจะสร้างบัณฑิตที่เป็นผู้ประกอบการ และมากกว่า การสร้างผู้ประกอบการ เขายังต้องเป็นคนดีและคนเก่งของสังคมด้วย

”



“

สิ่งที่มหาวิทยาลัย
เทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี
ทำโดยที่มหาวิทยาลัยอื่นอาจไม่ทำ
คือการเปิดการเรียนการสอน
วิชาหน้าที่พลเมือง
เพราะเชื่อว่าเมื่อทุกคนทำดี
สังคมและประเทศชาติก็จะดี

”

GINPLERN

หนังสือปลาทอดกรอบ ต้อนรับเทรนด์สุขภาพบูม

Text : Ratchane / Photo : Vipa Vadi

“กินเพลิน”

ชื่อแบรนด์ง่าย ๆ แต่บอกชัดเจนว่าอาหารชนิดนี้
ต้องกินแล้วเพลินอย่างแน่นอน

ฝ่าย-พัชรินทร์ ลีกระจ่างแสง อธิบายถึงแบรนด์กินเพลินว่าคือ หนังสือปลาหิมะ (Black Cod) ทอดกรอบ
ปรุงรส ที่เจ้าตัวบอกว่ามีคุณประโยชน์มากมาย ทั้งโซเดียมต่ำ โปรตีนสูง และมีคอลลาเจน เป็นต้น

“เกิดจากการที่เราชอบกินหนังสือปลาแซลมอนแล้วรู้สึกว่าเป็น ซึ่งปกติเป็นคนชอบรับประทานปลา
ทุกประเภทอยู่แล้ว โดยเฉพาะเป็นปลาที่ก้างน้อยอย่างปลาแซลมอน ส่วนปลาหิมะแม้มีก้างแต่เป็น
ก้างใหญ่ไม่ใช่ก้างเล็ก ๆ ก็เลยนึกถึงปลาหิมะ ที่นี้มีโอกาสได้ไปคุยกับโรงงานว่ามีหนังสือปลาหิมะมั๊ย
แล้วสามารถทำเป็นทอดกรอบปรุงรสได้มั๊ย ซึ่งดูแล้วตอนนั้นในตลาดก็ยังไม่หนังสือปลาหิมะทอดกรอบ
ออกมาเลยเลือกที่จะทำหนังสือปลาหิมะกรอบ ซึ่งข้อดีของปลาหิมะคือ เป็นปลาที่อยู่ในทะเลน้ำลึก ฉะนั้น
ความสะอาดจะมีมากกว่าปลาแซลมอนอีก”

แต่อย่างที่ทราบกันดีว่าเดี๋ยวนี้โรงงานรับจ้างผลิตมากมาย ซึ่งเป็นเหมือนทางเลือกสำหรับผู้ประกอบการ
หน้าใหม่ที่ไม่ถนัดด้านการผลิต ไม่ต้องเสียเวลาไปลงทุนการผลิตเองทุกขั้นตอน แถมยังมีผู้เชี่ยวชาญเป็น
ที่ปรึกษาในด้านการผลิตให้ด้วย พัชรินทร์จึงเลือกเส้นทางนี้คือ ให้โรงงานผลิตตามโจทย์ที่เรากำหนดให้

“จริง ๆ ก็คิดเหมือนกันว่าจะผลิตเอง แต่คิดว่าถ้าเราไปโฟกัสว่าต้องผลิตอย่างไร คู่แข่งที่จ้าง
โรงงานเขาอาจจะไปไกลกว่าเราแล้วโดยที่เราคิดก่อนด้วยซ้ำ ก็เลยคิดว่าใช้เป็น OEM ดีกว่า โดยจะเลือก
โรงงานที่จริงใจกับเราแล้วให้คำปรึกษาเราดี ไม่ทอดทิ้งเรา อย่างโรงงานนี้ที่เราเลือกก็ไปคุยกับโรงงานว่า
เราต้องการแบบนั้น ๆ โรงงานเขาให้คำปรึกษาเราได้ดี ให้คำแนะนำการคิดราคา การคิดต้นทุน แนะนำ
ช่องทางการขายให้ด้วย”

ทั้งนี้ เพื่อความมั่นใจว่าไอเดียหนังสือปลาหิมะจะเป็นที่ถูกใจของผู้บริโภคจริง ๆ เธอจึงผลิตแต่จำนวน
น้อยก่อนแล้วนำไปแจกจ่ายให้เพื่อน ๆ และคนรู้จักได้ทดลองชิมเพื่อดูผลตอบรับจากนั้นจึงนำมาปรับปรุง
จนเป็นที่ถูกใจจริง ๆ ค่อยนำออกสู่ตลาดภายใต้แบรนด์กินเพลิน

“หลัก ๆ กินเพลินจะวางขายตามร้านสุขภาพประมาณ 20 ร้าน เราได้รับโอกาสที่ดีจากโกลเด้น เพลซ
ได้ไปวางจำหน่ายด้วย นอกจากนี้ ก็มีร้านไทยพาววิลเลียน ที่สนามบินที่ปักกิ่ง ที่ตอนนี้นำกล่องก่อสร้างอยู่
โดยจะมี 2 รสชาติ คือ รสคลาสสิก และรสลาบคั่ว ด้วยความที่เป็นแบรนด์ใหม่ตอนแรกก็กังวลว่าจะขายได้
หรือไม่ เราจะไม่คาดหวังไปเช็กสินค้าที่ร้านทุกสัปดาห์ว่า ขายได้เท่าไรแล้ว ซึ่งมันก็ขายได้ไม่ก็พอ
จนทางร้านต้องบอกว่าจะไม่ต้องโทรมาหอรอก ปกติจะเช็กกันเดือนละครั้งก็พอ ที่นี้พอถัดจากนั้น
ครบเดือนโทรไปใหม่ ก็เยี่ยมมันขายได้ดีใจ”

สำหรับตลาดจีนนั้น พัชรินทร์บอกว่า เป็นตลาดเป้าหมายที่ตั้งใจตั้งแต่แรกว่าจะไปเปิดตลาดที่นั่น
โดยหวังว่าถ้าได้วางจำหน่ายที่ไทยพาววิลเลียนแล้วจะมีโอกาสที่จะไปจำหน่ายในซูเปอร์มาร์เก็ตจีนต่อไป
และนี่จึงเป็นเหตุผลว่าทำไมจึงออกรสลาบคั่วมาตั้งแต่แรก

“เรารู้กันดีว่าคนจีนชอบอะไรที่เป็นรสตั้มยำมากอยู่แล้ว แต่คนส่วนใหญ่ไม่ถึงว่าเขาชอบ
รสลาบด้วย เราไม่ได้ทำวิจัยหรือศึกษาอะไรที่เป็นเปเปอร์เลย แต่เราสำรวจโดยการที่ไปสังเกตพฤติกรรม
การซื้อสินค้าของคนจีนจริง ๆ ที่ คิง เพาเวอร์ คือเราพอจะรู้ภาษาจีนบ้าง ก็ไปคิง เพาเวอร์แล้วก็ไป
ดู ๆ ฟัง ๆ ว่าเขาซื้ออะไร เขาชอบอะไร เราก็พอรู้จากประสบการณ์แล้ว เขาชอบรสลาบด้วย ซึ่ง
รสตั้มยำคนทำเยอะแล้ว แต่รสลาบคนทำน้อย เราเลยเลือกทำรสลาบขึ้นมา”

พัชรินทร์บอกด้วยว่า หนังสือปลาหิมะกินเพลิน มีข้อดีคือ แคลอรีต่ำ โซเดียมต่ำ ฉะนั้นคนที่รักสุขภาพ
จึงหายห่วงเรื่องความเค็ม โดยไม่เพียงรับประทานเล่นเท่านั้น เธอยังพยายามนำเสนอทางเลือกในการ
รับประทานกับอาหารอื่น ๆ เช่น สลัด ไข่ ข้าวต้ม รวมถึงเป็นกับแกล้ม

“คิดว่าการทำอาหารย่อมมีปัญหาอุปสรรคอยู่เสมอ ขึ้นอยู่กับว่าเราจะสามารถแก้ไขปัญหาได้ถูกจุด
หรือไม่ การทำธุรกิจครั้งนี้ก็เช่นกัน ดังนั้น ในช่วงแรกเราจะต้องสั่งผลิตสินค้าไม่เยอะ ยอมที่จะมีต้นทุน
สูงไปก่อน เพราะอยากเริ่มทำจากเล็ก ๆ ถ้ามีปัญหาอะไรก็จะได้อ้อย ๆ แก้ไข แล้วค่อย ๆ ขยายการเติบโต
ต่อไป” พัชรินทร์กล่าวในตอนท้าย 📌



SIAM1928

น้ำหอมไทยยุคใหม่ โดนใจทุก GEN

Text : Kritsana S. / Photo : Vipa Vadi

สินค้าที่จะขายได้ในยุคนี้ ไม่ใช่เพียงคุณภาพดีอีกต่อไป
เพราะคอนเซปต์แบรนด์ก็ีมีผลอย่างมาก
ต่อการตัดสินใจซื้อของลูกค้า

เมื่อตระหนักถึงเรื่องนี้เป็นสำคัญ **ณัฏ เวชศาสตร์** จึงนำน้ำอบปรุงของไทยเรามาแปลงโฉมให้กลายเป็นน้ำหอมที่โดดเด่นทั้งเรื่องของคอนเซปต์ ดีไซน์ และกลิ่น

SIAM1928 คือ แบรินด์น้ำหอมสัญชาติไทยที่พัฒนาต่อยอดมาจากน้ำอบปรุงเจ้าคุณ (ธุรกิจทางบ้านของเขา) โดยก่อนตัดสินใจสร้างแบรนด์ เขาได้เล็งเห็นว่า น้ำอบปรุงราคาไม่ถึงร้อยบาทสามารถมีมูลค่าเพิ่มสูงได้ หากมีคอนเซปต์ที่แข็งแรง ชัดเจน และสิ่งที่ทำให้เขามั่นใจว่า น้ำหอม SIAM1928 สามารถแข่งขันกับแบรนด์น้ำหอมอื่นได้อย่างแน่นอน คือ ยอดขายที่เกินคาดจากการเปิดตัวครั้งแรกในงานเทศกาล Bangkok Design Week 2019 ที่จัดขึ้นเมื่อช่วงต้นปีที่ผ่านมา

สิ่งที่ทำให้น้ำหอม SIAM1928 เข้าไปอยู่ในความสนใจของคนรุ่นใหม่ในเวลาอันรวดเร็วไม่ใช่เพราะกลิ่นหอมไทยๆ แต่ด้วยคอนเซปต์ที่นำเอาความทรงจำของเจ้าของแบรนด์ไปบรรจุไว้ในน้ำหอม เช่น คอลเลกชัน Seasons of Siam เป็นการหยิบความทรงจำที่มีต่อทั้ง 3 ฤดูของไทยมาเป็นแรงบันดาลใจในการสร้างสรรค์กลิ่น น้ำหอมกลิ่นแรกชื่อ วสันต์ ได้แรงบันดาลใจจากกลิ่นหลังฝนตกอย่างกลิ่นอายดิน และกลิ่นหอมอ่อนๆ ของดอกไม้ กลิ่นมีความลุ่มลึก น่าค้นหา ซ่อนความหวานของดอกไม้ไว้เล็กน้อย ถัดมาเป็นกลิ่นฤดูหนาวในชื่อ เหมันต์ กลิ่นมีความหวานเย็นของดอกไม้บานาพันธุ์ เพราะมีกลิ่นหอมของสวนดอกไม้ในฤดูหนาวเป็นแรงบันดาลใจ และคิมหันต์ กลิ่นของฤดูร้อน แรงบันดาลใจมาจากกลิ่นหอมในช่วงเทศกาลสงกรานต์ กลิ่นมีความเย็น สดชื่น และคงความเป็นไทยไว้มากที่สุด น้ำหอมทั้ง 3 กลิ่นไม่หอมฟุ้ง แต่ติดทนไม่แพ้กลิ่นน้ำหอมต่างประเทศ

อีกหนึ่งสิ่งสำคัญคือ แพ็กเกจจิ้งที่ออกแบบรูปลักษณ์ให้มีความทันสมัย เพื่อเปลี่ยนภาพลักษณ์ของน้ำอบปรุงที่คนส่วนใหญ่มองว่าแก่และหลอน ลวดลายบนกล่องสื่อถึงวัฒนธรรมประเพณีไทย เช่น ลวดลายบนกล่องน้ำหอมกลิ่นเหมันต์เป็นภาพการร่ายพวงมาลัย และลวดลายบนกล่องน้ำหอมกลิ่นวสันต์เป็นภาพการแกะสลักเทียนพรรษา

“ตอนแรกตั้งเป้ากลุ่มลูกค้าไปที่ชาวต่างชาติ เพราะคิดว่าคนไทยไม่อินกับสินค้าไทย แต่หลังจากเปิดตัวแบรนด์ในงานเทศกาล Bangkok Design Week 2019 พบว่า คนไทยทุกเพศทุกวัยให้ความสนใจมาก แบรินด์ของเราเริ่มมีลูกค้าตั้งแต่กลุ่ม Gen Z อย่างนักเรียนมัธยม ตอนแรกรู้สึกแปลกใจที่น้องๆ ชื่อน้ำหอมของเรา แต่เมื่อได้พูดคุยก็ทราบว่า พวกเขาซื้อเพราะชื่นชอบกลิ่นและไม่สนใจว่าใช้แล้วคนจะมองว่าแก่หรือให้ความรู้สึกหลอน เนื่องจากพวกเขาไม่เชื่อเรื่องผี ลูกค้ากลุ่มที่สอง คือ Gen Y อย่างกลุ่มวัยทำงานที่มองหา น้ำหอมเป็นเครื่องประดับที่ช่วยเสริมความมั่นใจและภาพลักษณ์ที่ดี ลูกค้ากลุ่มสุดท้ายคือ สาย Creative ที่ต้องการใช้น้ำหอมที่มีกลิ่นหอมเป็นเอกลักษณ์ เป็นกลิ่นที่หาไม่ได้ในน้ำหอมแบรนด์ต่างชาติ”

ตอนนี้ น้ำหอม SIAM1928 วางขายในช่องทางออนไลน์ต่างๆ ช่วงแรกเขามองว่า การขายน้ำหอมผ่านช่องทางนี้เป็นเรื่องทำได้ยาก เพราะคนไม่ได้ทดสอบกลิ่นก่อนซื้อ แต่เมื่อศึกษาพฤติกรรมของลูกค้าไทย พบว่าเป็นคนชอบลองเลยเห็นโอกาสที่จะขายได้มากขึ้น สิ่งที่เขาใช้ในการกระตุ้นให้ลูกค้าออนไลน์ตัดสินใจซื้อคือ รีวิวจากผู้ใช้งาน และการทำ Testimonial นั่นคือ การนำความรู้สึกดีๆ ที่ลูกค้ามีต่อแบรนด์มาถ่ายทอดต่อ

ในส่วนของการขายออนไลน์ นอกจากเฟซบุ๊กและอินสตาแกรม เขาลงขายในเว็บไซต์ขายสินค้าแบรนด์เมดสัญชาติได้หัวอย่าง Pinkoi ด้วย เนื่องจากต้องการเจาะกลุ่มลูกค้าได้หัวที่มีความชื่นชอบสินค้าไทยและให้ความสำคัญกับสินค้าแบรนด์เมด โดยน้ำหอม SIAM1928 นอกจากมีความเป็นไทยแล้วยังทำด้วยมือทุกขั้นตอน

“แผนในอนาคตตั้งใจส่งออกไปขายในตลาดต่างประเทศ ตอนนี้อยู่ในช่วงเตรียมตัวให้พร้อม เพราะตลาดน้ำหอมต่างประเทศมีการแข่งขันที่ค่อนข้างดุเดือด แต่ก็เชื่อว่าน้ำหอมของเราสามารถสู้ได้ เพราะเป็นน้ำหอมที่นำเอาองค์ความรู้เรื่องน้ำอบปรุงที่สืบทอดกันมากกว่า 90 ปีมาพัฒนาให้มีคุณภาพมากขึ้น คิดค้นกลิ่นขึ้นเอง ไม่เลียนแบบใคร และคงความเป็นไทย ซึ่งความเป็นไทยในที่นี้ไม่ได้สื่อผ่านลายกนกหรือลายไทย แต่สื่อผ่านความละเอียด ความพิถีพิถันตามแบบฉบับคนไทย” **S**



THE ICE CREAM & COOKIE

จากงานอดิเรก สู่ธุรกิจทำเงิน

Text : วนาสี วิวัฒนกุลพานิชย์

มีคำกล่าวที่ว่า “ถ้าได้ทำงานที่ชอบก็เหมือนว่าไม่ได้ทำงานเลยสักวัน” ชีวิตของ นาดาชา เจียม อดีตนางงามวัย 33 ปีที่ผันมาทำธุรกิจไอศกรีมก็ดูเหมือนจะเข้าข่ายนั้น ธุรกิจไอศกรีมแซนด์วิชคุกกี้แบบโฮมเมดเล็กๆ ของเธอที่ใช้องค์เงิน 20,000 ดอลลาร์สิงคโปร์ ในการลงทุนเติบโตสร้างรายได้สองเท่าตัวทุกปีมาตั้งแต่ปี พ.ศ.2555 ที่ก่อตั้งธุรกิจจนมีโรงงานผลิตที่ได้มาตรฐานบนพื้นที่กว้างขวางกว่าเดิม 10 เท่า

นาดาชาถูกเลี้ยงดูมาในครอบครัวคนจีน ออสเตเรีย ที่ซึ่งครอบครัวของเธอตั้งรกรากมานานกว่า 3 ทศวรรษแล้ว “เท่าที่จำความได้ ฉันชอบทำขนมมาแต่ไหนแต่ไร ความทรงจำในวัยเด็กคือ หัดทำเค้กจากแม่ และอาหารคาวจากพ่อ ไอศกรีมเป็นเมนูหนึ่งที่ฉันกับน้องชายมักช่วยกันทำช่วงซัมเมอร์” นาดาชาเล่าอีกว่า “ไอศกรีมจึงเป็นส่วนหนึ่งในชีวิตของฉันมาแต่เด็ก และตอนนี้ก็กลายเป็นส่วนหนึ่งในชีวิตประจำวันไปแล้ว”

หลังเรียนจบนิติศาสตร์ด้วยคะแนนเกียรตินิยม นาดาชาได้งานทำในสำนักงานกฎหมายแห่งหนึ่งในเมลเบิร์น เมื่อทำไประยะหนึ่งพบว่า ไม่ใช่งานที่เธอถนัด เธอชอบงานเขียนและคิดว่าทำได้ดีกว่า ตอนที่เธอนักศึกษา เธอเคยทำงานฟรีแลนซ์ให้กับบางสำนักพิมพ์ เธอมีบล็อกและช่องยูทูบนำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับความงาม เธอค้นพบว่าตัวเองชอบทำงานด้านสื่อมากกว่าจึงสมัครงานใหม่เป็นผู้สื่อข่าวที่ “Female” นิตยสารเกี่ยวกับแฟชั่นและความงามในสิงคโปร์

นาดาชาย้ายมาอยู่สิงคโปร์เป็นการถาวร จุดเริ่มต้นที่ทำให้กลายมาเป็นเจ้าของกิจการคือสามีของเธออยากกินไอศกรีมแบบที่เขากินและที่ได้รับความนิยมอย่างมากในสหรัฐฯ ไอศกรีมที่ว่ลักษณะเป็นคุกกี้ขนาดใหญ่ 2 อันประกบกัน มีไอศกรีมสอดไส้ตรงกลาง หลังจากทำให้สามีรับประทาน นาดาชาเกิดความคิดว่าไอศกรีม

แบบนี้ไม่ค่อยเห็นวางขายในสิงคโปร์ เธอจึงลองทำไปขายเวลาว่างงานบ้าง งานอีเวนต์ หรือตามตลาดนัด เป็นรายได้เสริมจากอาชีพผู้สื่อข่าว

6 เดือนผ่านไป ปรากฏว่าออเดอร์เข้ามาล้นหลามจนทำแทบไม่ทัน ด้วยไม่ต้องการเบียดบังเวลาว่างประจำ นาดาชาจึงตัดสินใจลาออกเพื่อมาลุยทำธุรกิจไอศกรีมเต็มตัว The Ice Cream&Cookie Co. จึงกำเนิดขึ้นในปี พ.ศ.2555 ด้วยเงินลงทุน 20,000 ดอลลาร์สิงคโปร์ เริ่มต้นจากการผลิตในครัวขนาดเล็กและเปิดเป็นร้าน Pop-Up ตามตลาดนัดและงานต่างๆ โดยบริการ Takeaway-ซื้อกลับบ้าน และ Delivery-ส่งถึงบ้าน จุดเปลี่ยนมาถึงเมื่อไปออกบูธที่งานแห่งหนึ่งแล้วมีเจ้าของร้านอาหารสนใจ ติดต่อให้ผลิตไอศกรีมให้ จึงเป็นจุดเริ่มต้นของการขายส่ง และเข้าสู่กระบวนการผลิตระดับอุตสาหกรรม โดยนาดาชาตั้งเป้าจะเป็นผู้ผลิตระดับเวิร์ลด์คลาส จึงส่งพนักงานไปอบรมเรื่องการผลิตไอศกรีม และพัฒนาโรงงานผลิตให้เป็นไปตามมาตรฐานสากล การเปลี่ยนงานอดิเรก ให้เป็นอาชีพหลักทำเงินไม่ใช่เรื่องเล่นๆของ นาดาชา ยอมรับว่าเคยท้อใจและเกือบโยนผ้ากันเปื้อนทิ้งก็หลายหน เธอเปรียบเทียบการธุรกิจก็เหมือนการวิ่งมาราธอนไม่ว่าเกิดอะไรขึ้นก็ต้องเดินหน้าต่อไปให้ถึงจุดหมาย การทำธุรกิจถือเป็นบททดสอบความอดทนได้ดีทีเดียว

จากบูธขายไอศกรีมตามตลาดนัด ตามงานต่างๆ การเติบโตอย่างมั่นคงและค่อยเป็นค่อยไปบวกกับอิทธิพลของการบอกกันปากต่อปาก ทำให้ The Ice Cream&Cookie มาถึงจุดของการเป็นซัพพลายเออร์ค้าส่งไอศกรีมที่ได้มาตรฐาน มีพื้นที่การผลิตขยายใหญ่กว่าเดิม 10 เท่า การันตีด้วย ISO 22000 มาตรฐานความปลอดภัยอาหารระดับสากล เริ่มต้นจากค้าปลีกไอศกรีม ไปสู่การเป็นซัพพลายเออร์มีโรงงานผลิตเพื่อขายส่ง นาดาชาไม่ต้องการยึดติดแค่การทำธุรกิจแบบ B2B เธอยังอยากขายปลีกให้ผู้บริโภคทั่วไปอยู่

ปี พ.ศ.2559 นาดาชาจึงขยายธุรกิจเพิ่ม เป็นธุรกิจ “Pint Society” ที่รับลูกค้าในรูปแบบสมาชิกรายเดือน เมื่อลูกค้าจ่ายค่าสมาชิกเดือนละ 28 ดอลลาร์ฯ สิ่งที่ได้รับคือทางบริษัทจะส่งไอศกรีมรสใหม่ๆ ที่ออกแบบมาอย่างพิถีพิถันตรงถึงบ้าน จำนวน 2 โป๊ว 2 รสชาติต่อเดือน โดยหนึ่งโป๊วจะมีปริมาณ 473 มิลลิลิตร หรือประมาณ 10-12 ลูก

การทำธุรกิจไอศกรีมในรูปแบบ Subscription Box มีข้อดีนอกเหนือจากการได้เข้าถึงผู้บริโภคแบบ B2C โดยตรง ยังทำให้ได้ทดสอบไอศกรีมรสชาติใหม่ๆ ที่คิดค้นขึ้น โดยนาดาชา และทีมงานจะระดมสมองคิดสูตรไอศกรีมขึ้นมา ทดลองทำและทดสอบรสชาติแล้วก็ส่งให้สมาชิกบริโภคเพื่อดูว่าได้รับการตอบรับมากน้อยแค่ไหน รสชาติไหนเป็นที่นิยมก็จะนำไปผลิตเพื่อขายส่งต่อไป

การทำธุรกิจไอศกรีมของนาดาชาจึงกลายเป็นมีทั้งแบบขายส่งและขายปลีกในรูปแบบที่แตกต่างกัน และเธอก็ต้องการทำให้ทั้งสองแบบพร้อมทั้งขยายการตลาดเพิ่มโดยปีทีแล้ว และความสำเร็จมาเยือนอีกครั้งเมื่อ The Ice Cream&Cookie ได้ถูกทาบทามให้วางขายในซูเปอร์มาร์เก็ตของสิงคโปร์ เช่น Cold Storage และ NTUC

เคล็ดลับสู่ความสำเร็จของการดำเนินกิจการไอศกรีมของนาดาชาคือ การไม่หยุดนิ่ง การลงทุนพัฒนาสินค้าและบริการอยู่เสมอ นอกจากไอศกรีมแซนด์วิชคุกกี้แล้ว นาดาชายังเพิ่มผลิตภัณฑ์ เช่น เค้กไอศกรีม และไอศกรีมบรรจุกระป๋องเป็นอีกทางเลือกให้ลูกค้าอีกด้วย

แต่สิ่งที่นาดาชาให้ความสำคัญมากที่สุดคือการรักษามาตรฐานสินค้าให้มีคุณภาพดี สูตรการทำไอศกรีมอาจค้นหากจากกูเกิลหรือยูทูบได้ แต่การคัดสรรวัตถุดิบคุณภาพและเทคนิคต่างๆ ในการผลิตคือหัวใจสำคัญที่ทำให้ไอศกรีมได้มาตรฐาน ไม่เท่านั้นเธอยังปรับปรุงเว็บไซต์ และระบบการสั่งซื้อสินค้าเพื่ออำนวยความสะดวกแก่ลูกค้าให้มากที่สุดเท่าที่จะทำได้ด้วย นาดาชาคาดหวังว่าในอีก 3 ปีข้างหน้า The Ice Cream&Cookie Co. จะขึ้นแท่นผู้ผลิตไอศกรีมยุคใหม่แห่งภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ และเธอเชื่อมั่นว่าการทุ่มเทให้กับธุรกิจจะทำให้เป้าหมายที่วางไว้เป็นจริงได้ **5**



สมโภชน์ จันทรสมบูรณ์ ต้น STARTUP ไทยโต แน่ก้าวข้าม 2 กับดัก

“มองภาพรวมทิศทางของ Startup ไทย ต้องบอกว่า เราจะได้เห็นการเผด็จการของ Startup ในปีนี้ Startup ที่แข็งแกร่งก็จะอยู่รอดได้ ส่วนใครที่ยังอ่อนแอก็แพ้ไป แต่ถ้าแพ้ไปแล้ว ควรรีบกลับมาใหม่ โดยอาจจะเปลี่ยนโมเดล ธุรกิจใหม่แล้วกลับมาใหม่ หรือกลับมาอยู่ในทีมที่เก่งกว่า”

นั่นคือสถานการณ์ของ Startup ในมุมมองของ สมโภชน์ จันทรสมบูรณ์ กรรมการผู้จัดการ ดีแทค แอดเซอเรเตอร์ เขาให้เหตุผลด้วยว่า ถึงแม้ว่าภาพรวมจะมีธุรกิจ Startup เกิดใหม่มากขึ้น แต่ในแง่ของการเติบโตและการอยู่รอดนั้นน้อยมาก โดยอย่างในปัจจุบันดีแทค แอดเซอเรเตอร์ มี Startup ในโครงการ 46 ธุรกิจ ซึ่งมีอัตราความสำเร็จของธุรกิจคิดเป็น 70 เปอร์เซ็นต์ โดยคิดเป็นมูลค่ารวมอยู่ที่ 5.1 พันล้านบาท และมีปริมาณการระดมทุนคิดเป็นมูลค่า 870 ล้านบาท แต่ถ้าดูภาพรวม Startup ทั้งประเทศปรากฏว่า Startup ที่อยู่รอดไม่ถึง 10 เปอร์เซ็นต์ที่ได้รับการลงทุนจากระดับ Seed ไปถึง Series

A อย่างต่อเนื่อง ซึ่งนับเป็นตัวเลขที่น้อยมาก สำหรับเหตุผลที่ทำให้ Startup ไทยติดกับดัก ไม่สามารถได้เงินลงทุนต่อเนื่องได้ สมโภชน์ อธิบายว่ามาจาก 2 ปัจจัยสำคัญ คือ

ประการแรก การมี Global Mindset ซึ่งโดยทั่วไป นักลงทุนในระดับ Series A และ Series B จะดูถึงการเติบโตในตลาดโลกด้วยว่า Startup รายนี้สามารถขยายและเติบโตในตลาดต่างประเทศได้หรือไม่ ในขณะที่ Startup ไทย เมื่อเริ่มต้นธุรกิจมักจะเริ่มด้วย Locally Mindset คิดว่าทำธุรกิจแค่ในประเทศไทยก็เพียงพอแล้ว การคิดแบบนี้ตั้งแต่เริ่มต้นจึงทำให้ทิศทางการทำธุรกิจไปได้แค่นั้นกว่าที่ Startup จะรู้ตัว คิดจะขยายตลาดไปต่างประเทศก็สายเกินไปแล้ว

ประการที่สอง การมีทักษะการจัดการ อย่างที่ทราบกันดีว่า ธุรกิจ Startup จะเติบโตอย่างรวดเร็วจาก ณ วันเริ่มต้นธุรกิจไปอีก 18 เดือนข้างหน้าต้องเติบโตเพิ่มขึ้น 10 เท่า หรือ 20 เท่า นั่นหมายความว่าหากการดูแลคน 5 คน ณ วันนี้ จะกลายเป็น 200 คนใน 12 เดือนข้างหน้า

ตรงนี้จึงเป็นความท้าทายความสามารถของผู้ก่อตั้งที่หลายคนทำไม่ได้

“Startup โตเร็ว 10 เท่าใน 10 เดือน ดังนั้นเขาก็ต้องเป็นซีอีโอที่ต้องมีทักษะการจัดการในแบบ 10 เท่าด้วย ขณะเดียวกันนักลงทุนใหญ่ๆ ที่ลง Series A และ Series B จะดูว่าธุรกิจนั้นจะไปสู่ระดับโลกได้หรือไม่ จะเติบโต 10 เท่าหรือไม่ และซีอีโอมีภาวะผู้นำแบบ 10 เท่าด้วยหรือไม่ เลย์ทำให้ Startup ไทยติดกับดักนี้ ไม่ใช่ไม่เก่ง หา Product Fit ไม่ได้”

การมองเห็นปัญหาของ Startup ไทยที่ไม่สามารถก้าวไปสู่การระดมทุนรับ Series A ดีแทค แอดเซอเรเตอร์ จึงเปิดหลักสูตร A Academy สำหรับ Startup ในดีแทค แอดเซอเรเตอร์ ที่จัดอยู่ในกลุ่มการลงทุนระดับ Series A โดยร่วมกับ Google/500 Startup และ VCs กลุ่มนักลงทุนชั้นนำในเอเชีย เป็นการสนับสนุนเส้นทางการหาเงินทุนที่จะช่วยให้ Startup ได้เงินทุนในมูลค่าถึง 100 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ ซึ่งเขาเชื่อว่าใน 3-5 ปีจะเห็น Startup ไทยได้เป็นยูนิคอร์นอย่างแน่นอน ๕



SME THAILAND
PRIVILEGE CLUB



EXCLUSIVE
COURSE ONLINE

สร้างจุดแข็ง ลดจุดอ่อนธุรกิจด้วย

BUSINESS MODEL CANVAS

คอร์สอบรมออนไลน์ หลักสูตรเทคนิคการประยุกต์ใช้ Business Model Canvas หรือ BMC เพื่อช่วยเราค้นหาคุณค่าที่จะนำเสนอแก่ลูกค้า

- การประเมินจุดแข็งและจุดอ่อนของธุรกิจ
- แนวทางในการยกระดับจุดแข็ง และลดข้อด้อยของจุดอ่อน

เริ่มตั้งแต่การทำความเข้าใจกับ BMC การอธิบายถึงวิธีการค้นหาคุณค่าที่จะนำเสนอแก่ลูกค้า รวมถึง ตัวอย่างการใช้ BMC มาพัฒนาธุรกิจ เช่น สตาร์ทอัพ อาชีวภาพ เขาก่อสร้างแอร์ไลน์ แอร์บีเอ็นอี และ ตัวอย่างของธุรกิจในประเทศไทยทั้งขนาดใหญ่ ขนาดกลาง และขนาดเล็ก



วันพฤหัสบดีที่ 25 เมษายน 2562

FB : SME Thailand Privilege Club (Member)

เวลา : 19.00 น.

โดย ดร.เกียรติอนันต์ ล้วนแก้ว

ผู้อำนวยการคณะทำงานจัดการองค์ความรู้และสื่อสารสาธารณะ คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์



เงื่อนไขกิจกรรมนี้สำหรับ : ผู้ถือบัตร SME Thailand Privilege Club
สอบถามรายละเอียดได้ที่ : คุณสุชนา (เอ) โทร. 0-2270-1123-4 ต่อ 115

f smethailandprivilegeclub



หลังการเข้ามาของเทคโนโลยีดิจิทัล
ทำให้ในวันนี้โลกธุรกิจเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว
หลายธุรกิจได้รับผลกระทบ
ซึ่งหากปรับตัวไม่ทันอาจโดน
Digital Disruption ได้

หลายบริษัทจึงปรับตัวด้วยการมองหานวัตกรรมเพื่อมาช่วยสนับสนุนธุรกิจหลัก ขณะเดียวกันก็มองหาโอกาสทางธุรกิจใหม่ๆ ไปด้วย โดยการตั้งบริษัทร่วมลงทุน (Venture Capital) ขึ้นมา เช่นเดียวกับ บริษัท มูนช็อต เวนเจอร์ แคปิตอล จำกัด Venture Capital ที่ ทวันท์ บุญยะวัฒน์ ประธานเจ้าหน้าที่บริหาร บริษัท มูนช็อต เวนเจอร์ แคปิตอล จำกัด บอกว่า เกิดขึ้นจากการร่วมลงทุนของหลายธุรกิจอุตสาหกรรม ทั้งภาคการผลิต โลจิสติกส์ ก่อสร้าง พลังงาน เป็นต้น มีมูลค่ากองทุน พันล้านบาท โดยจะให้นำมาลงทุนในธุรกิจ Startup ที่มีการคิดค้นและพัฒนาเทคโนโลยีขั้นสูง (Deep Tech) และที่เป็น Industrial Tech เป็นหลัก

“ทุกคนตื่นตัวเรื่อง Digital Disruption แต่โอกาสไม่เหมือนกัน อย่างสมมติถ้าเป็นบริษัทใหญ่ๆ เรื่องนี้จะง่ายมาก สำหรับเรา แต่กลุ่มที่เป็นบริษัทที่ไม่ใหญ่มากแต่รู้ว่าจะเกิด Digital Disruption เราจะทำอย่างไร วิธีการหนึ่งคือ คนที่มีความคิดเหมือนกัน เชื่อเหมือนกันก็มาร่วมมือกัน ฉะนั้นกลุ่มผู้ลงทุนในมูนช็อตจะเป็นธุรกิจอุตสาหกรรมที่อยู่ใน Real Sector ซึ่งมีทั้งภาคการผลิต พลังงาน โลจิสติกส์ ที่รู้ว่าจะเกิดอะไรขึ้น เชื่อว่าเทคโนโลยีดี มีอยู่ในโลกนี้ และต้องการเทคโนโลยีมาช่วยลดต้นทุน พัฒนาและต่อยอดให้กับธุรกิจเดิมให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น ขณะเดียวกันคือพยายามแสวงหาธุรกิจใหม่ๆ ที่น่าสนใจ”

ทั้งนี้ ทวันท์บอกเพิ่มเติมด้วยว่า มูนช็อตมีนโยบายการลงทุนตั้งแต่ระดับ Seed ถึง IPO โดยแต่ละ Stage ของการลงทุนจะมีวัตถุประสงค์การลงทุนที่ต่างกัน เช่น การลงทุนในช่วง Seed จะเป็นเรื่องของการหาพันธมิตร แต่จะลงทุนไม่มากเพราะเป็นช่วงของการทดลอง โดยจะเน้นลงทุนในระดับ Series A และ B เป็นหลัก และจะลงใน IPO บางตัว เพราะต้องการรีเทิร์นภายใน 2-3 ปี เป็นการบาลานซ์การลงทุนระหว่างการเงินกับเชิงกลยุทธ์ และสุดท้ายจะลงทุนในกองทุนร่วมลงทุนอีกด้วย

สำหรับการเลือก Startup เน้นมองว่าจุดที่ผลการดำเนินการ ไม่เคยธุรกิจ เทคโนโลยี ความรู้ความสามารถของผู้ก่อตั้ง และที่สำคัญคือ เชื่อหรือฟังคำแนะนำบ้างหรือไม่

“บางทีเจอ Tech ดีๆ แต่แนะนำอะไรไปไม่ได้เลย แล้วเราจะทำงานกันอย่างไร ต้องบอกว่าเขาอาจจะเชี่ยวชาญในเทคโนโลยี แต่เราก็มีความเชี่ยวชาญในการบริหารความเสี่ยง การจัดการ บัญชี เราก็จะเอาความเชี่ยวชาญของเราไปช่วยสนับสนุนเขา เพราะด้วยปรัชญาของมูนช็อตคือ ไม่ใช่ลงทุนแล้วปล่อยให้เขาโตเอง แต่เราจะช่วยให้เขาแข็งแกร่งขึ้น และช่วยสร้างเน็ตเวิร์กให้กว้างขึ้นด้วย”

หลังจากที่มูนช็อตได้ลงทุนใน Startup 2 รายคือ Startup ไทย และอิสราเอล แล้วในปีนี้จะคาดว่าจะลงทุนเพิ่มอีก 2-3 ราย โดยตั้งเป้าหมายลงทุนปีละ 200 ล้านบาท ๕

ข้อผิดพลาด ทางการเงิน ของ STARTUP มือใหม่

Text : วันวิสา ขามแสงชัยกิจ

ด้วยความเป็นมือใหม่ทำให้ Startup หลายรายมักลงทุน
ลงแรงและใช้พลังไปกับการสร้างและแสวงหาฐานลูกค้าจนละเลย
เรื่องการวางแผนทางการเงินไป และนี่คือ 5 ข้อผิดพลาด
ทางการเงินของคนที่จะก้าวเข้ามาทำธุรกิจสักทำกัน

1

ไม่วางแผนค่าใช้จ่ายเบ็ดเตล็ด

รู้ไหมว่าการจัดสรรงบใช้จ่ายเบ็ดเตล็ดเอาไว้เป็นทางรอด
อย่างหนึ่งเมื่อธุรกิจต้องเจอกับช่วงเวลาที่ทำหายหรือยากลำบาก
ดังนั้น จึงเป็นสิ่งสำคัญที่ต้องรู้จักหักหางบค่าใช้จ่ายเบ็ดเตล็ด
เอาไว้ตั้งแต่เริ่มต้น

2

วางโครงสร้างเงินทุนอย่างบิดเบี้ยว

หลายครั้งที่ Startup มือใหม่ไม่สามารถรักษาสอดคล้องระหว่าง
หนี้สินและส่วนของผู้ถือหุ้นได้ ไม่ได้ว่ามีผู้ถือหุ้นเยอะแต่หนี้
น้อย หรือหนี้เยอะแต่ผู้ถือหุ้นน้อย สิ่งเหล่านี้สามารถนำไปสู่การ
มีสัดส่วนที่ไม่พอดีและส่งผลต่อเรื่องของการลดเงินทุนหรือมีหนี้
สินที่มากเกินไปได้

3

ใช้ตัวชี้วัดแบบผิดๆ

เป็นเรื่องสำคัญที่ต้องทราบถึงข้อเท็จจริงที่ว่า การใช้ตัวชี้วัด
อย่างยอดการซื้อ-ขายสินค้ารวม เป็นเพียงส่วนหนึ่งของผลการ
ดำเนินงานของธุรกิจซึ่งไม่ใช่ภาพรวมทั้งหมด แต่การผลักดันให้
เกิดการเติบโตในแง่ของการเพิ่มรายได้ ถ้าไรสุทธิ การสร้างเงินสด
การรักษาระดับสินค้าคงคลังให้อยู่ในระดับต่ำ เป็นสิ่งที่คนทำ
ธุรกิจควรหันมาให้ความสนใจ เพื่อทำให้เกิดเสถียรภาพทางการเงิน
และการเติบโตของธุรกิจในอนาคต

4

ไร้แผนระดมทุนที่ถูกต้อง

หลายครั้งที่ Startup มือใหม่ขาดความรู้ในเชิงลึกเกี่ยวกับ
ขั้นตอนต่างๆ ของการระดมทุน เลยทำให้เกิดการรับร้อนจนเกินไป
ในการหาเงินทุนระหว่าง Series A, B, C และ D เป็นที่มาของ
การสูญเสียโอกาสสำหรับธุรกิจและเข้าถึงนักลงทุน เพื่อที่จะหลีกเลี่ยง
ข้อผิดพลาดเช่นนี้ ควรทำความเข้าใจถึงความแตกต่างของ
การระดมทุนแต่ละรอบให้ดี และเหตุผลที่ว่าทำไมต้องทำการ
ระดมทุน หลังจากนั้น ควรคิดกลยุทธ์ที่สามารถชี้วัดความเสี่ยง
ได้อย่างถูกต้อง รวมไปถึงการระดมทุนที่นอกเหนือจากการร่วม
ลงทุนแล้วยังต้องคำนึงถึงเรื่องหนี้ เพื่อที่จะทำให้มีโครงสร้าง
ทางการเงินที่สมดุล

Where to Find

พบกันทุกวันที่ 15 ของเดือน

กรุงเทพฯ/ปริมณฑล

- A10 Café & Co-Working Space
- Airport Rail Link

พญาไท / มักกะสัน / หัวหมาก / รามคำแหง

- Café Amazon
- Coffee Cakes

อาคาร 6 ชั้น 1 ทีโอที แจ้งวัฒนะ

- Coffee Corner

มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ (รังสิต)

- EL Mello (เอลเมลโล)

อาคาร Thai Summit Tower

- ES/PE/RO

ซอยสาธิต ซอย1

- Espresso Gallery

หน้าคอนโดมิเนียส ลาดพร้าว

- Galleria Café

ถ.กาญจนาภิเษก บางเขน

- Gallery กาแฟตรัง

หอศิลป์ฯ กรุงเทพมหานคร

- Gloria Jean's Coffees

K-Village / Honda Bigwing /

ชั้น 1 ตึกบัสตันท์

- Hubba

SIAM DISCOVERY / เอกมัย /

สีลม

- I-hin Café

ช.ลาดกระบัง 46/3

- INN-Office Coworking Space

โครงการ AQUA สะพานควาย

- Gil Coffee

อาคาร 5 ชั้นใต้ดิน ทีโอที แจ้งวัฒนะ

- Lord of Coffee

รามฯ164 / รามฯ112 / รามฯ160

- Mezzo

- MhakBuri Station

ช.เอกมัย 30 จอมทอง

- My Café the Library

Nawamin City Avenue

- One Ounce for Onion

เอกมัย ช.12

- Size S Coffee & Bakery

พาราณ 4

- SOMETHING BLACK

ตลาดสะพานมิตร 58 ซอยรัชดาภิเษก 4

- Staff Coffee

พหลโยธินเพลส ชั้น 1

- Ta Chance Coffee

เยื้อง ซ.เจริญกรุง 109

- TCDC

อาคารโปรเซสซิงกลาง บางรัก

- Think TANK (Third Place)

ถ.นางลิ้นจี่

- Timely Coffee

ช.เสียดิว 15 ถนนจอก

- TRUE INCUBE

4th floor Centerpoint SiamSquare

- Treat Cafe & Hang Out

เลข 28 (ตรงข้าม สส.สมิทธิ์โชติ)

- Veganerie

The Mercury Ville Chidlom 4th Fl.

- White Rabbit

ช.อารีย์สัมพันธ์ 5

- Yannawa Coffee

ท่าท่าการโปรเซสซิง ย่านนาวา

- Yesterday 's Tea Room

ปากซอยสะพานยาว ถ.ทรงวาด

- กาแฟหนังสือ

พระราชวังพญาไท ร.พ.พระมงกุฎ

- โกโก้ กาแฟสด

ช.ลายไหม 84

- หอสมุดและคลังความรู้มหาวิทยาลัยมหิดล

วิทยาเขตราชวิถี

- ห้องสมุดมารวย

อาคารตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

ถนนรัชดา

- ศูนย์การค้า ZPELL รังสิต

- ศูนย์ให้คำปรึกษาด้านทรัพย์สินทางปัญญา

และนวัตกรรม

ชั้น 4 กระทรวงพาณิชย์

อาคารตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

ถนนรัชดา

- โรงพยาบาลกรุงเทพ

ภาคเหนือ

กำแพงเพชร

- THE GYM

เชียงใหม่

- Chivit Thamma Da Coffee House

- เรียวทังคาเฟ่

เชียงใหม่

- Into the woods

- Neo Café

- โรงเรือน Yesterday

ถ.ดงมะไฟเชียงใหม่

- อาข่า อ่ามา

แม่ฮ่องสอน

- Coffe In Love

- ร้านกาแฟเข้าท่า ปาย

- ร้านสรวงกาแฟ

แพร่

- CK Coffee

- บ้านฮังล คอฟฟี่

ลำพูน

- Blacksmith

อุดรธานี

- Amezon จ้างาม

ภาคกลาง

ชัยนาท

- PAPER PLANE CAFÉ

- Me Ice cream

- The Marble

นครปฐม

- Pak Pink Bistro

นครสวรรค์

- รามเกียรติ์ คอฟฟี่

- แกะดำ Coffee

พิจิตร

- โรสกาแฟสด

ลพบุรี

- ค.กาแฟ ชดสด

สุโขทัย

- 379 Drip

อยุธยา

- The Barista Café

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

บุคคาร

- Bearista Coffee & Bakery

มหาสารคาม

- กาแฟร้านรมย์

เลย

- กาแฟสด อักเลย

- ปล่อยแสง เชียงคาน

ถนนชายโขง ช.10

- แม่น้ำมีแก่ง เกสเฮาส์

ถนนชายโขง ช.19

สุรินทร์

- Sit in

หนองคาย

- Cake Lamoon

ถ. โพนพิสัย

- Loft Café NK

อุดรธานี

- วนัสสตูดิโอ

- Dose Espresso

ภาคตะวันออก

จันทบุรี

- กาแฟร้อยตะวัน

ชลบุรี

- r POD Coworking Space

ตราด

- Kaotaa Coffee

- Hotel อี

ระยอง

- Dollars House

- Roux café

- รวยยอง

ภาคตะวันตก

ประจวบคีรีขันธ์

- Gallery กาแฟดริบ หัวหิน

- โซว์รูมรถ Ford หัวหิน

เพชรบุรี

- ชาญชาญ

- “JM Cuisine” / “เจ็กเม้ง”

- ร้านเค้กเมืองเพชร

ราชบุรี

- Morming Glory Resort

- IDYLL@DAMNOENSADUAK

ภาคใต้

กระบี่

- เค้ก ณ นภา

ตรัง

- Deeva Cup

- PASSIONE del Caffé

ภูเก็ต

- Love 2 eat

- กล้วยน้ำจืด

สงขลา

- Ma Maison

หาดใหญ่

- ร้าน TUBER

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 เพนดินบุลาร์ แอสโซซิเอตส์ จำกัด

- ธนาคารไทยพาณิชย์ สาขาพหลโยธิน เลขที่บัญชี 014-2-57097-9
- ธนาคารกรุงศรีไทย สาขาสำนักพหลโยธิน เลขที่บัญชี 799-2-07811-8

วิธีการสมัคร

กรอกข้อมูลให้ครบถ้วนแล้วส่งใบสมัครพร้อมหลักฐานการโอนเงินมาที่

บริษัท เพนดินบุลาร์ แอสโซซิเอตส์ จำกัด เลขที่ 100/6 ซอยอารีย์สัมพันธ์ 3

ถนนพหลโยธิน แขวงพญาไท เขตพญาไท กรุงเทพฯ 10400

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

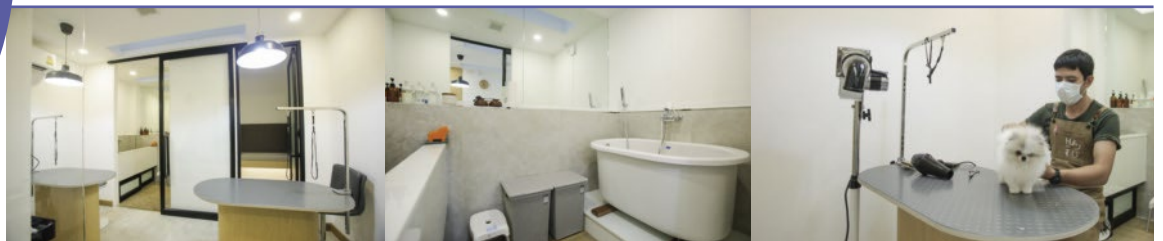
หรือทาง member.smethailandgroup@gmail.com

DECORATION Text : Duckkiez / Photo : Vipa Vadi



HATO
PET WELLNESS
CENTER

เหนือดีไซน์โค้งมน คือบริการที่ดีที่สุดเพื่อสัตว์เลี้ยง



ทุกวันนี้คนเราให้ความสำคัญและใส่ใจกับการเลี้ยงสัตว์มากขึ้น เห็นได้จากการเติบโตของตลาดสัตว์เลี้ยงเฉลี่ย 10-15 เปอร์เซ็นต์ ต่อปีทุกปี ผลของการเติบโตอย่างต่อเนื่องนี้ทำให้มีโรงพยาบาลสัตว์ เกิดขึ้นมากมาย แต่สัตว์แพทย์กลับได้แสดงศักยภาพที่มีเพียง 20 เปอร์เซ็นต์เท่านั้น ดังนั้น ม่อน-นสพ.สุพัต ปิยะชัยวุฒิ ที่หวัง อยากเห็นสัตว์แพทย์ได้ใช้ศักยภาพที่มีอย่างเต็มที่ จึงผุดธุรกิจใหม่ ที่ไม่มีในกรุงเทพฯ อย่าง Hato Pet Wellness Center ศูนย์ยกระดับ คุณภาพชีวิตสัตว์เลี้ยงครบวงจร

ศูนย์ฯ แห่งนี้ให้บริการ 1.คลินิกยกระดับคุณภาพชีวิตสัตว์เลี้ยง มีบริการวางแผนโปรแกรมการดูแลสัตว์เลี้ยง เพื่อให้สัตว์มีสุขภาพกาย และใจที่ดี 2.ตัดแต่งทรงขน โดยนักตัดแต่งทรงขนมากประสบการณ์ กว่า 15 ปี ไม่บังคับสัตว์ ไม่วางยาหลับ และ 3.สปาสัตว์เลี้ยงระดับ 5 ดาว มีให้เลือกหลายแพ็คเกจ เช่น แช่เกลือในอ่างจากุซซี่ สปาโคลน สปาขนนุ่ม และนวดด้วย Aroma Oil ที่สกัดจากสมุนไพร จึงปลอดภัยต่อสัตว์

ที่นี่ไม่เพียงดึงดูดคนรักสัตว์ด้วยบริการเพื่อสัตว์เลี้ยงที่ครบวงจร เพียงแห่งเดียวในใจกลางกรุงเทพฯ แต่การออกแบบตกแต่งก็ดึงดูดใจไม่แพ้กัน โดยออกแบบให้หรูหรา แต่เข้าถึงได้ง่ายผ่านการใช้ เส้นโค้ง ไม่ว่าจะเป็นประตูร้าน อุโมงค์ทางเข้าไปยังห้องต่าง ๆ หรือ แม้แต่โต๊ะ เก้าอี้

พื้นที่ที่เปิดประตูร้านเข้ามาจะพบกับโถงรับแขกที่ให้บริการอากาศ เหมือนห้องนั่งเล่นที่บ้าน มีแสงธรรมชาติส่องถึง ห้องจึงไม่มีติดไฟ เมื่อเดินผ่านอุโมงค์ภายในร้านแล้วมองทางขวามือจะเจอกับชั้นไม้

ดีไซน์เก๋สำหรับวางผลิตภัณฑ์สำหรับสัตว์เลี้ยงของทางร้าน ได้แก่ วิตามิน นำเข้า ผลิตภัณฑ์สปา และ Aroma Oil จัดไปเป็นห้องตัดแต่ง ทรงขนที่มีพื้นที่กว้างขวาง บริเวณกลางห้องมีโต๊ะสำหรับตัดแต่ง ทรงขนที่ดีไซน์ให้โค้งมน มีช่องแสงอยู่ด้านบน ช่วยให้การตัดแต่ง ทรงขนทำได้ง่ายขึ้น ภายในห้องมีห้องอาบน้ำที่มาพร้อมอ่าง จากุซซี่ และห้องสปาที่มีหมอนหนุนและไฟอะโรมาไลท์ซ่อนอยู่ใต้เบาะนวด สุนัขและแมวจึงรู้สึกผ่อนคลายเหมือนนอนบนโซฟาที่บ้าน

ในส่วนของพื้นที่ทางซ้ายมือแบ่งเป็นห้องพักสำหรับสุนัขและแมว ซึ่งแยกห้องออกจากกัน ห้องพักออกแบบให้มีความโค้งมน มีช่อง ประตูและช่องแสง ทำให้ทั้งสุนัขและแมวไม่รู้สึกลึดอัด และ ห้องตรวจที่มองเห็นสระว่ายน้ำสุนัขได้ถนัดตา ห้องนี้ตั้งใจออกแบบ ให้ดูเรียบง่าย แต่เริ่มและดูดี จึงเน้นใช้เฟอร์นิเจอร์หินอ่อน

“เราเลือกใช้ผลิตภัณฑ์และบริการมาดึงดูดลูกค้า เพราะเชื่อว่า ผลิตภัณฑ์และบริการที่ดีและแตกต่างสามารถเล่าเรื่องราวของธุรกิจ ได้ดี ทำให้ธุรกิจมีจุดขายที่น่าสนใจและสร้างการจดจำ เมื่อลูกค้า ตามหาบริการที่ดีที่สุดเพื่อสัตว์เลี้ยง Hato Pet Wellness Center จึงเป็นตัวเลือกแรกที่พวกเขานึกถึง”

Trail and Tail ช.สุขุมวิท 39 เปิดบริการ 10.00-20.00 น.

☎ 08-3797-9535

📍 hatopetwellness

📍 hatopetwellness

📍 @hatopetwellness

EATING OUT Text : Duckkiez / Photo : Vipa Vadi

ชีป่า 3 พิกัดดับร้อน

ใกล้ BTS เอกมัย-พร้อมพงษ์

Hello! SUMMER

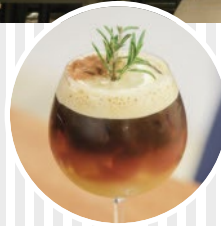
พูดถึงหน้าร้อน ของหวานและเครื่องดื่มเย็นๆ ก็เป็นอีกสิ่งที่จะช่วยดับร้อนได้ดีไปเช่นกัน ดังนั้น ฉบับนี้จะพาไปบุกบ้านของกันดั้มร้อน ย่านเอกมัย-พร้อมพงษ์ ที่อยู่ในใกล้รถไฟฟ้าจากสถานีรถไฟฟ้ามหานครสำคัญไม่ต้องเดินฝ่าแดดไถ่เหงื่อใกล้เลย เพราะมีวันมอเตอร์ไซค์ที่ให้บริการ



NANA'S GREEN TEA



YELLOW SPOON PASTRY



SOMETIMES I FELL

คาเฟ่ชื่อดังจากแดนอาทิตย์อุทัยที่ไม่ทำให้คนรักชาเขียว ผิดหวังแน่นอน เพราะเมนูส่วนใหญ่มีชาเขียวมาทอประกายพาดิ นำเข้าจากแหล่งปลูกที่ดีที่สุดในญี่ปุ่นเป็นส่วนผสมหลัก ร้านคุมโทนด้วยสีน้ำตาล แต่บรรยากาศไม่ทึม อัดอัด เพราะมีหน้าต่างกระจกทำหน้าทีรับแสงธรรมชาติ

เมนูดับร้อน : **Matcha Shiratama Parfait** พุดดิ้งชาเขียวมาทอประกายพาดิ ท็อปด้วยไอศกรีม ถั่วแดงกวน ชีเรียลกรุบกรอบ ไม่เหนียวหนึบ วิปครีม ราดด้วยซอสชาเขียว แก้วนี้พุดเลยว่ามีชั้นด้วยชาเขียวจริงๆ

เวลากับพวีน : ประมาณ 3 นาทีจากสถานีรถไฟฟ้ามหานคร
ชั้น 1 Donki Mall ช.เอกมัย 5
☎ 0-2120-4325
📍 nana's green tea Bangkok

คาเฟ่สีเหลืองสดใส ตกแต่งสไตล์มินิมอล เน้นใช้เฟอร์นิเจอร์ไม้ และรอบๆ ประดับด้วยต้นไม้สีเขียว ที่นี้โดดเด่นเรื่องความอร่อยของขนมโฮมเมด และเครื่องดื่มรสหวานที่ชวนให้อยากถ่ายรูปอวดเพื่อนบนโซเชียลมีเดีย

เมนูดับร้อน : **Under the Sea** บลูไฮดรอสฟีฟ้าน้ำทะเลรสเปรี้ยวซ่า ที่มาพร้อมฟองเยลลี่ปลาหลากสี และ **Iced Mango Tea** ชามะม่วงรสหวานอมเปรี้ยว มีเนื้อมะม่วงสุกให้เคี้ยวเล่น ท็อปด้วยน้ำแข็งใส มะนาวรสเปรี้ยวจัด

เวลากับพวีน : ประมาณ 5 นาทีจากสถานีรถไฟฟ้ามหานคร
ช.สุขุมวิท 63 (เอกมัย)
☎ 08-5482-2842
📍 yspastry

คาเฟ่เท่ๆ ที่คุมโทนด้วยสีน้ำตาล มีมุมให้ถ่ายรูปเยอะ มี Co-Working Space เล็กๆ ให้นั่งทำงาน และมีแกลเลอรีให้ศิลปินจัดแสดงงานศิลปะ เมนูเครื่องดื่มเป็นกาแฟเสิร์ฟส่วนใหญ่และใช้เมล็ดกาแฟไทยเป็นหลัก

เมนูดับร้อน : **Sleepwalk** แม่งเลเยอร์ 3 ชั้นให้เห็นชัดเจน ชั้นล่างเป็นน้ำเสาวรอส ชั้นสองเป็นเบอร์รี่ไซดา และชั้นบนเป็นเอสเปรสโซเชด เพื่อให้ตอนดื่มได้รสชาติของเลมอน แนะนำให้ใช้หลอดกดเลมอนให้จมลงไปก้นแก้วแล้วคน 2-3 รอบก่อนดื่ม และ **Orange Presso** สีส้มอมเหลืองนิดๆ จากน้ำส้มผสมสปาร์คคอลลิ่งตัดกันดีกับเอสเปรสโซช็อตสีเข้ม แก้วนี้หอมกลิ่นกาแฟและเปลือกส้ม

เวลากับพวีน : ประมาณ 1 นาทีจากสถานีรถไฟฟ้ามหานคร
ช.สุขุมวิท 31
☎ 08-9223-1493
📍 sometimesifeel.bkk

RELAX Text : Duckkiez

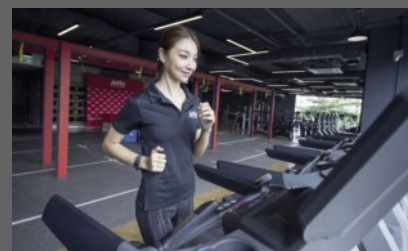
KAELYN COZY LIVING HOTEL



ที่พักสุดชิคใจกลางกรุงเทพฯ ที่นำความมีเสน่ห์ของสี่ลันในยุค 70's มาผสมผสานเข้ากับตกแต่งภายในยุค 2000's ห้องพักออกแบบภายใต้คอนเซ็ปต์ "บ้าน" ผู้เข้าพักจะสัมผัสได้ถึงความรู้สึกอบอุ่น สบายใจ ปลอดภัย และเป็นส่วนตัว มีห้องพัก 3 แบบให้เลือก ได้แก่ L Room, M Room และห้องไฮไลต์ S Room มาพร้อมเตียงสองชั้นชวนให้นึกย้อนไปถึงวัยเด็ก

ช.รามคำแหง 24 แขวง 6
☎ 06-4629-4623
🌐 www.kaelyncozyliving.com
📍 Kaelyn Cozy Living
📱 @kaelyncozyliving

JETTS



☎ 09-6808-5195
🌐 www.jetts.co.th

ฟิตเนสที่เปิดให้บริการตลอด 24 ชั่วโมง ให้บริการด้วยอุปกรณ์ที่ทันสมัย คลาสออกกำลังกายที่สนุกท้าทาย และเทรนเนอร์มืออาชีพที่พร้อมให้คำปรึกษา มีไฮไลต์ที่น่าสนใจมากมาย ไม่ว่าจะเป็นโยคะ พิลาทิส บอดี้คอมแบท รวมไปถึงคลาสออกกำลังกายแบบ High Intensity Training และคลาสสุดฮอตอย่าง J Series

ดับร้อนอย่างไรในซัมเมอร์นี้



เข้าสู่เดือนเมษายน
ซึ่งเป็นเดือนที่ร้อนอบอ้าวที่สุดของปี
หลายคนเพื่อรอช่วงเทศกาลสงกรานต์
จะได้เล่นสาดน้ำให้ชุ่มฉ่ำคลายร้อน
แต่สงกรานต์ปีนี้ไม่วัน
ที่เสื้อคือต้องทาวีรดับร้อนกันเอง
มาดูกันว่าเทคนิค
การทำร่างกายให้ไม่ร้อนรุ่ม
ในชีวิตประจำวัน
สามารถทำได้
ด้วยวิธีใดบ้าง

จิบน้ำเรื่อยๆ

เพื่อป้องกันร่างกายเกิดภาวะขาดน้ำ ไปไหนมาไหนควรมีกระบอกน้ำพกติดตัว หรือหากนั่งทำงานก็วางแก้วน้ำอยู่ใกล้ๆ ยิ่งวันไหน อุนหภูมิพุ่งสูงก็ยิ่งต้องจิบขึ้น การจิบน้ำบ่อยๆ เพื่อช่วยลดอุณหภูมิในร่างกายลง และชดเชยการสูญเสียเหงื่อ

การจับน้ำปลาคือดีที่สุด

แต่สำหรับคนที่ไม่ชอบน้ำจืดไร้รสชาติ แนะนำ Infused Water หรือน้ำแช่ผลไม้ก็ช่วยสร้างความสดชื่นได้ หรือจะ ใส่มุนีไปโรยโรกาก็เป็นปลดคันตาลแหย่นเจียบบักสร้างความชุ่มชื้นได้ดี ควรหลีกเลี่ยง กาแฟ และ เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ที่มีฤทธิ์ขับปัสสาวะเพราะจะทำให้ร่างกายขาดน้ำเพิ่มมากขึ้น

หากต้องเดินฝ่าแดดฝ่าไอร้อน

อย่าลืมใช้อุปกรณ์ป้องกันผิวจากยูวี หมวก ร่ม และแว่นกันแดด หลังจากที่ได้รับแดดมาและเข้าที่ร่มแล้วแต่ยังรู้สึกร้อน สามารถระบายความร้อนจากร่างกายได้ด้วยการชะโลมด้วยน้ำเย็นที่ชีพจรบริเวณข้อมือ จะทำให้เลือดบริเวณแขนเย็นลง ก่อนไหลเวียนไปยังส่วนอื่นของร่างกาย

รับประทานอาหารมือเล็กลง

เพราะในการเผาผลาญอาหาร ร่างกายต้องใช้พลังงาน ยิ่งรับประทานมื้อใหญ่ ร่างกายยิ่งเผาผลาญนาน และใช้พลังงานมากขึ้น ทำให้เกิดความอ่อนแอขึ้นในร่างกาย วันไหนอากาศร้อนจัด ลองลดปริมาณอาหารลง นอกจากช่วยลดอุณหภูมิร่างกาย ยังเป็นการลดน้ำหนักอีกด้วย

สวมเสื้อผ้าหลวมๆ ให้ผิวได้หายใจ

และเลือกผ้าที่ระบายความร้อนจากร่างกายได้ดี เช่น ผ้าฝ้าย ผ้าคอตตอน นอกจากนั้น หากรู้สึกว่าร่างกาย
ดูดความร้อนสะสมไว้มากจนรู้สึกไม่สบายตัว ให้ใช้ผ้าชุบน้ำเย็นบิดให้หมาดแล้วเช็ดตามแขนขา หรือ Cold Hot Pack
เจลประคบเย็นประคบตามร่างกายเพื่อทำให้อุณหภูมิลดลงได้ **๕**

ตำแหน่ง Social Media Marketing

คุณสมบัติ

- เพศ : ชาย
- อายุ : 25 ปีขึ้นไป
- ระดับการศึกษา : ปริญญาตรีในสาขาที่เกี่ยวข้อง
- มีประสบการณ์ด้าน Social Media Marketing 1 ปี ขึ้นไป

หน้าที่ความรับผิดชอบ

- ตรวจสอบความพร้อมของ Social Media
- ค้นหาข้อมูลเพื่อทำการตอบคำถามลูกค้าที่ติดต่อเข้ามาทาง Social Media
- รับฟังปัญหา ตอบโต้ และแก้ปัญหาให้กับลูกค้าที่ติดต่อผ่านทาง Social Media
- คิดเนื้อหาเพื่อที่จะใช้ในการสื่อสารบนช่องทางต่างๆ ตามแผนที่วางไว้ในทุกๆ วัน หรือตามความถี่ที่วางไว้
- ทำรายงานประสิทธิภาพของช่องทางต่างๆ
- ทำแคมเปญโฆษณาผ่าน Social Media อย่าง Facebook, Instagram และมีความสามารถด้านการทำ Adword, SEO ได้ตามเงื่อนไขที่ลูกค้ากำหนด
- อื่น ๆ ตามที่ได้รับมอบหมาย

ตำแหน่ง Web Development & Social Media

คุณสมบัติ

- เพศ : ชาย , หญิง
 - อายุ : ไม่จำกัด
 - ระดับการศึกษา : ปริญญาตรีในสาขาที่เกี่ยวข้อง
 - ประสบการณ์ : 1 ปีขึ้นไป
 - ออกแบบและพัฒนา Website และ Product ขององค์กรในรูปแบบ Website และ Mobile
 - มีความคิดสร้างสรรค์ และสามารถนำมาใช้งานจริงได้
 - มีความสามารถในการออกแบบ Website และจัดวาง Content ได้อย่างมีศิลปะ
 - หาช่องทางในการลงโฆษณา และโปรโมต Website และ Product ขององค์กร และลูกค้าให้เป็นที่รู้จัก
 - สามารถใช้โปรแกรม Photoshop, Illustrator, Flash, Dreamweaver ฯลฯ
 - มีความเข้าใจ HTML, CSS, PHP, MYSQL ฯลฯ
 - งานอื่นๆ ที่ได้รับมอบหมายจากผู้บังคับบัญชา
 - สามารถทำงานภายใต้ความกดดันได้เป็นอย่างดี
 - บุคลิกมีความกระตือรือร้น ชอบทำงานเชิงรุก
 - มีความชำนาญด้าน Social Network ทำแคมเปญโฆษณาตามลูกค้าสั่งได้
- จะได้รับการพิจารณาเป็นพิเศษ

หน้าที่ความรับผิดชอบ

- พัฒนาเว็บไซต์ของบริษัท และเขียนโปรแกรมเพื่อรองรับกิจกรรมสัมมนาให้กับบริษัท
- ออกแบบและสร้างเว็บไซต์อื่น ๆ ถ้ามี
- งานอื่นๆ ที่ได้รับมอบหมาย

เปิดรับ

คนรุ่นใหม่ไฟแรง

Fortune for Biz

Text : อ.อ้าย ฤทธิญา ying.aiy@gmail.com

15 เมษายน-14 พฤษภาคม 2562



ราศีมังกร

การทำงานยังมีปัญหาเข้ามาเรื่อย ๆ ส่วนใหญ่จะเป็นปัญหาจุกจิกเสียมาก ถ้าคุณเป็นหัวหน้าก็จะคอยแก้ปัญหาให้ลูกน้อง การเงินยังมีเงินหมุนเวียนไม่ติดขัด แต่อาจจะมียาจ่ายเข้ามาเป็นทางว่าทำให้เกิดอาการแพ้ผอมผอม ความรัก คนมีคู่จะใส่ใจเรื่องงานกับครอบครัว ไม่หวั่นไหวกับสิ่งยั่วยั่วหัวใจ ส่วนคนโสดจะคบใครก็ยากที่จะได้คนเก่ง หน้าที่การงานดีมาเป็นผู้



ราศีพฤษภ

การทำงานมีคนมองเห็นความสามารถของคุณ ทำให้คุณมีความมั่นใจในการทำงานอย่างเต็มที่ ใครที่เป็นเจ้าของกิจการก็สามารถทำให้อุทิศสำเร็จ มีชื่อเสียงเป็นที่ยอมรับ การเงินได้มาจากความสามารถล้วน ๆ การงาน ที่เกี่ยวกับต่างประเทศจะมีรายได้งาม ความรัก คนมีคู่เลิกระหว่างกัน เพราะจะทำให้มีปัญหาระยะยาวได้ คนโสดต้องออกสังคมถึงจะเจอคนรู้ใจ



ราศีกันย์

คุณกำลังเริ่มทำกิจการงานใหม่ ทำให้คุณปวดหัวพอสมควรค่อนข้างเป็นงานที่หนัก บางคนอาจจะต้องเดินทางไปทำงานต่างที่ต่างแดน คุณไม่มีเวลาส่วนตัวเลย โดยทั่วไปแล้วการเงินดูเรื่อยๆ ไม่มีอะไรหวือหวาและไม่ได้แย่งเงินไป เรื่องหัวใจไม่มีอะไรหวือหวา ต่างคนต่างทำงานเก็บเงิน ดูแลบ้านและครอบครัว คนโสดควรอยู่นิ่ง ๆ อย่าเพิ่งเข้าไปหาเรื่องใคร



ราศีตุลย์

กำลังมีแผนดี ๆ สำหรับอนาคต อยู่ระหว่างการดำเนินงาน การเตรียมความพร้อม ซึ่งจะมีการเดินทางไปในทางที่มีอนาคตที่ดี ขอให้ดูใช้ศักยภาพของตัวเองให้มากที่สุด ความสำเร็จไม่ไกลเกินเอื้อม การเงิน พยายามที่จะให้ได้ตามเป้าหมายที่ตั้งไว้ในที่สุด แต่ขอให้งามแผนให้ดี ความรัก คนโสดมีคนเข้ามาแต่ยังสองจิตสองใจ ยังตัดสินใจไม่ได้ คนมีคู่ต่างคนต่างทำงานความใส่ใจต่อกันลดน้อยลงไป



ราศีเมถุน

การทำงานมีความสบายใจมากขึ้น รู้สึกสบายใจกว่าที่ผ่านมา คนร่วมงานก็สมัครสามสามดีมากขึ้น การเงิน หมดไปกับเรื่องอาหารการกิน สังสรรค์กับเพื่อนฝูง ความรัก ของคนโสดยังอดคิดเรื่องเสียใจเดิม ๆ ไม่ได้ ทางที่ดีตั้งใจไปจะดีกว่า ส่วนคนมีคู่แล้วมีการวางแผนเรื่องของการสร้างอนาคตที่มั่นคงได้ดี



ราศีตุลย์

คุณควรระวังความขัดแย้งในที่ทำงาน มีคนจ้องจะจับผิด หรือมีการเปลี่ยนแปลงงานแบบกะทันหัน คนค้าขายพอได้กำไรไม่ได้ดีมากแต่ก็อยู่ในเกณฑ์พออยู่ได้ เรื่องการเงิน หมดไปกับการซ่อมแซมบ้านหรือซื้อบ้านใหม่ ความรัก คนรักกันช่วงนี้ระวังเรื่องการมีปากเสียงหรือเถียงกัน เกี่ยวกับเรื่องการเงินที่ต้องหมุนให้ทัน คนโสดอาจเป็นมือที่สามของคนอื่น สุขภาพระวังปวดคอปวดบ่า



ราศีมีน

การทำงานต้องทำให้จบและเคลียร์ของเดิมให้ได้ มิฉะนั้นดินพอกหางหมูจะทำให้เกิดปัญหาภายหลังได้ การเงินเจรจาต้องใช้เหตุผลและผลถึงได้มาดังใจ ทั้งการเงินเรื่องของธุรกิจ และการทวงถามหนี้สิน ความรัก ของคนโสดมีเกณฑ์พบเจอคนในที่ทำงาน หรือเรียนด้วยกัน คนมีคู่วางแผนท่องเที่ยวพักผ่อนด้วยกันบ้าง จะทำให้ชีวิตมีสีสันมากมาย



ราศีกรกฎ

ด้วยความเป็นมืออาชีพในการทำงานของคุณ ทำให้งานออกมาประสบความสำเร็จไปได้ด้วยดี การเงิน มีเรื่องเสียเงินเพราะคนอื่น การเสียเงินกับบุตรหลาน บริวารมากกว่าใช้เอง ความรัก คนโสดยังเปิดใจมองหาคนถูกใจถึงแม้จะแอบกลัว ๆ กลัว ๆ อยู่บ้าง คนมีคู่แล้วรักใคร่กันดี ที่โกรธกันจะมีลูกหลานมาเป็นกาวใจให้ สุขภาพปวดหลังปวดเอว



ราศีพิจิก

ให้คุณระวังปัญหาอย่างรุนแรงในที่ทำงานอาจจะมีปากเสียง ระวังความลุ่มหลงความโลภจะทำให้คุณเสื่อมเสีย การเงิน คุณต้องระวังอาจจะมียางพาง ของเสีย หรือเสียเงินแบบที่ไม่ควร จะเสียไปกับเรื่องไร้สาระ ความรัก หวานชื่นแก้อูกกันดี คนที่กำลังมีรักครั้งใหม่คุณจะมีหวัง คนโสดสิ่งที่คุณหวังในรักทุกอย่างจะดีขึ้น สุขภาพระวังเรื่องเกี่ยวกับช่องท้อง มดลูก



ราศีเมษ

ธุรกิจการงาน ใช้ความคิดการวางแผนเพื่อให้ได้ยอดตามเป้าหมายทางอาจจะเหนื่อยจนท้อแต่ในที่สุดด้วยความสามารถของคุณ ไม่ยากที่จะทำได้เป้าหมายเลย การเงิน รายได้มีเข้ามา แต่มีรายจ่ายที่จำเป็นรออยู่มากมาย บางทีต้องนำเงินเก่าเก็บมาใช้ ความรัก ที่โกรธจะคืนดีอย่างไรก็ยังหนีกันไม่พ้น คนโสดรักใคร่ใคร่ใคร่ต้องผ่านด่านคุณแม่ให้ได้



ราศีสิงห์

คุณเจอความวุ่นวายสิ่งที่ไม่คาดหัว หายกะกำลังมาเยือน หรือคนที่ทำงานเกี่ยวกับสิ่งที่ไม่เห็น เรื่องพรสวรรค์ งานจะหลังไหลเข้ามา มีมิตรภาพใหม่ๆ ในที่ทำงาน ค่าใช้จ่ายในช่วงนี้จะได้มาจากการทำงานเป็นหลัก ควรออมเงินไว้ใช้จ่าย เรื่องสุขภาพอาจจะเจ็บป่วยกะทันหัน ถ้าไม่ใช่คุณก็เป็นลูกหรือว่าสามี ความรัก คนมีคู่กำลังมองหาสิ่งที่จะทำร่วมกัน เช่น กิจการใหม่ คนโสดเร่งสร้างเนื้อสร้างตัวก่อน



ราศีธนู

คนค้าขาย ต้องมีความซื่อสัตย์ให้มาก ถ้าคุณคิดโกง คุณจะไม่มีเหลืออะไรเลย ช่วงนี้อายุเพิ่งลงทุนร่วมทุนกับใครระวังเรื่อง การโดนหักหลัง การเงิน คุณอาจจะมีคนมาขอความช่วยเหลือ หรือใช้เงินไปกับการเที่ยวกลางคืน ปาร์ตี้กับเพื่อน ได้ใช้จ่ายเงินแบบมีข้อดกด ความรัก แฟนของคุณอาจจะทำให้คุณหวาดระแวงให้คุณตั้งสติมีอะไรค่อย ๆ พูดจากัน



กสอ.จัดอบรมติดอาวุธให้ธุรกิจอาหารได้ด้วยนวัตกรรม

กองส่งเสริมผู้ประกอบการและธุรกิจใหม่ กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม กระทรวงอุตสาหกรรม ได้จัดฝึกอบรม ถ่ายทอดความรู้ในการจัดตั้งและขยายธุรกิจ สาขาการแปรรูปอาหารและอุตสาหกรรมอาหาร แห่งอนาคต ในชื่อหลักสูตร ติดอาวุธให้ธุรกิจอาหารได้ด้วยนวัตกรรม ระหว่างวันที่ 7-10 มีนาคม 2562 ที่ผ่านมา เพื่อมุ่งหวังให้ผู้ประกอบการนำนวัตกรรมเข้ามาใช้เพิ่มศักยภาพธุรกิจ ณ ชั้น 7 หอออกติทอเรียน อาคาร KX Knowledge Xchange วังเวียนใหญ่



K SME Good to Great

จิตราวีณี วรรณกร ผู้ช่วยกรรมการผู้จัดการ ธนาคารกสิกรไทย พร้อมด้วย 8 องค์การพันธมิตร แถลงข่าวการจัดโครงการ K SME Good to Great ปีที่สอง จัดคอร์สสัมมนาธุรกิจเก่งให้โตด้วยการสัมมนาให้ความรู้ แคมป์อบรมเชิงลึก และการให้คำปรึกษาแบบตัวต่อตัว เสริมความแข็งแกร่งให้แก่ผู้ประกอบการกลุ่มธุรกิจผลิตอาหารและเครื่องสำอาง และกลุ่มธุรกิจค้าปลีก ผู้ร่วมโครงการ 10 รายที่แข็งแกร่งที่สุดจะได้รับเงินรางวัลในการพัฒนาธุรกิจด้านนวัตกรรมและเทคโนโลยีรวม 1 ล้านบาทจากธนาคารกสิกรไทย



3 ดิจิทัลโซลูชันสุดล้ำจากทีเอ็มบี

ทีเอ็มบี เอสเอ็มอี เผยทิศทางการดำเนินธุรกิจในปี 2562 เน้นแก้ปัญหาหลักของ SME ไทย ทั้งปัญหาเรื่องการจัดการธุรกรรมการเงิน การบริหารจัดการพนักงาน และการเข้าถึงแหล่งเงินทุน โดยมีแนวทางการพัฒนา 3 ดิจิทัลโซลูชันเพื่อ SME ได้แก่ รายงานสุขภาพการเงินของ SME สวัสดิการด้านสุขภาพเพื่อพนักงานของ SME ที่ยืดหยุ่นและคล่องตัว และบริการให้สินเชื่อ SME ผ่านโมบายล์แอปพลิเคชัน



กรุงศรี เพิ่มธุรกรรมการค้าระหว่างประเทศ

ธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด (มหาชน) เผยกลยุทธ์กลุ่มงานลูกค้าธุรกิจ SME ในปี 2562 เดินหน้าสู่การเป็นธนาคารหลักสำหรับลูกค้าธุรกิจ SME ผสานความร่วมมือกับ มิตซูบิชิ ยูเอฟเจไฟแนนเชียล กรุ๊ป (MUFG) เพื่อต่อยอดธุรกิจให้ผู้ประกอบการไทยได้ประโยชน์จากเครือข่ายธุรกิจระดับโลก เพิ่มความคล่องตัวในการทำธุรกรรมระหว่างประเทศให้ลูกค้าสามารถดำเนินธุรกิจได้อย่างมีประสิทธิภาพ โดยตั้งเป้าปล่อยสินเชื่อใหม่ด้านการค้าระหว่างประเทศประมาณ 7,000 ล้านบาทในปี



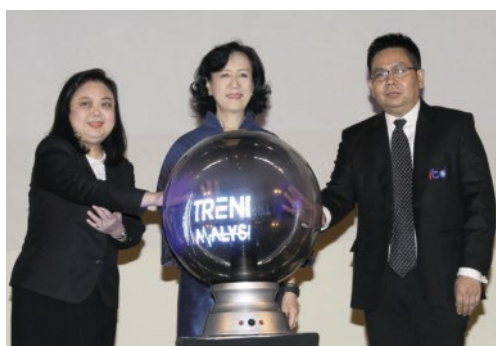
ออมสิน จัด “สตรีฟู้ด 4 มิติ” ยกระดับอาหารริมทาง

ธนาคารออมสิน เปิดโครงการ GSB Street Food เปลี่ยนชีวิต (กล้าคิด ชีวิตเปลี่ยน) จัดแข่งขันแสดงความคิดสร้างสรรค์ ภายใต้หัวข้อ “พัฒนาสตรีฟู้ด 4 มิติ” หรือ “4 D Street Food Upgrade” ประกอบด้วย 1.D Food ด้านอาหาร นอกเหนือจากส่วนผสม วัตถุดิบที่นำมาปรุงให้มีรสชาติดีเลิศ รวมถึงกระบวนการปรุงที่ดี ต้องปรับปรุงอาหารให้มีมิติใหม่ 2.D Innovation ด้านนวัตกรรม นำนวัตกรรมดี ๆ ทั้งวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีมาช่วยปรับปรุงอาหารให้น่าสนใจ 3.D Design การออกแบบการใช้ความคิดสร้างสรรค์อาหาร และ 4.D Marketing ด้านการตลาด ต้องมีมุมมองด้านการตลาดใหม่ๆ ทั้งนี้จะมีการนำเสนอภาพการแข่งขันในรายการเรียลลิตี้สตรีฟู้ด ผ่านสถานีโทรทัศน์ ช่อง True4U 24 ทุกวันอาทิตย์ เวลา 12.30-13.30 น.



เคทีซี เปิดตัว KTC FIT Talks

เคทีซี หรือบริษัท บัตรกรุงไทย จำกัด (มหาชน) ผู้นำธุรกิจสินเชื่อเพื่อผู้บริโภค ร่วมกับ 5 พันธมิตรธุรกิจออนไลน์ ได้แก่ ลาซาด้า, ทีวี ไดรเร็ค, ซิลิงโก้, ลอริอัล ไทยแลนด์ และ พอลฟา บาย ตามาคัน จัดงานเสวนาปันความรู้เพื่อร่วมสร้างสังคมไทยที่ยั่งยืน “KTC FIT Talks” ครั้งที่ 4 ในหัวข้อ “เจาะลึกธุรกิจอี-คอมเมิร์ซและข้อป้จออนไลน์ ทางออกเศรษฐกิจไทยยุคดิจิทัล” ณ ห้องประชุมใหญ่ เคทีซี



ประธาน “ไอทีดี” ปาฐกถาพิเศษ

วิบูลย์ลักษณ์ ร่วมรักษ์ ประธานกรรมการ สถาบันระหว่างประเทศเพื่อการค้าและการพัฒนา (ไอทีดี) ร่วมปาฐกถาพิเศษเรื่อง “แนวโน้มยุทธศาสตร์การค้าและการพัฒนาของประเทศไทยสู่ความยั่งยืน” ในงานสัมมนาและงานแถลงข่าว การเปิดตัวศูนย์ศึกษาวิเคราะห์แนวโน้มด้านการค้าและการพัฒนา เร็วๆ นี้



ส.ส.ก.จัดวิ่งการกุศล

สมาคมส่งเสริมเทคโนโลยี (ไทย-ญี่ปุ่น) หรือ ส.ส.ท. จัดกิจกรรมเดินวิ่งการกุศล “TPA Charity Run 2019 : พิงพิภมิมินารอรอน” ณ บริเวณหน้าศาลาภิรมย์ภักดี สวนลุมพินี เพื่อร่วมรณรงค์ให้ประชาชนได้ออกกำลังกาย เพื่อสุขภาพที่ดีสมบูรณ์แข็งแรง ส่งเสริมให้ครอบครัวได้ทำกิจกรรมร่วมกัน และมีโอกาสร่วมทำบุญ โดยรายได้ทั้งหมดหลังหักค่าใช้จ่ายจำนวน 200,000 บาท มอบให้มูลนิธิศูนย์แม่เริงเด็ตามเฉลิมพระเกียรติ เพื่อสมทบทุนสร้างบ้านพิงพิภมิมินารอรอน

INTRAPRENEUR

พนักงานหัวใจผู้ประกอบการ

Text : Ratchanee P.



เดี๋ยวนี้เราได้ยินคำว่า Entrepreneur รูปแบบใหม่ๆ กันมากขึ้น ไม่ว่าจะเป็น Solopreneur ผู้ประกอบการคนเดียว ที่อาศัยเทคโนโลยีดิจิทัลทำลายข้อจำกัดหลายๆ ด้าน จนทำให้ทำธุรกิจที่มีขนาดเล็กลงแต่ทรงประสิทธิภาพมากขึ้น หรือการเกิดขึ้นอย่างมากมายของเหล่า Multipreneur ผู้ประกอบการจอมโปรเจกต์ ที่ชอบทำธุรกิจพร้อมกันหลายๆ ธุรกิจ ล่าสุดยังมีคำว่า Intrapreneur หรือ ผู้ประกอบการภายใน ซึ่งก็คือพนักงานในบริษัทนี้แหละแต่มีหัวใจความเป็นผู้ประกอบการ

ลองจินตนาการว่าหากพนักงานที่มีทักษะและความสามารถเช่นเดียวกับ Entrepreneur มีความพร้อมและเต็มใจที่จะปฏิบัติงาน เหมือนเป็นผู้ประกอบการให้กับบริษัทของตนเองอย่างเต็มที่แล้วจะทำให้บริษัทเติบโตก้าวหน้าเพียงใด

Intrapreneur เป็นเทรนด์ใหม่ของบริษัทที่กำลังมองหาบุคลากรที่มีทักษะความเป็นผู้ประกอบการ ไม่ใช่แค่ความรู้ความสามารถทั่วไป เพราะเชื่อว่าหากพนักงานมีทักษะความเป็นผู้ประกอบการ มีโอกาสคิด เสนอไอเดีย นวัตกรรม และมีเป้าหมายชัดเจนในแบบฉบับของความเป็นผู้ประกอบการแล้ว บริษัทก็จะได้ไอเดียใหม่ๆ และความทุ่มเทการทำงานจากพนักงาน จะทำให้กลายเป็นบริษัทที่เติบโต

ด้วยนวัตกรรมและความคิดสร้างสรรค์ ดังนั้น จึงต้องมองหา และ พัฒนา Intrapreneur หรือผู้ประกอบการภายในให้เกิดขึ้นในบริษัท ขณะเดียวกัน หากมองในอีกมุมหนึ่งเดี๋ยวนี้หลายบริษัทประสบปัญหาพนักงานลาออกอยู่เนืองๆ โดยพนักงานหลายคนทีลาออกก็เพราะอยากลองไปทำธุรกิจของตนเองเพื่อไปตามความฝัน จนทำให้มีพนักงานเข้าๆ ออกๆ อยู่ตลอดเวลา เพื่อแก้ปัญหาเหล่านี้บริษัทหลายแห่งเริ่มหันมาส่งเสริมให้พนักงานพัฒนาตัวเองเป็น Intrapreneur สร้างความเป็นผู้ประกอบการภายในให้เกิดขึ้นในตัวพนักงานในองค์กร ดังนั้น การสร้าง Intrapreneur จึงเป็นการ Win-Win ทั้ง 2 ฝ่ายคือ พนักงานที่ได้ใช้ทักษะความเป็นผู้ประกอบการอย่างที่ต้องการ

และบริษัทที่ได้พนักงานที่มีมากกว่าความรู้ความสามารถทั่วไป

อย่างไรก็ตาม การที่จะให้พนักงานมีความเป็น Intrapreneur บริษัทเองก็ควรสนับสนุนทั้งเทคโนโลยีใหม่ๆ เปิดโอกาสให้พนักงานได้ลองผิดลองถูกเพื่อเป็นการสร้างประสบการณ์ การส่งเสริมให้พนักงานได้รับความรู้ใหม่ๆ การสร้างบรรยากาศที่เอื้อต่อการทำงาน รวมถึงการสร้างโปรแกรมผลตอบแทนที่สร้างแรงจูงใจแก่พนักงานอย่างเหมาะสม การได้เป็นหุ้นส่วนในบริษัทใหม่ หรือผลตอบแทนอื่นที่มากกว่าตัวเงิน เป็นต้น ซึ่งหากทำได้เช่นนี้ การเป็นบริษัทที่มีความคิดสร้างสรรค์ใหม่ มีนวัตกรรมที่จะสนับสนุนการเติบโตที่จะนำไปสู่ความสำเร็จในทางธุรกิจก็จะอยู่ไม่ไกล ๕

Refreshing Summer

Coconut Coffee & Tea

清椰咖啡 & 奶茶 สดชื่นจากมะพร้าว น้ำหอม

100%
Coconut
Juice & Meat



Thai Tea 泰式冰椰奶茶
R 85/ L 105



Matcha 冰椰抹茶
R 90/ L 110



Coffee 泰式冰椰咖啡
R 85/ L 105



*รูปภาพปรับแต่งเพื่อการโฆษณาเท่านั้น



NO TRANS FAT
CONDENSED MILK
COFFEE MATE



www.srtet.co.th

call center : 1690 ตลอด 24 ชั่วโมง





เพ้นทา!! สุดยอดนวัตกรรม ธุรกิจเอสเอ็มอี

เชิญชวนผู้ประกอบการไทยที่ธุรกิจมีนวัตกรรมโดดเด่นไม่ซ้ำใคร
ร่วมประกวดชิงรางวัลใน 9 สาขานวัตกรรม

SME THAILAND INNO AWARDS 2019

ชิงรางวัลรวมมูลค่ากว่า

1,000,000
บาท

สาขานวัตกรรม

- รางวัลโดดเด่นด้านนวัตกรรมธุรกิจบริการ
- รางวัลโดดเด่นด้านนวัตกรรมบริการจัดการองค์กร
- รางวัลโดดเด่นด้านนวัตกรรมผลิตภัณฑ์
- รางวัลโดดเด่นด้านนวัตกรรมซอฟต์แวร์
- รางวัลโดดเด่นด้านนวัตกรรมการออกแบบ
- รางวัลโดดเด่นด้านนวัตกรรมเพื่อสิ่งแวดล้อม
- รางวัลโดดเด่นด้านนวัตกรรมการตลาด
- รางวัลโดดเด่นด้านนวัตกรรมเพื่อสุขภาพ
- รางวัลโดดเด่นด้านนวัตกรรมเพื่อสังคม

รางวัลพิเศษ!

THE BEST SME THAILAND
INNO AWARDS 2019

สมัครวันนี้ - 30 มิถุนายน 2562

สอบถามข้อมูลได้ที่ : คุณพิรพงษ์ 08-1614-2611

download

[www.smethailandclub.com/
Innoawards2019](http://www.smethailandclub.com/Innoawards2019)