FREE

SME encourage you to start your own biz

SME STARTUP

ISSUE 69 | JUNE 2019



RESKILL YOURSELF for Quick Success

นิภัทรา ตั้งพจน์ทวีผล



5 YEARS ANNIVERSARY







Photo : ปกรณ์ พลชัย

5 ปี กับการ ENCOURAGE YOU TO START YOUR OWN BIZ

ในเดือนนี้นิตยสาร SME Startup ครบรอบปีที่ 5 ก้าวเข้าสู่ปีที่ 6 ซึ่งนับจากวันเริ่มต้นที่นิตยสาร SME Startup ถือกำเนิดขึ้น เราพยายามสรรหาองค์ความรู้ดีๆ ที่เป็นประโยชน์ รวมถึงนำเสนอเรื่องราวต่างๆ ในแวดวงธุรกิจ SME มาให้กับผู้อ่านทุกคน ตามแนวคิดของ SME Startup ที่ว่าเราจะ Encourage You to Start Your Own Biz

ทั้งนี้ หากมองย้อนกลับไปตลอดการเดินทาง 5 ปี เราสัมภาษณ์ผู้ประกอบการมากหน้าหลายตาในหลายธุรกิจ เพื่อนำมาบอกเล่ากับผู้อ่าน ทั้งความสำเร็จ ความล้มเหลว กลยุทธ์ ไอเดีย แรงบันดาลใจ จนถึงวันนี้มีผู้ประกอบการที่มีบทสัมภาษณ์อยู่ในหน้า SME Startup หลายคนเติบโตแบบก้าวกระโดดไปไกลมาก ขณะที่บางคนค่อยๆ ขยับขยายตัวเองแบบค่อยเป็นค่อยไปตามสไตล์ของตนเอง ส่วนบางคนก็ต้องปรับเปลี่ยนการทำธุรกิจเพื่อค้นหาสิ่งที่ใช่ต่อไป และบางคนถึงกับต้องเปลี่ยนเส้นทางเดินจากการทำธุรกิจไปเลยก็มี แต่นั่นก็เป็นเรื่องของความเปลี่ยนแปลงที่ไม่ว่าใครก็ต้องเจอ โดยเฉพาะอย่างยิ่ง ในยุคของคลื่นเทคโนโลยีดิจิทัลที่เราจะต้องปรับตัวให้ทัน

นิตยสาร SME Startup ก็เช่นเดียวกัน ในช่วงที่ผ่านมาต้องเผชิญกับความท้าทายต่างๆ มากมาย แต่เราก็พยายามที่จะพัฒนาและปรับเปลี่ยนตัวเองอยู่ตลอดเวลา เพื่อให้สามารถยืนหยัดและก้าวไปพร้อมๆ กับการเปลี่ยนแปลงได้ เพื่อจะได้สร้างสรรค์สาระดีๆ มาให้กับผู้อ่านต่อไป

รัชนี พันธ์รุ่งจิตติ
บรรณาธิการ
nee_pan@hotmail.com
SME Startup

ติดตามข่าวสารและข้อมูลที่น่าสนใจได้ใน
SME Startup **@Sme start_up** **www.smethailandclub.com/startups.html**

Managing Director : Vinai Virojjariyakorn
Editor in Chief : Sujitra Boonyakajorn
Editor : Ratchanee Panrungjitti
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 : Kitja apichonrojarek
Photographer : Jetsadar Yodsurang
Art Director : Supphathada Numamnuay
Head of Proofreading : Udom Woracharuwan
Proofreader : Woranuch Totob
Director of Advertising and Marketing : Sujitra Boonyakajorn
Account Director : Somwut Somsa
Account Manager : Somjai Jirathiyut
Assistant Account Manager : Sirinath Saikrajang
Senior Account Executive : Thanyawan Kaewnoo
Account Executive : Naiyana Prangphupha
Marketing Officer : Jutiporn Lochaya, Natthaporn Samaki
Subscription Executive : Thanavadee Yathai
Head of Finance and Accounting : Nittaya Sangthip
Finance and Accounting Officer : Rinwadee Wongsuwan

สำนักงาน บริษัท เพนนินซูลาร์ แอสโซซิเอทส์ 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 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 จำกัดเท่านั้น และข้อเขียน บทความ รวมทั้งข้อคิดเห็นใดๆ ที่ตีพิมพ์ในนิตยสาร SME STARTUP เป็นความคิดเห็นส่วนบุคคล บริษัท เพนนินซูลาร์ แอสโซซิเอทส์ จำกัดไม่จำเป็นต้องเห็นด้วย

CONTENTS

8
CREATIVE&IDEA
SAWASDEE-JA มะม่วงน้ำปลาหวานฟรีซดราย เพียงฉีกซองก็กินได้เลย!

10
MARKETING
Mass VS Niche ตกปลาทั้งทีต้องตกให้ถูกบ่อ ตอนที่ 1 และคอนเทนต์ไวรัลสร้างง่ายใน 3 สเตป

12
YOUNG MONEY MAKER
แปรของเก่าเป็นเงิน ThredUP ร้านเสื้อผ้ามือสองออนไลน์แนวใหม่

14
TECH STARTUP
Startup ไทย จะไปให้ไกล ต้องคิดอย่างไรตั้งแต่วันแรก? และคาเฟ่ติวหนังสือแห่งแรกใช้แอปฯ จับคู่นักเรียนกับติวเตอร์

16
SCOOP
เมื่อ LINE@ เปลี่ยนมาเป็น LINE Official Account SME จะรับมือกันอย่างไร?

22-23
SELF-EMPLOYED
KAAB กระเป๋าสุดชิกรังสรรค์จากกาบกล้วยของ ธนัญญา ธุวานนท์ และ HAUL ถุงเท้าซ่อนลายพิเศษ ตาไม่ดี หาไม่เจอ ของ กรกมล เธียไพรัตน์ และ ศิริพร ลีลาสุขสวัสดิ์

25
HEALTH
วิธีลดความเสี่ยงโรคสมองเสื่อม และเทคนิคสำหรับมือใหม่หัดไปยิม

26
LIFESTYLE
AKIRART ย้อนเวลาสู่โลกออฟฟิศยุค 80's

รักษ์ป่าน่าน

facebook / เรียนรู้รักษ์ป่าน่าน

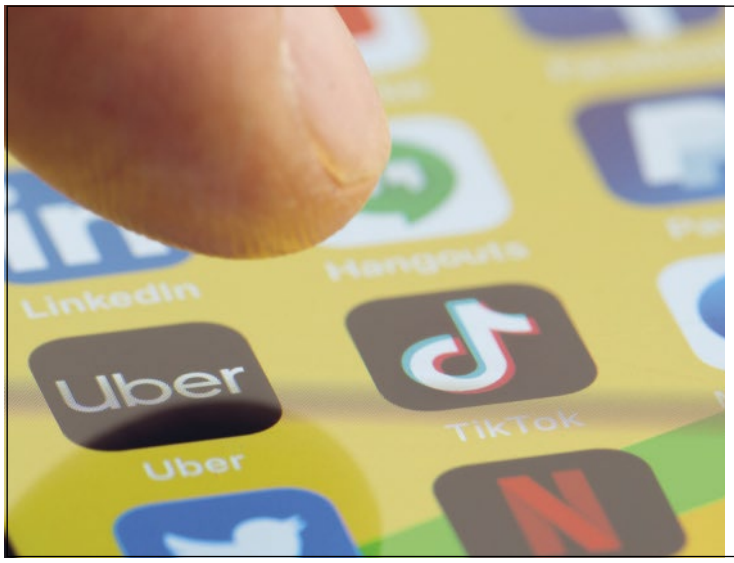
สิ่งดี ๆ...กำลังจะเกิดขึ้น

วันนี้ พวกเราชาวบ้าน 99 ตำบลที่จังหวัดน่านพร้อมร่วมมือร่วมใจ
กับภาครัฐและภาคเอกชน ร่วมเส้นทาง “น่าน แซนด์บอกซ์”
ปฏิรูปการแก้ปัญหาป่าต้นน้ำน่าน ภายใต้ครรลองประชารัฐ
เพื่อฟื้นฟูป่าต้นน้ำน่านให้กลับมาสมบูรณ์อีกครั้ง

สแกนเพื่อดูคลิป

โปรโม โมรียา จุฑานุกาล
นักกอล์ฟหญิงไทยมืออันดับ 20 ของโลก
และแชมป์ LPGA 1 รายการ (มกราคม 2562)

โปรเม เอรียา จุฑานุกาล
นักกอล์ฟหญิงไทยมืออันดับ 1 ของโลก
และแชมป์ LPGA 10 รายการ (มกราคม 2562)



อย่ามองข้าม TikTok

TikTok แอปพลิเคชันวิดีโอสั้นจากจีนที่เดิมมีชื่อว่า Music.ly ผู้ใช้สามารถแก้ไขและเพิ่มเพลงในวิดีโอก่อนโพสต์ในแอปฯ ได้ โดยปีที่ผ่านมาได้รับความนิยมมากจากฝั่งสหรัฐฯ และออสเตรเลีย มีการประมาณการว่า TikTok มีผู้ใช้มากกว่า 500 ล้านคน ซึ่งมากกว่าผู้ใช้ Twitter และ Pinterest ด้วยเหตุนี้จึงทำให้ TikTok กลายเป็นหนึ่งช่องทางทำการตลาดที่ผู้ประกอบการมองข้ามไม่ได้

ด้วยความที่ผู้ใช้ส่วนใหญ่กว่า 41 เปอร์เซ็นต์เป็นหนุ่มสาวอายุระหว่าง 16-24 ปี แบรนด์ที่เหมาะจะทำการตลาดผ่านแอปฯ นี้จึงควรเป็นแบรนด์ที่กลุ่มลูกค้าเป็นวัยรุ่นชายหญิง วิธีทำการตลาดใน TikTok ให้รอดมี 2 วิธีให้เลือก วิธีแรกคือ ใช้คนดัง เช่น ให้คนดังสาธิตการใช้สินค้าของแบรนด์ วิธีนี้มีโอกาสประสบความสำเร็จสูง เพราะผู้ใช้ 1 ใน 3 เชื่อในสิ่งที่คนดังพูดมากกว่าแบรนด์พูด และวิธีที่สองคือ แบรนด์สร้างคอนเทนต์เอง เช่น แบรนด์เบเกอรีโชว์ทำเค้กไปพร้อมกับเต้นท่าฮิตในกระแส วิธีนี้จะประสบความสำเร็จถ้าคอนเทนต์เจ๋งจริง และโดดเด่นกว่าคอนเทนต์ไวรัลที่ TikTok นำมาให้ผู้ใช้เล่น

ลองจัดสักหนึ่งแคมเปญดูซิ

แอร์เย็นเกิน ทำประสิทธิภาพการทำงานผู้หญิงลด?

การเร่งเครื่องปรับอากาศให้เย็นฉ่ำใช่ว่าจะดี เพราะข้อมูลงานวิจัยของ Tom Chang นักวิจัยจาก USC's Marshall School of Business และ Agne Kajackaite นักวิจัยจาก WZB Berlin Social Science Center ระบุห้องทำงานที่ตั้งอุณหภูมิเครื่องปรับอากาศไว้ที่ 20-22 องศาเซลเซียส มีผลให้ประสิทธิภาพการทำงานและความสามารถในการเรียนรู้และการจดจำของผู้หญิงลดลง ผิดกับฝั่งของผู้ชายที่อุณหภูมิเย็นจัดในห้องทำงานไม่ทำให้ประสิทธิภาพการทำงานลดลง อีกทั้งยังทำให้รู้สึกสบายใจ ทั้งนี้ งานวิจัยยังระบุอีกว่า ทุกๆ การเพิ่มอุณหภูมิขึ้น 1 องศาเซลเซียส ประสิทธิภาพการทำงานของผู้หญิงก็เพิ่มขึ้นตามไปด้วย สำหรับอุณหภูมิในห้องทำงานที่เหมาะกับผู้หญิงคือ 25 องศาเซลเซียสขึ้นไป

ปรับอุณหภูมิให้เหมาะกับเพศ แล้วจะได้งานที่มีคุณภาพ





ยูนนาน เมืองดิจิทัลแห่งใหม่ของจีน

ยูนนาน มณฑลของจีนที่เป็นที่ตั้งของสวรรค์บนดินอย่าง Shangri-La กำลังอยู่ระหว่างการปรับเข้าสู่การเป็นเมืองดิจิทัล มีการนำเทคโนโลยีมาใช้ยกระดับอุตสาหกรรมท่องเที่ยวให้ดียิ่งขึ้น เช่น ใช้เทคโนโลยีจดจำใบหน้ามาเพิ่มความรวดเร็วในการเข้าไปยังสถานที่ท่องเที่ยว มีบริการซื้อตั๋วออนไลน์ นักท่องเที่ยวจึงไม่ต้องเสียเวลาต่อคิวซื้อตั๋วเข้าสถานที่ท่องเที่ยว ติดตั้งเซ็นเซอร์ตามทางหลวง จึงชำระค่าผ่านทางได้ทันทีโดยไม่ต้องหยุดชะลอรถ และค้นหาห้องน้ำที่ใกล้ที่สุดผ่านแอปฯ ที่พัฒนาร่วมกับ Tencent บริษัทด้านเทคโนโลยียักษ์ใหญ่ของจีน ซึ่งการที่รัฐบาลยูนนานเลือกจับมือกับ Tencent นั้นมาจากการเติบโตอย่างต่อเนื่องของบริษัท และความเชื่อมั่นว่า Tencent จะผลักดันให้การเป็นเมืองดิจิทัลของยูนนานเกิดขึ้นจริงในเวลาอันใกล้

จับมือกับ Tencent ทั้งทีต้องมีสิ่งใหม่ออกมาให้ตื่นเต้นแน่นอน

MAKE EVERY DETAIL PERFECT AND LIMIT THE NUMBER OF DETAILS TO PERFECT.

-- Jack Dorsey ผู้ร่วมก่อตั้ง Twitter --

ทำทุกรายละเอียดให้สมบูรณ์แบบ และจำกัดจำนวนของรายละเอียดที่จะทำให้สมบูรณ์แบบ



4 เทรนด์คอนเทนต์ครึ่งปีหลังที่ต้องรู้

แม้เวลาจะล่วงเลยเข้าสู่ช่วงครึ่งปีหลัง แต่เทรนด์การสร้างคอนเทนต์ก็ยังคงร้อนฉ่าไม่แพ้ช่วงต้นปี โดย 4 เทรนด์ที่ทำให้ลูกค้าใส่ใจกับคอนเทนต์ที่แบรนด์ส่งถึง คือ 1.ความกระชับ จะยาวจะสั้นก็ขอให้มีเนื้อหาจริงๆ ไม่เวิ่นเว้อจนจับใจความไม่ได้ 2.ความจริง นอกจากผู้ถือหุ้นและพนักงาน ลูกค้าเป็นอีกคนที่ต้องการความจริงและความโปร่งใสจากแบรนด์ ดังนั้น คอนเทนต์ที่พวกเขามองว่ามีคุณค่าและกดไลค์กดแชร์ด้วยความยินดีคือ คอนเทนต์ที่ข้อมูลเป็นจริง ไม่บิดเบือน มีประโยชน์ 3.ใช้ข้อมูลให้เป็นประโยชน์ สิ่งที่แบรนด์ต้องทำเพื่อให้คอนเทนต์ตรงตามความสนใจลูกค้าคือ เก็บข้อมูลต่างๆ เกี่ยวกับลูกค้า เช่น ความชอบ พฤติกรรม ไลฟ์สไตล์ จากนั้นนำข้อมูลมาวิเคราะห์ เพื่อหาความสนใจของลูกค้า แล้วจึงผลิตคอนเทนต์ออกมา และ 4.รายได้ต้องเกิดเมื่อสไตล์การเขียนคอนเทนต์มีเอกลักษณ์และตัวเลขการมีส่วนร่วมเพิ่มสูงก็ถึงเวลาสร้างรายได้จากการรับผลิตคอนเทนต์ให้ลูกค้า เพราะตัวเลขความสำเร็จที่เกิดขึ้นกับคอนเทนต์การันตีให้ลูกค้ามั่นใจได้ว่า คอนเทนต์ที่แบรนด์ผลิตจะไม่ทำให้พวกเขาต้องเสียเงินจ้างโดยเปล่าประโยชน์

หยิบไปปรับใช้ได้ตามสะดวก

NEW! ISUZU D-MAX

TRI PETCH GROUP
กลุ่มตรีเพชร : ทุกสิ่งเป็นจริงได้

อีซูซุดีแมคซ์ ไฮแลนเดอร์ รุ่นพิเศษ! **สเทลธ์**

STEALTH

ทะยานเหนือชั้น ดุดันทุกองศา



เท่เต็มขั้น
สเทลธ์ 4 ประตู

ดุดันใหม่!
สเทลธ์ 2 ประตู

เท่เหนือชั้น ด้วยชุดแต่ง

STEALTH BLACK PACKAGE

ทั้งภายนอกและภายใน

พร้อมทางเลือกใหม่! รุ่น 2 ประตู

และ ขุมพลัง 3.0 ดีดีไอ บลูเพาเวอร์

1.9/3.0 Ddi BLUEPOWER

ISUZU Leasing 0-2792-2000

TRI PETCH insurance service 0-2792-2160

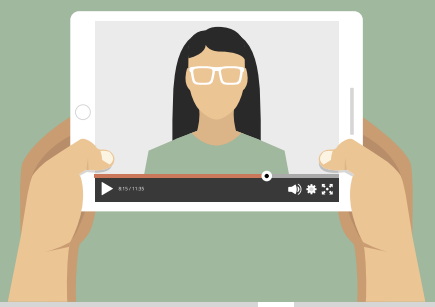
ISUZU HOTLINE สายด่วน 0-2118-0777 ลูกค้าสัมพันธ์ บริการข้อมูลตลอดไม่มีวันหยุด 24 ชม.

บริษัท ตรีเพชรอีซูซุเซลส์ จำกัด www.isuzu-tis.com

All-New Isuzu D-max

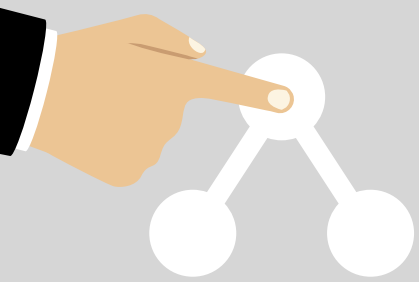
LINE : ISUZUTHAILAND

พฤติกรรมต้องรู้ GEN Z



ส่องรีวิว ก่อนซื้อแค่ไหน?

แชร์ รีวิวสินค้าที่ใช้ มากน้อยแค่ไหน



- 27% ทุกครั้ง
- 37% ส่วนใหญ่
- 28% บางครั้ง
- 6% นานๆ ครั้ง
- 2% ไม่เคย

มองหา รีวิวสินค้า ที่สนใจจะซื้อ หรือไม่

- 68.7% บ่อยมาก
- 27.3% ค่อนข้างบ่อย
- 3.2% ไม่บ่อยมาก
- 0.8% ไม่เคย



ก่อนซื้อสินค้าใหม่ หรือแบรนด์ใหม่ ต้องการความเห็น จากใคร

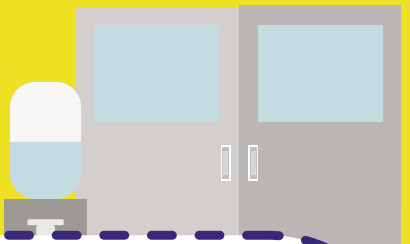
	เพื่อน และ ครอบครัว	คนที่ติดตาม และ โซเชียลมีเดีย	เซเลบริตี	บล็อกเกอร์ และ ผู้มีอิทธิพล	โฆษณา	ออนไลน์ รีวิว
	80%	65%	18%	50%	30%	79%
อย่างมาก	58.8%	22.8%	6.4%	15.6%	7.1%	1.3%
ค่อนข้างมาก	26.7%	38.9%	10.5%	30.4%	13.9%	4.3%
ไม่แน่ใจ	11.2%	29.4%	28.1%	35.2%	34.5%	18.1%
ค่อนข้างน้อย	1.7%	7.0%	31.9%	13.0%	29.4%	40.9%
ไม่เลย	1.6%	1.9%	23.1%	5.8%	15.1%	35.4%

เชื่อความเห็นจากใครมากที่สุด

ที่มา : www.adweek.com

โดยกองทุนประกันสังคม

ลูกจ้างลาออก-เลิกจ้าง ประกันสังคมพร้อมดูแล





เมื่อผู้ประกันตนสิ้นสุดความเป็นผู้ประกันตน
สามารถใช้สิทธิประกันสังคมต่อได้อีก 6 เดือน
โดยมิต้องเสียค่าใช้จ่าย ได้ 4 กรณี ได้แก่

เจ็บป่วย | คลอดบุตร | ทุพพลภาพ | เสียชีวิต

เมื่อผู้ประกันตนจ่ายเงินสมทบมาแล้ว

ไม่น้อยกว่า **6 เดือน** ภายในระยะเวลา **15 เดือน** ก่อนการว่างงาน

ว่างงานก็มีเงินใช้

กรณีถูกเลิกจ้าง

ได้รับเงินทดแทนระหว่างการว่างงาน
ปีละไม่เกิน 180 วัน

ในอัตราร้อยละ 50
ของค่าจ้างเฉลี่ย

เช่น ผู้ประกันตนมีเงินเดือนเฉลี่ย 10,000 บาท
จะได้รับเดือนละ 5,000 บาท

กรณีลาออก/สิ้นสุดสัญญาจ้าง

ได้รับเงินทดแทนระหว่างการว่างงาน
ปีละไม่เกิน 90 วัน

ในอัตราร้อยละ 30
ของค่าจ้างเฉลี่ย

เช่น ผู้ประกันตนมีเงินเดือนเฉลี่ย 10,000 บาท
จะได้รับเดือนละ 3,000 บาท

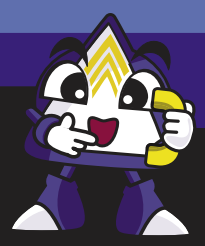
ขั้นตอน

ลูกจ้างต้องไปขึ้นทะเบียนผู้ว่างงานที่สำนักงานจัดหางานของรัฐหรือทางเว็บไซต์
https://empui.doe.go.th/auth/register_member/1
ภายใน 30 วัน นับแต่วันที่ว่างงาน

ผู้ประกันตนยื่นแบบ (สปส. 2-01/7)
พร้อมเอกสารประกอบการยื่นแบบคำขอได้แก่ สำเนาบัตรประจำตัวประชาชน
สำเนาสมุดบัญชีเงินฝากธนาคารประเภทออมทรัพย์ ณ สำนักงานประกันสังคม

รายงานตัวเดือนละ 1 ครั้ง ผ่านทางระบบ หรือสำนักงานจัดหางาน





***ว่างงานแล้วหากต้องการสมัคร เป็นผู้ประกันตนโดยสมัครใจ
มาตรา 39 ต้องสมัคร ภายใน 6 เดือนนับแต่วันที่ออกจากงาน

สำนักงานประกันสังคม

CONTACT CENTER 1506

www.sso.go.th





Text : Kritsana S.

SAWASDEE-JA

มะม่วงน้ำปลาหวานฟรีซดราย

เพียงฉีกซองก็กินได้เลย



เคยลองหรือยัง
มะม่วงน้ำปลาหวานแนวใหม่
กรุบกรอบ กลิ่นไม่แรง
มือไม่เปื้อน อร่อยครบรสน้ำปลาหวาน
เพียงฉีกซองก็กินได้เลย!



มะม่วงน้ำปลาหวานที่กล่าวถึงนี้มาในรูปโฉมเป็นมะม่วงน้ำปลาหวานฟรีซดราย สแน็กรูปแบบใหม่ที่เกิดจากการทดลองไปทดลองมาของการใช้เครื่องฟรีซดรายของ **อัมพุท แสงสมุทร์** เจ้าของธุรกิจขายเครื่องจักรและอะไหล่เครื่องจักรอุตสาหกรรม โดยทีแรกเขาต้องการนำเข้าเครื่องฟรีซดรายคือเพื่อขาย และเพื่อให้เข้าใจขั้นตอนการใช้งาน จึงทดลองใช้งานเครื่อง ซึ่งพบปัญหาว่ามีขั้นตอนการทำงานที่ซับซ้อนและใช้งานยาก น่าจะทำให้ขายออกยาก จึงคิดหาวิธีสร้างรายได้จากเจ้าเครื่องที่เสียเงินสั่งเข้ามา ด้วยการทดลองมาทำกับผลไม้หลายอย่าง จนมาปิ๊งไอเดียกับทำมะม่วงน้ำปลาหวานฟรีซดรายที่แสดงออกถึงวัฒนธรรมผลไม้เครื่องจิ้มของไทย และมีความแปลกใหม่ ยังไม่มีใครทำขาย

กว่ามะม่วงน้ำปลาหวานฟรีซดราย SAWASDEE-JA จะอร่อยลงตัวและพร้อมวางขาย บอกเลยว่าไม่ใช่เรื่องง่าย โดยหนุ่มเจ้าของแบรนด์ใช้เวลานานกว่า 6 เดือนในการลองผิดลองถูกสูตรน้ำปลาหวานให้สามารถทำฟรีซดรายได้อย่างไร้ปัญหา เนื่องจากน้ำตาลที่เป็นหนึ่งในส่วนผสมของน้ำปลาหวานทำให้อาหารฟรีซดรายชื้นง่าย แม้จะอบจนแห้งสนิทก็ตาม ดังนั้น จึงต้องปรับสูตรน้ำปลาหวานใหม่เพื่อให้ปัญหานี้หมดไป แต่น้ำปลาหวานก็ยังคงอร่อยครบรส ไม่ว่าจะรสเปรี้ยว หวาน เค็ม เผ็ด

ในส่วนของมะม่วง เลือกใช้มะม่วงแก้วขมิ้นเป็นหลัก เพราะออกผลนาน 8 เดือน เมื่อนำไปทำฟรีซดรายแล้วเนื้อมะม่วงสีเหลืองสวย มีกลิ่นเฉพาะตัว รสเปรี้ยวกำลังดี อร่อยลงตัวกับน้ำปลาหวานความเผ็ดระดับ 1 หากไม่ใช่ช่วงมะม่วงแก้วขมิ้นออกผล จะใช้มะม่วงน้ำดอกไม้ดิบและมะม่วงมันเดือนเก้า มะม่วงทั้งสองพันธุ์นี้เปรี้ยวกว่ามะม่วงแก้วขมิ้น จะเหมาะกับน้ำปลาหวานความเผ็ดระดับ 2 และกะปิสดความเผ็ดระดับ 3

"มะม่วงน้ำปลาหวานฟรีซดรายเป็นสินค้าที่แปลกใหม่ ยังไม่มีใครทำขาย อีกทั้งยังกินได้สะดวก มีทั้งมะม่วงน้ำปลาหวานอยู่ในขั้นเดียวกัน ทำให้ได้เปรียบในเรื่องของการแข่งขัน แต่ก็ต้องใช้เวลาในการทำให้สินค้าเป็นที่รู้จัก เราออกบู๊ธตามงานต่างๆ เพื่อให้คนได้ชิมมะม่วงและนำฟีดแบ็กที่ได้มาพัฒนาให้สินค้าออกมาตรงใจลูกค้าที่สุด ตอนนี้มีลูกค้า 2 กลุ่ม แบ่งเป็นลูกค้าไทยที่อาศัยอยู่ในเมืองไทย 40 เปอร์เซ็นต์ ซึ่งเป็นกลุ่มที่อยากลองของใหม่และเห็นว่ากินสะดวก และลูกค้าที่อยู่ต่างประเทศ ซึ่งแบ่งเป็นคนต่างชาติที่ชอบรับประทานอาหารไทย 20 เปอร์เซ็นต์ และคนไทยที่อาศัยอยู่ต่างประเทศ 40 เปอร์เซ็นต์ ด้านช่องทางการขายมี 2 ช่องทาง เพื่อรองรับความสะดวกในการสั่งซื้อสินค้าของลูกค้าแต่ละกลุ่ม โดยลูกค้าไทยนิยมสั่งซื้อผ่านเฟซบุ๊ก ขณะที่ลูกค้าต่างชาติสั่งซื้อผ่านเว็บไซต์ของแบรนด์ เพราะมีช่องทางชำระเงินอย่าง Paypal และบัตรเครดิต ซึ่งเป็นช่องทางชำระเงินที่พวกเขาไว้วางใจ"

เมื่อถามถึงเส้นทางที่จะก้าวเดินต่อไป เขาตอบว่า อยากทำให้ต่างชาติรู้จักมะม่วงน้ำปลาหวานฟรีซดราย SAWASDEE-JA มากยิ่งขึ้น เพราะสินค้าชนิดนี้น่าจะตอบโจทย์ความต้องการของต่างชาติ

อย่างไรก็ตาม นอกจากมะม่วงน้ำปลาหวานฟรีซดราย และเร็วๆ นี้ อัมพุทเตรียมปล่อยอาหารฟรีซดรายสูตรโฮมเมดประเภทผักผลไม้ออกมาขาย เน้นเจาะกลุ่มเด็กที่ไม่ชอบรับประทานผักหรือผลไม้ โดยมองว่าเมื่อผักผลไม้ที่เด็กๆ ไม่ชอบถูกแปรรูปลักษณ์ให้กลายเป็นขนมจะช่วยให้พวกเขารับประทานได้ง่ายขึ้นและมากขึ้น แต่จะแปลกแหวกแนวเหมือนมะม่วงน้ำปลาหวานอีกหรือไม่ต้องรอดูกันต่อไป

09-6943-1356
www.sawasdee-ja.com
SawasdeeJa' by James
sawasdeejashop

กู้ง่ายๆ 1%* ต่อปี

สินเชื่อ SME ดอกเบี้ยถูก

พร้อมให้สินเชื่อทั่วประเทศ



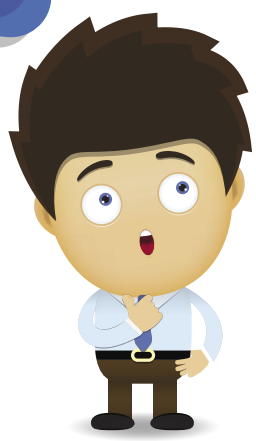
แอปพลิเคชัน SME D Bank

ขั้นตอนง่ายๆ ในการเข้าถึง แอปพลิเคชั่น SME D Bank



SME Development Bank

SME D Bank
ฉับไว ไปถึงถิ่น



ดาวน์โหลด & ติดตั้ง

สามารถ***ดาวน์โหลด***เพื่อติดตั้ง ***SME D Bank***
ผ่าน***แอปพลิเคชั่น "Play Store"***
ใน***ระบบ Android และ IOS*** โดย
ค้นหาคำว่า ***SME D Bank*** หรือ ***Scan QR Code***
จากนั้นทำการกดติดตั้งบนโทรศัพท์มือถือ

ดาวน์โหลดแอปพลิเคชั่น

GET IT ON Google Play | Download on the App Store



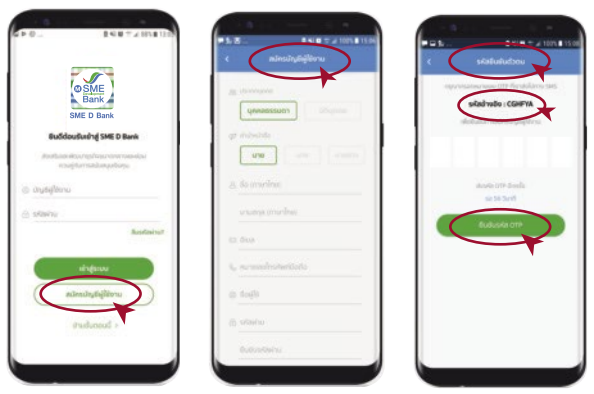
1

เมื่อดาวน์โหลดเสร็จแล้ว

เข้าสู่แอปพลิเคชั่น SME D Bank และ***เริ่มสมัครบัญชีผู้ใช้งาน***
เพื่อเข้างานแอปพลิเคชั่น โดยมีขั้นตอนดังนี้



สมัครบัญชีผู้ใช้งาน



1. กดปุ่ม ***"สมัครบัญชีผู้ใช้งาน"*** เพื่อทำการสมัคร
2. กรอกข้อมูลขอผู้สมัคร โดย***ต้องกรอกข้อมูลที่มีเครื่องหมาย * ทุกช่อง***
3. เมื่อกรอกข้อมูลครบถ้วน กดปุ่ม ***"ยืนยันการสมัคร"***
4. ระบบจะทำการส่งรหัส OTP ผ่านทาง SMS ของเบอร์โทรศัพท์มือถือที่กรอกไว้
5. เมื่อทำการกรอกรหัส OTP กดปุ่ม ***"ยืนยันรหัส OTP"***
6. หากรหัส OTP หมดอายุ สามารถกดขอรหัสใหม่ได้ โดย
   กดที่ "ส่งรหัส OTP อีกครั้ง" และกรอกรหัสใหม่

2

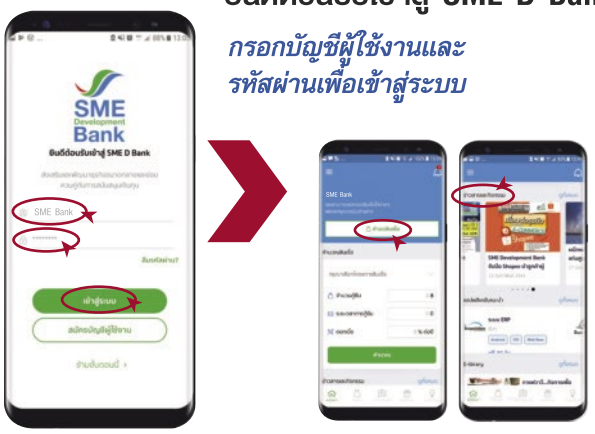
เมื่อสมัครบัญชีผู้ใช้งานแล้ว



เริ่มต้นการใช้งาน

ยินดีต้อนรับเข้าสู่ SME D Bank

กรอกบัญชีผู้ใช้งานและ
รหัสผ่านเพื่อเข้าสู่ระบบ



- สามารถดูรายละเอียดสินเชื่อและยื่นขอสินเชื่อธนาคาร
- สามารถเลือกดูข่าวสารและกิจกรรมธนาคาร
- สามารถดาวน์โหลดแอปพลิเคชันในการพัฒนาธุรกิจ SMEs
- สามารถค้นหาความรู้จาก E-library

3

ประโยชน์ของแอปพลิเคชัน SME D Bank

การยื่นขอสินเชื่อออนไลน์
ดอกเบี้ยถูก

ข่าวสารและกิจกรรม

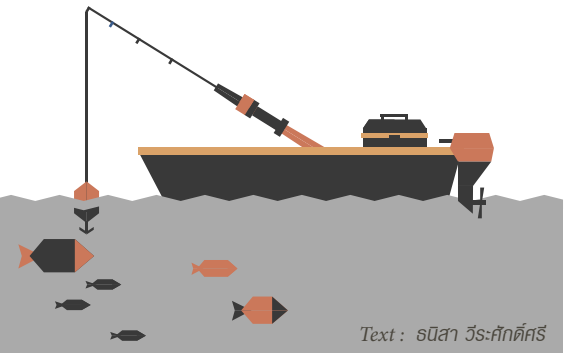
Tools Box หรือเครื่องมือดิจิทัล
(ทดลองได้ใช้งานฟรี)

องค์ความรู้

การแลกรับสิทธิพิเศษ (CRM)
เมื่อสมัครบัญชีผู้ใช้งานครั้งแรก
จะได้รับ 50 คะแนน

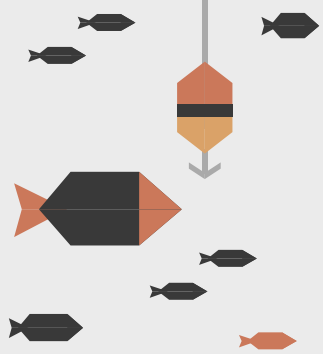
Call CENTER
1357

MASS VS NICHE



Text : ธนิสา วีระศักดิ์ศรี

ตกปลาทั้งที ต้องตกให้ถูกบ่อ



มีคนหลายคนถามกันเยอะมากว่า Mass Marketing และ Niche Marketing การตลาดสองรูปแบบนี้ ต่างกันอย่างไร และเลือกวิธีไหนถึงจะดีกว่ากัน

ให้ลองนึกภาพตามว่า หากคุณจะตกปลามีบ่อปลาอยู่สองบ่อให้คุณเลือกระหว่างบ่อใหญ่และบ่อเล็ก ซึ่งทั้งสองบ่อมีปลาจำนวนเท่ากัน บ่อไหนคุณมีโอกาสที่จะตกได้ปลาขึ้นมาได้อย่างแน่นอน? และในเมื่อทุกคนไม่ใช่จะเป็นลูกค้าเรา ดังนั้น ก่อนอื่นต้องรู้ก่อนว่าสินค้าของเราเหมาะกับการตลาดแบบไหน

Mass Marketing คือ การทำการตลาดที่กลุ่มลูกค้ากว้าง คนซื้อเยอะ และผู้ขายก็เยอะเช่นเดียวกัน ใช้การผลิตสินค้าจำนวนมาก แต่ราคาที่ตั้งไม่สามารถจะสูงกว่าคนอื่นได้ ต้องใช้เงินลงทุนที่มากเพื่อให้คนเห็น รู้จัก ชอบ และซื้อ ดังนั้น งบประมาณในการทำโฆษณาจึงสูง เช่น เสื้อผ้า กระเป๋าที่คุณสมบัติไม่ได้พิเศษ เนื่องจากเป็นสินค้าที่ทุกคนจำเป็นต้องใช้อยู่แล้ว แค่ผลิตในจำนวนมากและขายให้กับคนทุกคน ที่สำคัญคู่แข่งในอุตสาหกรรมเดียวกันก็จะแข่งขันกันที่ต้นทุน วัตถุดิบ ราคา เจ้าไหนราคาถูกกว่าก็จะได้รับความสนใจจากผู้บริโภค ดังนั้น การตั้งราคาจึงเป็นสิ่งสำคัญ เพราะลูกค้าจะดูที่ราคาในการตัดสินใจจะซื้อไม่ซื้อสินค้านั้นๆ

Niche Marketing คือ การทำการตลาดที่เจาะไปที่คนกลุ่มเล็กๆ กลุ่มคนที่มี Passion ในเรื่องนั้นๆ โดยเฉพาะ นั่นทำให้แบรนด์สามารถตั้งราคาได้ในราคาสูงเพราะแบรนด์มีความ Unique และสินค้ามีความพิเศษจากแบรนด์ทั่วไป ดังนั้น กลุ่มลูกค้าจะมีความเป็นกลุ่มที่ชัดเจน เช่น สินค้าของกลุ่มคนชอบความออร์แกนิก ตลาดของคนรักรองเท้าสนีกเกอร์ เป็นต้น ดังนั้น หากจะทำ Niche Marketing ให้ประสบความสำเร็จ ต้องขยันหาสิ่งใหม่ๆ และดึงจุดเด่นของแบรนด์ออกมาให้ได้ เพื่อที่จะสามารถตอบสนองความต้องการของคนกลุ่มเป้าหมายได้อย่างรวดเร็ว

ทั้งนี้ เราสามารถแบ่งได้หลักๆ 5 ส่วน คือ

- กลุ่มลูกค้าเฉพาะ ที่เน้นการขายให้คนเพียงบางกลุ่ม เช่น ผงโกโก้ผลิตเพื่อร้านกาแฟร้านนี้เท่านั้น
- Geographic การขายเพียงแค่ประเทศ จังหวัด บางที่เท่านั้น เช่น หนังสือเรียนที่เราเห็นกัน Sell only in US เป็นต้น
- สินค้าบางบริษัทผลิตแค่สินค้าชิ้นเดียว เช่น แปรงสีฟันอัตโนมัติ
- บริการที่ให้บริการที่ต่างจากที่อื่น
- ช่องทางการขายสินค้าหลายชนิดที่เราเห็นมักจะเขียนว่า Limited only at สถานที่นั้นๆ เช่น สินค้าบางยี่ห้อเราจะเห็นแค่ที่เซเว่น อีเลฟเว่น

ถ้าหากยังไม่รู้ว่า แบรนด์เราควรอยู่ตรงไหน ให้ลองมองก่อนว่าสินค้าเราผลิตมาเพื่ออะไร เพื่อใคร เป้าหมายของแบรนด์เราคืออะไร เงินทุนของเรามีเท่าไหร่ อย่างไรก็ตาม เรายังอยากสนับสนุนให้แบรนด์ที่เกิดใหม่เริ่มต้นจาก Niche Market ก่อนเพราะถึงเป็นตลาดเล็กๆ ก็ใช่ว่าจะไม่มีทางโตได้ เพียงแต่เราต้องจับให้ถูกจุดความต้องการของลูกค้าที่เราตั้งเอาไว้ให้ได้ ยกตัวอย่าง Starbucks ก็เริ่มตั้งต้นจากกลุ่ม Niche Market เจาะเฉพาะกลุ่มคนที่ชอบดื่มกาแฟ และใช้ Strategy ทางการตลาดต่างๆ จนทำให้แบรนด์ดังได้ขนาดนี้ S



ธนิสา วีระศักดิ์ศรี
เจ้าของแบรนด์เครื่องประดับ RAVIPA

สา-ธนิสา วีระศักดิ์ศรี เจ้าของแบรนด์เครื่องประดับ RAVIPA ที่เริ่มต้นจากขายออนไลน์ตั้งแต่เป็นนิสิตชั้นปีที่ 3 คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย และยังชนะรางวัลทั้งไทยและต่างประเทศมากมาย ปัจจุบัน RAVIPA มีหน้าร้าน 7 สาขา นอกจากนี้ เธอยังเป็นวิทยากรตามสถาบันชั้นนำ

ติดตามเธอได้ทาง @sathanisa ravipajewel www.ravipa.com

คอนเทนต์ไวรัล สร้างง่าย ใน 3 STEP

Text : Kritsana S.

ถ้าคุณเป็นหนึ่งในผู้ประกอบการที่มีความปรารถนาให้ลูกค้ารับรู้ถึงสินค้าในเวลาอันรวดเร็ว รวมถึงอยากให้ลูกค้าบอกต่อเรื่องราวของแบรนด์ การสร้างคอนเทนต์ที่มีความสามารถในการกระตุ้นความสนใจ และทำให้เกิดกระแสสามารถช่วยได้ ซึ่งวิธีทำให้คอนเทนต์กลายเป็นไวรัลนั้นมีสเตปการทำง่ายๆ แค่ 3 สเตป

STEP1 ยาวเข้าไว้

ผู้ประกอบการหลายคนเข้าใจผิดว่า คอนเทนต์ที่สร้างการมีส่วนร่วมและดึงดูดความสนใจต้องสั้น แต่จากการสำรวจของเว็บไซต์สำหรับเขียนบล็อกอย่าง ProBlogger พบว่า คอนเทนต์ที่มีความยาวกว่าคอนเทนต์ทั่วไปมีประสิทธิภาพในการดึงความสนใจมากกว่า เหตุผลที่คนชอบเสพคอนเทนต์ยาวๆ คือ ไม่อยากเสียเวลาไปกับการค้นหาข้อมูลจากหลายๆ เว็บไซต์ ดังนั้น จึงยอมอ่านข้อมูลที่เขียนยาวและเขียนจบในคอนเทนต์เดียว

คอนเทนต์ที่เขียนยาวจะน่าอ่านมากยิ่งขึ้น ถ้านำเสนอให้รู้สึกสบายตา แต่ละย่อหน้าไม่เขียนยาวเกินไป และมีสรุปประเด็นสำคัญ ไม่เพียงเท่านี้ คอนเทนต์ที่จะกลายเป็นไวรัลมักเป็นคอนเทนต์ที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับการตีแผ่ความจริง อ่านสนุก สร้างแรงบันดาลใจ หรือมอบสิ่งใหม่ที่คนอ่านไม่เคยรู้

STEP2 ภาพต้องแจ่ม

เพื่อกระตุ้นให้เกิดการแชร์ ภาพที่นำมาประกอบคอนเทนต์ต้องดูดี ไม่ว่าจะแชร์ไปยัง Facebook, Twitter, Pinterest หรือแพลตฟอร์มออนไลน์อื่น ทั้งนี้ ผลการศึกษาบทความกว่า 1 ล้านบทความของ BuzzSumo ผู้ให้บริการฟีเจอร์ที่เป็นประโยชน์ต่อการทำ SEO บนเพจธุรกิจ ยังพบว่า ภาพมีผลให้บทความได้รับความนิยมเพิ่มขึ้น การใช้ภาพประกอบทุกๆ การเขียน 75-100 คำช่วยเพิ่มความนิยมได้ 2 เท่า และภาพที่ทำให้บทความน่าสนใจคือ ภาพถ่าย ภาพถ่ายหน้าจอ และภาพอินโฟกราฟิกที่มีความเกี่ยวข้องกับเนื้อหา

STEP3 วัดความสำเร็จ

เพราะช่วยให้รู้ว่าสิ่งที่ลงแรงทำไปนั้นให้ผลลัพธ์อย่างไร ซึ่งทำได้โดยนำจำนวนการไลค์ การแชร์ และการมีส่วนร่วมว่าเป็นไปตามที่ตั้งใจหรือไม่ หากจำนวนไม่เป็นไปตามเป้าให้วิเคราะห์หาสาเหตุว่าเกิดจากอะไร จากนั้นนำข้อผิดพลาดที่ได้มาพัฒนาคอนเทนต์ถัดไปให้มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้นทั้งในแง่ของคุณค่า การเข้าถึงของกลุ่มเป้าหมาย ตลอดทั้งตรงตามความสนใจของพวกเขา S



เสริมแกร่งธุรกิจ SELF-SERVICE ประเดิมใช้งานจริงที่ AIS DigitALL SHOP ภูเก็ต

AIS จับมือ 3 พาร์ตเนอร์ โครงการ AIAP พัฒนาโซลูชัน SMART RETAIL



เอไอเอส เดินหน้าสนับสนุนการพัฒนาโซลูชัน IoT ผ่าน **โครงการ AIS IoT Alliance Program (AIAP)** ภาคีความร่วมมือในการพัฒนาและออกแบบโซลูชัน IoT เพื่อสร้าง IoT Ecosystem ของประเทศให้แข็งแกร่ง ผนึก 3 พันธมิตรของ AIAP พัฒนาโซลูชัน Smart Retail เพื่อธุรกิจยุคใหม่ที่มองหาบริการ Self-Service สำหรับลูกค้าของตน ตอบสนองไลฟ์สไตล์ผู้บริโภคยุคดิจิทัลที่ชอบทำธุรกรรมต่างๆ ด้วยตัวเอง นำร่องใช้งานจริงแล้วที่ AIS DigitALL Shop สาขาภูเก็ต ซึ่งได้รับการตอบรับเป็นอย่างดี

โซลูชัน Smart Retail ถูกสั่งการด้วยระบบ IoT ทำหน้าที่ในการบริหารจัดการสต็อกและจ่ายสินค้า รวมถึงเช็กสถานะสินค้าคงคลัง ทำให้เจ้าของธุรกิจสามารถตรวจสอบสินค้าผ่านระบบออนไลน์ได้แบบเรียลไทม์ รวมถึงควบคุมการทำงานจากส่วนกลางได้อย่างสะดวกและง่ายดาย ประกอบด้วย

- DIGIT VENDING บริการตู้ซื้อสินค้าอัตโนมัติ สามารถกดซื้อและรับสินค้าได้ทันที และ DIGIT CAFÉ ดิจิทัลไลฟ์คาเฟ่ จำหน่ายกาแฟและโกโก้ชงอัตโนมัติ พัฒนาร่วมกับบริษัท CIRBOX
- DIGIT ORDER บริการทำรายการสั่งซื้อด้วยตัวเองผ่านหน้าจอ เช่น ซื้อเครื่องมือถือพร้อมแพ็กเกจ เปลี่ยนจากเติมเงินเป็นรายเดือน เป็นต้น พัฒนาร่วมกับบริษัท Promptnow
- Digital Price Tag ป้ายแสดงราคาสินค้าอิเล็กทรอนิกส์ ทำให้สามารถอัปเดตราคาสินค้าได้แบบเรียลไทม์ ช่วยลดการใช้กระดาษ พัฒนาร่วมกับบริษัท BN Auto ID

ทั้งหมดนี้ตอกย้ำความสำเร็จจากโครงการ AIAP ในการร่วมพัฒนาโซลูชัน IoT ที่พาร์ตเนอร์สามารถนำไปประยุกต์ใช้กับธุรกิจเพื่อให้บริการลูกค้าของตัวเองได้อย่างมีประสิทธิภาพ สร้าง IoT Ecosystem และ Support เจ้าของธุรกิจให้เติบโตอย่างแข็งแกร่งและยั่งยืน

ปัจจุบัน AIAP มีจำนวนเครือข่ายสมาชิกกว่า 1,000 ราย เพิ่มขึ้นจาก 70 ราย ภายใน 1 ปี นับตั้งแต่เปิดตัวโครงการ ผู้สนใจร่วมพัฒนาโซลูชัน IoT กับเอไอเอส สามารถสมัครเข้าร่วมโครงการได้ที่ www.ais.co.th/aiap









Text : วิมาลี วิวัฒนกุลพาณิชย์



แปรของเก่าเป็นเงิน THREDUP



ร้านเสื้อผ้ามือสองออนไลน์แนวใหม่

หากจะพูดถึงร้านสินค้ามือสองในต่างประเทศ หลายคนอาจคุ้นเคยกับร้านการกุศลที่รับบริจาคสิ่งของจากประชาชนแล้วนำมาขายต่อไม่แพง เพื่อนำรายได้ไปช่วยเหลือผู้ยากไร้ หรือไม่ก็ร้านแบกะดินตามตลาดนัด Flea Market ที่เจ้าของนำมาขายเอง และเป็นประเภทตาดีได้ ตาร้ายเสียเป็นส่วนใหญ่

แต่ธุรกิจสินค้ามือสองได้เปลี่ยนไปอย่างสิ้นเชิงหลังการก่อเกิดของอี-คอมเมิร์ซ ที่ทำให้การซื้อ-ขายแบบออนไลน์เป็นเรื่องสะดวกยิ่งไปดูกันว่า ThredUP ร้านจำหน่ายเสื้อผ้าแฟชั่นออนไลน์ชื่อดังจากสหรัฐฯ มีที่มาอย่างไร และเหตุใดจึงขึ้นแท่นเป็นร้านเสื้อผ้ามือสองสำหรับเด็กและสตรีที่มีขนาดใหญ่สุดในโลก

เจ้าของต้นคิดในการริเริ่มธุรกิจนี้คือ **เจมส์ ไรน์ฮาร์ท** หนุ่มอเมริกันที่หลังเรียนจบสาขาประวัติศาสตร์และปรัชญาจากบอสตัน ก็เดินทางข้ามฝั่งจากเป็นครูสอนวิชาประวัติศาสตร์ที่โรงเรียนมัธยมในซานตาครูซ รัฐแคลิฟอร์เนีย สอนอยู่หลายปีจึงกลับมาเรียนต่อที่ฮาร์วาร์ด

แล้วจุดเปลี่ยนที่ทำให้ชีวิตพลิกผันก็เกิดขึ้น เมื่อวันหนึ่งเขาอยู่ในภาวะถังแตก จึงคิดนำเสื้อเชิ้ตที่ไม่ใส่แล้วซึ่งมีประมาณครึ่งตู้หอบไปร้าน Second Time Around ร้านจำหน่ายสินค้ามือสองย่านฮาร์วาร์ด สแควร์ เพื่อหวังแลกเป็นเงินประทังชีวิต แต่กลับได้รับการปฏิเสธเพราะที่ร้านไม่รับซื้อเสื้อผ้าผู้ชาย

เจมส์กลับมาคิดทำแผนธุรกิจ และต้องการทดสอบโมเดลธุรกิจแบบสมบัติผลัดกันชม หรือ Sharing Economy บวกกับการได้รับข้อมูล เช่น แฟชั่นเป็นอุตสาหกรรมที่ก่อมลพิษมากเป็นอันดับ 2 รองจากอุตสาหกรรมน้ำมัน ในแต่ละปีมีเสื้อผ้าถูกทิ้งเป็นขยะทั่วโลกรวมมูลค่า 26,000 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ และในการผลิตเสื้อยืด 1 ตัวต้องใช้น้ำมากถึง 700 แกลลอน เจมส์จึงหวังจะสร้างค่านิยมให้คนรุ่นใหม่หากต้องการข้อปิงให้นึกถึงเสื้อผ้ามือสอง

ปี 2552 เจมส์ได้ชักชวนเพื่อนร่วมชั้นที่ฮาร์วาร์ดอีก 2 คน ได้แก่ **โอลิเวอร์ ลูบินก้า** และ **คริส โฮเมอร์** ร่วมกันทำเว็บ ThredUP เป็นตลาดนัดออนไลน์สำหรับคนที่ต้องการโละเสื้อผ้าที่ไม่ใช้แล้ว สามารถมาโพสต์ขายในเว็บได้ ช่วงแรกของการทำเว็บ มีทั้งเสื้อผ้าผู้ชายและผู้หญิง ปีถัดมาเจมส์เปลี่ยนมาเน้นเสื้อผ้าเด็ก หลังจากศึกษาข้อมูลพบว่า พ่อแม่ในสหรัฐฯ จ่ายเงินปีละราว 1,000 ดอลลาร์ฯ ซื้อเสื้อผ้าให้ลูก แต่อย่างที่ทราบว่าเด็กนั้นโตเร็ว และผู้ปกครองก็ต้องซื้อเสื้อผ้าใหม่ให้ลูกตลอด

ภายใต้แนวคิด "Clothes don't grow. Kids do" เจมส์และเพื่อนตัดสินใจเปิดพื้นที่ให้พ่อแม่ผู้ปกครองนำเสื้อผ้าที่ลูกใส่ไม่ได้แล้วมาขายบน ThredUP ปรากฏธุรกิจเติบโตดีมากจนบรรดานักลงทุน และ Venture Capitalist ให้ความสนใจ มีทุนไหลเข้ามาก้อนแรก 1.6 ล้านดอลลาร์ฯ หุ้นส่วนทั้งสามจึงย้ายฐานไปตั้งสำนักงานที่ซานฟรานซิสโก ซึ่งเป็นแหล่งรวมของบรรดา Startup

ต่อมาปี 2555 ThredUP เปลี่ยนโมเดลธุรกิจหลังจากที่มีผู้ไถ่ถามว่าเป็นไปได้หรือไม่ที่จะให้ทาง ThredUP ช่วยขายแทนเพราะหลายคนก็ไม่มีเวลาโพสต์ขายสินค้า ThredUP จึงได้ปรับเปลี่ยนไปสู่ร้านค้าออนไลน์รับฝากขายเสื้อผ้ามือสอง สำหรับคนที่ต้องการเคลียร์ตู้เสื้อผ้าก็สามารถเข้าไปลงทะเบียนที่เว็บหรือแอปพลิเคชันของ ThredUP จากนั้นคลิกไปที่ "Clean Out Kit" ทาง ThredUP จะส่งถุงลายจุดขนาดใหญ่ไปให้ใส่เสื้อผ้าที่ไม่ใช้แล้ว เพื่อให้ลูกค้าส่งกลับมายังบริษัท

ThredUP จะมีทีมงานคอยคัดเสื้อผ้า ถ่ายรูป โพสต์ลงเว็บและขายให้ ขึ้นไหนขายได้ ThredUP หักค่าดำเนินการราว 10-40 เปอร์เซ็นต์ ที่เหลือคือรายได้ของลูกค้าซึ่งสามารถเลือกรับเป็นเงินสด หรือเป็นเครดิตไว้ใช้ในการซื้อของในเว็บก็ได้ ทั้งนี้ ThredUP ค่อนข้างพิถีพิถันในการคัดเลือกเสื้อผ้าที่นำมาลงขาย ซึ่งประมาณ 50 เปอร์เซ็นต์มักไม่ผ่านเกณฑ์และถูกนำไปบริจาคต่อที่อื่น เสื้อผ้าที่คัดไว้ขายโดยมากเป็นแบรนด์ระดับกลางๆ ที่ขายง่าย

ปัจจุบัน ThredUP มีสินค้ากว่า 35,000 แบรนด์สำหรับผู้หญิงและเด็กในคลังกว่า 3 ล้านชิ้น สินค้าที่จำหน่ายแบ่งเป็นหมวดหมู่ดังนี้ เสื้อผ้า กระเป๋า รองเท้า ชุดคลุมท้อง เสื้อผ้าเด็ก เครื่องประดับ และเครื่องแต่งกาย ในช่วง 10 ปีที่ผ่านมา ThredUP ขายสินค้าไปแล้วมากกว่า 60 ล้านชิ้น



จุดเด่นของ ThredUP คือสินค้าไม่ขยะ คัดแต่ของคุณภาพผ่านมาตรฐาน สินค้าที่ลงขายใน ThredUP จะไม่มีรอยเปื้อน รอยขาด สีซีดสีตก หรือเป็นขุยเด็ดขาด นอกจากนั้น ยังมีนโยบายรับประกันสินค้า หากไม่พึงพอใจ ส่งคืนภายใน 14 วัน

ธุรกิจ ThredUP ขยายใหญ่โตจนมีพนักงานเกิน 1,000 คน คลังสินค้าอีก 4 แห่ง ทั้งยังได้รับเงินทุนอุดหนุนเข้ามาอีก 131 ล้านดอลลาร์ฯ เจมส์และหุ้นส่วนจึงถือโอกาสนี้ต่อยอดธุรกิจในรูปแบบ O2O หรือ Online-to-Offline นั่นคือการเปิด Physical Store เพราะ 91 เปอร์เซ็นต์ของร้านค้าในปัจจุบันมักทำธุรกิจแบบ O2O เพราะแม้ผู้บริโภคจำนวนมากจะซื้อสินค้าทางออนไลน์แต่ในหมวดเสื้อผ้าและเครื่องแต่งกาย 85 เปอร์เซ็นต์ยังเป็นการซื้อที่ร้าน

นอกจากนั้น การเปิดหน้าร้านก็เพื่อรองรับลูกค้า จากข้อมูลพบว่า 50 เปอร์เซ็นต์ของลูกค้า ThredUP ไม่เคยซื้อสินค้ามือสองมาก่อน ซึ่งการเปิดหน้าร้านให้ลูกค้าได้มาใช้บริการ ส่วนหนึ่งก็เพื่อลบล้างภาพลักษณ์เดิมๆ ของร้านเสื้อผ้ามือสองที่หลายคนมองว่าสินค้าคุณภาพไม่ดี เก่า เชย อีกทั้งบริการบางร้านก็ไม่ดี

เพราะที่ ThredUP ลูกค้าจะได้สัมผัสกับรูปแบบการซื้อสินค้าที่มีความอัจฉริยะ โดยที่ร้านจะมีไอแพดไว้ให้ลูกค้าใช้ในกรณี เช่น ลูกค้าเจอสินค้าที่ชอบแต่ไม่มีไซส์ที่พอดี ก็สามารถใช้ไอแพดของที่ร้านถ่ายรูปสินค้านั้น ระบบจะทำการเทียบเคียง แล้วบนจอจะปรากฏรายการสินค้าคล้ายกันที่มีอยู่ในคลังสินค้า และเป็นขนาดที่ลูกค้าใส่ได้ ลูกค้าก็สามารถเลือกจากจอได้เลย

ร้าน Physical Store ของ ThredUP นอกจากใช้เป็นที่รองรับเพื่อสร้างประสบการณ์ดีๆ และกระชับความสัมพันธ์กับลูกค้า ยังใช้เป็นคลังสินค้า และเป็นจุดที่ลูกค้าที่ซื้อสินค้าผ่านช่องทางออนไลน์สามารถนำสินค้ามาคืนหรือเปลี่ยนที่ร้าน ซึ่งเทรนด์ล่าสุดที่มีการสำรวจพบว่า คนรุ่นใหม่เริ่มใส่ใจแฟชั่นสีเขียว หันมาช้อปเสื้อผ้ามือสองกันมากขึ้น จึงนับได้ว่า ธุรกิจ ThredUP นั้นมาถูกทางแล้ว

สถาบันวิจัยและพัฒนาอัญมณีและเครื่องประดับแห่งชาติ (องค์การมหาชน)
The Gem and Jewelry Institute of Thailand (Public Organization)

Gemologist

The GIT Training Program 2019

Jewelry Design

Gems & Business

หลักสูตร สนทนาภาษาจีนสำหรับธุรกิจอัญมณีและเครื่องประดับ
(Chinese Language for Gem and Jewelry Business)
รุ่นที่ 2 (จันทร์ และ ศุกร์) ภาคค่ำ

หลักสูตร ประกาศนียบัตรนักอัญมณีศาสตร์ (FGA)
รุ่นที่ 20 (จันทร์ - ศุกร์) 19 ส.ค. - 4 ธ.ค. 2562

หลักสูตร การตรวจสอบและประเมินคุณภาพเพชร (DGC)
รุ่นที่ 64 (เสาร์) 25 พ.ค. - 24 ส.ค. 2562
รุ่นที่ 65 (จันทร์ - ศุกร์) 5 - 19 มิ.ย. 2562

หลักสูตร วุฒิบัตรธุรกิจอัญมณี (GJBD)
รุ่นที่ 70 (จันทร์ - ศุกร์) 13 พ.ค. - 17 มิ.ย. 2562
รุ่นที่ 71 (อาทิตย์) 6 ต.ค. 2562 - 19 เม.ย. 2563

หลักสูตร ธุรกิจทองคำและโลหะมีค่า
รุ่นที่ 15 (เสาร์) 20 ก.ค. - 24 ส.ค. 2562

Design & Jewelry Photography

หลักสูตร ออกแบบเครื่องประดับ ระดับพื้นฐาน
Jewelry Design Course
Fundamental level (JD1) Batch 113 (อาทิตย์) 2 มิ.ย. - 29 ก.ย. 2562
Fundamental level (JD1) Batch 114 (จันทร์ - ศุกร์) 3 มิ.ย. - 3 ก.ค. 2562
Fundamental level (JD1) Batch 115 (จันทร์ - ศุกร์) 5 ส.ค. - 5 ก.ย. 2562

หลักสูตร ออกแบบเครื่องประดับด้วยคอมพิวเตอร์
โปรแกรม Rhinoceros
(เสาร์ - อาทิตย์) 8 - 30 มิ.ย. 2562

หลักสูตร ออกแบบเครื่องประดับด้วยคอมพิวเตอร์
โปรแกรม JewelCAD
(เสาร์ - อาทิตย์) 3 - 25 ส.ค. 2562

สมาชิกสมัคร 2 หลักสูตรหรือชวนเพื่อนมาเรียนพร้อมกันรับส่วนลด 15%.

สอบถามเพิ่มเติม ☎ 02 634 4999 ต่อ 301 - 306, 311 - 313 www.facebook.com/GITtrainingcenter @gittrainingcenter

STARTUP ไทย จะไปให้ไกลต้องคิดอย่างไรตั้งแต่วันแรก

Text : อรพิมพ์ เหลืองอ่อน

ในยุคที่หลายคนอยากเป็น Startup เพราะเห็น Startup ในต่างประเทศหรือรุ่นพี่เติบโต สร้างมูลค่าธุรกิจได้มหาศาล กิจการ SME บางกลุ่มก็อยากปรับตัวเป็น Startup เพราะเป็นที่จับตามองของนักลงทุน มีเม็ดเงินลงทุนไหลเข้าบริษัท โดยไม่ต้องทำเรื่องกู้ นี่คือสิ่งที่หลายคนได้รับรู้จากข่าวสาร และเส้นทางที่ Startup เปิดเผย แต่เบื้องหลังการเติบโตมักมีเรื่องราวมากมายที่ไม่สามารถเปิดเผยกับสาธารณชนได้

การที่ Startup บริษัทหนึ่งจะเติบโต นอกจากรายได้ที่หล่อเลี้ยงการดำเนินงานของบริษัทแล้ว ยังต้องมีฐานลูกค้า กลุ่มผู้ใช้ที่เติบโตรวดเร็วมากพอที่นักลงทุนจะเห็นศักยภาพว่า ธุรกิจจะเติบโตได้อีกหลายเท่าในอนาคต การ Scale หรือขยายธุรกิจให้มีลูกค้ามากพอและหลายเท่าตัวในระยะเวลาอันสั้นนี่เองคือ ความท้าทายที่สุดของ Startup และความจริงอันเจ็บปวดก็คือ Startup ส่วนใหญ่ไม่สามารถก้าวข้ามจุดนี้ไปได้ต้องเดินออกจากธุรกิจ หยุดความฝันไว้แค่นี้

การจะ Scale ธุรกิจได้หลายเท่าตัวสำหรับ Startup นั้น เป็นทั้งศาสตร์และศิลป์ ในช่วงแรก Startup ส่วนใหญ่มักจะทุ่มเทเวลาเกือบทั้งหมดในการแก้ปัญหา ปัญหาผู้ใช้งาน ปัญหาระบบ ฯลฯ วนเวียนยึดติดอยู่กับความสำเร็จเล็กๆ ที่มีมากขึ้นเรื่อยๆ แต่เมื่อสถานการณ์เปลี่ยน ในวันที่นักลงทุนยื่นคำขาดว่า ถึงเวลาแล้วที่จะต้องโตให้ได้ 3-4 เท่าในระยะเวลาที่สั้นลง วันนั้นจะเป็นวันที่ Founder นอนไม่หลับเพราะพื้นฐานของการเติบโตไม่แข็งแรงพอ

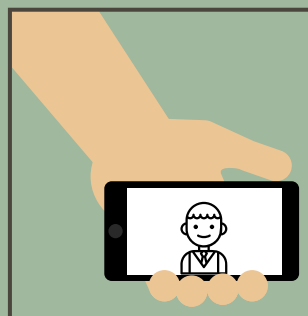
Startup จึงต้องเตรียมใจให้พร้อมตั้งแต่วันแรกว่าทุกวันนี้โลกไม่มีพรมแดน เราไม่ได้ทำสินค้าและบริการให้กับผู้ใช้แค่ในประเทศไทย ตลาดไทยเล็กเกินไปที่จะเติบโตสร้างมูลค่าสูงมหาศาลได้ แต่นั่นก็ไม่ได้หมายความว่า เราจะต้องทำทุกอย่างให้ใหญ่ในวันแรก เพียงแค่ Founder ควรมีภาพของการเติบโตในหัวและคิดไว้ว่าวันหนึ่งจะต้องมีคนในประเทศอื่นมาใช้สินค้าและบริการ รวมถึงจะต้องมีพนักงานที่ไม่ได้สื่อสารกันด้วยภาษาไทย

การปรับความคิดและการเห็นภาพอนาคตร่วมกันในทีม จะทำให้สามารถ Focus แก้ปัญหารายวันแบบคิดเผื่อวันที่เติบโต ทีมจะต้องสร้างสมดุลระหว่างการแก้ปัญหาให้ผ่านไปวันๆ กับภาพของการเติบโตในอนาคต Think like startup but scale like corporate การคิด และทำแบบ Startup แต่วางแผนและขยายแบบบริษัทใหญ่จะทำให้การเติบโตนั้นแข็งแรง ในขณะที่ยังต้องคิดและทำด้วยความรวดเร็วแบบ Startup หาจุดพอดีให้ได้ว่า ควรจะคิดและทำแบบไหนในช่วงเวลาและสถานการณ์แบบใด จึงจะ Scale ได้แบบยั่งยืน!

อรพิมพ์ เหลืองอ่อน
Managing Partner-Aimspire Co., Ltd.

อรพิมพ์ เหลืองอ่อน เป็นผู้เชี่ยวชาญการบ่มเพาะนวัตกรรม ที่ปรึกษาด้านการบ่มเพาะธุรกิจและนวัตกรรมให้กับบริษัทชั้นนำในประเทศไทย (Corporate Accelerator), Venture Builder และ Startup Mentor





คาเฟ่ติวหนังสือแห่งแรก

ใช้แอปฯ จับคู่นักเรียนกับติวเตอร์

Text : วิมาลี วิวัฒนกุลพาณิชย์

สิงคโปร์นักเรียนที่นี่ชอบเรียนพิเศษ ช่วงวันหยุดสุดสัปดาห์ นักเรียนจำนวนมากต้องตื่นแต่เช้าเพื่อไปเรียนพิเศษที่บ้านติวเตอร์ หรือไม่ก็สถานที่นัดพบ ซึ่งไม่พ้นเชนร้านฟาสต์ฟูดทั้งหลาย และเชนร้านกาแฟดังที่ไม่สะดวกเท่าไรนัก

อภานา ชีฟปุรี สาวสิงคโปร์ มองเห็นโอกาสทางธุรกิจในการเข้ามาจับธุรกิจติวหนังสือ ทั้งนี้ หุ้นส่วนของอภานาเคยทำงานพิเศษเป็นติวเตอร์มาก่อนตอนเรียนมหาวิทยาลัย ทั้งคู่มองเห็นแนวโน้มว่า นักเรียนเลือกที่จะติวตามสถานที่สาธารณะมากขึ้น โดยเฉพาะตามร้านอาหารและร้านกาแฟ

อภานาและหุ้นส่วนเกิดความคิดจะสร้างพื้นที่เพื่อการเรียนที่นักเรียนและติวเตอร์สามารถมาเจอกันโดยสะดวก ทั้งคู่เริ่มวางแผนธุรกิจตั้งแต่ปี พ.ศ.2559 และลงขันกันเพื่อตั้งบริษัท นอกจากการมองหาสถานที่ที่เหมาะสมแล้ว ยังได้พัฒนาแอปพลิเคชัน ท้ายที่สุด TTC หรือ That Tuition Café ก็เปิดให้บริการเมื่อเร็วๆ นี้

วิธีใช้บริการคือ ลูกค้าดาวน์โหลดแอปพลิเคชันของคาเฟ่ ลงทะเบียน เชื่อมต่อบัญชีชำระเงินของ PayPal จากนั้นก็เลือกวิชาและติวเตอร์ที่ต้องการเรียนด้วย และจองวันเวลาที่สะดวก แต่ละชั้นเรียนจะมีนักเรียนมากสุดไม่เกิน 3 คน เมื่อไปถึง TTC ผู้จัดการคาเฟ่จะนำลูกค้าไปยังโต๊ะที่จัดไว้ให้ หลังจากติวเสร็จ นักเรียนและติวเตอร์แจ้งที่ผู้จัดการคาเฟ่ การชำระค่าบริการผ่าน PayPal

สำหรับติวเตอร์ที่ต้องการร่วมงานกับ TTC ก็แค่ลงทะเบียนออนไลน์ผ่านเว็บไซต์ของคาเฟ่ จากนั้นทีมงาน TTC จะทำการตรวจสอบประวัติ แล้วจึงนำไปลงในแอปพลิเคชันเพื่อให้นักเรียนเลือก โดยหลังเสร็จสิ้นการเรียนการสอน จะให้นักเรียนให้คะแนนติวเตอร์ด้านต่างๆ ซึ่งการให้คะแนนของนักเรียนจะอัพเดตบนแอปฯ แบบเรียลไทม์ ระบบการรีวิวและให้คะแนนติวเตอร์นี้จะทำให้นักเรียนที่กำลังมองหาติวเตอร์ตัดสินใจง่ายขึ้นว่าติวเตอร์คนไหนเหมาะกับตัวเอง

TTC หากจะว่าไปก็คือ Co-Working Space สำหรับนักเรียนที่ไม่ได้ให้บริการแค่ติวหนังสือ แต่ยังสามารถใช้บริการเช่าพื้นที่เพื่ออ่านหนังสือ สนนราคาค่าบริการอยู่ที่ชั่วโมงละ 8 ดอลลาร์สิงคโปร์ ยิ่งใช้บริการนานหลายชั่วโมง ค่าบริการจะถูกลง

การให้บริการแบบ TTC ถือเป็นรูปแบบใหม่ที่ไม่เคยมีมาก่อนในสิงคโปร์ แต่เชื่อว่าจะเป็นที่แพร่หลายและยอมรับจากติวเตอร์และลูกค้าที่เป็นนักเรียนทั้งหลาย โดยเธอตั้งเป้าระยะสั้นในอีก 6 เดือนข้างหน้า TTC จะมีติวเตอร์ในสังกัดเพิ่มเป็น 200 คน และมีนักเรียนใช้บริการ 300-350 คน นอกจากนั้น อภานายังเล็งจะขยายสาขาเพิ่มในสิงคโปร์ และขยายธุรกิจไปยังต่างประเทศ เช่น ฮ่องกง ไทย เวียดนาม และอินเดียอีกด้วย



SME ONE

ทำไมธุรกิจถึง **สะดุด สะดุด สะดุด**
ถ้าคำตอบของคุณคือ ไม่รู้!!!

ฟังทางนี้...

คิดจะทำธุรกิจยุคนี้ไม่เร็ว...
ไม่รู้ ไม่ได้แล้ว

www.smeone.info

เว็บไซต์ที่จะช่วยให้ SME เข้าถึงโครงการ
กิจกรรม และบริการของทั้งภาครัฐ เอกชน
ตลอดจนสถาบันการเงิน รวมถึงข่าวสารข้อมูล
องค์ความรู้ที่เป็นประโยชน์ในการพัฒนาธุรกิจ

โดย **สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจ**
ขนาดกลางและขนาดย่อม (สสว.)



SMEONE

"ทุกเรื่องครบ...จบในที่เดียว"

เมื่อ LINE@ เปลี่ยนมาเป็น LINE OFFICIAL ACCOUNT SME จะรับมืออย่างไร

Text : กองบรรณาธิการ



เมื่อ LINE@ ซึ่งเป็นช่องทางหนึ่งที่ผู้ประกอบการธุรกิจออนไลน์ส่วนใหญ่ใช้ในการติดต่อสื่อสารกับลูกค้าของตัวเองปรับเปลี่ยนมาสู่ LINE Official Account ซึ่งโดยหลักๆ ของการเปลี่ยนแปลงนี้คือ การยกเลิกระบบแพ็กเกจแบบเดิมและการคิดค่าบริการแบบใหม่ จึงนำมาซึ่งความเปลี่ยนแปลงสำหรับผู้ประกอบการออนไลน์ โดยเฉพาะ SME ที่มีเงินทุนจำกัด ว่าจะได้รับผลกระทบนี้หรือไม่ และจะปรับตัวอย่างไรดี

ฟีเจอร์ฟรี แต่จ่ายมากขึ้น

"จริงๆ LINE ยังคงเป็นช่องทางการสื่อสารที่สำคัญอยู่ ทุกคนคุ้นเคยเพราะสะดวก ขณะที่โซเชียลมีเดียอื่นๆ ก็จะมีคนใช้งานที่มีช่วงอายุแตกต่างกันไป แม้ว่า LINE จะคิดค่าบริการแบบใหม่ แต่การเปิดให้ใช้ฟีเจอร์ฟรีทุกอย่าง ก็เหมือนการเชิญชวนว่ามาใช้ LINE สิ ฉะนั้นข้อดีก็มีอยู่ เพียงแต่ต้องกลับมาคิดและรู้วิธีการใช้งานให้เหมาะกับธุรกิจของตัวเอง" **อาจารย์ลลิตา สันติวรรักษ์** ผู้อำนวยการฝ่ายสื่อสารการตลาด มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์ กล่าวถึงความสำคัญของ LINE และข้อดีของการเปลี่ยนมาสู่ LINE Official Account

ทั้งนี้ โดยหลักๆ แล้วการเปลี่ยนแปลงครั้งนี้ของ LINE จะมี 2 เรื่องสำคัญคือ ฟีเจอร์และราคา ซึ่งอาจารย์ลลิตาสรุปเอาไว้ว่า

● ไฮไลต์ของ LINE Official Account

อยู่ที่การปลดล็อกฟีเจอร์ ไม่ว่าจะเป็น Rich Message, Rich Menu, Rich Video ทุกแพ็กเกจสามารถใช้งานฟีเจอร์ทุกฟีเจอร์ได้อย่างอิสระ รวมไปถึงแพ็กเกจฟรีด้วย ซึ่งจะแตกต่างจาก LINE@ ที่จะเปิดฟีเจอร์ให้ใช้งานตามราคาแพ็กเกจ เช่น ถ้าต้องการใช้ฟีเจอร์ Rich Menu ผู้ใช้งานจำเป็นต้องซื้อแพ็กเกจโปร (ราคา 53.90$ หรือประมาณ 1,998 บาท) ขึ้นไป ถึงจะสามารถใช้งานได้ แต่ในส่วนของ LINE Official Account สามารถใช้งานฟีเจอร์ Rich Menu ได้ตั้งแต่แพ็กเกจฟรีกันเลยทีเดียว นั่นหมายความว่า ไม่ว่าจะเป็นแพ็กเกจจ่ายเงินหรือฟรี หรือจะธุรกิจขนาดเล็กหรือขนาดใหญ่ก็ใช้ฟีเจอร์เดียวกันได้หมด

● ราคาแพ็กเกจในการใช้งานจะเปลี่ยนไป

โดย LINE Official Account จะมีเพียง 3 แพ็กเกจให้เลือก โดยการคิดจำนวนการส่งข้อความ จะคิดตามจำนวน Target Reach (จำนวนผู้ติดตามที่ไม่บล็อกและใช้งาน LINE เป็นประจำ) โดยสามารถส่งข้อความได้สูงสุด 3 Balloon หรือ 3 ข้อความติดต่อกัน/การส่งข้อความ 1 ครั้ง

- **แพ็กเกจฟรี** (จำนวนข้อความฟรี 500 Target Reach ต่อเดือน)
- **แพ็กเกจเบสิก** ราคา 500 บาทต่อเดือน (ส่งข้อความได้ไม่เกิน 2,500 Target Reach ต่อเดือน ถ้าเกินคิด 0.3 บาทต่อ Target Reach)
- **แพ็กเกจสุดท้าย**คือ แพ็กเกจโปร ราคา 1,500 บาทต่อเดือน (ส่งข้อความได้ไม่เกิน 10,000 Target Reach ต่อเดือน ถ้าเกินคิดราคาเริ่มต้น 0.1 บาทต่อ Target Reach)

● ค่าใช้จ่ายในการใช้งาน Premium ID เปลี่ยนไป

จากเดิม ที่เป็น LINE@ เสียค่าใช้จ่าย 5.99$ ต่อปี หรือประมาณ 198 บาท หลังจากเปลี่ยนเป็น LINE Official Account จะมีค่าใช้จ่ายในการใช้งาน 12$ ต่อปี หรือประมาณ 444 บาท

โดยภาพรวมการเปลี่ยนแปลงดังกล่าว จุดที่ผู้ประกอบการต้องคิดหนักคือ ราคาแพ็กเกจและการคิดราคาตามจำนวนการใช้จริง แทนที่จะเป็นระบบเหมาบุฟเฟต์แบบแต่ก่อน เพราะอย่างที่รู้กันว่าผู้ประกอบการมักจะใช้วิธียิงข้อความเยอะๆ วันละหลายครั้ง เพื่อหวังผลว่าจะมีคนเห็นจำนวนมากๆ ก็จะไม่สามารถทำได้ง่ายๆ อีกต่อไปแล้ว

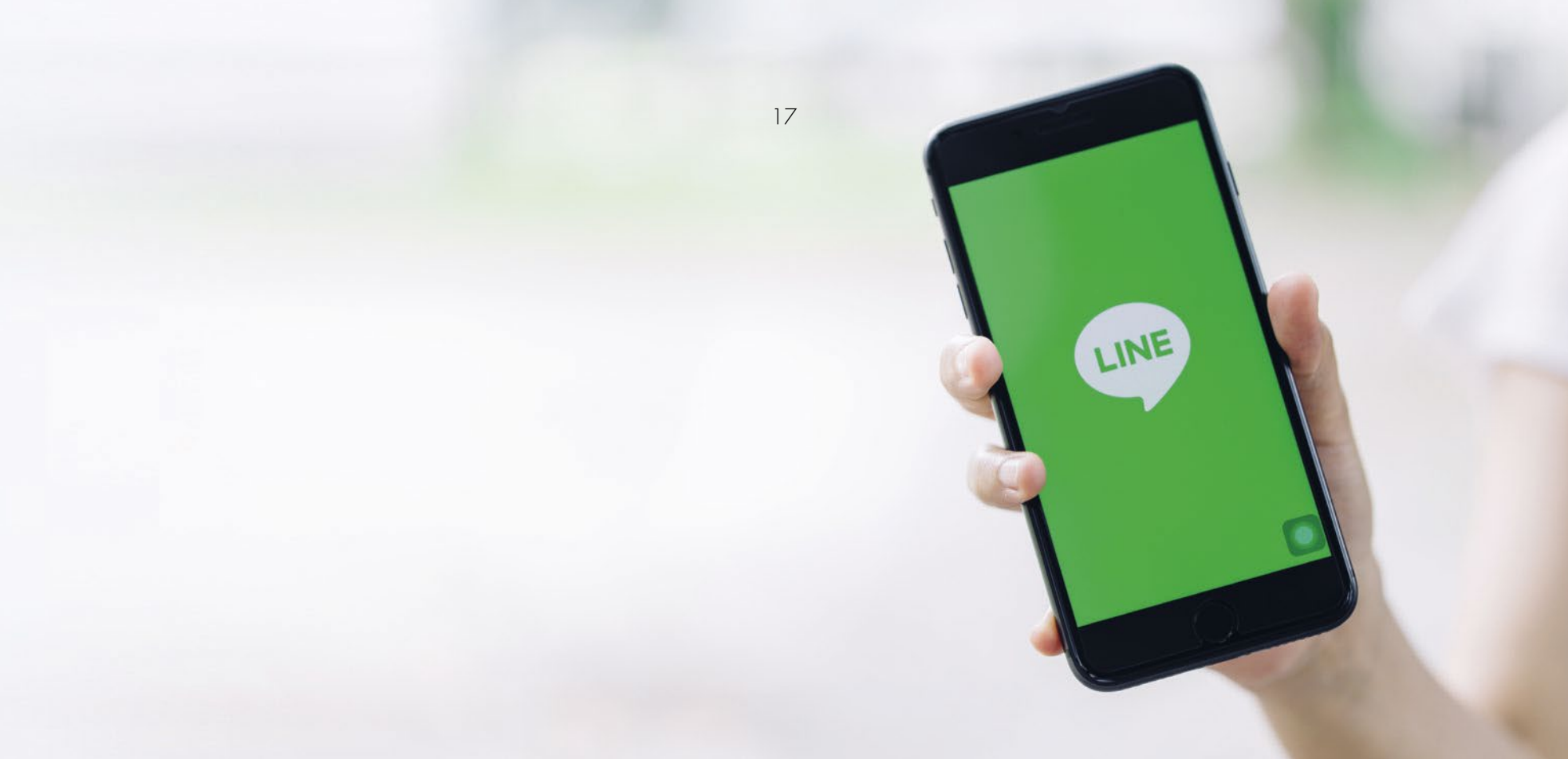
"แน่ๆ เลยคือในการ Broadcast หรือการส่งข้อความและรูปภาพไปยังคนที่ติดตามเราทุกคนในคลิกเดียว แพ็กเกจของ LINE@ จะมีความยืดหยุ่นมากกว่า เราสามารถ Broadcast ได้ไม่จำกัดถ้าเราสมัครแพ็กเกจที่ราคาสูงหน่อย อย่างผู้ประกอบการ SME สามารถใช้แพ็กเกจ Starter ราคา 200 บาทต่อเดือนได้สบายๆ เพราะสามารถ Broadcast ได้ไม่จำกัด แต่พอเป็นแพ็กเกจใหม่เหลือแค่ 3 แพ็กเกจ คือ ฟรี เบสิก และโปร คนที่กระทบคือคนที่มียอดคนติดตามเยอะ เพราะเวลาคิดเงินสำหรับการ Broadcast จะคิดตาม Target Reach หมายถึงจำนวนคนที่ใช้งานอยู่ปัจจุบัน มีตัวตนอยู่ สมมติในจำนวนคนติดตาม 10,000 คน แต่มี Target Reach 7,000 คน แล้วเรา Broadcast ทั้งหมด 7,000 ถ้าเกินก็จะมีค่าใช้จ่ายคิดตามจำนวน Broadcast ถ้าเราใช้แพ็กเกจเบสิก ราคาอยู่ที่ 500 บาทต่อเดือน ซึ่งส่งข้อความได้ไม่เกิน 2,500 Target Reach ถ้าเราส่งไปเกิน ก็จะคิด 0.30 บาทต่อข้อความทีเดียว"

อย่างไรก็ตาม แม้ว่าในการคิดค่าบริการจะแพงขึ้น แต่ถ้าว่ากันจริงๆ แล้ว LINE Official Account ก็ยังมีข้อดีสำหรับผู้ประกอบการ ในเรื่องนี้ อาจารย์ลลิตาบอกว่า ผู้ประกอบการไซส์เล็กและเพิ่งเริ่มต้นซึ่งยังมีคนติดตามไม่มาก จะได้ประโยชน์เต็มๆ เพราะว่าถ้าเป็นของเดิม LINE@ แพ็กเกจฟรีจะส่งได้แค่ข้อความธรรมดา แต่ถ้าเป็น LINE Official Account ถึงจะเป็นแพ็กเกจฟรี ก็เปิดให้ใช้ฟีเจอร์ฟรีทั้งหมดเลย ยกตัวอย่างเช่น Rich Message คือ คอนเทนต์รูปภาพขนาดใหญ่ที่สามารถฝังลิงก์เพื่อไปยังเว็บไซต์ต่างๆ ถ้าเป็น LINE@ ต้องใช้แพ็กเกจ Starter ขึ้นไปถึงจะใช้ได้ แต่พอเป็น LINE Official Account แพ็กเกจฟรีใช้ได้เลย รวมไปถึงฟีเจอร์ที่เจ๋งๆ อื่นอีกด้วย

เปลี่ยนไปใช้ไทม์ไลน์ให้มากขึ้น

การที่ LINE ปรับแพ็กเกจและวิธีการคิดเงินใหม่ ทำให้ผู้ประกอบการจะต้องคิดมากขึ้นก่อนที่จะ Broadcast ซึ่งเดิมมักจะส่งข้อความทุกวัน วันละหลายๆ ครั้งแบบหว่านไปทั่วเพราะเน้นที่ปริมาณมากกว่าคุณภาพ ก็คงจะไม่คุ้ม เพราะจะทำให้เจอปัญหาเรื่องค่าใช้จ่ายอย่างหนักเมื่อปรับเป็น LINE Official Account โดยเฉพาะธุรกิจขนาดเล็กและขนาดกลางที่มีงบประมาณในการทำการตลาดที่จำกัด

อย่างไรก็ตาม ในปัญหานี้อาจารย์ลลิตาให้คำแนะนำว่าอาจจะเลี่ยงไม่ไปใช้การ Broadcast เพราะอย่างที่ LINE ให้เหตุผลของการเปลี่ยนจาก LINE@ มาเป็น LINE Official Account ว่าเป็นเพราะการ Broadcast ไม่ถูกที่ถูกเวลา และมีปริมาณที่มากเกินไป นั้นจนกระทั่งกลายเป็นการรบกวนผู้ใช้งาน จึงพยายามจะลดการ Broadcast ลง โดยให้คนไปเล่นบนไทม์ไลน์ของ LINE เพราะฉะนั้นวิธีแก้ไขของคนที่มีการติดตามเยอะๆ อยู่แล้ว แทนที่จะ Broadcast



อย่างที่เคยทำเดือนละ 4 ครั้ง ก็อาจจะลดลงมาเหลือแค่ครั้งเดียว แล้วเปลี่ยนไปใช้ไทม์ไลน์แทน

"เปลี่ยนพฤติกรรมของคนที่ตามเราให้ไปอยู่บนไทม์ไลน์แทน โดยลดการ Broadcast ลง แทนที่อะไร ๆ ก็ Broadcast เปลี่ยนเป็นว่าอาจจะ Broadcast เฉพาะที่เป็นโปรโมชัน หรืออะไรที่สำคัญ ๆ แล้วในช่วงที่เรายังเป็น LINE@ อยู่เพราะยังใช้แพ็กเกจเดิมได้ถึงเดือนกันยายน ฉะนั้นยังมีเวลาจัดกิจกรรมได้ 3 เดือน เราก็พยายาม Broadcast ไปว่าเราจะเปลี่ยนไปใช้ไทม์ไลน์ แล้วก็พยายามไปโพสต์ในไทม์ไลน์ของตัวเองเยอะ ๆ เพื่อให้คนมาตามที่ไทม์ไลน์ของตัวเองจะดีกว่า สำหรับผู้ประกอบการที่เพิ่งเริ่มต้นมีข้อแนะนำคือ ในตอนแรกที่เราเริ่มสร้าง LINE แทนที่จะไปสร้างพฤติกรรมให้คนตามที่ Broadcast ของเรา เราก็พยายามไปใช้ที่ไทม์ไลน์เราเยอะ ๆ แล้วก็ Broadcast ตามจำนวนที่ให้ฟรี ยกเว้นยอด Target Reach สูง ๆ แล้วก็ต้องใช้แพ็กเกจที่เสียเงินจริง ๆ ก็ต้องเสียแค่แพ็กเกจเบสิกก็พอ เพราะเดือนละ 500 บาท แล้วพยายามปรับพฤติกรรมคนที่ติดตามเราให้ไปอยู่บนไทม์ไลน์มากกว่า ซึ่งมองไปแล้วธุรกิจที่กระทบมากที่สุดคือธุรกิจอาหาร เพราะ LINE เหมาะสำหรับธุรกิจอาหารมาก ๆ โดยเฉพาะอาหารดิลิเวอรี ที่มักจะใช้ส่งโปรโมชันแล้วก็คุยกับลูกค้า แล้ววันหนึ่งมีคนมาติดตามเยอะ ๆ แต่ต้องจ่ายเดือนละ 1,500 บาท ก็ถือว่าสูงมากสำหรับเขา"

นอกจากนี้ ควรรู้จักที่จะกระจายความเสี่ยง โดยการใช้ช่องทางโซเชียลมีเดีย เช่น เฟซบุ๊ก อินสตาแกรม ยูทูบ ทวิตเตอร์ ตามความเหมาะสมกับธุรกิจที่ทำ รวมถึงการเปิดมาร์เก็ตเพลซอื่น ๆ เพื่อเป็นช่องทางการขายเพิ่มมากขึ้น เช่น LAZADA, Shopee เป็นต้น

VIEWPOINT



กฤษนะ รัตนพัฒน์
หนึ่งในเจ้าของแบรนด์ Green Up

"เริ่มใช้ LINE@ มาตั้งแต่เริ่มทำธุรกิจตู้ต้นไม้อัตโนมัติ Green Up โดยใช้เป็นช่องทางตอบคำถามที่ลูกค้าสงสัย เช่น ข้อมูลเกี่ยวกับต้นไม้ที่ซื้อไป แต่ด้วยความอยากสร้างประสบการณ์ใหม่ให้ลูกค้า จึงใช้ Chatbot ในการพูดคุยกับลูกค้า ซึ่งในช่วงเวลานั้นเลือกติดต่อสื่อสารกับลูกค้าผ่าน Chatbot ในเมสเซนเจอร์ของเฟซบุ๊ก เพราะ LINE@ ยังไม่เปิดให้ลูกค้าทั่วไปใช้งาน Chatbot หากจะใช้ต้องจ่ายค่อนข้างแพง แต่หลังจากทราบข่าวว่า LINE@ ได้เปลี่ยนเป็น LINE Official Account และหลาย ๆ ฟีเจอร์ใน LINE@ ที่ต้องเสียค่าบริการหากจะใช้งานสามารถใช้งานได้ฟรี ทำให้ช่องทางนี้เกิดความน่าสนใจมากขึ้น และกระตุ้นให้อยากใช้งาน เพราะมีหลากหลายฟีเจอร์มาช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในการทำธุรกิจ ตลอดทั้งยังพัฒนา Chatbot ได้ด้วย และอีกหนึ่งสิ่งที่เกิดจากการเปลี่ยนแปลงครั้งนี้คือ ราคาแพ็กเกจการใช้งาน แต่ไม่ได้ส่งผลกระทบกับเรา เนื่องจากมีผู้ติดตามใน LINE@ ไม่เยอะ ข้อความที่ส่งจึงไม่มาก แต่หากวันหนึ่งมีผู้ติดตามใน LINE@ เพิ่มมากขึ้นก็พร้อมลงทุนกับช่องทางนี้"



ธัชสมธ ศัพท์สุวรรณ
Co-founder และ CEO ของ Rainbo

"ทุกวันนี้เราใช้ LINE@ เป็นช่องทางการติดต่อลูกค้า ซึ่งมองว่าเป็นช่องทางที่ดีสามารถกระจายข่าวสารเข้าถึงลูกค้าได้โดยตรง โดยมีผู้ติดตามประมาณ 2 หมื่นคน เลือกใช้แพ็กเกจโปรประมาณ 2,000 บาท และจะยิง Broadcast วันละครั้งถึงสองครั้ง โดยส่วนมากจะยิงเมื่อมีสินค้ามาใหม่ คอลเลกชันใหม่ หรือออกโปรโมชัน เชื่อว่าคนที่ตามเราเป็นลูกค้าตัวจริงของ Rainbo ที่อยากรู้ข่าวสารของเราอยู่แล้ว ซึ่งการเปลี่ยนมาเป็น LINE Official Account ยังไม่ได้ศึกษารายละเอียดว่าค่าใช้จ่ายจะเปลี่ยนไปมากน้อยแค่ไหน แต่ทุกวันนี้มีช่องทางโซเชียลมีเดียมากมาย เฟซบุ๊ก อินสตาแกรม อย่างเฟซบุ๊กก็มี Broadcast ซึ่งเราก็ต้องหมุนไปตามสิ่งใหม่ ๆ ที่เข้ามาอยู่แล้ว"



จอมใจ ละอองแก้ว
เจ้าของแบรนด์ Purrcraft

"ตัดสินใจใช้งาน LINE@ เพราะสามารถ Broadcast ได้ ซึ่งอำนวยความสะดวกในการส่งข่าวสารเกี่ยวกับแบรนด์ไปยังลูกค้าหลาย ๆ คนในครั้งเดียว สิ่งที่เรา Broadcast คือ เชิญชวนทำบุญ โดย Broadcast เพียงเดือนละ 1 ครั้ง และคอลเลกชันใหม่ Broadcast 1 ครั้งต่อ 1-2 เดือน เพื่อให้ทุกคนรับทราบโดยทั่วกันว่า วัน-เวลาไหนที่คอลเลกชันใหม่วางขาย ทุกคนจะได้จองสินค้าพร้อมกัน ทำให้ไม่ต้องมาคอยตอบคำถามเดิมซ้ำ ๆ เหมือนตอนติดต่อกับลูกค้าผ่าน LINE สำหรับการเปลี่ยนแปลงจาก LINE@ เป็น LINE Official Account ไม่ส่งผลกระทบกับเรา เพราะเราส่ง Broadcast ไม่เยอะและไม่บ่อย จะ Broadcast เฉพาะ 2 อย่างที่กล่าวไป นอกเหนือจากนี้จะไม่ส่ง เพราะไม่อยากให้ลูกค้าเกิดความรำคาญแล้วบล็อกเรา หลังจากเปลี่ยนช่องทางการติดต่อกับลูกค้าจาก LINE มาเป็น LINE@ ยอดขายเราเพิ่มขึ้น เพราะเป็นช่องทางที่ง่ายทั้งต่อการติดต่อและการสั่งซื้อสินค้า แต่ถึงอย่างนั้น ช่องทางนี้ยังคงเป็นช่องทางสำรองสำหรับเรา เพราะช่องทางหลักที่ใช้ยังเป็นเฟซบุ๊กและอินสตาแกรม เพราะลูกค้าส่วนใหญ่ของแบรนด์อยู่บน 2 โซเชียลฯ นั้น"

RESKILL YOURSELF for Quick Success

นิภัทรา ตั้งพจน์ทวีผล

Text : กองบรรณาธิการ / Photo : ปกรณ์ พลชัย

ยุคดิจิทัล ไม่เพียงแต่ทำให้โลกธุรกิจถูก Disrupt จนต้องมีการปรับเปลี่ยนตัวเองกันขนานใหญ่เท่านั้น หากส่งผลกระทบไปถึงมนุษย์ด้วยที่ต้องเสริมทักษะความรู้ใหม่ๆ โดยว่ากันว่าด้วยความเร็วและความแรงของเทคโนโลยีในยุคดิจิทัล ทำให้ทักษะความรู้มีอายุสั้นลง ทักษะความรู้อะไรที่สามารถนำมาใช้ในการทำงานได้ ณ วันนี้ อาจใช้ไม่ได้ในอีก 2 ปีข้างหน้า ดังนั้น โลกธุรกิจจำเป็นต้อง Transform ตัวเองเพื่อรองรับกับภาพใหม่ของโลกใบนี้ การเรียนรู้ก็จำเป็นต้องถูก Reskill เรื่อยๆ เพื่อก้าวให้ทันความเปลี่ยนแปลงตลอดเวลาเช่นเดียวกัน

ด้วยเหตุนี้ SEAC (Southeast Asia Center) ศูนย์พัฒนาและส่งเสริมการเรียนรู้ตลอดชีวิตแห่งภูมิภาคอาเซียน ได้เล็งเห็นถึงการเปลี่ยนแปลงการเรียนรู้โดยได้สร้างสรรค์รูปแบบการเรียนรู้เพื่อตอบโจทย์ความต้องการขององค์กรธุรกิจและคนทั่วไป ผ่านโมเดลการเรียนรู้ภายใต้ชื่อ YourNextU เป็นครั้งแรกในโลก โดยมี **นิภัทรา ตั้งพจน์ทวีผล** เป็นหนึ่งในทีมงานที่ช่วยปลุกปั้นโมเดลใหม่นี้ เพื่อให้เราเติมเต็มความรู้กันตลอดเวลาและไม่มีวันหมดอายุ

คุณเห็น Pain Point อะไร ถึงได้ทำโมเดลการเรียนรู้ในรูปแบบใหม่

YourNextU เป็นโมเดลการเรียนรู้ต้นแบบที่ SEAC ได้ทำการศึกษาและสร้างแบบแผนการเรียนรู้ครั้งใหม่ ที่ให้คนทุกระดับสามารถเข้ามาเรียนรู้และอัพเดตทักษะใหม่ๆ ได้ตลอดเวลา เสมือนเป็น Startup ของในองค์กรเรา ถามว่าทำไม SEAC จึงต้องทำ YourNextU หากย้อนไปเมื่อ 2 ปีที่แล้วมีคนพูดถึงการ Disruption กันมากมาย ทำให้องค์กรธุรกิจใหญ่ๆ ตื่นตัว และเริ่มเปลี่ยนแปลงวิธีการทำธุรกิจ ขณะที่ SEAC เราทำธุรกิจด้านการพัฒนาคน ลูกค้าส่วนใหญ่เป็นองค์กรธุรกิจ ดังนั้น คนที่มาหาเราจึงมาด้วยโจทย์ที่เปลี่ยนไปจากเมื่อก่อน ซึ่งจากเดิมที่ต้องการมองหาการ Transformation องค์กร พร้อมหา Solution ใหม่ เพื่อสร้างสินค้าและการบริการใหม่ เพื่อตอบโจทย์ลูกค้าได้อย่างทันท่วงที ซึ่งเป็นสิ่งที่หลายองค์กรเข้ามาคุยกับเราเป็นจำนวนมาก ทีนี้พอพูดถึงคำว่า Transformation สิ่งหนึ่งที่ทำให้กังวล คือเมื่อเอาเทคโนโลยีดิจิทัลเข้ามา เอาระบบใหม่เข้ามา แล้วคนล่ะจะเปลี่ยนอย่างงไร ซึ่งก็เกิดคำถามขึ้นมาว่าวิธีที่ SEAC ให้บริการอยู่นั้นใช่หรือไม่ เพราะโดยปกติเวลาที่องค์กรจะพัฒนาทักษะพนักงาน ก็จะส่งมาอบรมทีละ 20-30 คน แล้วก็ค่อยๆ ไล่ไปจนครบทั้งองค์กร แต่ถ้าองค์กรจะ Transform ด้วยวิธีการดังกล่าวคงทำไม่ทันกับการเปลี่ยนแปลงอย่างแน่นอน

นอกจากนี้ เราเริ่มตั้งคำถามด้วยว่าการ Disruption ไม่ได้เกิดขึ้นเฉพาะองค์กรใหญ่ๆ เท่านั้น ธุรกิจขนาดกลาง ขนาดเล็ก รวมถึงคนทำอาชีพอิสระ ฟรีแลนซ์ ต่างก็ได้รับผลกระทบเหมือนกัน อย่างที่มีการพูดกันว่าหลายอาชีพจะหายไป เพราะหุ่นยนต์จะเข้ามาแทนที่ เป็นต้น

ขณะเดียวกัน หากพูดถึงคำว่าเรียนรู้ เราจะคุ้นชินการเรียนในลักษณะเมื่อถึงวาระ เช่น เรียนมหาวิทยาลัย ถ้าช่วงทำงานก็เป็นการเทรนนิ่ง แล้วปีหนึ่งเราจะลงทุนกับการเรียนรู้แค่ครั้งสองครั้ง นั่นคือเรามักจะมองการเรียนเป็นวาระ แต่จริงๆ แล้วความรู้ในวันนี้และในอนาคต แค่ 2-3 ปีก็หมดอายุแล้ว ปีที่แล้วใช้ได้ ปีนี้อาจใช้ไม่ได้แล้ว ซึ่งสอดรับกับเทรนด์ที่ว่าในอนาคตคนจะต้อง Reskill บ่อยขึ้นและถี่ขึ้น ดังนั้น ปัญหาคือ แล้วเราจะทำอย่างไรในเมื่อเรื่องการเรียนรู้ยังเป็นการจ่ายเงินเพื่อเรียนเป็นคอร์สเป็นวาระอยู่

ทั้งหมดนี้คือ Pain Point ที่เกิดขึ้น ทีนี้เราก็มาดูว่า SEAC มีอะไรบ้างเป็นจุดแข็ง ซึ่งก็คือ 1.มีพันธมิตรที่มีคอนเทนต์ดีๆ ในต่างประเทศเยอะ เช่น มหาวิทยาลัยสแตนฟอร์ด The Ken Blanchard Companies หรือ The Arbinger Institute 2.มีทีมงานที่เชี่ยวชาญด้านการพัฒนาคน เพราะเราอยู่ในธุรกิจนี้มาเกือบ 30 ปี และ 3.มีสถานที่ มีสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ ที่ได้รับการออกแบบมาให้เอื้อต่อการเรียนรู้ ฉะนั้น เราจึงเอาสิ่งที่เรามีแล้วมาทำโมเดลใหม่ให้คนได้มีโอกาสเรียนรู้ตลอดเวลา มีรูปแบบที่หลากหลายในราคาที่เข้าถึงคนกลุ่มใหญ่ นั่นจึงเป็นที่มาของ YourNextU โมเดลการเรียนรู้ใหม่ที่ยังไม่เคยมีใครทำมาก่อน

ที่บอกว่า YourNextU เป็นโมเดลการเรียนรู้แบบใหม่เป็นรายแรกของโลก มีอะไรที่แปลกใหม่

เรามอง YourNextU ว่าเป็นคอมมูนิตี้ของคนที่รักจะพัฒนาตัวเอง โดยมีเครื่องมือช่วยให้เขาได้เรียนรู้ ซึ่งปกติเราจะคุ้นชินกับการที่จ่ายสตางค์เรียนเป็นคอร์สหรือหลักสูตร แต่ YourNextU เราอยากให้คนเรียนรู้ตลอดเวลา ดังนั้น เราจึงใช้ระบบสมาชิก วิธีการคือจ่ายค่าสมาชิกเป็นรายปี แล้วจะได้สิ่งต่างๆ เหล่านี้คือ 1.จะได้เข้าเรียนหลักสูตรระดับ World Class ที่เราไปเสาะหามาจากทั่วโลก โดยจะเรียนกี่ครั้งก็ได้ เมื่อไหร่ก็ได้ เรียกว่าเรียนแบบบุพเฟต์ ไม่มีลิมิต 2.หลายหลักสูตรที่นำเข้ามาจะมีทั้งที่เป็นออนไลน์และเวิร์กช็อป โดยจะมี Certificate รับรองหากเรียนจบคอร์สนั้นๆ นั่นหมายความว่าถ้าต้องการสร้างโพรไฟล์ให้ตัวเองก็สามารถทำได้ 3.ได้ทางเลือกรูปแบบการเรียนรู้ที่เหมาะกับตัวเอง เพราะเรารู้ว่าการพัฒนาตนเองในวันนี้ยังมีข้อจำกัดเรื่องวิธีการอยู่เยอะ เช่น ถ้าองค์กรจะจัดอบรมให้พนักงานก็จะมีแค่รูปแบบสองรูปแบบ จัดปีหนึ่งไม่กี่



“YourNextU เป็นคอมมูนิตี้
ของคนที่รักจะพัฒนาตัวเอง
โดยมีเครื่องมือช่วยให้เขาได้เรียนรู้
ซึ่งปกติเราจะคุ้นชินกับการที่จ่ายสตางค์
เรียนเป็นคอร์สหรือหลักสูตร
แต่ YourNextU เราอยากให้คน
เรียนรู้ตลอดเวลา”

พิเศษสำหรับผู้อ่าน STARTUP

สมัครวันนี้ – 31 กรกฎาคม 2562

ที่สุดของความคุ้มค่า จ่ายครั้งเดียว

12,000 บาท++/คน/ปี

★ เรียนได้ไม่อั้น กี่ครั้งก็ได้ รูปแบบใดก็ได้

★ รับคูปองชวนเพื่อนมาเรียนรู้ไปด้วยกัน
ฟรีทันที 3 ใบ เพื่อส่งต่อความรู้
และความสนุกกันไม่จำกัด

เพียงสมัครที่ www.yournextu.com
พร้อมใส่ Code : STARTUP-PROMO

หมายเหตุ: คูปองจะจัดส่งทางอีเมล หลังชำระค่าบริการ

หัวข้อ ถ้าว่างในตอนนั้นถึงจะได้เรียน ถ้าไม่ว่างก็ไม่ได้เรียน ขณะที่ถ้าเป็นคนทั่วไปอยากจะเรียนรู้ก็มีข้อจำกัดอีกว่าในจำนวนเงินที่มีนั้นจะเลือกเรียนอะไรดี บางทีเจอว่าเรียนไปแล้วไม่ชอบก็เสียดายสตางค์ ที่นี้เราเชื่อว่าคนมีจริตชอบการเรียนรู้ไม่เหมือนกัน บางคนบอกว่าชอบเรียนรู้แบบต้องมีปฏิสัมพันธ์กับคนอื่น มีเพื่อนร่วมชั้นได้แลกเปลี่ยนมุมมอง มีอาจารย์คอยถาม ถ้าชอบแบบนั้นเราก็มีรูปแบบการเรียนรู้แบบเวิร์กช็อป ซึ่งจะเปิดหลายรอบในหลายวิชา จองมาเรียนเมื่อไหร่ก็ได้ หรือบางคนชอบเรียนรู้จากการฟังเรื่องราวของคนอื่น ฟังความสำเร็จความผิดพลาดของคนอื่น ก็จะมีคลาสแบบเชิญคนมาทอล์กทำเสวนากลุ่มย่อย มีกิจกรรมที่สมาชิกจะได้มาเจอกันมาแลกเปลี่ยนความคิดกันเอง แล้วจะมีตารางเรียนหมุนเวียนทุกวันจะลงเรียนเมื่อไหร่ก็ได้ หรือบางคนไม่ชอบเรียนแบบคนเดียวก็มีคอร์สออนไลน์ที่จะเรียนที่ไหนเมื่อไหร่ก็ได้

คุณมีวิธีการเลือกหลักสูตรอย่างไรว่าเป็นความรู้ที่ต้องการจริงๆ

เราอยู่ในวงการการศึกษาการพัฒนาคนมานาน ฉะนั้นเราจะติดตามเทรนด์ รู้ว่าทักษะอะไรที่จำเป็นต้องมีในเวลานั้นๆ เราจะเก่งมากในการหาพันธมิตรเพื่อร่วมมือกันซึ่งพันธมิตรก็ไม่ได้เชี่ยวชาญทุกเรื่อง พันธมิตรไหนเชี่ยวชาญเรื่องอะไรเราก็จะไปเอาหลักสูตรของเขามา เราจะมีทีมงานเฉพาะเลยที่ทำแบบนั้น อีกส่วนหนึ่งเรารู้จากคนที่มาเรียนกับเรา โดยในทุกเดือนเราจะมีการเก็บข้อมูล ดูว่าเขากำลังมีปัญหาอะไร กำลังสนใจอะไร คนลงทะเบียนหลักสูตรอะไรมาเยอะ อะไรที่คนไม่สนใจแล้วก็เอาออกแล้วเติมหลักสูตรใหม่เข้าไปแทน โดยเราจะมีหลักสูตรใหม่ๆ เพิ่มเข้าไปทุกเดือน ตอนนี้ในระบบออนไลน์เรามี 200 กว่าหลักสูตร แต่ถ้าหลักสูตรเวิร์กช็อปมีประมาณ 40 หลักสูตร และส่วนที่เป็นกิจกรรมอีกกว่า 40 กิจกรรม

สำหรับรายละเอียดหลักสูตรว่ามีอะไรบ้างนั้นเราเริ่มต้นจาก 3 หมวดหลัก ซึ่งมองแล้วว่าเป็น 3 หมวดที่คนไทยยังขาดความรู้ด้านนี้ หมวดที่ 1 มาจากสิ่งที่เรารู้ว่าคนไทยยังไม่ค่อยมีทางเลือกเท่าไหร่ นั่นคือหลักสูตรเกี่ยวกับ Leadership และ Self-Management เช่น การปรับวิธีคิดอย่างไรเพื่อทำให้เราก้าวหน้า เราจะปรับเลนส์ในการมองอย่างไรให้เข้าใจตัวเองและเข้าใจคนอื่นมากยิ่งขึ้น เมื่อสร้างธุรกิจใหม่จะมีวิธีสร้างทีมอย่างไร เป็นต้น หมวดที่ 2 เป็นหลักสูตรเกี่ยวกับนวัตกรรม ยกตัวอย่างที่เราไปเอาหลักสูตรจากมหาวิทยาลัยสแตนฟอร์ด คือ เรื่อง Design Thinking ซึ่งเป็นเหมือนเครื่องมือที่จะทำให้เราเข้าใจธุรกิจมากขึ้น มองเห็นโอกาสจากปัญหาของลูกค้าโดยที่เราอาจจะมองไม่เห็นมาก่อน จะช่วยบอกว่าเราจะทำนวัตกรรมหรือหาทางออกใหม่ๆ ได้อย่างไร หมวดที่ 3 เราเรียกรวมๆ ว่า 4.0 Skill คือมองว่ายุคนี้เป็นยุคดิจิทัลถ้าใครไม่รู้เรื่องดิจิทัล มาร์เก็ตติ้งก็จะทำธุรกิจลำบากแล้ว นอกจากนี้ ก็มีหลักสูตรเกี่ยวกับดาต้า วิธีการจัดการดาต้า วิเคราะห์ดาต้า เป็นต้น

คนที่สมัครสมาชิกจะได้ประโยชน์อะไรบ้างจาก YourNextU

การที่เราคิดโมเดล YourNextU ออกมาเรามองว่ามีความคุ้มค่าสำหรับสมาชิกมากๆ ในวันแรกที่เราติดต่อกับต่างประเทศก็ตกใจ เพราะแต่ละหลักสูตรราคาแพงมาก อย่าง Design Thinking เป็นแสนบาท หลักสูตรอื่นๆ ก็เป็นหลายหมื่นบาท แล้วเราเอามาทำในลักษณะบุฟเฟต์ในราคาสมาชิก 12,000 บาท ++ เท่านั้น นอกจากนี้เรายังให้บางสิ่งที่ยังไม่เคยมีใครทำ เช่น จะเรียนหัวข้ออะไรก็ได้ไม่จำกัด มีทางเลือกเรื่องเวลาความสะดวก รูปแบบการเรียนรู้ก็มีหลายรูปแบบ สัมมนา เวิร์กช็อปเหล่านี้ทำให้การเรียนรู้มันใกล้ตัวเราแล้วไม่เหมือนยาขมที่ต้องบังคับตัวเองเรียน ที่สำคัญสิ่งที่สมาชิกจะได้ไม่ใช่แค่เนื้อหาหลักสูตร แต่เป็นสังคมของคนที่รักพัฒนาตนเองเหมือนกัน ซึ่งจะได้มาเจอกัน ได้ช่วยกันต่อยอดความรู้ต่างๆ ออกไปด้วย

ที่พิเศษคือสำหรับคนที่เป็นกังวลเรื่องภาษา ในการเข้าคลาสของเรานั้น แม้ว่าจะเป็นการนำหลักสูตรมาจากต่างประเทศ แต่คนสอนซึ่งผ่านการรับรองมาแล้วก่อนดำเนินการสอนนั้น จะสอนเป็นภาษาไทย (ภาษาอังกฤษก็มีให้เลือกได้เช่นกัน) มีการประยุกต์และปรับบริบทให้เข้ากับประเทศไทย และถ้าเป็นออนไลน์เรากำลังทยอยทำคำบรรยายภาษาไทยให้ด้วย

โดยวิธีของเราคือสมาชิกจะได้ Username และ Password เพื่อล็อกอินเข้าไปที่ YourNextU ถ้าอยากจะเรียนอะไรก็สามารถเข้าไปค้นหา ถ้าเป็นออนไลน์ก็กดเรียนได้เลย โดยจะเข้าจากทางมือถือหรือเครื่องคอมพิวเตอร์ก็ได้ ส่วนถ้าเป็นเวิร์กช็อป สัมมนา จะต้องลงจองในตารางเรียน แล้วเวลามาเรียนก็แค่เอาบัตรประจำตัวประชาชนมาลงทะเบียนหน้าห้องเพื่อยืนยันตัวตน

คุณคิดว่า YourNextU ตอบโจทย์ความต้องการคนกลุ่มไหนบ้าง

เราวางกลุ่มลูกค้าเอาไว้ 2 กลุ่ม คือกลุ่มลูกค้าองค์กรและกลุ่มลูกค้าทั่วไป โดยในส่วนของลูกค้าองค์กร เราเริ่มจากฐานลูกค้าที่ SEAC มีอยู่ ซึ่งส่วนใหญ่แล้วจะเป็นองค์กรขนาดใหญ่ที่กำลังอยู่ในช่วง Transformation แล้วต้องการ Reskill พนักงานอย่างไรให้เร็วๆ ในจำนวนมากๆ ซึ่งแน่นอนว่าจะต้องใช้วิธีการแบบใหม่ไม่เหมือนเดิม

สำหรับลูกค้าทั่วไปเป็นกลุ่มตลาดใหม่ที่เราไม่เคยทำแต่เรารู้ว่ามีความต้องการ ซึ่งในช่วงเริ่มต้นเราโฟกัส 3 กลุ่มคือ กลุ่มแรกพนักงานในองค์กรที่มีขนาดกลางและขนาดเล็ก ที่ไม่ได้โอกาสเข้าไปอบรมเหมือนองค์กรใหญ่ๆ กลุ่มที่สองผู้ประกอบการ SME ที่ในวันนี้ก็ต้องวิ่งให้เร็วให้ทันเหมือนเช่นองค์กรขนาดใหญ่ ซึ่งการที่มีสังคมของการเรียนรู้ตรงนี้แล้วเรามีเครื่องมือต่างประเทศจะทำให้เขามีมุมมองใหม่ๆ เห็นโอกาสใหม่ๆ แล้วก็น่าจะทำให้ต่อยอดธุรกิจได้ง่ายขึ้น กลุ่มที่สาม เป็นกลุ่มคนที่ทำอาชีพอิสระหรือฟรีแลนซ์ ซึ่งมีจำนวนมากขึ้นเรื่อยๆ และเป็นกลุ่มคนที่ต้อง Reskill ตลอดเวลา เพราะต้องตามกระแสและต้องปรับตัวตลอดเวลาเช่นกัน

อย่างไรก็ตาม ในปีนี้เราวางเป้าหมายที่จะมีสมาชิกให้ได้ 8 หมื่นคน เหตุผลว่าทำไมจึงต้องมีจำนวนสมาชิกเยอะๆ นั่นก็เพราะว่าส่วนหนึ่งมาจากโมเดลของเราเอง เมื่อเราทำให้หลักสูตรราคาแพงลงมาจับต้องได้ ก็จำเป็นต้องมีปริมาณคนเรียนจำนวนหนึ่งมาช่วยด้วย

การ Reskill มีความจำเป็นอย่างไรในการทำธุรกิจยุคนี้

จากการวิจัยและจากที่เราได้เห็นจริงๆ จะมี 3 เทรนด์ที่น่าสนใจ คือ เทรนด์แรก ในวันนี้ทักษะหรือความรู้หมดอายุเร็วมาก ไม่เกิน 2-3 ปีก็ใช้ไม่ได้แล้ว บางอุตสาหกรรมที่เปลี่ยนแปลงเร็วมากอาจจะปีต่อปีด้วยซ้ำ สิ่งที่รู้ปีที่แล้วพอมาปีนี้คนละเรื่องกันเลย จะใช้ทักษะเดิมๆ ไม่ได้เลย เทรนด์ที่สอง เดี๋ยวนี้จะเห็นว่าคนรุ่นใหม่เปลี่ยนงานบ่อยขึ้นเรื่อยๆ และหลายคนทำหลายงานในช่วงเวลาเดียวกัน ดังนั้น Multi-skill จะไม่ใช่เรื่องแปลกในอนาคต และเทรนด์ที่สาม เรื่องของ AI ที่เราพูดกันเยอะว่าหุ่นยนต์จะมาแย่งงานคน จะมีงานหรือบางอาชีพหายไป แต่ก็จะมีอาชีพใหม่ๆ เกิดขึ้นมา ดังนั้น มองว่า 3 เทรนด์นี้จะเป็นปัจจัยที่ทำให้การ Reskill เป็นสิ่งจำเป็นต่อการอยู่รอดของธุรกิจและคนทั่วไป ซึ่งในอนาคตจะต้อง Reskill บ่อยขึ้นด้วย

มีเสียงหรือผลตอบรับอย่างไรบ้างหลังจากเปิด YourNextU

เราเปิดตัว YourNextU อย่างไม่เป็นทางการเมื่อเดือนกุมภาพันธ์ที่ผ่านมา ณ วันนี้มีสมาชิกประมาณ 4,500 คนในระบบ ถามว่ากระแสตอบรับเป็นอย่างไร ก็มีหลายอย่างที่คาดไม่ถึง มีคนเดินมาให้กำลังใจเราเยอะมาก หลายคนบอกว่าพอได้ยินว่าเรียนแบบบุฟเฟต์จะเรียนเท่าไหร่ก็ได้ ก็ไม่คิดว่าเนื้อหาหลักสูตรจะดีอะไร ปรากฏว่าเนื้อหาดีมากๆ หลายคนบอกว่าอาจารย์ที่สอนก็ใส่ใจ ที่จะพูดถึงกันเยอะคือการได้มาเจอเพื่อนใหม่ ได้มาแลกเปลี่ยนมุมมองใหม่ๆ บางคนมาขอบคุณบอกว่าช่วงสองเดือนที่ผ่านมาได้มาเรียนแล้วทำให้เขารู้จักตัวเองมากขึ้น อีกคนหนึ่งเป็นเจ้าของธุรกิจได้เรียน Design Thinking เลยลองเอาเรื่องการฟังเสียงลูกค้าไปปรับใช้ในการทำธุรกิจปรากฏว่า 2 เดือนที่ผ่านมามียอดขายเพิ่มขึ้น

ดังนั้น โดยภาพรวมผลตอบรับดีมากๆ เลยมองว่า YourNextU เป็นโมเดลการเรียนรู้ที่คนกำลังมองหา เพียงแต่ยังไม่มีใครทำออกมาตอนที่เราหาพันธมิตรเพื่อพัฒนาเทคโนโลยี เราพยายามไปหาที่ต่างประเทศ ก็ยังไม่มีใครทำแบบนี้ ที่มีก็จะเป็นออนไลน์อย่างเดียว แต่ไม่มีใครที่เอาออนไลน์มาผสมกับออฟไลน์แล้วยังมีกิจกรรมอีกด้วย ดังนั้น โมเดลนี้จะบอกว่าเป็นครั้งแรกของโลกก็ได้

คุณจะแนะนำผู้ประกอบการ SME ถึงความจำเป็นในการเรียนรู้อย่างไร

การทำธุรกิจในวันนี้จะว่ายากกว่าในอดีตก็ยากกว่า แต่ก็มีโอกาสมากเช่นกัน สมัยก่อนใครอยากจะทำธุรกิจขึ้นมาสักธุรกิจก็ดูว่าคนอื่นทำอย่างไร หรือพ่อแม่เราทำอย่างไรเราก็ทำแบบนั้นขยันก็อยู่ได้แล้ว แต่ในวันนี้ทุกอย่างไดนามิกมาก คนทำธุรกิจยุคนี้ส่วนใหญ่เริ่มต้นจากการมีแรงบันดาลใจ แต่ลำพังแค่แรงบันดาลใจมันไม่พอ เพราะถ้าจะทำธุรกิจแล้วเติบโตไปได้ตลอดต้องรู้ต้องเข้าใจความต้องการของลูกค้าที่ซ่อนอยู่ เราจะมองเห็นโอกาสที่คนอื่นมองไม่เห็นได้อย่างไร ไม่เพียงแค่นั้น ต้องเข้าใจกระแส เทรนด์ใหม่ๆ เพราะยุคนี้พฤติกรรมผู้บริโภคเปลี่ยนเร็วมากๆ ขณะเดียวกันก็อาจจะมีคู่แข่งที่เราคิดไม่ถึงมาก่อนอีกด้วย เช่น เปิดร้านขายของอยู่ดีๆ ลูกค้าหายเพราะหันไปซื้อบนออนไลน์แทน หรือเปิดร้านอาหารก็ไม่ได้แข่งแค่คนทำร้านอาหารเท่านั้น แต่แข่งกับอาหารดิลิเวอรีด้วย เรียกว่าจะมองแบบเดิมไม่ได้ ที่สำคัญการทำธุรกิจมีความกดดันสูง การที่เรามีวิธีที่จะเข้าใจดูแลความคิด ดูแลตัวเอง จะทำให้มีพลังวิ่งต่อได้ยาวๆ

คุณมีมุมมองต่อการเรียนรู้ของคนไทยอย่างไรบ้าง

เราต้องยอมรับว่าสิ่งที่เราเรียนมานั้นเอามาใช้ในการทำงานได้สักครึ่งหนึ่งก็เก่งแล้ว พื้นฐานการศึกษาของคนไทยยังมีช่องว่างตรงนั้นอยู่ ทำให้เมื่อถึงเวลาที่จะต้องทำงานจริงๆ จึงต้องเรียนรู้ด้วยตัวเองพอสมควร แล้วคนไทยจำนวนมากที่อาจจะยังเข้าไม่ถึงการเรียนรู้ ซึ่งต่างจากฝรั่งที่มีการถูกฝึกให้มี Self-Learning มาตั้งแต่เด็ก ซึ่งเรื่องนี้สำคัญมากในอนาคตเพราะเราจะต้อง Self-Learning ตลอดเวลาและตลอดชีวิต

ที่บอกว่า YourNextU แยกออกมาเป็นอีกหน่วยธุรกิจของ SEAC เป็นเหมือน Startup จึงเป็นความท้าทายการทำงานของคุณด้วย คุณมีวิธีรับมืออย่างไร

ท้าทายมาก แต่เราก็ต้องเรียนรู้และปรับให้เร็ว เราต้องเปลี่ยนวัฒนธรรมการทำงานพอสมควร ปรับ Mindset ปรับวิธีทำงานด้วยคำว่า Speed เดิมที่เราเคยทำ เราว่าเรา Speed แล้ว แต่มันคนละ Speed กับการทำ YourNextU เรารื้อโปรเจกต์กันตลอดเวลา มีการเปลี่ยนแปลงทุกวัน ตอนแรกเราก็คิดว่าเราขัดประมาณหนึ่งแล้ว ปรากฏว่าพอเราเริ่มทำก็มีปัญหาระหว่างทางมีความเข้าใจใหม่ แล้วเจอโอกาสที่ตอนแรกเราไม่คิดฉะนั้นเราจึงต้องปรับเปลี่ยนอะไรตลอดเวลา แล้วมันก็คือความท้าทายของทีมงานที่เราจะ Speed ตัวเองอย่างไรให้ทันกับการปรับเปลี่ยนตัวเองตลอดเวลา

HAUL

ถุงเท้าซ่อนลายพิเศษ ตาไม่ดี หาไม่เจอ

Text : Kritsana S. / Photo : กิจจา อภิชนรจเรข

ถุงเท้าใครว่าไม่สำคัญ นอกจากช่วยปกปิดเท้าและลดการเสียดสี
ระหว่างผิวเท้ากับรองเท้าแล้ว ยังเป็นไอเท็มเสริมลุคและแสดงให้เห็นถึงความพิถีพิถันในการแต่งตัว
เพราะต้องเลือกถุงเท้าให้แมตช์กับชุดที่สวมใส่ ซึ่งถุงเท้าที่ดีไม่เพียงแค่ลายสวย แต่ต้องคุณภาพดีด้วย

ก้อย-กรกมล เธียไพรัตน์ และ **ตี้-ศิริพร ลีลาสุขสวัสดิ์** สองสาวเพื่อนซี้ที่ชอบเดินทางท่องเที่ยว และชอบแต่งตัวอย่างเรียบง่าย แต่ไม่วายซ่อนความเก๋ให้กับลุคด้วยถุงเท้าดีไซน์ชิก แต่ด้วยถุงเท้าที่ขายในตลาดแม้ลายโดนใจ แต่คุณภาพกลับไม่ตรงตามต้องการ ระบายความร้อนไม่ดี ใส่เพียงไม่กี่ครั้งก็ยืดย้วย ทั้งคู่เลยชวนกันมาทำถุงเท้าคุณภาพดีที่เต็มไปด้วยความสนุกสนาน ภายใต้ชื่อแบรนด์ Haul

ความโดดเด่นของถุงเท้า Haul ที่สะดุดตาตั้งแต่แรกเห็น คือ การจับคู่สีเข้าด้วยกันได้อย่างลงตัว มีสีสันให้เลือกเยอะและเป็นสีกลางที่เหมาะทั้งผู้หญิงและผู้ชาย แม้ลวดลายของถุงเท้าแต่ละคอลเลกชันอาจดูธรรมดา แต่ถ้าสังเกตให้ดีจะเห็นว่ามีการซ่อนลายพิเศษไว้ให้ผู้สวมใส่ได้สนุกไปกับการค้นหาลายนั้น เช่น Dylan คอลเลกชันที่ซ่อนเครื่องหมาย Pause ไว้ท่ามกลาง Previous และ Next เครื่องหมายที่พบเห็นได้ในโปรแกรมเล่นเพลง Bobbi คอลเลกชันลายจุดที่ใส่เส้นหยักไว้ที่ขอบถุงเท้า และ Alex คอลเลกชันที่มาพร้อมลายง่าย ๆ แต่กลับโดดเด่นด้วยสีที่ตัดกันอย่างชัดเจนระหว่างสีปลายเท้ากับส้นเท้าและสีฝ่าเท้า

นอกเหนือจากการซ่อนลวดลายพิเศษคือ การสร้างที่มาและเรื่องราวให้กับถุงเท้าแต่ละคอลเลกชัน โดยมาจากสิ่งที่สองสาวได้พบเจอและรู้สึกประทับใจเมื่อครั้งออกเดินทางท่องเที่ยว เช่น บทเพลงในงานคอนเสิร์ต เกลียวคลื่นของทะเล และวัฒนธรรมของประเทศต่างๆ เป็นต้น ซึ่งวิธีการนี้ได้กลายเป็นจุดแข็งที่ทำให้ถุงเท้า Haul แตกต่างจากถุงเท้าแบรนด์อื่นในตลาด

ด้านวัสดุที่ใช้ในการผลิต ใช้ Cotton 82 เปอร์เซ็นต์ Spandex 15 เปอร์เซ็นต์ และ Elastane 3 เปอร์เซ็นต์ เนื่องจากใช้ Cotton เยอะ ถุงเท้าจึงมีความทนทาน ไม่ยืดย้วยง่าย ทำให้ใส่ได้นานยิ่งขึ้น ระบายความร้อนได้ดี จึงไม่รู้สึกอับชื้นเวลาใส่ ไม่เพียงเท่านี้ เจ้าของแบรนด์ทั้งสองยังถ่ายทอดตัวตนของ Haul ที่เป็นแบรนด์ Eco Friendly ผ่านแพ็กเกจจิ้งกระดาษย่อยสลายได้ โดยตั้งใจออกแบบให้เป็นสายคาดเดี่ยวที่รัดถุงเท้าได้รอบ เพื่อลดปริมาณการใช้พลาสติกอย่างตะขอแขวนและพลาสติกห่อหุ้มถุงเท้า

"การทำธุรกิจถุงเท้ามีความเสี่ยงในแง่ของเรื่องสินค้าค้างสต็อก เพราะเป็นสินค้าที่ถูกจำกัดด้วยขั้นต่ำในการผลิต ดังนั้น จึงต้องคิดหาแผนในการขาย เพื่อไม่ให้เกิดเหตุการณ์ดังกล่าว โดยเราเลือกใช้วิธีขายในหลากหลายช่องทาง ไม่ว่าจะเป็นช่องทางออนไลน์อย่าง เฟซบุ๊ก และอินสตาแกรมที่เราดูแลเอง ไปจนถึงแพลตฟอร์มช้อปปิงออนไลน์ของต่างประเทศทั้ง Pinkoi และ Etsy ส่วนช่องทางออฟไลน์วางขายที่ร้านขายสินค้าไลฟ์สไตล์ย่านสยามอย่างร้าน Frank! Garon และร้าน O.D.S การมีช่องทางขายหลากหลายทำให้ได้เจอทั้งลูกค้าไทยที่มีมากถึง 60 เปอร์เซ็นต์ และ 40 เปอร์เซ็นต์ที่เหลือเป็นชาวต่างชาติทั้งจากโซนยุโรปและโซนเอเชีย ลูกค้าที่เข้ามาทั้งหมดเป็นกลุ่มคนรุ่นใหม่ทั้งชายหญิงที่ชอบแต่งตัวและมีความพิถีพิถันในการเลือกเสื้อผ้าเครื่องแต่งกาย ซึ่งเป็นกลุ่มลูกค้าเป้าหมายของเรา" ตี้เล่า

ช่องทางการขายที่หลากหลายให้ผลในเรื่องการกระจายสินค้าสู่วงกว้างและทำให้แบรนด์เป็นที่รู้จักมากขึ้น ขณะที่การทำคอนเทนต์สำหรับโพสต์ในช่องทางขายต่างๆ ก็สำคัญไม่แพ้กัน ซึ่งก้อยเผยว่า คอนเทนต์ที่ทำให้คนหยุดที่หน้าเพจของแบรนด์ คลิกเข้ามาดูสินค้า และจดจำแบรนด์ได้คือ คอนเทนต์ที่สื่อถึงตัวตนแบรนด์ พร้อมทั้งสร้างสีสันความสนุกให้กับคนที่เข้ามาดู และต้องโพสต์ภาพตัวอย่างการใส่ถุงเท้าร่วมด้วย เพื่อให้มองออกว่า ลายถุงเท้าจะเปลี่ยนไปอย่างไรเมื่อใส่ และควรแมตช์กับการแต่งตัวแบบใดจึงจะเหมาะ

"ตอนที่บอกกับคนรู้จักว่าจะทำแบรนด์ถุงเท้า ทุกคนก็แปลกใจ เพราะไม่ค่อยมีใครทำ เราจึงมองว่าเป็นโอกาสที่ดี เพราะคู่แข่งน้อย แต่ด้วยเราเป็นแบรนด์เล็ก ไม่สามารถสั่งผลิตถุงเท้าได้ในจำนวนมากๆ ฉะนั้นเมื่อสั่งผลิตในจำนวนน้อย ต้นทุนเลยสูง ทำให้ต้องตั้งราคาถุงเท้าสูง สิ่งที่กระตุ้นให้ลูกค้าซื้อด้วยความยินดีจึงเป็นเรื่องของราคาที่เหมาะสมกับคุณภาพ ลวดลายเป็นเอกลักษณ์ และช่วยเสริมลุคให้ดูดีตามที่พวกเขาต้องการ" ก้อยเล่าปิดท้าย





haul.bangkok haul.bangkok @haul.bangkok

Self-Employed

KAAB
กระเป๋าสุดชิกรังสรรค์จากกาบกล้วย

Text : Ratchanee P. / Photo : กิจจา อภิชนรจเรข

เพราะชอบผลิตภัณฑ์ที่ทำจากวัสดุธรรมชาติ หรือที่สามารถเป็นวัสดุทดแทนได้
แต่เมื่อเหลียวมองในตลาดแล้วเห็นว่ามีแต่วัสดุจากพักตบชวาที่นำมาจักสานเป็นผลิตภัณฑ์ต่างๆ เต็มไปหมด
จึงตั้งคำถามขึ้นมาว่า จะมีพืชอะไรที่สามารถนำมาพัฒนาเป็นผลิตภัณฑ์ได้อีกบ้าง?

การตั้งคำถามของ **แคร์-ธนัญญา ธุวานนท์** นำมาสู่การเสาะหา ศึกษา และทดลองวัสดุจากธรรมชาติ จนกระทั่งตัดสินใจเลือกกาบกล้วย หลังจากที่เห็นว่าต้นกล้วยกลายเป็นขยะทางการเกษตรที่เกษตรกรต้องกำจัดทิ้ง นำมาออกแบบเป็นผลิตภัณฑ์

"เริ่มจากการที่ต้องทำโปรเจกต์จบการศึกษา คณะมัณฑนศิลป์ มหาวิทยาลัยศิลปากร ซึ่งโดยส่วนตัวเป็นคนชอบผลิตภัณฑ์ที่ทำจากวัสดุธรรมชาติอยู่แล้ว พอเห็นต้นกล้วยที่ถูกทิ้งเป็นขยะบวกกับมองว่าลักษณะทางกายภาพของต้นกล้วยสามารถนำมาทำอะไรได้มากกว่าการถูกตัดทิ้งก็เลยเอามาทดลอง โดยตอนแรกจะทดลองทั้งใบทั้งต้นกล้วย แต่สุดท้ายก็เลือกใช้ส่วนของลำต้น ที่มีความพิเศษคือเป็นพืชที่โตเร็ว และมีลักษณะทางกายภาพที่ไม่เหมือนพืชชนิดอื่นคือมีแผ่นกว้าง ซึ่งไม่จำเป็นต้องนำมาทำเป็นเส้นๆ ที่จะทำได้แค่การจักสานเท่านั้น"

ความเป็นแผ่นกว้างของต้นกล้วยทำให้สามารถนำมาสร้างสรรค์เป็นผลิตภัณฑ์ได้หลากหลายรูปแบบ โดยในตอนแรกที่ทำโปรเจกต์ ธนัญญาเลือกใช้เทคนิคการเย็บเพื่อขึ้นรูปเป็นแจกัน ถัดจากนั้นก็นำมาสานเพื่อทำเป็นเบาะ แต่เมื่อเรียนจบ คิดอยากจะลองทำเป็นธุรกิจจริงๆ จึงพลิกแพลงนำมาเย็บเป็นกระเป๋า เพราะคิดว่าน่าจะเป็นผลิตภัณฑ์ที่ขายออกได้ง่าย

"ลำต้นกล้วยจะมีความมันที่ผิวด้านนอก และมีความแข็งแรงซึ่งเราจะเอามาทำเป็นเชือก แต่เมื่อปอกเปลือกออกด้านในจะนิ่มกว่า ก็จะเลือกใช้ในส่วนนี้ โดยเอามาผ่านกรรมวิธีต่างๆ เช่น ตากแดด ซึ่งการตากนี่ก็ยาก เพราะถ้าตากแห้งไปก็จะห่อ แต่ตากน้อยไปก็จะขึ้น โดยได้กลุ่มหัตถกรรมชุมชนที่เชี่ยวชาญในด้านการผลิตสินค้าที่ใช้วัสดุจากกาบกล้วยอยู่แล้ว มาเพื่อสร้างสรรค์แผ่นกล้วย เมื่อได้แผ่นกล้วยจึงนำมาจับจีบหรือเย็บเดินเส้นด้วยด้ายแล้วแต่ลวดลายที่ออกแบบ แล้วขึ้นรูปเพื่อเป็นกระเป๋า โดยจะใช้ผสมกับผ้า ซึ่งในส่วนนี้จะใช้ช่างเย็บที่กรุงเทพฯ โดยตัวกระเป๋าทั้งหมดนี้จะเป็นคนออกแบบเอง"

ด้วยความแปลกใหม่ของกระเป๋ากาบกล้วยผสมผสานกับดีไซน์ที่ดูโมเดิร์นภายใต้แบรนด์ KAAB จึงทำให้ได้รับความสนใจ โดยเฉพาะอย่างยิ่งในกลุ่มคนที่รักงานแฮนด์เมด คนที่สนใจงานที่เป็นมิตรกับธรรมชาติ ห่วงใยสิ่งแวดล้อม อยากลดการใช้พลาสติกที่ย่อยสลายยาก

"คอนเซปต์ของกระเป๋า KAAB นอกจากจะใช้วัสดุจากกาบกล้วยซึ่งเป็นวัสดุจากธรรมชาติแล้ว ยังออกแบบให้ดูโมเดิร์น ให้อยู่ตรงกลางเพื่อให้คนเข้าถึงง่าย ใครก็ใช้ได้ แต่ด้วยความเป็นวัสดุที่คนไม่คุ้นเคย จึงต้องออกบู๊ธเพื่อให้ได้เห็นกันจริงๆ ส่วนใหญ่คนที่มาซื้อก็จะชมแล้วก็ถามว่าทำอย่างไร ซึ่งด้วยวัสดุที่เราใช้มันยังดูไม่แข็งแรงเหมือนหนังหรือผ้า คนเลยยังไม่ค่อยมั่นใจ แต่ความตั้งใจตั้งแต่แรกว่าอยากให้คงความเป็นธรรมชาติ ซึ่งตรงนี้ก็ต้องพยายามพัฒนาต่อไปว่าจะทำให้แข็งแรงกว่านี้ได้อย่างไร เพราะคิดว่าที่ออกมาเป็นผลิตภัณฑ์ ณ วันนี้ ก็ไม่ใช่ว่าจะ 100 เปอร์เซ็นต์ อย่างไรแล้วเราก็ต้องทดลองพัฒนาต่อไปเรื่อยๆ เพื่อให้ได้สิ่งที่ดีที่สุด"

อย่างไรก็ตาม ธนัญญายอมรับว่า ในช่วงเริ่มต้นของการสร้างแบรนด์ KAAB นี้ยังต้องใช้เวลาในการทำให้คนรู้จักและมั่นใจว่าสามารถใช้งานได้จริงอีกระยะหนึ่ง ซึ่งแม้ในตอนนี้เธอจะทำงานประจำอยู่ และอาศัยแค่ช่วงวันเสาร์-อาทิตย์ในการคิดรังสรรค์และทำการตลาดออนไลน์ให้กับ KAAB แต่เมื่อสิ่งนี้คือสิ่งที่รัก และเป็นเหมือนพื้นที่ที่ระบายความคิดของตนเองให้หลุดออกจากกรอบ เธอจึงไม่หยุดเพียงแค่นี้ แต่จะคิดพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ ภายใต้คอนเซปต์ผลิตภัณฑ์จากกาบกล้วยอีกเช่นเดิมอย่างแน่นอน



08-6539-7892 kaab.bababatree kaab_officecial

5 รายงานทางการเงิน ตัวช่วยดันธุรกิจโต

Text : วันวิสา งามแสงชัยกิจ

เมื่อพูดถึงการทำบัญชีสำหรับธุรกิจขนาดเล็ก หลายคนรู้ว่าเป็นสิ่งสำคัญที่ต้องมีการเก็บบันทึกข้อมูลต่างๆ เพื่อใช้ในการยื่นภาษี อย่างไรก็ตาม รายงานการบัญชีที่จัดทำไว้นั้น ยังมีข้อดีอีกมากที่คนทำธุรกิจสามารถหยิบไปใช้ เพื่อการเติบโต พัฒนา และขยายกิจการให้เดินไปข้างหน้าได้ มาดูกันว่า 5 รายงานทางการเงินแบบไหนที่จะเป็นประโยชน์และสร้างแต้มต่อให้กับการทำธุรกิจบ้าง



1 งบกำไรขาดทุน

รายงานที่สำคัญที่สุดสำหรับธุรกิจก็คือ งบกำไรขาดทุน ซึ่งจะแสดงให้เห็นว่ากิจการมีรายได้ ค่าใช้จ่าย และกำไรอยู่ที่เท่าไร โดยการทำบัญชีที่ดีนั้นต้องบอกได้ถึงรายละเอียดอย่างจ่ายออกไปไหน และเงินที่เข้ามานั้นมาจากที่ใด ผู้ประกอบการควรดูรายงานประเภทนี้อย่างน้อยทุกเดือน และดูแนวโน้มเปรียบเทียบผลลัพธ์ปัจจุบันกับช่วงเวลาเดียวกันของปีก่อน และเปรียบเทียบเดือนล่าสุดกับช่วง 2-3 เดือนที่ผ่านมา เพื่อที่จะได้รู้ว่าอะไรที่ออกมาดีและอะไรที่ควรแก้ไข อีกทั้งยังจะช่วยให้รู้ว่าควรมุ่งเน้นไปที่ส่วนไหนที่ทำกำไรได้มากที่สุดของการทำธุรกิจ

2 การดูอายุลูกหนี้

การดูอายุลูกหนี้ หรือ Accounts Receivable Aging เป็นรายงานตัวหนึ่งที่ใช้แสดงการแบ่งช่วงอายุของลูกหนี้ให้เห็นอย่างชัดเจน ซึ่งอาจจะเป็น 30 วัน 60 วัน 90 วัน 180 วัน หรือมากกว่า 270 วัน เป็นต้น โดยรายงานตัวนี้จะทำให้รู้ได้ว่าการเก็บเงินนั้นเป็นไปตามข้อตกลงมากน้อยขนาดไหน มีรายไหนที่จ่ายแล้ว รายไหนจ่ายล่าช้า หรือรายไหนค้างการชำระ

3 งบดุล

งบดุล หรืองบแสดงฐานะทางการเงินคือ รายงานทางการเงินที่จะทำให้เห็นภาพรวมได้ถึงฐานะทางการเงินในช่วงเวลาใดเวลาหนึ่ง เมื่อตรวจสอบงบดุลควรดูที่สินทรัพย์ระยะสั้นกับหนี้สินด้วย เพื่อจะได้เห็นสภาพคล่องของการดำเนินกิจการ

4 รายได้จากลูกค้า

เช่นเดียวกับที่ควรดูว่าใครคือลูกหนี้ของเรา ควรจะรู้ว่าใครที่ให้ประโยชน์กับธุรกิจได้อย่างสูงสุด ซึ่งรายงานของรายได้จากลูกค้าจะเป็นตัวบอกได้ว่า ธุรกิจสามารถสร้างรายได้จากลูกค้าแต่ละคนอย่างไรบ้าง อย่างไรก็ตาม ควรระวังที่จะยึดติดกับแหล่งใดแหล่งหนึ่ง หากรายได้จำนวนมากมาจากแหล่งเดียว นั่นหมายถึง มีความเสี่ยงด้านการกระจุกตัวของรายได้ เพราะเมื่อลูกค้ารายนั้นถอนตัวไปจะสามารถส่งผลกระทบหรือทำลายกิจการทั้งหมดได้ ดังนั้น ผู้ประกอบการควรมีลูกค้าที่หลากหลาย และไม่ยึดมั่นอยู่ที่ใครคนใดคนหนึ่ง

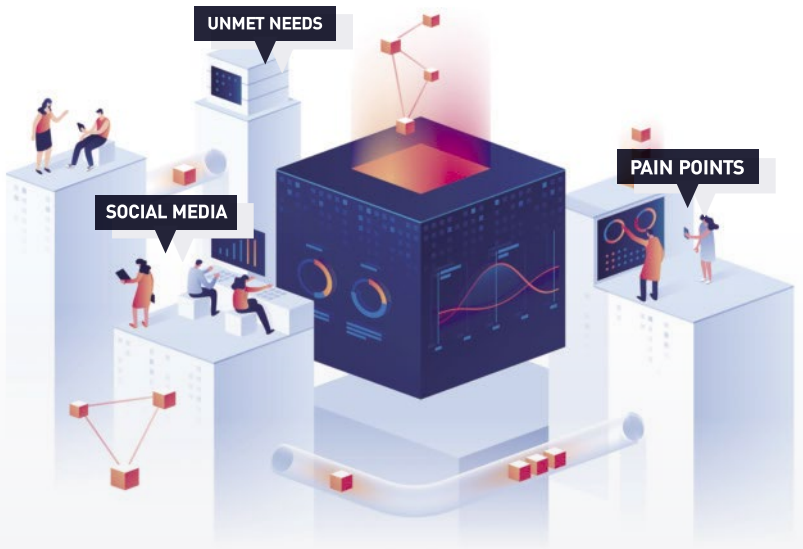
5 การดูอายุเจ้าหนี้การค้า

อีกหนึ่งรายงานทางการเงินที่สำคัญก็คือ Accounts Payable Aging หรือการดูอายุเจ้าหนี้การค้า พูดง่ายๆ ก็คือ รายงานที่จะบอกเจ้าของธุรกิจว่ากำลังเป็นหนี้ใครอยู่ จำนวนเท่าไหร่ และต้องจ่ายภายในวันไหน ซึ่งตราบที่ข้อมูลมีการอัพเดตอยู่เสมอก็ไม่ต้องกังวลไปว่าจะพลาดวันที่กำหนด เพราะการชำระเงินล่าช้าสามารถทำให้ความสัมพันธ์ระหว่างกันนั้นแย่ลง และอาจนำไปสู่การที่จะต้องจ่ายค่าปรับหรือค่าใช้จ่ายอื่นๆ เพิ่มเติม

SME THAILAND
PRIVILEGE CLUB

ONLINE
COURSE

ถ้า **BIG DATA** ดูยิ่งใหญ่เกินไป
มาเรียนรู้วิธีใช้ **SMART DATA**
ที่เหมาะกับ **SME** ดีกว่า



เทคนิคการใช้ข้อมูล Social Media เพื่อสร้างประสบการณ์ที่ดีให้กับลูกค้า และวิธีการหา Insights จากข้อมูลบนโซเชียลมีเดีย ที่จะช่วยให้ผู้ประกอบการเข้าใจความต้องการของลูกค้ามากขึ้น วิธีค้นหาความต้องการที่ซ่อนอยู่ (Unmet Needs) รู้ถึงสิ่งที่ลูกค้ายังไม่พอใจ (Pain Points) และเรื่องใดที่ธุรกิจต้องแก้ไขโดยด่วน รวมทั้งค้นหาโอกาสทางการค้าใหม่ๆ

โดย คุณสรรพ์ชัยย์ บูรณ์เจริญ
ผู้เชี่ยวชาญด้าน CONSUMER INSIGHT

ON AIR

พบกัน 20 มิถุนายนนี้ เวลา 19.00 น.
ทาง facebook Group : SME Thailand Privilege Club (Member) เท่านั้น

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

smethailandprivilegeclub

||FIT & FAB||



เทคนิค สำหรับมือใหม่หัดไปยิม

Text : น้ำค้าง

สำหรับคนที่เริ่มสนใจออกกำลังกายเพื่อให้สุขภาพแข็งแรง แต่ยังหวั่นๆ ว่าลงทุนไปกับรองเท้า และเครื่องแต่งกาย รวมถึงค่าสมัครรายเดือน รายปีที่ฟิตเนสแล้วจะไปรอดหรือไม่นั้น มาลองใช้เทคนิคเพื่อเข็ญตัวเองดู เป็นต้นว่า

กล้าที่จะออกจาก “Comfort Zone”

การออกกำลังกายมีหลายรูปแบบ ไม่จำเป็นต้องทำตามกระแสหรือเลียนแบบคนอื่น ทดลองหลายๆ กิจกรรมเผื่อค้นพบว่า สิ่งที่คิดว่าไม่น่าจะทำได้ เช่น การปีนหน้าผา หรือ Yoga กลายเป็นกิจกรรมที่ชอบก็ได้

ตั้งเป้าหมายเล็กๆ ก่อน

เช่น สำหรับคนที่เพิ่งเริ่มวิ่ง ควรกำหนดภารกิจทีละน้อย เมื่อทำได้ค่อยขยับเพิ่ม เช่น ฝึกวิ่งวันละ 5 กิโลเมตร แล้วเพิ่มเป็น 10 หรือ 15 กิโลเมตรตามลำดับ เมื่อมั่นใจแล้วก็ลงแข่งมินิฮาล์ฟ ฟูลมาราธอน ไปจนถึงไตรกรีฑา หรือโปรแกรมที่โหดหินสุด เป็นต้น

เพื่อลดความน่าเบื่อและซ้ำซาก

ใช้วิธีสลับเปลี่ยนกิจกรรมการออกกำลังกายหลายๆ แบบ ไม่ว่าจะวิ่ง ว่ายน้ำ ตีเทนนิส ปั่นจักรยาน ชกมวย เล่นอุปกรณ์ในยิม การเปลี่ยนกิจกรรมอยู่เรื่อยๆ ช่วยลดความจำเจ เพิ่มความตื่นเต้น และกระตุ้นการทำงานของกล้ามเนื้อส่วนอื่นๆ แบบทั่วถึงด้วย

ปรึกษาแพทย์หรือผู้เชี่ยวชาญ

เพื่อความปลอดภัย สำหรับคนที่อายุเกิน 45 ปี หรือมีโรคประจำตัวควรขอคำแนะนำจากผู้รู้สักนิด หากเป็นไปได้จ้างเทรนเนอร์ที่มีความรู้ให้ช่วยดูแลว่ากิจกรรมไหนเหมาะสม และควรเล่นมากน้อยแค่ไหนจึงจะไม่เป็นอันตราย

เลือกอาหารและเครื่องดื่มให้เหมาะ

ก่อนออกกำลังกายควรรับประทานอาหารให้พลังงานที่ร่างกายสามารถนำไปใช้อย่างรวดเร็ว เช่น น้ำผลไม้ ผลไม้ หรือโยเกิร์ต หลังออกกำลังกายก็ต้องรับประทานเพื่อชดเชยพลังงานที่เสียไป อาหารที่เหมาะหลังทำกิจกรรม ได้แก่ ประเภทโปรตีนดี และคาร์โบไฮเดรตเชิงซ้อน

ดื่มน้ำให้เพียงพอ

ควรจิบน้ำเพื่อป้องกันภาวะร่างกายขาดน้ำ ป้องกันตะคริว และหัวใจทำงานหนัก หากไม่ได้ทำกิจกรรมแบบหนักหน่วงยาวนานหลายชั่วโมงก็ไม่จำเป็นต้องดื่มน้ำเกลือแร่แต่อย่างใด แค่น้ำเปล่า 1 แก้ว ทุก 20 นาทีก็เพียงพอแล้ว

เสื้อผ้า รองเท้าสำคัญ

เลือกให้เหมาะสมกับกิจกรรมแต่ละชนิด ความสวยงามนั้นอีกเรื่อง แต่ความสบาย ความคล่องตัว และความปลอดภัยต้องมาก่อน เช่น เสื้อผ้าที่ระบายเหงื่อได้เร็ว รองเท้าที่เป็นรองเท้าสำหรับใส่วิ่ง ไม่ใช่ใส่เดินเล่น เหล่านี้มีผลทำให้ทำกิจกรรมได้ยาวนานขึ้น

จ้างผู้เชี่ยวชาญ

กิจกรรมบางอย่างไม่สมควรคิดเอง เพราะหากเล่นผิดท่าอาจทำให้บาดเจ็บได้ เช่น โยคะ เวทเทรนนิ่ง การต่อยมวย บางคนอาจใช้วิธีศึกษาจากคลิปหรือหนังสือ แต่ต้องมั่นใจว่าถูกต้องจริง ไม่เช่นนั้นอาจกลายเป็นเสียน้อยเสียยาก เสียมากเสียง่าย S

||GOOD LIFE||

วิธีลดความเสี่ยง

โรคสมองเสื่อม

Text : Morning Dew

ภาวะสมองเสื่อม (Dementia) คือ อาการที่เกิดจากความผิดปกติของเปลือกสมอง ส่งผลกระทบต่อสติปัญญา ความคิด ความจำบกพร่อง หลงลืม ทั้งความจำระยะสั้นและระยะยาว การตัดสินใจผิดพลาด มีปัญหาในการพูด พูดซ้ำๆ ซากๆ ไม่เข้าใจคำพูด ไม่สามารถปฏิบัติงานต่างๆ ในชีวิตประจำวัน มีความสับสนในเรื่องของเวลา สถานที่ บุคคล มีความผิดปกติทางจิต และพฤติกรรม อาการเหล่านี้มีผลกระทบทำให้ไม่สามารถทำงานหรืออยู่ในสังคมได้

ข้อมูลจากองค์การอนามัยโลกระบุ ภาวะสมองเสื่อมเกิดขึ้นกับผู้คนราว 50 ล้านคนทั่วโลกจนเริ่มกลายเป็นเรื่องปกติ คนที่มีอายุมากขึ้นมีความเสี่ยงสูงที่จะเป็นโรคสมองเสื่อม แต่พันธุกรรมก็มีส่วน แม้จะยังไม่มีวิธีรักษาภาวะนี้ แต่ก็มีแนวทางปฏิบัติที่ช่วยลดความเสี่ยงของโรคโดยเฉพาะคนทั่วไปที่อายุยังน้อย มาดูกันว่ามีพฤติกรรมใดบ้างที่สามารถลดความเสี่ยงในการเกิดโรคนี้

1 ออกกำลังกาย

อย่างน้อยสัปดาห์ละ 150 นาที จะเป็นการวิ่ง เดิน ปั่นจักรยาน ว่ายน้ำ หรือเล่นกีฬาอื่นๆ หรือจะออกแรงด้วยการทำงานบ้าน ทำสวนก็ได้ เพียงขอให้ร่างกายได้เคลื่อนไหวต่อเนื่องไม่น้อยกว่า 30 นาทีต่อครั้ง

2 ละเลิกการสูบบุหรี่

การสูบบุหรี่มีผลต่อการทำงานของสมองและอวัยวะต่างๆ ข้อมูลนี้ไม่ใช่เรื่องใหม่ อยู่ที่ว่าใครจะไหวตัวทันและเดินจากมันไปได้

3 เลือกรับประทานอาหารดีๆ

เน้นผักผลไม้และอาหารไขมันต่ำ น้ำตาลน้อย โปรตีนดี อาหารเพื่อสุขภาพย่อมนำมาซึ่งสุขภาพที่ดีโดยเฉพาะเมื่อรับประทานให้สมดุล

4 อย่ากินอาหารเสริมแทนอาหารหลัก

หากมั่นใจว่ารับประทานอาหารเพียงพอต่อโภชนาการที่ร่างกายควรได้รับในแต่ละวันก็ไม่จำเป็นต้องพึ่งอาหารเสริมและวิตามินทั้งหลายแหล่ที่มีราคาแพง

5 หลีกเลี่ยงการดื่มแอลกอฮอล์

ดื่มบ้างเป็นบางโอกาสคงไม่เป็นไร แต่การดื่มแอลกอฮอล์เป็นประจำจนติดเป็นนิสัย ร่างกายและสมองพังได้

6 หมั่นลับสมอง

หลายงานวิจัยระบุการเล่นเกม เช่น เกมปริศนาอักษรไขว้ และซูโดกุ หรือกระทั่งเกมบวกเลขทะเบียนรถคันข้างหน้าก็ช่วยกระตุ้นเซลล์สมองไม่ให้ฝ่อเร็ว

7 ออกสังคมบ้าง

การได้พบปะพูดคุยกับผู้คนรอบข้างย่อมดีกว่าการหมกตัวอยู่คนเดียว เพราะอย่างน้อยก็ทำให้สมองตื่นตัว ได้โต้ตอบและมีปฏิสัมพันธ์กับคนอื่น

8 เช็กไขมันในเลือด

คอเลสเตอรอลเป็นปัจจัยเสี่ยงอย่างหนึ่ง และยังมีผลต่อความดันโลหิตสูงด้วย ทั้งคอเลสเตอรอลและความดันโลหิตสูงมีส่วนเชื่อมโยงกับภาวะสมองเสื่อม

9 ระวังน้ำตาลในเลือด

หากพบว่าเป็นหรือมีแนวโน้มเป็นเบาหวานจะได้หาทางบำบัด เพราะโรคเบาหวานก็มีส่วนทำให้สมองเสื่อมเช่นกัน

นักวิชาการผู้เชี่ยวชาญเกี่ยวกับโรคอัลไซเมอร์ระบุจากการประเมิน พบว่า 1 ใน 3 ของผู้ป่วยภาวะสมองเสื่อมสามารถป้องกันแต่ต้นได้ การปรับเปลี่ยนพฤติกรรมการใช้ชีวิตตามที่กล่าวมาข้างต้นก็เป็นหนทางที่ช่วยบรรเทาการเกิดโรคได้ S

DECORATION *Text : Duckkiez / Photo : กิจจา อภิชนรจเรข*















AKIRART
ย้อนเวลาสู่โลกออฟฟิศยุค 80's

แม้วันเวลาจะผันเปลี่ยนไป
แต่ด้วยยังรู้สึกผูกพันกับตึกแถวสภาพเก่า
ที่เคยเป็นออฟฟิศของเฮาส์โปรดักชันรายสำคัญของไทย
เคนโด้-นาเคนทร์ พุฒิกุลางกูร
ลูกชายเจ้าของออฟฟิศเลยชวน
นิว-อาทินันท์ เดชแพ เพื่อนคนสนิท
มาร่วมกันแปลงโฉมออฟฟิศเก่า
ให้กลายเป็นคาเฟ่ที่พาทุกคนย้อนกลับไป
ในโลกการทำงานยุค 80's



คาเฟ่หลงยุคในชื่อ Akirart แห่งนี้ถ้าตาไม่ดีจริงอาจหาไม่เจอ เพราะแม้จะเดินเข้ามาถูกซอย แค่ถ้าไม่สังเกตดีๆ อาจเดินเลยผ่านไปได้ จุดสังเกตนอกจากป้ายชื่อร้านที่ไซส์กะทัดรัดคงเป็นป้ายชื่อ คามาราร์ต สตูดิโอ ออฟฟิศที่เคยตั้งในตึกแถวนี้เมื่อ 30 ปีก่อน

ตึกสีขาวอายุหลายสิบปีที่เต็มไปด้วยความทรงจำของเคนโด้ แบ่งพื้นที่ออกเป็น 3 ชั้น ชั้นหนึ่งมีโต๊ะปิงปองที่ตีเล่นกับเพื่อนได้จริงตั้งอยู่ พร้อมด้วยเก้าอี้ไม้เก่าสภาพดีตั้งเรียงข้างผนังให้ผู้มาเยือนได้นั่งพักเหนื่อยหลังเดินวนหาร้าน ส่วนชั้นสองเป็นพื้นที่ของสตูดิโอถ่ายภาพที่เปิดให้คนเข้ามาใช้บริการ มีทีวีเก่าจอเสื่อมไซส์มินิตั้งต้อนรับอยู่หน้าบันได มีมุมโต๊ะทำงานพร้อมคอมพิวเตอร์จอตู้ให้โพสต์ถ่ายภาพชิกๆ ในบริบทพนักงานยุคเก่า

สำหรับชั้นสามเป็นที่ตั้งของคาเฟ่คอนเซปต์ออฟฟิศยุคพ่อแม่ยังสาว โดยรอบตกแต่งด้วยอุปกรณ์สำนักงานที่เคยใช้งานในคามาราร์ต สตูดิโอ เช่น เครื่องพรินต์รุ่นเดอะที่เคยเห็นเมื่อครั้งยังเด็ก โทรศัพท์ PCT ล็อกเกอร์เก็บของ คอมพิวเตอร์ตระกูล Macintosh โปสเตอร์โฆษณาเก่า และชั้นหนังสือที่เต็มไปด้วยหนังสือรวมโฆษณาและรูปภาพ เป็นต้น ตู้เอกสารเก่าถูกดัดแปลงเป็นบาร์เครื่องดื่ม ฟลอปปีดิสก์ที่ไม่มีขายแล้วในตอนนี้ถูกใช้เป็นที่วางแก้ว โต๊ะทำงานพร้อมเก้าอี้สำนักงานเบาะหนังแปรเปลี่ยนเป็นโต๊ะเก้าอี้สำหรับนั่งลิ้มรสเครื่องดื่มและนั่งทำงาน ถ้าห้องหลักอัดแน่นด้วยผู้คนสามารถเคลื่อนย้ายไปนั่งในสองห้องย่อยที่กั้นด้วยบานกระจกหรือพื้นที่โล่งด้านหน้าได้ ซึ่งแม้พื้นที่ดังกล่าวยังคงตกแต่งด้วยอุปกรณ์สำนักงานของออฟฟิศเก่าแต่กลับให้บรรยากาศห้องทำงานที่ต่างกัน

ของใช้ที่นำมาตกแต่งกว่า 90 เปอร์เซ็นต์เป็นของเก่าจากคามาราร์ต สตูดิโอ ส่วนใหญ่ยังคงใช้งานได้ และถูกจัดวางให้ใกล้เคียงกับการจัดวางเดิมเมื่อครั้งที่ออฟฟิศนี้ยังมีลมหายใจ ซึ่งการเลือกใช้ตึกเก่าเป็นที่ตั้งของคาเฟ่ดึงดูดให้คนนอกพื้นที่สนใจมาเยือน เพราะไม่มีตึกแบบนี้ให้เห็นกลางกรุง และทำให้ร้านมีความน่าสนใจมากยิ่งขึ้น เนื่องจากตึกมีเรื่องราวความเป็นมา ส่วนการนำของใช้เก่ามาตกแต่งก็ช่วยให้สองหนุ่มน้องใหม่ในวงการธุรกิจคาเฟ่ร้านกาแฟประหยัดต้นทุนไปได้เยอะ ทำให้มีทุนเหลือไปลงทุนกับอุปกรณ์และวัตถุดิบทำเครื่องดื่ม โดยทั้งคู่มองว่า รสชาติของเครื่องดื่มเป็นปัจจัยสำคัญไม่แพ้การออกแบบตกแต่งและการบริการที่ดึงให้คนกลับมาที่ร้านและทำให้เกิดการบอกต่อ

สุดท้ายแล้ว ผู้ประกอบการคาเฟ่ร้านกาแฟยังคงต้องใส่ใจในรสชาติเครื่องดื่ม เพราะเป็นสิ่งสำคัญที่เรียกลูกค้ากลับมา

ซ.อนุสรณ์ 1 เปิดบริการ 10.00-19.00 น. ปิดทุกวันพุธ
06-4810-8622
AkirartCafe
akirart.cafe.studio

BOR SAEN VILLA
บ่อแสนวิลล่า พังงา

BOR SAEN VILLA

"รีสอร์ทกลางขุนเขาแห่งทะเลอันดามัน"

ให้คุณใช้เวลาเพลิดเพลินไปกับความสวยงามของธรรมชาติที่ล้อมรอบตัวคุณ








19/3 Moo 1, Tambol Bor Saen, Amphur
Thap Pud, Phang-Nga Thailand 82180
Tel : +66 7641 8888 Fax : +66 7641 8899

รับจัดงานประชุมสัมมนาและบริการลูกค้าองค์กร

: 09 1454 9465 : info@borsaenvilla.com
: Bor Saen Villa : @borsaenvilla

EATING OUT






แนะนำ ร้านอาหารเข้ามาได้ที่ INBOX ของเพจ SME STARTUP

FLAMENCO BANGKOK
แฮงเอาต์ลอยฟ้าฉบับละติน

SAY HELLO

Flamenco Bangkok แหล่งแฮงเอาต์ลอยฟ้าใจกลางกรุง ภายใต้คอนเซปต์ WITHOUT PASSION LIFE IS NOTHING บรรยากาศการตกแต่งอบอวลไปด้วยกลิ่นอายของวัฒนธรรมละตินจากทั่วทุกมุมโลก และโดดเด่นด้วยสีสันอันตระการตา ภายในร้านแบ่งฟังก์ชันไว้หลากหลายสไตล์ เช่น โซนแกรนด์ฮอล์ ตกแต่งด้วยแชนเดอเรียคริสตัลและโซฟาสไตล์แอนทีค โซนเลานจ์ชั้นลอย มาพร้อมความเป็นส่วนตัว เพื่อลูกค้าคนพิเศษ โซนไลฟ์สเตจ สนุกสนานไปกับดีเจชื่อดัง ไลฟ์แบรนด์จังหวะละติน รุมบ้า ไปจนถึงแซมบ้า และโซนเอาต์ดอร์ ให้ได้ดื่มด่ำกับวิวพระอาทิตย์ตกดินแบบ 180 องศา

CHEF RECOMMENDED

Seafood Paella ข้าวอบสเปนเสิร์ฟร้อนๆ ในกระทะสีเงิน ข้าวบอมบาถูกปรุงรสด้วยหญ้าฝรั่น และปาปริก้าก่อนนำไปอบจนหอมกรุ่น อัดแน่นด้วยอาหารทะเลสดๆ ทั้งบลูมัสเซิล กุ้ง ปลาหมึก และไส้กรอกสเปน และ **Jalapeno Poppers** พริกจาราปิโน่สอดไส้ครีมชีส และไส้กรอกสเปน เคลือบครัมเบิ้ลอบจนสีเหลืองทอง เมนูนี้รสชาติเผ็ดๆ มันๆ อร่อยไปอีกแบบ **Aurora Nuevo** ค็อกเทลในหมวดหมู่ Tiki Tails ที่ผสมผสานรสชาติของเหล้ารัม จิน และครองโทร์เข้าด้วยกัน เพิ่มความเปรี้ยวหวานด้วยน้ำส้ม มะนาว และเพรียวเร่มะม่วงและสตรอว์เบอร์รี

SPECIAL

อาหารที่เสิร์ฟเป็นสไตล์ละตินและสเปน เน้นเมนูอาหารรับประทานเล่นอย่างทาปาส พร้อมด้วยเครื่องดื่มชั้นดีที่มีเอกลักษณ์เฉพาะตัว นำเสนอรสชาติและรูปแบบที่แปลกใหม่จากมิกโซโลจิสต์มืออาชีพ

LOCATION

ดิเอ็มควอเทียร์ ตึก A โซน ฮีลิกซ์ ชั้น 9 เปิดบริการทุกวัน 18.00-01.00 น.
0-2003-6006 flamencobkk flamencobangkok

EAT | DRINK | TRAVEL *Text : Duckkiez*

ESCAPE BANGKOK



รูฟท็อปบาร์คอนเซปต์สุดเก๋ อย่าง Secret Places at Sukhumvit ผสมผสานวิวสวนสีเขียว วิวเมืองพาโนรามา และวิวพระอาทิตย์ตกยามเย็นไว้ด้วยกัน ตกแต่งสไตล์บีชบาร์ นำเสนอแนวเพลงชิลล์เอาต์ บีช เฮาส์มิวสิก จากดีเจมืออาชีพ และไลฟ์แบรนด์ให้ทุกคนได้หลีกหนีจากชีวิตประจำวันแบบเดิมๆ สู่บรรยากาศสุดชิกตลอดทั้งค่ำคืน

ดิ เอ็มควอเทียร์ ตึก B ชั้น 9 เปิดบริการทุกวัน 17.00-24.00 น.
0-2003-6000 escapebangkok
escapebangkok www.escape-bangkok.com

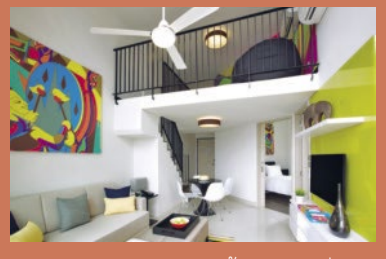
GLORIA JEAN'S COFFEES



ร้านกาแฟบรรยากาศอบอุ่น และเป็นกันเอง ใช้เมล็ดกาแฟที่มาจากหลายแหล่งกำเนิดที่ดีที่สุดของโลก เช่น Mocha Java จากอินโดนีเซีย และเอธิโอเปีย Kenya AA กาแฟคุณภาพดีที่สุดของเคนยา ให้รสชาติบางเบา Nicaragua กาแฟสายพันธุ์ นิการากัว รสชาติละมุนคล้ายถั่วผสมเบอร์รี่ และ Sumatra Dark กาแฟสายพันธุ์สุมาตรา ได้แร่ธาตุจากดินภูเขาไฟ รสชาติจึงเข้มข้น

Gloriajeansthailand
GJCThailand

CASSIA PHUKET

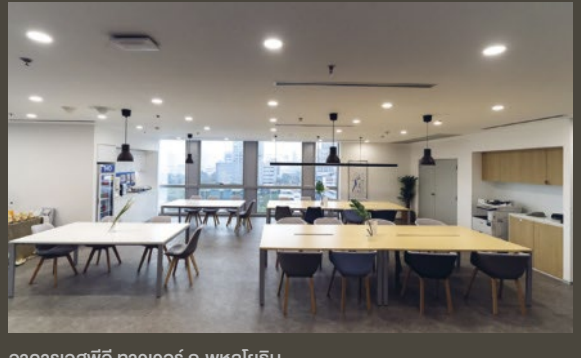


โรงแรมสีสันสุดจี๊ด โดดเด่นด้วยศิลปะกราฟฟิตี้เท่ๆ ที่กระจายอยู่ตามจุดต่างๆ ตอบโจทย์ไลฟ์สไตล์หนุ่มสาวรุ่นใหม่ด้วยสิ่งอำนวยความสะดวกที่ครบครัน Wi-Fi ความเร็วสูง หากต้องการประกอบอาหารรับประทานเองก็ไม่ผิดหวัง เพราะภายในห้องมีห้องครัว อีกทั้งยังมีห้องนั่งเล่นและระเบียงส่วนตัว

อ.กลาง จ.ภูเก็ต
0-7635-6999 www.cassia.com

RELAX *Text : Duckkiez*

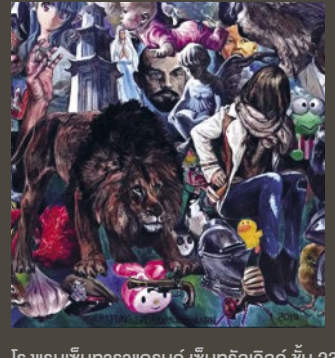
HQ



พื้นที่ทำงานแห่งใหม่ใกล้สถานีรถไฟฟ้าสนามเป้า และห่างจากสถานีรถไฟฟ้าแอร์พอร์ต เรล ลิงก์ พญาไทเพียงไม่กี่นาที ออกแบบพื้นที่ทำงานมาเพื่อคนทำงาน ฟรีแลนซ์ และผู้ประกอบการธุรกิจขนาดเล็ก พื้นที่ภายในประกอบด้วยห้องทำงาน 60 ห้อง พื้นที่ทำงาน 188 ที่นั่ง และห้องประชุม 2 ห้อง

อาคารเอสพีอี ทาวเวอร์ ถ.พหลโยธิน
www.hq.com/location/thailand/bangkok

สรรนิพนธ์ : ANTHOLOGY



นิทรรศการผลงานจิตรกรรมสีน้ำมันของ วีรพงษ์ ศรีตระกูลกิจการ จิตรกรผู้วาดรูปอย่างไม่มีวันหยุด โดดเด่นด้วยแนวคิดการทำงานที่กอบเอาพยัญชนะและสระที่ปลิวอยู่ในภวังค์มาโปรยลงบนภาพให้เกิดเป็นเรื่องราวของความคิด ความทรงจำ และประสบการณ์ เพื่อแสดงภาพของโลกกาลเวลาและชีวิตในทุกด้าน

โรงแรมเซ็นทาราแกรนด์ เซ็นทรัลเวิลด์ ชั้น 23
จัดแสดงตั้งแต่วันนี้-2 สิงหาคม 2562

SRTET
S.R.T. Electrified Train Company Limited

8 YEARS TOGETHER 8 YEARS

ANNIVERSARY CELEBRATION

ARL



Fortune for Biz

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

15 มิถุนายน-14 กรกฎาคม 2562



ราศีมังกร

ช่วงนี้บรรยากาศในที่ทำงานทำให้คุณรู้สึกเบื่อหน่าย และอึดอัดใจ บางคนอยากจะลาออกหางานใหม่ให้คุณอดทนไว้ก่อน งานยังหายาก คนที่ทำงานออนไลน์ให้คุณใช้เทคโนโลยีให้เป็นประโยชน์เพื่อเพิ่มช่องทางที่จะหารายได้เพิ่ม การเงิน ยังถือว่าไปได้ดี ความรัก ควรเอาใจใส่กันให้มากกว่านี้ คนที่คบกันมานานมีเกณฑ์ให้ผู้ใหญ่มาสู่ขอ



ราศีพฤษภ

คนทำธุรกิจส่วนตัวช่วงนี้งานยุ่งเหมือนยุงตีกันแทบจะอยู่ไม่ติดที่ไม่ได้หลับไม่ได้นอน แต่เจ้ากรรมนายเวรก็ยังคงตามอยู่ทำอะไรมีปัญหาเข้ามาตลอด ค่อยๆ ใช้สติแก้ไขต่อไป การเงินมีแต่รายจ่าย รายได้เข้ามาเท่าไหร่ก็ไม่พอ ความรัก อย่าปล่อยให้คนที่บ้านนั่งเหงารออย่างโดดเดี่ยว หาเวลาดูแลกันและกันให้ดี คนโสดจะพบเจอคนมีตำหนิ



ราศีกันย์

ในส่วนของงานราชการคุณยังมีความอึดอัดใจ ไม่ว่าจะเป็นกับเพื่อนร่วมงานหรือผู้ใหญ่ คนทำงานด้านการสื่อสารเรียกได้ว่าเป็นโอกาสทองงานเข้าตลอด การเงิน ไปได้เรื่อยๆ ไม่เดือดร้อน ความรัก คนที่ยังไม่มีลูกเป็นโซ่ทองคล้องใจจะได้มีสมใจหวัง คนโสดยังเจอเจ้ากรรมนายเวรเรื่องความรักเล่นงาน สุขภาพโรคหัวใจ



ราศีกุมภ์

ชีวิตคือการเดินทาง ช่วงนี้คนที่ทำธุรกิจต้องเดินทางติดต่อลูกค้าในที่ต่างๆ จนไม่มีเวลาพักผ่อน ให้ระวังเรื่องการขับรถอาจหน้ามืดเป็นลมได้ การเงิน ไม่ควรให้ใครหยิบยืมเงินเด็ดขาดคงจะได้คืนยาก ความรัก คนรักมีทะเลาะกันบ้างตามประสาลิ้นกับฟัน แต่ควรเอาใจเขามาใส่ใจเรา คนโสดจะมีคนแนะนำคนที่ถูกใจให้



ราศีเมถุน

คุณจะได้รับมอบหมายงานใหม่ๆ สิ่งใดที่คุณยังข้องใจสงสัยให้ถามจากผู้มีประสบการณ์หรือเจ้านายเพื่อประสิทธิภาพในการทำงานที่ดียิ่งขึ้น คนทำงานราชการระวังเรื่องการโดนจับผิดการเงิน ไปได้เรื่อยๆ มีหมุนหน้าหมุนหลังบ้าง ความรัก คนรักต้องอยู่ห่างกันเพราะความจำเป็น คนโสดจะพบรักจากการเดินทางไกล



ราศีตุลย์

คนที่เพิ่งเริ่มต้นทำงานมีแนวโน้มที่ดีมีคนรักคนเมตตาได้กัลยาณมิตรใหม่ๆ ค่าใช้จ่ายเยอะคุณยังต้องหัวหมุนอีกหลายอย่าง แต่ละเดือนก็รอดไปได้อย่างหวุดหวิด ความรักคนรักมีการทำให้คุณประหลาดใจด้วยการมอบของขวัญล้ำค่าราคาแพงให้ คนที่คบกันมานานได้หมั้นหมายแต่งงาน คนโสดควรทำงานเก็บเงินไปก่อน สุขภาพระมัดระวังอุบัติเหตุจากความประมาท



ราศีมีน

คุณจะได้เป็นตัวแทนของบริษัทไปทำการแข่งขันหรือติดต่อประสานงานในสถานที่ห่างไกล และคุณจะนำความภาคภูมิใจมาให้องค์กรของคุณ การเงิน จะใช้จ่ายภายในครอบครัวเป็นหลัก ความรัก คนรักอาจจะกำลังมีปัญหาเรื่องสุขภาพให้คุณดูแลเอาใจใส่ให้มากขึ้นกว่านี้ คนโสดยังวุ่นวายกับการทำงานของตัวเอง



ราศีกรกฎ

คนที่เป็นเจ้าของธุรกิจช่วงนี้จะต้องจัดสรรปันส่วนการเงินให้ดี คุณทำงานจนไม่มีเวลาให้ครอบครัวระวังการเกิดปัญหาตามมาได้ แฟนจะน้อยอกน้อยใจ การเงิน หมดไปกับเรื่องของจุกจิก ค่าใช้จ่ายภายในครอบครัวเช่นกัน ความรัก ควรดูแลแฟนมากกว่านี้ หาเวลาไปเที่ยวพักผ่อนบ้าง



ราศีพิจิก

ช่วงนี้คุณต้องอาศัยความร่วมมือสามัคคีทำงานเป็นทีม ได้รับความไว้วางใจจากผู้หลักผู้ใหญ่เป็นตัวแทนของที่ทำงานไปติดต่อลูกค้าหรือไปต่างประเทศ การค้าขายให้ระวังเรื่องอารมณ์หงุดหงิดง่าย ทะเลาะเบาะแว้งกับลูกค้า ความรัก คนรักจ้องจับผิดซึ่งกันและกันต้องปล่อยวางบ้าง คนโสดให้เวลากับตัวเองให้มากๆ สุขภาพเรื่องสายตา



ราศีเมษ

โชคกำลังมารอคุณอยู่หน้าประตูบ้านแล้ว คนทำงานเกี่ยวกับบัญชี งานด้านเอกสาร งานวิศวกรรม จะมีคนเอางานมามอบให้คุณอย่างต่อเนื่อง การเงิน ขอให้คุณไปไหว้ขอพรจากองค์พระพิฆเณศจะทำให้คุณมีโชคลาภจากการเสี่ยง ความรัก เป็นช่วงที่ช่วยกันทำมาหากินสร้างเนื้อสร้างตัว คนโสดทำงานเก็บเงินไปก่อน



ราศีสิงห์

ยังคงโดนความผิดหวังเล่นงาน ทำงานอะไรก็ยังไม่สำเร็จ อย่าเพิ่งลงทุนหรือหุ้นกับใครทุกอย่างมีความเสี่ยงสูง การเงินขัดหน้าไม่ถึงหลังต้องหาคนพึ่งพา หนี้สินยังคงพะรุงพะรัง ความรัก คนรักเป็นกำลังใจให้คุณเสมอดูแลคุณเป็นอย่างดี คนโสดระวังการถูกหลอก สุขภาพระบบหายใจไม่ดี



ราศีธนู

คนที่ทำธุรกิจร้านอาหารเบเกอรีเรียกได้ว่ามีลูกค้ามารออยู่หน้าร้านตั้งแต่เปิดประตูกันเลยทีเดียว ค้าขายดีมีกำไร งานราชการมีความก้าวหน้า ให้ระวังเรื่องของสูญหายโดนล้วงกระเป๋า ความรัก คนรักทำให้คุณรู้สึกอึดอัดใจ อาจมีปากเสียงให้ใจเย็นๆ คนโสดตั้งใจทำงานเก็บเงินไปก่อน สุขภาพโรคภูมิแพ้

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 (เอลเมลโล่)
อาคาร Thai Summit Tower
- ES/PE/RO
ซอยสาธร ซอย1
- Espresso Gallery
หน้าคอนโดอิสระ ลาดพร้าว
- Galleria Café
ถ.กาญจนาภิเษก บางแค
- Gallery กาแฟดริป
หอศิลป์ฯ กรุงเทพมหานคร
- Gloria Jean's Coffees
K-Village / Honda Bigwing /
ชั้น 1 ศึกมาลินนท์
- Hangar Coworking Space
by dtac accelerate
- HQ
- Hubba
SIAM DISCOVERY / เอกมัย /
สีลม
- I-hin Cafe
ซ.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
ซ.เอกชัย 30 จอมทอง
- My Café the Library
Nawamin City Avenue
- One Ounce for Onion
เอกมัย ซ.12
- Regus co-working space
- SEAC
- Size S Coffee & Bakery
พระราม 4
- SOMETHING BLACK
ตลาดละลายทรัพย์ 58 ซอยรัชดาภิเษก 4
- Staff Coffee
พหลโยธินเพลส ชั้น 1
- Ta Chance Coffee
เยื้อง ซ.เจริญกรุง 109
- TCDC
อาคารไปรษณีย์กลาง บางรัก
- Think TANK (Third Place)
ถ.นางลิ้นจี่
- Timely Coffee
ซ.เสียบวารี 15 หนองงูเห่า
- TRUE INCUBE
4th floor Centerpoint SiamSquare
- Treat Cafe & Hang Out
เสนา 28 (ตรงข้าม รร.สมิทธิโชติ)
- Veganerie
The Mercury Ville Chidlom 4th Fl.
- White Rabbit
ซ.อารีย์สัมพันธ์ 5
- Yannawa Coffee
ที่ทำการไปรษณีย์ ยานนาวา
- Yesterday 's Tea Room
ปากซอยสะพานยาว ถ.กรุงเวาด
- กาแฟนรสิงห์
พระราชวังพญาไท ร.พ.พระมงกุฎ
- โคโค่ กาแฟสด
ซ.สายไหม 84
- มหาวิทยาลัยกรุงเทพ
- มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์
- มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล
รัตนโกสินทร์
- มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย
- วิทยาลัยการจัดการ มหาวิทยาลัยมหิดล
ถ.วิภาวดี
- สถาบันการจัดการ ปัญญาภิวัฒน์
- สถาบันเทคโนโลยี ไทย-ญี่ปุ่น
- สถาบันภาษา มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
ศูนย์ท่าพระจันทร์ และศูนย์รังสิต
- หอสมุดและคลังความรู้มหาวิทยาลัยมหิดล
วิทยาเขตราชวิถี
- ห้องสมุดมารวย
อาคารตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย
ถนนรัชดา
- ศูนย์การค้า ZPELL รังสิต
- ศูนย์ให้คำปรึกษาด้านทรัพย์สินทางปัญญา
และนวัตกรรม
ชั้น 4 กระทรวงพาณิชย์
อาคารตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย
ถนนรัชดา
- โรงพยาบาลกรุงเทพ

ภาคเหนือ

กำแพงเพชร
- THE GYM

เชียงราย
- Chivit Thamma Da Coffee House
- เรียวกังคาเฟ่

เชียงใหม่
- Into the woods
- Neo Café
- โรงแรม Yesterday
ถ.นิมมานเหมินทร์
- อาข่า อ่ามา

แม่ฮ่องสอน
- Coffe In Love
- ร้านกาแฟเข้าท่า ปาย
- ร้านสรวลกาแฟ

แพร่
- CK Coffee
- บ้านฮังเล คอฟฟี่

ลำพูน
- Blacksmith

อุตรดิตถ์
- Amezon จิ๋วงาม

ภาคกลาง

ชัยนาท
- PAPER PLANE CAFÉ
- Me Ice cream
- The Marble

นครปฐม
- Pak Pink Bistro

นครสวรรค์
- รามเกียรติ์ คอฟฟี่
- แกะดำ Coffee

พิจิตร
- โรสกาแฟสด

ลพบุรี
- ศ.กาแฟ ซดสด

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

มุกดาหาร
- Bearista Coffee & Bakery

มหาสารคาม
- กาแฟรื่นรมย์

เลย
- กาแฟสด ฮักเลย
- ปล่อยแสง เชียงคาน
ถนนชายโขง ซ.10
- แม่น้ำมีแก่ง เกสเฮ้าส์
ถนนชายโขง ซ.19

สุรินทร์
- Sit in

หนองคาย
- Cake Lamoon
ณ โพนพิสัย
- Loft Café NK

อุดรธานี
- วินัยสตูดิโอ
- Dose Espresso

ภาคตะวันออก

จันทบุรี
HUG ESPRESSO
- กาแฟร้อยตะวัน

ชลบุรี
- r POD Coworking Space

ตราด
- Kaotaa Coffee
- Hotel อิ

ระยอง
- Dollars House
- Roux café
- รายิ้อง

ภาคตะวันตก

ประจวบคีรีขันธ์
- Gallery กาแฟดริป หัวหิน
- โชว์รูมรถ Ford หัวหิน

เพชรบุรี
- ชาปู่ชาย่า
- "JM Cuisine" / "เจ๊กแม้ง"
- ร้านเค้กเมืองเพชร

ราชบุรี
- Morming Glory Resort
- IDYLL@DAMNOENSADUAK

ภาคใต้

กระบี่
- เค้ก ณ นภา

ตรัง
- Deeva Cup
- PASSIONE del Caffé
- THE TREE Sleep I Space

ภูเก็ต
- Love 2 eat
- กล้วยน้ำว้า

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 เพนนินชูลาร์ แอสโซซิเอทส์ จำกัด

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

วิธีการสมัคร

กรอกข้อมูลให้ครบถ้วนแล้วส่งใบสมัครพร้อมหลักฐานการโอนเงินมาที่
บริษัท เพนนินชูลาร์ แอสโซซิเอทส์ 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**



เปิดตัวกองทุนเทคโนโลยีใหม่

ดอน จรรย์ศุภรินทร์ ผู้ช่วยกรรมการผู้จัดการใหญ่ ฝ่ายบุคคลธนกิจ ธนาคารซิตี้แบงก์ เอ็น.เอ. สาขาประเทศไทย เอนกพร โพธิทัต ประธานเจ้าหน้าที่ตัวแทนจำหน่ายสัมพันธ์ บลจ.กรุงศรี และ ธณาพล อิทธินิธิภัค รองประธานกลุ่มลูกค้าบุคคลธนกิจและสถาบันเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ แบล็คร็อค ร่วมเปิดตัวกองทุนเทคโนโลยีใหม่ "กองทุนเปิดกรุงศรีเวิลด์เทคอิควิตี้เฮดจ์เอฟเอ็กซ์-สะสมมูลค่า" (Krungsri World Tech Equity Hedged FX Fund-A : KFHTECH-A) ที่เป็นกองทุนรวมซึ่งเน้นให้น้ำหนักการลงทุนในตลาดสินทรัพย์กลุ่มเทคโนโลยีที่มีผลงานโดดเด่น



DITP จับมืออี-คอมเมิร์ซข้ามพรมแดนระดับโลก

กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ (DITP) กระทรวงพาณิชย์ จับมือพันธมิตรแพลตฟอร์มพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ข้ามพรมแดนทั่วโลก จัดโครงการจับคู่เจรจาธุรกิจและส่งเสริมการขยายตลาดผ่านการค้าออนไลน์ข้ามพรมแดน (Cross-Border e-Commerce Solutions & Business Matching) เพื่อเพิ่มขีดความสามารถทางการแข่งขัน ผลักดันผู้ประกอบการไทยในการส่งสินค้าไปขายยังต่างประเทศผ่านช่องทางออนไลน์ข้ามพรมแดน โดยมีผู้ประกอบการให้ความสนใจเข้าร่วมกว่า 104 ราย ในงาน STYLE Bangkok-April 2019



เอไอเอส คว้ารางวัล Champion จากเวที WSIS

เอไอเอส คว้ารางวัล Champion of WSIS Prizes 2019 จากโครงการ "Work Wizard" the digital platform for disability ด้วยการนำเอาเทคโนโลยีและนวัตกรรมมาสร้างอาชีพแด่ผู้พิการ เพื่อช่วยลดช่องว่างที่เกิดขึ้นในสังคมและยกระดับคุณภาพชีวิตให้ยืนหยัดอยู่ในสังคมได้อย่างยั่งยืน และนับเป็นปีที่ 4 ติดต่อกันที่เอไอเอสคว้ารางวัลนี้มาครองได้สำเร็จ สำหรับ WSIS Prizes 2019 นี้ จัดขึ้นโดยสหภาพโทรคมนาคมระหว่างประเทศ และองค์การสหประชาชาติ เพื่อร่วมเป็นส่วนหนึ่งในการร่วมพัฒนาและลดความเหลื่อมล้ำในการเข้าถึงข้อมูลสารสนเทศของประชากรโลก



คิดลึก คิดไกล THE VISIONARY

หอการค้าไทย ร่วมกับ ทีเอ็มบี เอสเอ็มอี ผนึกความร่วมมือส่งเสริมศักยภาพให้กับ SME ไทย จัดทำรายการโทรทัศน์ "คิดลึก คิดไกล THE VISIONARY" นำกรณีศึกษาธุรกิจของสมาชิกผู้ประกอบการรุ่นใหม่ หอการค้า หรือ YEC และธุรกิจของ SME ทั้งได้รับคำปรึกษาจากผู้เชี่ยวชาญของทีเอ็มบี หรือผ่านการอบรมหลักสูตร LEAN Supply Chain by TMB นำไปประยุกต์ใช้จนสามารถช่วยเพิ่มประสิทธิภาพธุรกิจได้เห็นผลจริง



กสิกรไทย คว้า 2 รางวัล ไพรเวทแบงก์ยอดเยี่ยม

สุวัฒน์ เตชะวัฒนวรรณา รองกรรมการผู้จัดการ ธนาคารกสิกรไทย เป็นผู้แทนธนาคาร รับ 2 รางวัลไพรเวทแบงก์ยอดเยี่ยม ในประเทศไทยและอาเซียน ได้แก่ รางวัลธนาคารที่ให้บริการไพรเวทแบงก์ที่ดีที่สุดในประเทศไทย และรางวัลธนาคารที่ให้บริการไพรเวทแบงก์ที่ดีที่สุดในอาเซียน จากเวที Global Private Banking Innovation Awards 2019 จัดโดย The DIGITAL BANKER



เอ็นอีเอ ผนึกเอ็นไอเอ เปิดเวทีติวพิชชิ่ง Startup

นันทพงษ์ จิระเลิศพงษ์ ผู้อำนวยการสถาบันพัฒนาผู้ประกอบการการค้ายุคใหม่ หรือ NEA พร้อมด้วย ดร.กริชผกา บุญเฟื่อง รองผู้อำนวยการด้านระบบนวัตกรรม สำนักงานนวัตกรรมแห่งชาติ (องค์การมหาชน) หรือ NIA ร่วมเปิดโครงการ "PITCH2SUCCESS : สานฝันสตาร์ทอัพไทยสู่สากล" กิจกรรมให้ความรู้การนำเสนอแนวคิดและแผนธุรกิจ Startup (Pitching) เพื่อให้ผู้ประกอบการได้รับโอกาสในการระดมทุนและต่อยอดธุรกิจไปสู่เวทีการค้านานาชาติ



ส่งต่อแรงบันดาลใจ...ผ่านหนังสั้น “ดอยตุง”

มูลนิธิแม่ฟ้าหลวง ในพระบรมราชูปถัมภ์ โดย หม่อมหลวงดิศปนัดดา ดิศกุล ประธานเจ้าหน้าที่บริหาร มูลนิธิฯ จัดงานแถลงข่าวเปิดตัวหนังสั้น แบรนด์ “ดอยตุง” (DoiTung) หนังสั้น ฟีลกู๊ด (FEEL GOOD) 5 ตอน ที่เล่าเรื่องแนวคิดการทำธุรกิจหลักของแบรนด์ ผ่านรูปแบบหนังสั้น ทันสมัย สนุก ดูง่าย และให้แง่คิด พร้อมสร้างแรงบันดาลใจให้ทุกคนหันมาใช้ชีวิตโดยตระหนักถึงสังคมส่วนรวมและสิ่งแวดล้อมมากขึ้น ตลอดจนสร้างความเข้าใจเรื่องการทำธุรกิจเพื่อสังคมอย่างแท้จริง



โบลองเปิดตัวคอลเลกชัน Spring/Summer 2019

โบลอง (BOLON) แบรนด์ชั้นนำดีไซน์จากประเทศอิตาลีผู้นำเสนอผลิตภัณฑ์แว่นกันแดดและแว่นสายตาแฟชั่นที่ผลิตด้วยวัสดุคุณภาพสูง เปิดตัวคอลเลกชัน Spring/Summer 2019 ภายใต้ธีมของคอลเลกชันนี้ด้วยแคมเปญ “I SEE ME” เพื่อการยกย่องเอกลักษณ์เฉพาะตัวและการยอมรับตัวตนผ่านการเคารพในความหลากหลายของผู้คนในสังคม โดยมีดารานางแบบสาวชื่อดัง “ใหม่-ดาวิกา โฮร์เน่” เป็นแบรนด์แอมบาสเดอร์ประจำประเทศไทยเป็นปีที่ 3 ติดต่อกัน



เคทีซีจัดโปรคลิกคุ้มทุกการจอง

เคทีซี หรือบริษัท บัตรกรุงไทย จำกัด (มหาชน) ร่วมกับสายการบินแอร์เอเชีย จัดโปรโมชันพิเศษ “คลิกคุ้มทุกการจองกับคะแนน KTC FOREVER ที่ www.airasia.com” สำหรับสมาชิกบัตรเคทีซีโดยเฉพาะเมื่อจองตั๋วเครื่องบินออนไลน์ที่ www.airasia.com พร้อมใช้ KTC FOREVER 1,000 คะแนน รับเครดิตเงินคืน 100 บาท/KTC FOREVER 3,000 คะแนน รับเครดิตเงินคืน 400บาท/KTC FOREVER 5,000 คะแนน รับเครดิตเงินคืน 750 บาท และ KTC FOREVER 10,000 คะแนน รับเครดิตเงินคืน 1,700 บาท ถึงวันที่ 31 กรกฎาคม 2562 เท่านั้น



กรุงศรี เปิดตัว Pay with KMA

ธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด (มหาชน) โดย ฐากร ปิยะพันธ์ ประธานคณะเจ้าหน้าที่ด้านกรุงศรี คอนซูมเมอร์ และผู้บริหารสายงานดิจิทัลแบงค์กิ้งและนวัตกรรม และ Facebook ร่วมเปิดตัวบริการ Pay with KMA ให้ลูกค้าที่ซื้อสินค้าผ่านช่องทาง Facebook สามารถชำระเงินได้ทันที โดยไม่ต้องสลับเปลี่ยนหน้าจอ หรือจำหมายเลขบัญชีเพื่อโอนเงิน ตอบโจทย์ไลฟ์สไตล์ผู้ชื่นชอบการซื้อสินค้าออนไลน์ ช่วยลดอุปสรรคในการทำธุรกรรมออนไลน์ เพื่อเสริมประสบการณ์ช้อปปิ้งไร้รอยต่อให้กับลูกค้าได้มากขึ้น



สสว. ผนึกกำลัง สปีด-ดี

สสว. โดย สุวรรณชัย โลหะวัฒนกุล ผู้อำนวยการสำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม เดินหน้าตอกย้ำนโยบายส่งเสริมผู้ประกอบการรายย่อย ล่าสุดจับมือสปีด-ดี อำนวยความสะดวก SME ให้บริการรับ-ส่งพัสดุตลอด 24 ชั่วโมง ที่ร้านเซเว่น อีเลฟเว่น พร้อมสิทธิพิเศษสำหรับสมาชิก SME Connext ของ สสว. รองรับการเติบโตของธุรกิจอี-คอมเมิร์ซ Startup ที่มีผู้ประกอบการเพิ่มมากขึ้น



ไปรษณีย์ไทย คว้า 2 รางวัล บริการ EMS ระดับโลก

สมร เทิดธรรมพิบูล กรรมการผู้จัดการใหญ่ บริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด (ปณท) รับรางวัลผลปฏิบัติการบริการไปรษณีย์ด่วนพิเศษระหว่างประเทศ (EMS Performance Awards) ระดับเหรียญทองแดง ประจำปี 2561 จากการนำจ่ายสิ่งของตรงเวลาจำนวน 94 เปอร์เซ็นต์ของปริมาณงานทั้งหมด และรางวัลดีเด่นด้านการให้บริการลูกค้า (EMS Customer Care Awards) จากการดำเนินงานสอบสวนและแก้ไขข้อร้องเรียนของลูกค้าตรงตามหลักเกณฑ์ที่กำหนดจากสหภาพสากลไปรษณีย์ (UPU)

Talk Awake

ขายประสบการณ์ใหม่ มัดใจลูกค้าให้อยู่หมัด

Text : Ratchanee P.

เดี๋ยวนี้ผู้บริโภคชอบแสดงออกมากขึ้นกว่าแต่ก่อน อาจจะเป็นด้วยว่าเรามีช่องทางโซเชียลมีเดียมากมาย ซึ่งหลายคนใช้เป็นช่องทางแสดงความเห็น ความรู้สึก แชร์แบ่งปันสิ่งที่ได้ไปพบเจอทั้งที่ชอบและไม่ชอบ

ในทางหนึ่งโซเชียลมีเดียจึงเป็นเหมือนแรงกระตุ้นที่ทำให้เมื่อเห็นคอนเทนต์เหล่านั้นแล้วเกิดความคิดอยากลองบ้าง โดยเฉพาะอย่างยิ่งกับคนรุ่นใหม่ที่มีความอยากรู้ อยากทดลองสิ่งใหม่ๆ และชอบความท้าทายเป็นทุนเดิมอยู่แล้ว

หากลองสังเกตพฤติกรรมของผู้บริโภคดูก็จะเห็นว่า ในวันนี้เวลาไปท่องเที่ยวก็มักจะแสวงหาสถานที่เที่ยวใหม่ๆ แปลกๆ ที่ยังไม่เคยไปมากกว่า เวลาสั่งอาหารก็จะเลือกสั่งเมนูใหม่ๆ มาลองชิม เมื่อไปงานต่างๆ ก็ชอบที่จะไลฟ์สดผ่านโซเชียลมีเดีย หรือเวลามีร้านอะไรเปิดใหม่ก็ต้องไม่พลาดที่จะไปลอง และไม่ลืมที่จะแชร์ลงบนโซเชียลมีเดีย ทั้งหมดนี้แสดงว่านับวันผู้บริโภคก็ยิ่งแสวงหาประสบการณ์มากขึ้น รู้สึกสนุกที่ได้ทดลองอะไรใหม่ๆ และพร้อมที่จะแชร์ประสบการณ์นั้นผ่านโซเชียลมีเดียเพื่อให้เพื่อนๆ ได้รู้ จนบางครั้งดูเหมือนจะเป็นการแข่งขันกันเล็กๆ ด้วยซ้ำไป

เมื่อจับพฤติกรรมผู้บริโภคได้เช่นนี้ จึงไม่แปลกที่แบรนด์จะหันมาสร้างประสบการณ์ให้กับลูกค้ากันมากมาย ที่พัก ร้านอาหาร จำนวนมากหันมาให้ความสนใจกับการสร้างคอนเซปต์ให้โดดเด่นที่ไม่เหมือนใคร ร้านอาหารเน้นให้ความสำคัญกับการพรีเซนต์อาหาร ไม่ว่าจะเป็นการจัดวาง ภาชนะที่ใส่ หน้าตา และสีสันของอาหารมากขึ้น รวมถึงการใช้กิมมิกต่างๆ มาช่วยสร้างประสบการณ์แปลกใหม่ให้กับลูกค้า อย่างเช่น ร้าน Midnight A Cocoa ที่สร้างประสบการณ์เปิดขายโกโก้เฉพาะยามค่ำคืน มีการตั้งราคาเดียวคือ แก้วละ 50 บาท และรับเฉพาะแบงก์ 50 บาท เพื่อลดปัญหาเสียเวลาทอนเงิน รวมถึงแทนที่จะแจกบัตรคิวธรรมดาๆ ก็ใช้วิธีจับปิงปองลุ้นว่าจะได้คิวที่เท่าไหร่แทน แต่เชื่อหรือไม่ลูกค้ากลับไม่ได้รู้สึกรำคาญ หรือมองว่าเรื่องมากแต่อย่างใด กลับยินดีที่จะทำตามกติกา กลายเป็นว่าทำให้เกิดการบอกต่ออย่างรวดเร็ว และยิ่งเรียกลูกค้าเข้าร้านรอคิวอย่างล้นหลาม ทั้งๆ ที่ร้านไม่เปิดทุกวัน

การสร้างประสบการณ์ นอกจากจะทำให้ผู้บริโภครู้สึกว่าได้ใช้สินค้าที่แตกต่างกว่าคนอื่นแล้ว และยังมีผลทางจิตใจที่ทำให้ได้รับความรู้สึกถึงความพิเศษอีกด้วย ดังนั้น ประสบการณ์ที่ดีจึงมักจะกระตุ้นให้เกิดความสนใจและสร้างความทรงจำที่ดี ทำให้ลูกค้าจดจำและอยากบอกต่อในท้ายที่สุด



SME Thailand magazine

KBank

เฟ้นหา!! สุดยอดนวัตกรรม ธุรกิจเอสเอ็มอี

เชิญชวนผู้ประกอบการไทยที่ธุรกิจมีนวัตกรรมโดดเด่นไม่ซ้ำใคร
ร่วมประกวดชิงรางวัลใน 10 สาขานวัตกรรม

sme thailand inno awards 2019

สาขานวัตกรรม

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

รางวัลพิเศษ!
THE BEST SME THAILAND
INNO AWARDS 2019

ชิงเงินรางวัลมูลค่ากว่า
1,000,000 บาท

สมัครวันนี้ - 30 มิถุนายน 2562

สอบถามข้อมูลได้ที่ : คุณพีรพงษ์ 08-1614-2611

download www.smethailandclub.com/Innoawards2019

5 YEARS
50,000 UNITS
PASSION DRIVES POSSIBILITIES

MG
PASSION DRIVES
Since 1924

NEW MG V80

LET'S MOVE

ไปด้วยกันได้มากกว่า
ความรู้สึกดีๆ ก็มากขึ้น



ไลฟ์สไตล์แบบไหนก็พร้อมไปกับคุณได้มากกว่า

กับ **MG V80 PASSENGER VAN 11 ที่นั่ง** สไตล์ยุโรป ไปด้วยกันกับเครื่องยนต์ดีเซลเทอร์โบ 2.5L I36 แรงม้า เกียร์ SeleMatic อัตโนมัติ 6 สปีด ห้องโดยสารกว้างขวาง เพดานสูง ประตูสไลด์ 2 ด้าน พร้อมบันไดไฟฟ้า และประตูท้ายบานคู่เปิดได้ 2 ระดับ เชื่อมต่อระบบความบันเทิงกับโทรศัพท์มือถือผ่านบลูทูธ และ USB อุ่นใจ มั่นใจได้มากกว่า ด้วย ELECTRONIC STABILITY PROGRAM 7 ระบบ ความปลอดภัยที่ทำงานประสานกันเป็นหนึ่งเดียว ครบตอบโจทย์ทุกความต้องการ ให้ทุกการเดินทางของคุณครบครันได้มากกว่าเดิม


ประตูท้ายบานคู่ เปิดได้ 2 ระดับ 90 และ I80 องศา


บันไดข้างไฟฟ้า 2 ด้าน แบบอัตโนมัติ


ระบบเชื่อมต่อโทรศัพท์มือถือผ่านบลูทูธ


ห้องโดยสารขนาดใหญ่ 11 ที่นั่ง ออกแบบมาให้เชื่อมถึงกันได้


ระบบปรับอากาศ แยกอิสระหน้า / หลัง


RMI ระบบลดความเสี่ยงที่จะทำให้พลิกคว่ำ



สัญญาณเตือนระยะถอยหลัง 4 จุด


ดิสก์เบรก 4 ล้อ


ถุงลมนิรภัยคู่หน้า


TPMS ระบบตรวจสอบความผิดปกติของลมยาง

BRIT DYNAMIC

สอบถามเพิ่มเติม MG CALL CENTRE 1267 (โทรฟรี)
www.mgcars.com MGcarsThailand

ราคาเริ่มต้น 988,000 บาท