FREE

SME STARTUP

encourage you to start your own biz

ISSUE 71 | AUGUST 2019

น๊อต

เฉลิมพล อารีย์เกื้อตระกูล

HERB *is my life*

Photo : กิจจา อภิชนรจเรข

ไม่มีสูตรสำเร็จในการทำธุรกิจ

อิทธิพลของเทคโนโลยีและดิจิทัล ได้เข้ามาเปลี่ยนรูปแบบการทำธุรกิจ ทำให้การเริ่มต้นเป็นเจ้าของธุรกิจนั้นง่าย และรวดเร็วขึ้นกว่าการทำธุรกิจแบบเดิมๆ ขณะเดียวกันไลฟ์สไตล์ของคนรุ่นใหม่ที่ชอบอิสระ ชอบที่จะสร้างโอกาสใหม่ๆ ให้กับตนเองก็ทำให้หันมาทำธุรกิจกันมากขึ้น โดยอาศัยเทคโนโลยีดิจิทัล หลายคนเริ่มต้นง่ายๆ กับธุรกิจแบบการซื้อมาขายไปบนออนไลน์ ส่วนบางคนก็สร้างแบรนด์เอง โดยใช้ OEM มาเป็นทางลัดผลิตสินค้าให้และทำการตลาดผ่านออนไลน์ช่องทางที่ง่ายที่สุด ดังนั้น จึงไม่แปลกใจเลยว่าทำไมทอดตาไปทางใด จึงเจอผู้ประกอบการรุ่นใหม่อยู่บนออนไลน์กันอย่างมากมาย

แต่อย่างไรก็ตาม การทำธุรกิจไม่มีสูตรสำเร็จตายตัวว่าต้องทำตามสูตรไหนถึงจะประสบความสำเร็จ บางครั้งการเริ่มต้นธุรกิจที่แสนง่ายและเติบโตอย่างรวดเร็ว ก็อาจจะปิดฉากเร็วตามไปด้วยก็ได้ ดังนั้น ในขณะที่ทุกคนเริ่มต้นธุรกิจบนออนไลน์และเลือกใช้ OEM มาผลิตสินค้าให้ เฉลิมพล อารีย์เกื้อตระกูล กลับทำธุรกิจแบบสวนทางกับคนอื่นๆ ด้วยการเริ่มต้นธุรกิจ Aree Herb แบรนด์สมุนไพรของเขาจากการให้ความสำคัญกับการผลิตมากกว่าการทำการตลาด โดยเขาลงทุนปลูกพืชสมุนไพรออร์แกนิกเอง และสร้างโรงงานผลิตขึ้นมาเอง เพราะเชื่อว่าถ้าสินค้าดีมีคุณภาพอย่างไรก็ขายได้ มากไปกว่านั้นเขายังเลือกที่จะขายออฟไลน์อยู่นานถึง 3 ปีจึงค่อยเริ่มขยับมาขายออนไลน์ แต่เชื่อหรือไม่ แม้การเติบโตจะไม่หวือหวา แต่ก็มีความมั่นคงในทุกๆ ก้าว...อยากรู้เรื่องราวของเขาโดยละเอียด พลิกอ่านได้ในฉบับนี้

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
ไอเดียสร้างธุรกิจ MINIDISH CANDY หยิบอาหารไทยมาใส่ลูกอม

10
MARKETING
เปิดเคล็ดลับ SODAPRINTING แชตอย่างไรให้ได้ขาย และ 4 ขั้นตอนอัพลำดับเว็บไซต์ด้วย Voice Search

12
YOUNG MONEY MAKER
จากเด็กชอบเคมีสู่การเป็นเจ้าของธุรกิจเจลห้ามเลือด “VetiGel”

18-19
SELF-EMPLOYED
Juno Janssen แปลงกระดิ๊บให้เป็นกระเป๋าสุด Cool และ Sixlegs & more ผลิตภัณฑ์สุดกรีน ช่วยคลีนน้องหมาแมว

20
TECH STARTUP
สร้างนวัตกรรมจาก Pain Point “Multi Camera” เทคโนโลยีต่อยอดธุรกิจ

24
INSPRIED ME
เนย-โชติกา วงศ์วิลาศ กับ 5 แรงบันดาลใจพา Cho เดินไกล 5 ปี

26
LIFESTYLE
ชวนไปเช็กอิน Escape Bangkok รูฟท็อปบาร์พาหนีชีวิตจำเจ

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

Gemologist

The GIT Training Program 2019

Jewelry Design

Gems & Business

หลักสูตร การตรวจสอบและประเมินคุณภาพเพชร (DGC)
รุ่นที่ 66 (จันทร์ - ศุกร์) 1 - 15 พ.ย. 2562
รุ่นที่ 67 (เสาร์) 16 ม.ค. - 30 มี.ค. 2563

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

หลักสูตร วุฒิบัตรธุรกิจอัญมณี (GJBD)
รุ่นที่ 71 (อาทิตย์) 6 ต.ค. 2562 - 19 เม.ย. 2563
รุ่นที่ 72 (จันทร์ - ศุกร์) 6 ม.ค. - 7 ก.พ. 2563
รุ่นที่ 73 (อาทิตย์) 24 พ.ค. - 29 พ.ย. 2563

หลักสูตร ธุรกิจทองคำและโลหะมีค่า
รุ่นที่ 16 (เสาร์) 7 ธ.ค. 2562 - 11 ม.ค. 2563

Design & Jewelry Photography

หลักสูตร การออกแบบเครื่องประดับ ระดับพื้นฐาน
Jewelry Design Course (JD)
Fundamental level (JD1) Batch 114 (จันทร์ - ศุกร์) 26 ส.ค. - 25 ก.ย. 2562
Fundamental level (JD1) Batch 115 (อาทิตย์) 20 ต.ค. 2562 - 23 ก.พ. 2563

หลักสูตร การออกแบบเครื่องประดับด้วยคอมพิวเตอร์
โปรแกรม JewelCAD (เสาร์ - อาทิตย์) 3 - 25 ส.ค. 2562
โปรแกรม Matrix (จันทร์ - ศุกร์) 15 - 25 ต.ค. 2562
โปรแกรม Rhinoceros (เสาร์ - อาทิตย์) 2 - 24 พ.ย. 2562

พิเศษ "คอร์สเรียนตามใจคุณ" และคอร์สเรียนส่วนตัว
(สอบถามเจ้าหน้าที่)

สมาชิกสมัคร 2 หลักสูตรหรือชวนเพื่อนมาเรียนพร้อมกันรับส่วนลด 15%.

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

ตลาดเครื่องสำอางชายโตในกลุ่ม GEN Z

Gen Z โตมาพร้อมกับความยืดหยุ่นเรื่องความเข้มงวดเรื่องความเป็นชาย จึงไม่แปลกที่จะเห็นผู้ชาย Gen Z ใช้เครื่องสำอางเพื่อเสริมลุคตนเองให้ดูดียิ่งขึ้น รวมถึงสร้างความประทับใจให้เกิดกับคนที่พบเจอ โดยเครื่องสำอางที่ผู้ชายมองหามีทั้งโทนเนอร์ มอยส์เจอไรเซอร์ รองพื้น ไพรเมอร์ ลิปบาล์ม และบีบีครีม ซึ่งพวกเขาไม่รู้สึกเขินอายที่จะบอกคนรอบข้างว่าใช้เครื่องสำอางเหล่านี้

เมื่อเครื่องสำอางกลายเป็นไอเท็มที่ผู้ชายต้องการ แบรนด์เครื่องสำอางจึงไม่พลาดที่จะผลิตเครื่องสำอางออกมาตอบสนองความต้องการของลูกค้ากลุ่มนี้ ตัวอย่างเช่น Chanel SA เปิดตัว Boy de Chanel ประกอบด้วยสกินแคร์ รองพื้น ดินสอเขียนคิ้ว ลิปบาล์ม ในส่วนของราคาค่อนข้างสูงทีเดียวอย่างดินสอเขียนคิ้ว ราคาอยู่ที่ 40 ดอลลาร์สหรัฐฯ และ Shiseido เปิดตัวบีบีครีมสำหรับผู้ชายในประเทศญี่ปุ่น ขนาด 30 กรัม ราคา 12 ดอลลาร์สหรัฐฯ

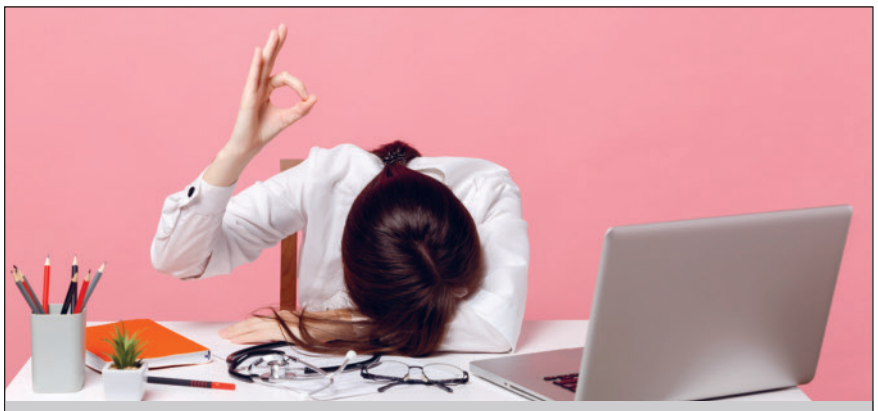
ถึงว่า...เดี๋ยวนี้ชอบเห็นหนุ่มๆ ช้อปเครื่องสำอาง

PORSCHE DIGITAL เปิดออฟฟิศใหม่ในแอตแลนตา

ก่อนหน้านี้ Porsche บริษัทผลิตรถสปอร์ตสัญชาติเยอรมัน เปิดตัว Porsche Digital ที่ Silicon Valley แหล่งรวม Startup และบริษัทไอทีชั้นนำของโลก โดยหน่วยงานย่อยของ Porsche แห่งนี้เป็นศูนย์กลางองค์ความรู้ด้านดิจิทัลที่รวบรวมไว้ซึ่งความคิดสร้างสรรค์ ตลอดจนผลิตภัณฑ์ดิจิทัลล้ำสมัย บทบาทหน้าที่หลักคือสร้างซอฟต์แวร์และผลิตภัณฑ์ดิจิทัลสำหรับลูกค้าของผู้ผลิตรถยนต์

ล่าสุด Porsche เตรียมเปิด Porsche Digital แห่งใหม่ที่แอตแลนตา ด้วยเหตุผลเรื่องอยู่ใกล้กับสำนักงานใหญ่ของ Porsche และแอตแลนตาเป็นเมืองศูนย์กลางทางเทคโนโลยี Startup และบริษัทเทคโนโลยีที่อยู่ในพื้นที่นี้มีการเติบโตอย่างต่อเนื่องและแข็งแกร่ง อีกทั้งยังช่วยให้ง่ายต่อการเจอกับวิศวกรที่มีความสามารถด้านการสร้างซอฟต์แวร์และนวัตกรรม

Porsche คงมีรถสุดล้ำให้เราได้ว้าวอีกแน่



UAE ออกกฎเหล็ก Influencers ต้องมีใบอนุญาต

ปัญหาการโฆษณาเกินจริงของคนดังบนโลกออนไลน์ หรือ Influencers ไม่ได้เกิดขึ้นที่เมืองไทยเท่านั้น เพราะ UAE ก็กำลังเผชิญปัญหานี้เช่นกัน ทำให้ต้องตั้งกฎว่า Influencers จะรับงานได้ถ้ามีใบอนุญาตที่เรียกว่า E-media License ซึ่งตอนนี้มี Influencers ที่ได้รับใบอนุญาตแล้วกว่า 1,700 คน โดยต้องเสียค่าธรรมเนียมรายปี 4,000 ดอลลาร์สหรัฐฯ แต่ถ้าไม่อยากจ่ายเงินส่วนนี้สามารถใช้ใบอนุญาตของเอเยนซีต้นสังกัดในการรับงานได้ ส่วนเงื่อนไขการขอรับใบอนุญาต ต้องมีอายุ 21 ปีขึ้นไป และเรียนจบระดับปริญญาตรี

การมีใบอนุญาตของ Influencers ใน UAE ทำให้เหล่าคนดังต้องมีความรอบคอบในการรับงานมากขึ้น เพราะหากโฆษณาเกินจริง หรือทำผิดกฎหมายบนโลกออนไลน์จะต้องเสียค่าปรับ และ Influencers ที่รับงานโดยไม่มีใบอนุญาตจะถูกปรับราว 1,361 ดอลลาร์สหรัฐฯ

เมื่อไหร่เมืองไทยจะมีกฎที่ชัดเจนแบบนี้บ้าง

IF YOU'RE PASSIONATE ABOUT SOMETHING AND YOU WORK HARD, THEN I THINK YOU WILL BE SUCCESSFUL.

-- Pierre Omidyar ผู้ก่อตั้ง Ebay --

ถ้าหลงใหลสิ่งใดอย่างจริงจัง
และทำเพื่อสิ่งนั้น
อย่างสุดความสามารถ
ความสำเร็จย่อมอยู่ไม่ไกล

วิดีโอแนวตั้งน่าดูกว่าแนวนอน

2-3 ปีมานี้ วิดีโอแนวตั้งได้รับความนิยมมาก เพราะคนส่วนใหญ่ดูวิดีโอบนมือถือ โดยขณะดูมักถือมือถือเป็นแนวตั้ง เพื่อให้วิดีโอแสดงเต็มหน้าจอ และข้อมูลของ Digiday เว็บไซต์ข่าวสารวงการดิจิทัล แสดงให้เห็นถึงความนิยมในวิดีโอแนวตั้งว่า หลังจาก Snapchat เปิดตัว 3V ย่อมาจาก Vertical Video Views ซึ่งเป็นวิดีโอโฆษณาแนวตั้งที่เหมาะสำหรับดูผ่านมือถือ ส่งผลให้วิดีโอโฆษณาที่แสดงในแอปพลิเคชันมีการดูมากกว่า 7 พันล้านครั้งต่อวัน ส่วนวิดีโอโฆษณาแนวตั้งใน Facebook ที่นำเสนอผ่านฟีเจอร์ Facebook Canvas มีการดู 8 พันล้านครั้งต่อวัน

ไม่เพียงเท่านี้ สำนักข่าว BBC ก็ตื่นตัวกับความนิยมนี้เช่นกัน โดยได้ทำวิดีโอข่าวเป็นแนวตั้ง ซึ่งช่วยเพิ่มจำนวนคนดูได้มากถึง 20-30 เปอร์เซ็นต์ หรือแม้แต่บริษัทสื่อในประเทศจีนยังทำละครแนวตั้ง เพื่อรองรับการดูละครบนมือถือ โดยละครที่นิยมทำเป็นแนวตั้ง คือ ละครตลก และละครที่เนื้อเรื่องเข้าใจง่าย ไม่ซับซ้อน โดยจะปล่อยละครเป็นตอนสั้นๆ ประมาณ 2-5 นาที

หันมาทำวิดีโอแนวตั้งกันเถอะ

สิทธิประโยชน์จาก ประกันสังคม ผู้ประกันตน มาตรา 40

ผู้ประกันตนได้รับความคุ้มครอง	ทางเลือกที่ 1 จ่าย 70 บาท/เดือน	ทางเลือกที่ 2 จ่าย 100 บาท/เดือน	ทางเลือกที่ 3 จ่าย 300 บาท/เดือน
1 กรณีเจ็บป่วยหรือประสบอันตราย			
ได้รับเงินทดแทนจากการขาดรายได้ เมื่อ			
• นอนโรงพยาบาลตั้งแต่ 1 วันขึ้นไป	วันละ 300 บาท	วันละ 300 บาท	วันละ 300 บาท
• ไม่นอนโรงพยาบาล แต่มีใบรับรองแพทย์ให้หยุดพักรักษาตัวตั้งแต่ 3 วันขึ้นไป	วันละ 200 บาท	วันละ 200 บาท	วันละ 200 บาท
• ภายใน 1 ปี นอนและไม่นอนโรงพยาบาลรวมกันไม่เกิน	ไม่เกิน 30 วัน/ปี	ไม่เกิน 30 วัน/ปี	ไม่เกิน 90 วัน/ปี
• ไปพบแพทย์ (ผู้ป่วยนอก) และแพทย์มีความเห็นให้หยุดพักรักษาตัวไม่เกิน 2 วัน (ปีละไม่เกิน 3 ครั้ง และมีใบรับรองแพทย์)	ครั้งละ 50 บาท	ครั้งละ 50 บาท	ไม่คุ้มครอง
2 กรณีทุพพลภาพ			
• ได้รับเงินทดแทนจากจากการขาดรายได้รายเดือน (ขึ้นอยู่กับระยะเวลาจ่ายเงินสมทบ)	500-1,000 บาท เป็นเวลา 15 ปี	500-1,000 บาท เป็นเวลา 15 ปี	500-1,000 บาท ตลอดชีวิต
• ตายระหว่างรับเงินทดแทนฯ ได้รับเงินค่าทำศพ	20,000 บาท	20,000 บาท	40,000 บาท
3 กรณีตาย			
• ผู้จัดการศพได้รับเงินค่าทำศพ	20,000 บาท	20,000 บาท	40,000 บาท
• จ่ายเงินสมทบมาแล้ว 60 เดือน ก่อนเดือนที่ตาย ได้รับเงินสงเคราะห์กรณีตาย	รับเพิ่ม 3,000 บาท	รับเพิ่ม 3,000 บาท	ไม่คุ้มครอง
4 กรณีชราภาพ			
• ได้รับเงินบำเหน็จชราภาพ จากเงินสมทบสะสม (ตามระยะเวลาที่จ่ายเงินสมทบพร้อมผลประโยชน์ตอบแทน)	ไม่คุ้มครอง	50 บาท/เดือน	150 บาท/เดือน
• จ่ายเงินสมทบครบ 180 เดือนขึ้นไป ได้รับเงินเพิ่มอีก	ไม่คุ้มครอง	ไม่คุ้มครอง	รับเพิ่ม 10,000 บาท
• สามารถจ่ายเงินสมทบเพิ่มเติม (เงินออม) ได้ไม่เกินเดือนละ	ไม่คุ้มครอง	ออมเพิ่มได้ 1,000 บาท	ออมเพิ่มได้ 1,000 บาท
5 กรณีสงเคราะห์บุตร			
• ได้รับเงินสงเคราะห์บุตรรายเดือน บุตรอายุแรกเกิดจนถึง 6 ปีบริบูรณ์ (ขณะรับเงินต้องจ่ายเงินสมทบทุกเดือน)	ไม่คุ้มครอง	ไม่คุ้มครอง	คนละ 200 บาท (คราวละไม่เกิน 2 คน)

สมัครมาตรา 40

SCAN QR CODE

สอบถามรายละเอียดเพิ่มเติมได้ที่ สำนักงานประกันสังคมทั่วประเทศ

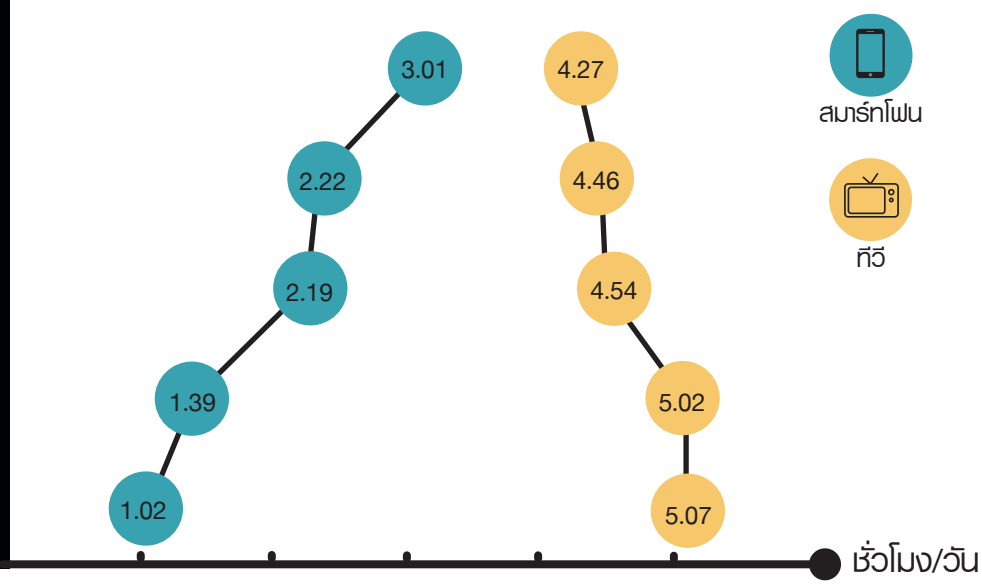
1506

สายด่วน โทร. 1506 ให้บริการ 24 ชั่วโมง

www.sso.go.th

1 วันคนใช้เวลาเท่าไหร่ ไปกับการเสพสื่อ

การใช้เวลาบนสมาร์ทโฟนและทีวี



ปี พ.ศ.	ใช้เวลากับดิจิทัลมีเดียเท่าไหร่ ชั่วโมง/วัน	ใช้เวลาบนโซเชียลมีเดียเท่าไหร่ ชั่วโมง/วัน
2562	11.27	2.23
2561	11.06	2.22
2560	11.18	2.15
2559	10.39	2.06
2558	9.39	1.49

แพลตฟอร์มไหนที่ใช้เวลาด้วยมากที่สุด (ชั่วโมง/วัน)

		ใครนิยมใช้เวลาบนแพลตฟอร์มไหนมากที่สุด (ชั่วโมง/วัน)			
		อายุ 18-34 ปี	อายุ 35-49 ปี	อายุ 50-64 ปี	อายุ 65+ ปี
ทีวี	4.27	1.54	3.43	5.50	7.15
สมาร์ทโฟน	3.01	3.31	3.34	2.47	1.54
วิทยุ	1.42	1.20	1.45	2.05	1.42
อุปกรณ์เชื่อมต่อทีวี	0.54	1.22	1.01	0.38	0.24
แท็บเล็ต	0.50	0.37	0.51	0.52	1.01
คอมพิวเตอร์	0.33	0.31	0.36	0.37	0.23

ที่มา : https://famemass.com

SME ยุคใหม่ไปให้สุดกับ
ซิม WorryFree จาก dtac SME
ที่ทั้งง่ายและคุ้มค่า

ความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีดิจิทัล
กำลังเปลี่ยนโลกของธุรกิจ
ทำให้เกิดวิธีการทำธุรกิจใหม่ๆ
เข้ามาแทนที่การทำธุรกิจแบบเดิมๆ
ขอแค่มีมือถือและมีอินเทอร์เน็ตแรงๆ
บวกรวมกับฝีมือไอเดียเจ๋งๆ
ก็สามารถเริ่มต้นธุรกิจได้แล้ว
นี่จึงหมดยุคของ "ปลาใหญ่กินปลาเล็ก"
มาสู่ยุค "ปลาเร็วกินปลาช้า"
ที่ผู้ประกอบการ SME จำเป็นต้องปรับตัว
เพื่อรองรับกับการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นตลอดเวลา

ธุรกิจยุคดิจิทัล หนีไม่พ้นการใช้ช่องทางทางออนไลน์ทำการตลาดเพื่อเข้าถึงกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย เพราะไลฟ์สไตล์ของผู้บริโภคใช้ชีวิตส่วนใหญ่อยู่บนมือถือ หันมาซื้อสินค้าผ่านทางโลกออนไลน์มากจึงสร้างโอกาสให้เกิดการซื้อขายได้สะดวกขึ้น และทำให้สามารถเชื่อมต่อลูกค้าอย่างง่ายดายทุกที่ทุกเวลาตลอด 24 ชั่วโมง

dtac เข้าใจความต้องการของลูกค้า SME ที่ต้องการเดินหน้าลุยธุรกิจได้อย่างเต็มที่ จึงเปิดตัว**ซิม WorryFree จาก dtac SME** ที่จะช่วยให้การทำธุรกิจบนมือถือง่ายขึ้น รวดเร็วขึ้น ที่สำคัญคือช่วยลดต้นทุนเพิ่มกำไร สามารถควบคุมค่าใช้จ่ายได้อยู่หมัด จึงทำให้การเติบโตธุรกิจเป็นไปตามเป้าหมาย

ซิม WorryFree จาก dtac SME สามารถตอบโจทย์ทุกความต้องการของผู้ประกอบการ SME เพราะช่วยบริหารค่าโทรและค่าอินเทอร์เน็ตให้คุ้มค่า ประหยัดค่าใช้จ่ายได้มากขึ้น จากความพิเศษต่อไปนี้ ปรับแพ็กเกจให้อัตโนมัติถ้ามีการเปลี่ยนแปลง ทำให้ลูกค้า SME ไม่ต้องกังวลว่าแพ็กเกจของตัวเองได้อัพเดตแล้วหรือยัง ซึ่งจะช่วยลดค่าใช้จ่ายให้กับธุรกิจโดยอัตโนมัติ, โทรฟรีทุกเครือข่ายไม่จำกัด ตลอด 24 ชั่วโมงพร้อมอินเทอร์เน็ตแบบเต็มสปีด, dtac wifi ไม่จำกัด, มีระบบป้องกันค่าโทรส่วนเกินและค่าใช้จ่าย ไม่พึงประสงค์ และคล่องตัวกว่าด้วยไม่มีสัญญาผูกมัดและไม่มีค่าใช้จ่ายแฝง

นอกจากนี้ ยังช่วยให้ธุรกิจไปได้ไกล ด้วยแพ็กเกจเสริม WorryFree

- **NetToGo** บริการโรมมิ่งที่สะดวกและคุ้มค่า ในราคาเพียง 99 บาท/วัน ครอบคลุม 24 ประเทศ ที่สำคัญคิดเงินเมื่อมีการใช้งานเท่านั้น
- **IDD 004** ช่วยประหยัดค่าโทรออกต่างประเทศ ด้วยคุณภาพเสียงระดับพรีเมียม และอัตราค่าโทรถูกที่สุด
- **dMessage** ช่วยการสื่อสารทั้งภายในและภายนอกองค์กร ด้วยเว็บส่ง SMS เพียง 175 บาท ฟรี 250 SMS โดยสามารถเปิดใช้งานง่ายๆ กำหนดชื่อผู้ส่งได้ถึง 5 ชื่อ และมีรายงานผลการส่งด้วย

เพียงเลือกแพ็กเกจ ให้ตรงตามความต้องการ

• ค่าบริการรายเดือน	449 บาท	ใช้งานอินเทอร์เน็ตต่อเนื่อง	6 GB	โทรได้ทุกเครือข่าย	ไม่จำกัด
• ค่าบริการรายเดือน	599 บาท	ใช้งานอินเทอร์เน็ตต่อเนื่อง	16 GB	โทรได้ทุกเครือข่าย	ไม่จำกัด
• ค่าบริการรายเดือน	799 บาท	ใช้งานอินเทอร์เน็ตต่อเนื่อง	30 GB	โทรได้ทุกเครือข่าย	ไม่จำกัด
• ค่าบริการรายเดือน	999 บาท	ใช้งานอินเทอร์เน็ตต่อเนื่อง	60 GB	โทรได้ทุกเครือข่าย	ไม่จำกัด
• ค่าบริการรายเดือน	1,299 บาท	ใช้งานอินเทอร์เน็ตต่อเนื่อง	100 GB	โทรได้ทุกเครือข่าย	ไม่จำกัด

สอบถามข้อมูลเพิ่มเติมที่ศูนย์บริการ dtac ทุกสาขาทั่วประเทศ หรือ dtac.co.th/sme

Text : Kritsana S.

หยิบอาหารไทยมาใส่ลูกอม MINIDISH CANDY ไอเดียสร้างธุรกิจ

ใครเลยจะเชื่อว่ามีลูกอมรสชาติอาหารไทยอยู่บนโลกใบนี้
เพราะเมื่อพูดถึงลูกอม แน่นอนว่าทุกคนต้องนึกถึง
ขนมหวานรูปทรงกลมที่มีรสชาติหวานเป็นหลัก แต่ ณ เวลานี้ **สราวุธ กุรุพินท์ศิริ**
ได้ทำสิ่งที่ทุกคนไม่คิดว่ามีให้เกิดขึ้นแล้ว

MINIDISH CANDY ลูกอมรสชาติอาหารไทยของอดีตหนุ่มครีเอทิฟโฆษณามาในคอนเซปต์ย่อส่วนรสชาติอาหารไทยให้อยู่ในรูปแบบที่เล็กที่สุดและเป็นรูปแบบที่แปลกใหม่ จึงนำเสนอผ่านลูกอม เพราะเป็นขนมหวานที่คนทั่วโลกทุกเพศทุกวัยรู้จักเป็นอย่างดี ทำให้ง่ายต่อการตัดสินใจซื้อ แต่หากนำเสนอผ่านรูปแบบอื่น เช่น ทองม้วนรสชาติอาหารไทย ชาวต่างชาติอาจไม่สนใจในสินค้า เพราะไม่รู้จัก

ลูกอม MINIDISH CANDY มี 4 รสชาติ ได้แก่ ต้มยำกุ้ง ลาบ ผัดกะเพรา และแกงเขียวหวาน ซึ่งครบประเภทอาหารฮิตของไทยอย่าง ต้ม ยำ ผัด แกง โดยรสชาติเปรี้ยว หวาน เค็ม เผ็ดในลูกอมเกิดจากการปรุงรส ซึ่งหนุ่มเจ้าของแบรนด์พยายามปรุงให้รสชาติออกมาใกล้เคียงกับเมนูต้นแบบมากที่สุด ใช้กลิ่นที่สกัดจากวัตถุดิบที่ใช้ประกอบอาหารแต่ละเมนู และแต่งสีให้เหมือนกับสีของอาหารนั้นๆ เพื่อให้เข้าถึงรสชาติ กลิ่น สีของอาหารไทยมากที่สุดเมื่อรับประทานลูกอม แต่ก่อนที่สูตรของลูกอมแต่ละรสชาติจะลงตัว เขาต้องผ่านการลองผิดลองถูกมาร่วมครึ่งปี เคยลองใส่วัตถุดิบต่างๆ ของแต่ละเมนูลงไปในลูกอม เช่น ข้าวคั่ว หอมแดง เนื้อสัตว์ แต่ผลลัพธ์ที่ได้คือ เนื้อลูกอมไม่เรียบบาดปาก

ด้านแพ็กเกจจิ้งก็สร้างสรรค์ไม่แพ้สินค้า โดยออกแบบให้มีขนาดเล็กกว่าฝ่ามือ เพื่อให้สะดวกในการพกพา เลือกใช้ภาพวาดสีน้ำภาพอาหารไทยที่เสิร์ฟมาในภาชนะที่คนไทยนิยมใช้ ไม่ว่าจะเป็นหม้อเคลือบที่นิยมนำมาใส่ต้มยำกุ้ง จานสังกะสีใส่ลาบ จานพลาสติกใส่ผัดกะเพรา ถ้วยกระเบื้องใส่แกงเขียวหวาน เพื่อให้เกิดการเข้าถึงการจัดเสิร์ฟอาหารในสไตล์คนไทย พร้อมทั้งสร้างความเด่นสะดุดตาให้กับสินค้าเมื่อต้องวางอยู่บนชั้นวางสินค้าร่วมกับลูกอมแบรนด์อื่น และมีเรื่องราวเกี่ยวกับอาหารไทยเขียนกำกับบนแพ็กเกจจิ้ง ทุกคนจึงได้ทำความรู้จักกับอาหารเด่นของชาติไทยมากยิ่งขึ้น

"ปัญหาที่ต้องเจอในช่วงเริ่มต้นคือ การหาโรงงานรับผลิต เนื่องจากเป็นแบรนด์ขนาดเล็ก ยอดการสั่งไม่เยอะเลยไม่เป็นที่สนใจ ปัญหาถัดมาคือ โรงงานผลิตลูกอมตัวอย่างออกมาไม่ตรงตามความต้องการ รสชาติไม่ได้ สีสันไม่ใช่ เหตุเพราะไม่เคยผลิตลูกอมแบบนี้มาก่อน ไม่มีสูตรให้ทำตาม เราเลยต้องพักการสั่งผลิตแล้วกลับไปคิดค้นสูตร ทดลองทำ และทดลองขาย เมื่อผลตอบรับหลังการขายออกมาเชิงบวก จึงนำสูตรลูกอมที่ได้ไปให้โรงงานเดิมผลิตตาม"

ด้วยความเป็นสินค้าแปลกใหม่ ยังไม่มีใครทำขาย ทำให้ต้องเพิ่มความขยันในการสร้างการรับรู้ผ่านการอธิบายเกี่ยวกับสินค้าเมื่อไปออกบู๊ธ รวมถึงอธิบายผ่านพื้นที่ออนไลน์ เช่น เพจเฟซบุ๊กและเว็บไซต์ของแบรนด์ โดยการขายผ่านช่องทางออนไลน์เป็นเรื่องที่ค่อนข้างท้าทาย เพราะรสชาติของลูกอม MINIDISH CANDY ไม่เหมือนกับรสชาติของลูกอมทั่วไปที่วางขายในท้องตลาด เขาจึงตัดสินใจพาลูกอมออกไปเจอกลุ่มลูกค้า ให้ทุกคนได้เห็นสินค้าจริงและได้ชิมรสชาติ พื้นที่ที่เลือกไปเป็นพื้นที่ที่กลุ่มลูกค้าอยู่ทั้งสิ้น เช่น โฮสเทล ร้านของฝาก งานอีเวนต์ และห้างสรรพสินค้า

ตอนนี้ลูกค้าหลักของ MINIDISH CANDY กว่า 90 เปอร์เซ็นต์เป็นนักท่องเที่ยวจีนที่พูดภาษาอังกฤษ เช่น สิงคโปร์ ฮ่องกง มาเลเซีย ไต้หวัน เป็นคนมีชื่นชอบในอาหารไทย กล้าลองของใหม่ และมองหาของฝากที่แปลกใหม่กลับไปฝากคนพิเศษ ส่วนคนไทยไม่ให้ความสนใจเท่าไหร่นัก เพราะหาอาหารไทยรับประทานได้ง่าย และบางคนก็มองเป็นเรื่องแปลกที่อาหารมาอยู่ในรูปแบบของลูกอม จินตนาการว่ารสชาติคงน่าอี๋

สำหรับก้าวต่อไปของ MINIDISH CANDY เขามีแผนเพิ่มรสชาติให้หลากหลาย โดยยังคงเน้นรสชาติของอาหารไทยเป็นหลัก มีลูกอมรสชาติพิเศษออกมา เช่น ลูกอมรสชาติอาหารเมนูพิเศษจากร้านอาหารเจ้าดัง หรือลูกอมรสชาติอาหารของแต่ละภาค วางขายแค่ในพื้นที่ที่เป็นแหล่งของอาหารต้นแบบ อีกทั้งยังตั้งใจสร้างร้านเล็กๆ ที่รวบรวมลูกอมรสชาติอาหารเมนูต่างๆ ไว้ในที่เดียว และมีสินค้าอื่นที่มีความเกี่ยวข้องให้ได้เลือกซื้อ ซึ่งสินค้าที่เขาคิดไว้แล้วคือ ไอศกรีมรสชาติอาหารไทย

www.minidishcandy.com
minidishcandy
minidishcandy
@minidishcandy

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"

Text : Kritsana S.

เปิดเคล็ดลับ SODAPRINTING แชตอย่างไรให้ได้ขาย

พฤติกรรมของลูกค้ายุคใหม่เลือกที่จะสอบถามข้อมูล ตลอดจนสั่งซื้อสินค้าผ่านแชตมากกว่าช่องทางอื่น แต่สิ่งที่ช่วยให้แบรนด์สามารถปิดการขายผ่านแชตได้ ไม่ใช่เพียงความเร็วในการตอบแชต หากยังต้องเข้าใจในพฤติกรรมการแชตของลูกค้าแต่ละคนด้วย โดย **ดร.ธีรศานต์ สหัสสพาศน์** กรรมการผู้จัดการ บริษัท โซดา พริ้นติ้ง จำกัด ธุรกิจรับพิมพ์ภาพบนงานแคนวาสและงานไวนิลในคอนเซปต์ของขวัญแบบนี้มีชิ้นเดียวในโลก ได้แบ่งปัน 5 ความลับช่วยปิดการขายผ่านแชต ในงาน LINE CONVERGE THAILAND 2019 ดังนี้

1 ตอบให้ไว

ความล่าช้าในการตอบแชตที่แม้จะช้าแค่ 2-3 นาทีก็มีผลให้ลูกค้าเปลี่ยนใจไปซื้อสินค้ากับร้านอื่น วิธีที่ช่วยให้ตอบแชตลูกค้าได้รวดเร็วขึ้นคือ การเตรียมข้อมูลสินค้าและข้อมูลอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง เช่น สินค้าคืออะไร มีกี่แบบ ราคา การจัดส่ง การชำระเงิน และการรับประกัน เป็นต้น นำข้อมูลเหล่านี้มาจัดทำในรูปแบบของกราฟิกส่งให้ลูกค้า ซึ่งช่วยลดเวลาในการพิมพ์แชต และยังช่วยให้สามารถปิดการขายได้ภายใน 2 นาที ทั้งนี้ต้องคำนึงด้วยว่าหากลูกค้าย่อภาพจะสามารถเห็นข้อมูลในภาพได้อย่างชัดเจนหรือไม่ โดยเฉพาะเลขบัญชี เพราะลูกค้าต้องสลับหน้าจอไปมาระหว่างแชตและแอปพลิเคชันธนาคาร หากย่อภาพแล้วเห็นเลขบัญชีไม่ชัด ลูกค้าอาจเกิดความหงุดหงิดแล้วยกเลิกการสั่งซื้อในที่สุด

2 คุยเหมือนเพื่อน

ต้องเซ็ตรูปแบบการพูดคุยกับลูกค้าให้ชัดเจน โดยเริ่มจากการกำหนดว่าจะเรียกแทนตัวลูกค้าว่าอะไร เช่น คุณ ตัวเอง เตง หรือชื่อของลูกค้า จากนั้นกำหนดเพศให้แอดมินตอบแชตว่าจะเป็นผู้หญิงหรือผู้ชาย ซึ่งจากการสังเกตพบว่า ลูกค้าชอบคุยแชตกับแม่ค้ามากกว่าพ่อค้า เพราะมีความเป็นกันเองมากกว่า ใจดี คุยง่าย

3 ทำให้ลูกค้านึกถึง

คอนเทนต์ที่แบรนด์นำเสนอเป็นเรื่องสำคัญ โดยสิ่งที่ช่วยให้การทำคอนเทนต์กลายเป็นเรื่องที่ทำได้ง่ายมากขึ้น คือ การรู้ข้อมูลว่าลูกค้าเป็นใคร เพศอะไร และมีความสนใจในเรื่องใด ซึ่งคอนเทนต์ที่ ดร.ธีรศานต์ เลือกนำเสนอผ่านช่องทางแชตของ SOdAPrintinG เป็นคอนเทนต์ที่ลูกค้าเพศหญิง ซึ่งเป็นลูกค้ากลุ่มหลักของแบรนด์สนใจ ได้แก่ มุขเสี่ยว คำศัพท์วันนี้ เพลงต้องฟัง และผลสลากกินแบ่งรัฐบาล

4 โปรโมชันแปลกแต่โดน

เนื่องจากคอนเทนต์ผลสลากกินแบ่งรัฐบาลได้รับความนิยมสูงสุด ทาง SOdAPrintinG จึงได้จัดโปรโมชันเอาใจคนผิดหวังจากการเสี่ยงโชคในชื่อ โปรหวยแดก เพียงลูกค้าส่งรูปสลากกินแบ่งรัฐบาลที่ไม่ถูกรางวัลมาในแชตก็จะได้รับส่วนลดสำหรับใช้ในการสั่งพิมพ์ภาพ หรือการมอบข้อเสนอพิเศษให้กับลูกค้าที่มีงบไม่พออย่างการผ่อนชำระสินค้า

5 พร้อมขายเสมอ

ลูกค้าส่วนใหญ่ของ SOdAPrintinG ชอบสั่งซื้อสินค้าตอนดึกและโอนเงินเร็วกว่าช่วงเวลากลางวัน จึงต้องมีแอดมินตอบแชตตลอด 24 ชั่วโมง แต่ลูกค้าบางคนไม่รู้เลยไม่กล้าทักแชตมาตอนกลางคืน ดังนั้น SOdAPrintinG จึงเปลี่ยนรูปโพรไฟล์แชตเป็นรูปที่มีคำว่า On Air เพื่อให้ลูกค้ารับรู้ว่าแบรนด์พร้อมขายสินค้าอยู่เสมอ

4 ขั้นตอนอัพลำดับเว็บไซต์ด้วย VOICE SEARCH

Voice Search หรือการค้นหาด้วยเสียงเริ่มถูกใช้งานมากขึ้น เพราะอำนวยความสะดวกในแง่ของการลดขั้นตอนในการค้นหาข้อมูล จากเมื่อก่อนต้องพิมพ์สิ่งที่ต้องการค้นหาลงในเว็บไซต์ค้นหาข้อมูล ปัจจุบันทำได้ง่ายเพียงพูดสิ่งที่ต้องการค้นหา จากนั้นระบบจะทำการค้นหาและแสดงข้อมูลเกี่ยวกับสิ่งนั้น

ความนิยมของ Voice Search ยืนยันได้ผ่านข้อมูลที่บริษัทออกแบบเว็บไซต์อย่าง branex นำเสนอ โดยผู้คนกว่า 53 เปอร์เซ็นต์ใช้งาน Voice Search ทุกวัน และมีการคาดการณ์ว่า ในปี พ.ศ.2563 Voice Search จะถูกใช้งานเพิ่มขึ้นอีก 50 เปอร์เซ็นต์

จากข้อมูลข้างต้น ทำให้ Voice Search กลายเป็นเครื่องมือที่น่าสนใจสำหรับผู้ประกอบการที่หวังนำเทคโนโลยีนี้มาช่วยให้ลูกค้าเข้าถึงสินค้า และบริการของแบรนด์ได้ง่ายขึ้น ไม่เพียงเท่านี้ Voice Search ยังเป็นเครื่องมือที่ช่วยให้เว็บไซต์ถูกค้นเจอได้ง่ายและมีลำดับสูงขึ้นอย่างเห็นได้ชัด ถ้าทำตามขั้นตอนต่อไปนี้

1 KEYWORD ต้องมี

ผู้ประกอบการต้องเขียน Keyword ที่ลูกค้านิยมใช้ในการค้นหาลงไปในคอนเทนต์ เพราะผู้ใช้งาน Voice Search ส่วนใหญ่มักค้นหาด้วยคำสั้นๆ มากกว่าคำถามยาวๆ ซึ่ง Keyword ที่ถูกค้นหามากที่สุดคือ ใคร 134 เปอร์เซ็นต์ อย่างไร 80 เปอร์เซ็นต์ เมื่อไหร่ 78 เปอร์เซ็นต์ ที่ไหน 74 เปอร์เซ็นต์ และผลลัพธ์ 58 เปอร์เซ็นต์

2 ข้อมูลแบรนด์ต้องครบ

สิ่งที่ผู้ประกอบการต้องเขียนลงในเว็บไซต์ไม่ได้มีเพียงข้อมูลสินค้า วิธีการชำระเงิน หรือการจัดส่งสินค้าเท่านั้น แต่ยังต้องเขียนข้อมูลอื่นๆ ที่ผู้คนนิยมค้นหาด้วยเสียงลงไปด้วย เช่น เวลาทำการ ที่อยู่ ช่องทางการติดต่อ การเดินทางมายังหน้าร้าน เป็นต้น

3 ใช้คำว่า อยู่ใกล้ฉัน

การเขียนคำว่า อยู่ใกล้ฉัน ลงไปในคอนเทนต์ช่วยให้เว็บไซต์ถูกค้นเจอบ่อยขึ้น เพราะเป็นคำที่ผู้ใช้งาน Voice Search นิยมใช้ในการค้นหาสิ่งต่างๆ ที่อยู่ใกล้ตัว เช่น ร้านอาหารที่อยู่ใกล้ฉัน สถานที่สำคัญที่อยู่ใกล้ฉัน และธุรกิจชื่อดังที่อยู่ใกล้ฉัน

4 เว็บไซต์ต้องไร้ปัญหา

แม้ลูกค้าจะค้นเจอสิ่งที่ต้องการผ่านการใช้ Voice Search แต่หากเข้ามาอ่านข้อมูลเพิ่มเติมในเว็บไซต์ แล้วพบว่าเว็บไซต์เปิดไม่ได้บนมือถือ พวกเขาก็พร้อมปิดเว็บไซต์ลงในทันที

งานแสดงสินค้าและเทคโนโลยีด้านอาหาร เครื่องดื่ม อุปกรณ์เครื่องใช้สำหรับโรงแรม ภัตตาคาร การจัดเลี้ยงและการบริการนานาชาติ ครั้งที่ 27

ufi Approved Event

FHT FOOD & HOTEL THAILAND

Incorporating : COFFEE & TEA CULTURE · FOOD & DRINKS · FOODSERVICE EQUIPMENT · HOSPITALITY & RETAIL TECHNOLOGY THAILAND · HOSPITALITY STYLE · WINE & SPIRITS THAILAND

In-Conjunction with : 2019 TICC THAILAND'S INTERNATIONAL CULINARY CUP

4-7 กันยายน 2562

ไบเทค บางนา (10.00-18.00น.)

Your Key Ingredient for Success

ครบทุกมิติของธุรกิจทางด้านอาหาร เครื่องดื่ม อุปกรณ์เครื่องใช้และเทคโนโลยีอันทันสมัยเป็นงานระดับแถวหน้าที่ได้รับความสนใจจากทั้งชาวไทยและผู้คนทั่วภูมิภาคเอเชียในการช่วยจุดประกายความคิดสร้างสรรค์สินค้าและบริการใหม่ๆ โดยเฉพาะกลุ่มนักธุรกิจและผู้ประกอบการด้านการโรงแรม ร้านอาหาร คาเฟ่ บาร์ เบเกอรี่และธุรกิจการให้บริการต่างๆ

ลงทะเบียนเข้าชมงานฟรีที่ www.foodhotelthailand.com Food & Hotel Thailand

หรือสอบถามรายละเอียดเพิ่มเติมติดต่อคุณกัญญ์ภิภัค โทร. 02.036.0518 อีเมล์ Kanphipack.p@ubm.com

สนับสนุนโดย

• งานแสดงสินค้านี้เปิดสำหรับนักธุรกิจและผู้ประกอบการเท่านั้นไม่อนุญาตให้เด็กอายุต่ำกว่า 18 ปีเข้าชมงาน • ไม่อนุญาตให้ผู้ใส่กางเกงขาสั้นและสวมรองเท้าแตะเข้าชมงาน • นักศึกษาอนุญาตให้เข้าชมงานเฉพาะวันเสาร์ที่ 7 ก.ย. และต้องสวมเครื่องแบบนักศึกษาเท่านั้น (โปรดติดต่อผู้จัดงานล่วงหน้า)

จากเด็กชอบเคมี สู่การเป็นเจ้าของธุรกิจ เจลห้ามเลือด VETIGEL

Text : วิมาลี วิวัฒนกุลพาณิชย์

คนจำนวนมาก
กว่าจะเริ่มธุรกิจเป็นของตัวเองได้
ส่วนหนึ่งมักมาจากยังค้นหาตัวเองไม่เจอ
ว่าชอบหรือสนใจอะไร
ถ้าใครค้นพบเร็วก็ถือว่าโชคดีไป

อย่าง **โจ แลนโดลินา** หนุ่มอเมริกันเชื้อสายอิตาเลียน วัย 26 ปี ซึ่งเกิดและเติบโตในอัลสเตอร์ เคาน์ตี ในนิวยอร์ก ที่สนใจศาสตร์เคมีมาตั้งแต่เด็ก เขาเรียนรู้เกี่ยวกับเคมีจากคุณปู่ที่เป็นเจ้าของไร่องุ่นและธุรกิจไวน์ ช่วงมัธยมปลาย โจได้ใช้ห้องแล็บของคุณปู่ทดลองสิ่งต่างๆ จนสามารถคิดค้นเจลห้ามเลือดเป็นผลสำเร็จ เป็นเจลเวอร์ชันแรกๆ ที่ได้ทดลองทำขึ้นมาและใช้ได้ผลดี

กระทั่งปี พ.ศ.2553 โจเข้าเป็นนักศึกษาชั้นปีที่ 1 ที่สถาบันโพลีเทคนิคแห่งมหาวิทยาลัยนิวยอร์กในสาขาวิศวกรรมชีวเวช (Biomedical Engineering) ทางมหาวิทยาลัยมีการประกวดแผนธุรกิจที่มีทั้งนักศึกษาปริญญาโท และอาจารย์มหาวิทยาลัยส่งผลงานเข้าประกวด มีเพียงโจและเพื่อนที่เป็นผู้เข้าประกวดที่ยังเรียนระดับปริญญาตรี ซึ่งโจก็ส่งเจลห้ามเลือดเข้าไปแข่ง ผลคือได้รับรางวัลรองชนะเลิศ

โจกับเพื่อนชื่อไอแซค มิลเลอร์ จึงจดทะเบียนตั้งบริษัท Suneris ขึ้นมาเพื่อผลิตเจลห้ามเลือดภายใต้แบรนด์ "VETIGEL" เจลที่ว่าใช้กับสัตว์สามารถทำให้เลือดหยุดภายใน 12 วินาที และทำให้แผลหายในไม่กี่นาที โดยใช้โครงสร้างโพลิเมอร์ (สารประกอบที่มีโมเลกุลขนาดใหญ่และมีมวลโมเลกุลมากประกอบกัน) ของพืช ในที่นี้คือ สาหร่ายทะเลเพื่อทำปฏิกิริยากับเซลล์ผิวหนัง พอเจลสัมผัสบาดแผลจะเปลี่ยนเป็นโครงสร้างคล้ายตาข่ายคลุมและสมานแผลอย่างรวดเร็ว นอกจากนั้น VETIGEL ยังกระตุ้นให้ร่างกายผลิต Fibrin อันเป็นสารที่ช่วยในการแข็งตัวของเลือดเมื่อเกิดบาดแผลอีกด้วย

อย่างไรก็ตาม เนื่องจากยังไม่มีการทดลองในคน VETIGEL จึงผลิตมาเพื่อใช้กับสัตว์เท่านั้น ครั้นได้รับอนุมัติจากองค์การอาหารและยาสหรัฐฯ หรือ FDA ให้สามารถใช้กับสัตว์ได้ โจก็เริ่มผลิต VETIGEL จำหน่ายหลังเรียนจบ ก็คือปี พ.ศ.2558 ในช่วงแรกใช้วิธี Pre-Order จึงค่อยผลิต ลูกค้าเป็นคลินิกรักษาสัตว์ สินค้าชุดแรกบรรจุในหลอดฉีดยาขนาด 5 มิลลิลิตร และ 1 กล่องมี 5 หลอด จำหน่ายในราคา 150 ดอลลาร์สหรัฐฯ หรือประมาณ 4,600 บาทต่อกล่อง

ปีเดียวกับที่เริ่มจำหน่าย VETIGEL ก็มีการเปลี่ยนชื่อบริษัทจาก Suneris เป็น Cresilon Inc. ซึ่งมีรากศัพท์มาจาก 2 ภาษา ได้แก่ Crers ในภาษาละติน หมายถึง เติบโต และ Alon ภาษาฮิบรูแปลว่า รากต้นโอ๊ก การใช้ชื่อนี้เพื่อเตือนใจว่าผลิตภัณฑ์บริษัทมีที่มาจากธรรมชาติ และใช้รักษาแผลให้หายอย่างเป็นธรรมชาติเช่นกัน

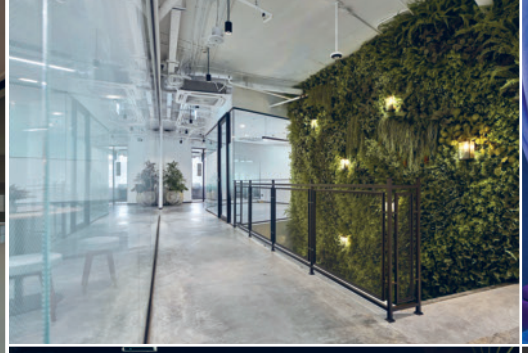
จากบริษัทที่ก่อตั้งโดยนักศึกษามหาวิทยาลัย ปัจจุบัน Suneris หรือ Cresilon ได้ขยายธุรกิจ มีพนักงานกว่า 30 คน และมีโรงงานผลิตเล็กๆ ตั้งอยู่ในย่านซันเซ็ตปาร์ค นิวยอร์ก บนพื้นที่ 25,000 ตารางฟุต ผลิตภัณฑ์ VETIGEL เจาะตลาดสหรัฐฯ หลังจากนั้นได้รุกไปยังยุโรปและเอเชียเป็นลำดับถัดไป โดยในยุโรป Cresilon ได้จับมือเป็นพันธมิตรกับ VetPlus ผู้เชี่ยวชาญด้านผลิตภัณฑ์ยาสำหรับสัตว์ในอังกฤษ

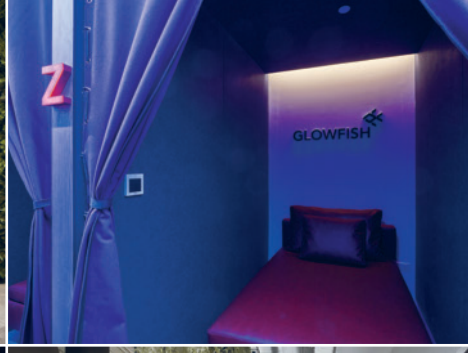
อย่างไรก็ตาม VETIGEL ยังคงอยู่ในขั้นตอนการขออนุมัติจากองค์การอาหารและยาของสหรัฐอเมริกา เพื่อทดลองในมนุษย์ หากทุกอย่างเป็นไปตามแผน ก็จะมีการผลิตเพื่อใช้กับทหาร และในกองทัพ รวมถึงหน่วยกู้ภัยต่างๆ ไปจนถึงห้องผ่าตัดในโรงพยาบาล ซึ่งในกรณีนี้นอกจากใช้กับแผลเปิดบนผิวหนังยังสามารถใช้เพื่อเยียวยาแผลในอวัยวะภายใน เช่น ม้าม ตับ ไต โดยผ่านการส่องกล้องอีกด้วย และท้ายที่สุดมีการคาดหวังจะทำให้เป็นยาสามัญประจำบ้านที่ใช้กันตามครัวเรือนทั่วไป โดยสามารถใช้แทนผ้ากอซ หรือพลาสเตอร์ปิดแผลได้

ทั้งนี้ เทคโนโลยีห้ามเลือดที่ใช้ในวงการแพทย์นั้นมีหลากหลายแบบ รวมถึงแบบฉีดยาเข้าเส้นเลือดแบรนด์ LeGoo ที่ทำให้เลือดแข็งตัวปิดปากแผลใน 10-15 นาที และยังมีผลิตภัณฑ์ชื่อ Floseal ผลิตโดยบริษัท แบ็กซ์เตอร์ เฮลธ์แคร์ที่ใช้แพร่หลายในห้องผ่าตัดเพื่อหยุดการไหลของเลือดปริมาณมาก อย่างไรก็ตาม VETIGEL ของโจถือเป็นยาห้ามเลือดรุ่นบุกเบิกรายแรกๆ ที่มาในรูปเจล

แม้จะเข้าสู่ตลาดก่อน แต่บริษัท Cresilon ก็ต้องเผชิญกับคู่แข่งในวงการมากมาย เช่น บริษัทแบ็กซ์เตอร์ เฮลธ์แคร์ และบริษัท ซี-เมดิแคร์ นอกจากนั้น เทคโนโลยีได้พัฒนาขึ้นเรื่อยๆ ล่าสุดหน่วยงานวิจัยและพัฒนาทางการแพทย์ของกองทัพสหรัฐฯ ได้มอบทุนวิจัย 1.4 ล้านดอลลาร์ฯ ให้กับนักวิชาการและนักศึกษามหาวิทยาลัยเพนน์ สเตท ได้คิดค้นวิธีการใหม่ในการห้ามเลือด จนได้มาซึ่ง "โฟมห้ามเลือด" โดยโฟมดังกล่าวมีส่วนประกอบของสารที่ทำให้เกิดลิ่มเลือดเพื่อหยุดยั้งการไหลของเลือดได้ทันที

กลับมาที่ VETIGEL แม้ว่าธุรกิจที่เริ่มต้นเมื่อ 6 ปีก่อนจะเติบโตด้วยดี แต่ตลาดของเขาค่อนข้างจำกัด เนื่องจากได้รับอนุมัติจาก FDA ให้ใช้กับสัตว์เท่านั้น ทั้งนี้ โจซึ่งจบการศึกษาระดับปริญญาโทสาขาวิศวกรรมชีวเวช พร้อมทีมงานของเขายังเดินหน้าศึกษาและวิจัยต่อไป อาจต้องใช้เวลาบ้าง แต่เชื่อว่าหากบริษัทของเขาสามารถสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ที่ได้รับการรับรองให้ใช้ในมนุษย์ได้ บัดนั้นธุรกิจของเขาจะขยายกว้างกว่านี้มาก ที่ผ่านมาก็ถือว่าประสบความสำเร็จมากแล้ว จากนักศึกษาที่ก่อตั้งบริษัทในหอพักมาสู่การเป็นประธานและซีอีโอธุรกิจเวชภัณฑ์ในวัยเพียง 26 ปี โจ แลนโดลินา ก้าวไปไกลเมื่อเทียบกับคนหนุ่มวัยเดียวกันหลายคน





GLOWFISH สาทร เปิดโครงการ 2

พื้นที่ทำงานสุดคูลตอบโจทย์องค์กรสมัยใหม่

ปัจจุบันบริษัทขนาดเล็กเจนใหม่มักมองหาพื้นที่ทำงานที่ช่วยส่งเสริมภาพลักษณ์บริษัทให้ดูดี มีระดับ มีความเป็นมืออาชีพ ตลอดจนเอื้ออำนวยความสบายทั้งในเรื่องของการทำงาน การเดินทาง ตลอดจนการใช้ชีวิต ซึ่ง Co-Working Space ที่ตอบสนองความต้องการอันหลากหลายนี้ได้ต้องยกให้กับ Glowfish สาทร พื้นที่ทำงานใจกลางกรุงที่มาพร้อมคอมมูนิตี้คูลๆ

Glowfish สาทร โดดเด่นในเรื่องการออกแบบพื้นที่โดยเน้นเรื่องความสำคัญของคุณภาพชีวิตในการทำงาน ตอบโจทย์ไลฟ์สไตล์คนทำงานยุคใหม่ที่ทำงานอย่างมืออาชีพ แต่ก็ไม่ลืมความสนุกสนานและการดูแลตัวเอง พื้นที่ภายในประกอบด้วย พื้นที่ทำงาน ห้องประชุมให้เช่า พื้นที่จัดงานอเนกประสงค์ และพื้นที่อาหาร-เครื่องดื่ม ที่นี่จึงเป็นมากกว่าพื้นที่ทำงาน เพราะเป็นคอมมูนิตี้ที่ดึงดูดให้คนที่มีแพชชั่นเดียวกันมาเจอกัน พร้อมทั้งนำมาซึ่งโอกาสทางธุรกิจ เพราะรายล้อมด้วยบริษัทเพื่อนบ้านที่พร้อมแบ่งปันไอเดียและความคิดสร้างสรรค์ที่เป็นประโยชน์ต่อธุรกิจ

จากความโดดเด่นที่กล่าวไป จึงไม่น่าแปลกใจที่ Glowfish สาทร จะได้รับความสนใจอย่างมากจากบริษัทรุ่นใหม่ จนต้องเปิด Glowfish สาทร โครงการ 2 ขึ้น เพื่อรองรับจำนวนลูกค้าที่เพิ่มขึ้น โดยโครงการนี้ได้ออกแบบให้เข้าถึงรูปแบบการทำงานที่หลากหลายของบริษัทสมัยใหม่มากขึ้น แต่คงไว้ซึ่งเอกลักษณ์ของ Glowfish ที่ลูกค้าคุ้นเคย นั่นคือ ปลอดภัย สะดวกสบาย เป็นกันเอง และพร้อมช่วยเหลือในทุกด้าน

Glowfish สาทร โครงการ 2 ตั้งอยู่บนชั้น 19 และชั้น 20 ของตึกสาทรนคร มาพร้อมวิว Signature อย่างวิวทิศใต้เห็นสี่แยก สะพานสาทร และส่วนโค้งของสถานีรถไฟฟ้า วิวทิศเหนือเห็นสถานีรถไฟฟ้าช่องนนทรี ตึกมหานคร และถนนนราธิวาส มีบันไดตรงเชื่อมชั้น 19 และชั้น 20 หากต้องการใช้ลิฟท์ก็หมดกังวลเรื่องรอลิฟท์นาน เพราะมีลิฟท์โดยสาร 11 ตัว ดีไซน์จำลองบรรยากาศธรรมชาติ

ห้องทำงานมีให้เลือกทั้งห้องทำงานสำเร็จรูปพร้อมเฟอร์นิเจอร์บิลท์อิน และห้องทำงานพร้อมเฟอร์นิเจอร์ลอยตัว จึงสามารถปรับรูปแบบห้องได้เองตามต้องการ ด้านออฟฟิศประกอบด้วยตู้เก็บของติดผนัง โต๊ะ และเก้าอี้จากแบรนด์คุณภาพ ใช้ระบบแสงสว่างอัจฉริยะ (Lighting Solution) เพื่อสร้างบรรยากาศการทำงาน อีกทั้งเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม และประหยัดพลังงาน มี Imagination Board กระดานกระจกส่วนตัวสำหรับจดงาน และอำนวยความสะดวกให้สามารถใช้ออฟฟิศเป็นห้องประชุมได้

ไม่เพียงเท่านี้ ยังมีพื้นที่ส่วนกลางขนาดใหญ่ ครบครันด้วยสิ่งอำนวยความสะดวก สามารถนั่งทำงานหรือนั่งรับประทานอาหารได้ มีพื้นที่สีเขียวใจกลางออฟฟิศ เด่นสะดุดตาด้วย Plant Wall ขนาดใหญ่ สร้างความรู้สึกผ่อนคลาย สดชื่น และทำให้เกิดความคิดสร้างสรรค์ หากอยากเอนหลังหรืองีบหลับก็มีห้องงีบ Nap Room ให้บริการ และมีคาเฟ่บรรยากาศสบายไว้นั่งผ่อนคลาย นั่งประชุมหรือนั่งคุยงานกับลูกค้า

ศุวัสย์ วุฒิชัยรัตนภรณ์

Marketing Director ประจำ Vim And Vigor Trading บริษัทนำเข้าเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

"เราเป็นลูกค้ากลุ่มแรกๆ ของ Glowfish ตัดสินใจเข้าอยู่**เพราะอยู่ติดรถไฟฟ้า** และภาพลักษณ์ที่ดีที่ช่วยส่งเสริมภาพลักษณ์ของบริษัทให้ดูน่าเชื่อถือ บรรยากาศค่อนข้างสบาย จึงช่วยลดความตึงเครียดในการทำงาน ที่นี่ไม่ได้มีแค่เซอร์วิสออฟฟิศ แต่มีพื้นที่ส่วนกลางให้พนักงานได้นั่งผ่อนคลาย มีห้องประชุมให้ใช้งาน ถ้าโควตาการใช้งานเต็มก็มีพื้นที่เปิดให้นั่งคุยงาน และมีส่วนที่เป็นคอมมูนิตี้ มีพื้นที่จัดงานอีเวนต์ ซึ่งหลายๆ งานที่จัดทำให้มีโอกาสได้เจอกับคนที่น่าสนใจที่สามารถทำธุรกิจร่วมกันได้"

อเล็กซ์ ฉัตรไพฑูรย์

Assistant Ecosystem Manager ประจำ Nest ผู้จัดตั้งโครงการส่งเสริมนวัตกรรมทางธุรกิจ
ผู้ก่อตั้งชุมชนธุรกิจ Metta และร่วมลงทุนในบริษัทสตาร์ทอัพ

"เราเลือกมาอยู่ที่ Glowfish เพราะความสะดวกสบายในการเดินทาง ความพร้อมและความตั้งใจในการให้บริการของพนักงาน มีร้านอาหารและร้านกาแฟเลยไม่ต้องเสียเวลาเดินออกไปข้างนอก **บรรยากาศไม่ดูเป็นออฟฟิศเกินไป**จึงไม่รู้สึกเครียด รู้สึกเหมือนมาเจอเพื่อนมากกว่ามาทำงาน มีพื้นที่ส่วนกลางให้นั่งระดมสมอง นั่งพักผ่อน ซึ่งตอบโจทย์สิ่งที่พนักงานออฟฟิศต้องการ ส่วนตัวชอบกิจกรรม Breakfast Society ที่ทาง Glowfish จัด เพราะได้ทำความรู้จักกับบริษัทอื่นๆ ที่อยู่ที่นี่ ได้ทำความรู้จักกับเพื่อนใหม่"

ศิตลา รัตนมาลัย

Marketing Lead - Twitter Thailand ประจำ Mediadonuts / Twitter ดิจิทัล เอเจนซี่
และตัวแทนการขายของ Twitter แห่งประเทศไทย และตัวแทนการขายของ TikTok แห่งประเทศไทย

"เราอยู่กับ Glowfish มาประมาณปีกว่าๆ ตั้งแต่มีพนักงานแค่ 4-5 คน จนตอนนี้มีพนักงานเพิ่มขึ้นเกือบ 20 คน จึงย้ายมาอยู่ที่โครงการ 2 ออฟฟิศที่นี่ให้ลุคความเป็นมืออาชีพ และมีความสงบเงียบ เหตุผลที่เลือกเข้ามาอยู่คือ ทำเล ซึ่งตั้งอยู่ที่สาทร ทำให้ง่ายต่อการเดินทางไปพบลูกค้าที่อยู่ย่านธุรกิจ เช่น เพลินจิต อยู่ติดรถไฟฟ้าจึงเดินทางสะดวก ทำให้พนักงานได้เจอกันบ่อยขึ้น โดยเฉพาะฝ่ายขายที่หากการเดินทางมาออฟฟิศเป็นเรื่องยุ่งยาก พวกเขาจะเลือกไม่เข้าออฟฟิศ อีกเหตุผลหนึ่งคือ ที่นี่เป็นเหมือน **One Stop Service** สำหรับคนทำงานออฟฟิศ เพราะมีพื้นที่ทำงาน ห้องประชุม และพื้นที่จัดเวิร์กช็อปและทำเทรนนิ่ง พร้อมทั้งมีบริการ Coffee Break และ Catering อำนวยความสะดวกเวลาที่เราจัดเวิร์กช็อป"

GLOWFISH

ติดต่อสอบถามที่ ตึกสาธรธานี 2 ชั้น 2

0-2109-9600

www.glowfishoffices.com

glowfishoffices

@glowfishoffices

น๊อต

เฉลิมพล อารีย์เกื้อตระกูล

HERB *is my life*

Text : รัชนี พันธ์รุ่งจิตติ / Photo : กิจจา อภิชนรจเรข

ชายหนุ่มตรงหน้า
ดูไม่ต่างจากคนหนุ่มทั่วไป
เราคุยกันเรื่องสัพเพเหระ
วิธีคิด มุมมอง และสิ่งที่เขาทำ
ธุรกิจที่เริ่มต้นจากคำว่า
"ผมเห็นว่าสมุนไพรมันดี"

“

สมุนไพรอยู่กับคนไทย มาตั้งแต่โบราณแล้ว อย่างเช่น ใบย่านาง ที่ใช้ก็ขึ้นอยู่ตามรั้ว ซึ่งเราไม่เคยมองเห็นว่า มันมีประโยชน์อะไร แค่คิดว่าเรามาทำให้ มันมีประโยชน์มากขึ้น ให้คนรู้จักขึ้นมากกว่า

”

คำว่าดีที่เขาสื่อสารออกมาไม่ได้หมายถึงเม็ดเงินที่จะเกิดขึ้นในอนาคต แต่หมายถึงสรรพคุณและประโยชน์ใช้สอยที่จะมีต่อบุคคลอื่น เมื่อคิดว่าของที่สนใจคือของดี เขาใช้เวลาไปกับการศึกษาและเรียนรู้อย่างจริงจังเพื่อให้สินค้าที่ออกมาดีสมความตั้งใจ เพื่อให้ผลิตภัณฑ์ภายใต้แบรนด์ Aree Herb ขายได้ด้วยสรรพคุณของตัวสินค้าเอง

วิถีการเริ่มต้นธุรกิจของ น็อต-เฉลิมพล อารีย์เกื้อตระกูล จึงแตกต่างจากวิถีการทำธุรกิจของคนรุ่นใหม่ในยุคนี้ที่รวดเร็ว และมีสีสัน หากวิถีของน็อตกลับค่อยๆ เดิน ค่อยๆ ทำ มีความดีเป็นที่ตั้ง และมองการเติบโตแบบยั่งยืน

เขาลงทุนปลูกสมุนไพรและสร้างโรงงานผลิตขึ้นมาเองตั้งแต่แรกของการเริ่มต้น มากไปกว่านั้นเมื่อออนไลน์เป็นช่องทางการตลาดแห่งยุคที่ไม่มีใครปฏิเสธ แต่เขากลับเลือกที่จะเริ่มต้นทำตลาดผ่านออฟไลน์ เพื่อได้พูดคุยแลกเปลี่ยนและฟังเสียงผู้บริโภค เรื่องราวการเดินทางบนเส้นทางสมุนไพร ที่เขากำลังพยายามทำให้คนเห็นคุณค่าจึงเริ่มต้นขึ้น

อะไรทำให้คุณหันมาสนใจเรื่องสมุนไพรอย่างจริงจัง

จริงๆ แล้วการมาทำเวชสำอางจากสมุนไพรไม่ได้เริ่มต้นมาจากความชอบหรือว่าอินอะไรมาตั้งแต่เด็กเลย ทั้งๆ ที่ที่บ้านไม่ว่าจะเป็นคุณยาย คุณแม่ ญาติๆ ก็ทำและใช้สมุนไพรกันมานานมาก แต่เริ่มจากผมเห็นว่าสมุนไพรมันดี มีสรรพคุณที่มีประโยชน์ คือได้เห็นสมุนไพรตัวหนึ่ง ชื่อน้ำมันเถาวัลย์เอ็นอ่อนซึ่งที่บ้านทำใช้กันมาตั้งแต่รุ่นคุณยาย เป็นภูมิปัญญาชาวบ้านใช้กันเองในกลุ่มไม่ได้ขาย สรรพคุณของสมุนไพรตัวนี้ช่วยเรื่องอาการปวดคอ บ่า ไหล่ ก็มีโอกาสได้ลองใช้ เพราะมีปัญหาปวดหลังซึ่งใช้แล้วรู้สึกว่าอาการปวดหลังดีขึ้น ก็เลยถามที่บ้านว่าทำไมเรามีของดีอยู่แล้วไม่ให้คนอื่นใช้ด้วย ที่บ้านบอกว่าถ้าสนใจก็ทำเลย ซึ่งพอมาทำจริงๆ ก็ทำให้เราย้อนคิดว่าตัวเราเองก็โตมากับสมุนไพรตลอด สมุนไพรอยู่คู่กับคนไทยมาตั้งแต่โบราณแล้ว อย่างเช่นเมื่อก่อนโดนน้ำร้อนลวกต้องวิ่งไปตัดว่านหางจระเข้มาทา ซึ่งสมัยนี้ไม่มีแล้ว หรือตอนเด็กเป็นผื่นขึ้นเต็มตัวไปหาแพทย์แผนปัจจุบันไม่หาย แม่เอาส้มป่อยกับขมิ้นมาต้มให้อาบก็หาย ดังนั้น สมุนไพรไม่ใช่แค่ที่เราเห็นเอามาทำกับข้าวแต่มันมีประโยชน์มากกว่านั้น

ทีนี้พอตัดสินใจว่าจะทำก็อยากรู้จักสมุนไพรให้ดีมากขึ้น เลยตัดสินใจไปเรียนแพทย์แผนไทยที่วิทยาลัยการสาธารณสุขสิรินธร จังหวัดพิษณุโลก เป็นหลักสูตร 3 ปี เพื่อให้รู้ลึกจริงๆ ว่า สมุนไพรมีสรรพคุณอย่างไร ตัวไหนมีฤทธิ์ร้อนฤทธิ์เย็น แล้วการเลือกสมุนไพรก็สำคัญ อย่างการเลือกใบย่านางใบอ่อนใบแก่ก็ให้ผลต่างกัน การสกัดต้องสกัดแบบไหน สกัดน้ำ น้ำมัน มันเป็นเรื่องที่ต้องรู้เพื่อจะได้ทำให้ถูกต้องจริงๆ

นอกจากที่ไปเรียนแล้ว ผมยังลงทุนปลูกสมุนไพรเองที่กาญจนบุรีและสระบุรี เพราะเราต้องการให้เป็นออร์แกนิก ไม่มียาฆ่าแมลง ไม่มีสารเคมี แล้วก็ลงทุนสร้างโรงงานผลิตเองด้วย

ตลาดสมุนไพรใหญ่มากก็จริงแต่มีคนทำเยอะมากตั้งแต่ไม่มีแบรนด์ไปจนถึงแบรนด์ใหญ่ ทำไมถึงมั่นใจว่าถ้าทำแล้วจะไปต่อได้

ผมเชื่อมั่นในผลิตภัณฑ์สมุนไพรของเรา โดยสมุนไพรมันมีสรรพคุณที่ดีอยู่แล้วเพียงแต่อาจจะเห็นผลช้า ซึ่งถ้าใช้ไปเรื่อยๆ จะเห็นผล ต่างจากสารเคมีที่เห็นผลทันทีเลย แต่อาจจะมีอะไรตามมาเราก็ไม่รู้ สำหรับสูตรสมุนไพรที่ทำคิดกันเองหมด แล้วมีการทดลองก่อน อย่างย่านางเป็น Queen of Herb ตอนแรกรู้แค่ผิวเผิน ก็มาศึกษาต่อทำให้รู้ว่าย่านางมีฤทธิ์เย็นเอามาทำเฟเชียลสเปรย์ช่วยปรับสมดุล แล้วใส่ชาเขียวซึ่งมีสารต้านอนุมูลอิสระลงไปด้วย แล้วก็เริ่มทดลองให้คนที่ผิวแพ้ง่ายใช้ก่อน เป็นการทดลองกันเองจนได้สูตรที่ดีก็ค่อยเอาออกมาขาย ดังนั้น จึงคิดว่าถ้าผลิตภัณฑ์ดีจริงอย่างไรก็ต้องขายได้ ขอเพียงให้ได้ลองใช้ก่อน

แต่ยอมรับว่าผมไม่เก่งเรื่องการตลาดเลย จะชอบอยู่ในสายการผลิตมากกว่า ทีนี้ก็มาคิดว่าจะทำอย่างไรให้คนรู้จักว่าผลิตภัณฑ์ของเราดีจริง เพราะความตั้งใจคือ อยากให้คนรู้จักสมุนไพรว่ามีดีอย่างไร ก็เลยคิดว่าถ้าอย่างนั้นไปคุยกับเขาโดยตรงดีกว่า เริ่มจากต่างจังหวัดก่อน เพราะมองว่ากลุ่มคนที่นิยมใช้พวกสมุนไพรจะเป็นกลุ่มคุณยาย คุณแม่ ต่างจังหวัดยังมีวิถีชีวิตแบบนี้อยู่ กินยาต้มใช้สมุนไพร ไม่กินยาฝรั่ง ก็เลยเลือกเปิดตลาดที่ต่างจังหวัดก่อน โดยเริ่มจากจังหวัดใกล้ๆ กรุงเทพฯ อย่างอ่างทอง สระบุรี ผมก็เริ่มไปตามร้านขายยา ร้านบิวตี้ เข้าไปครั้งแรกเขาก็เซย์โนเลย คือไม่ซื้อแต่ถ้าจะฝากขายก็พอได้ เดินดุ่ยๆ เข้าไป 100 ร้าน 99 ร้านปฏิเสธหมด เพราะมันเป็นแบรนด์ใหม่แล้วผลิตภัณฑ์สมุนไพรมันเยอะมากจริงๆ มีร้านหนึ่งเขายื่นถุงมาให้ดูมีผลิตภัณฑ์เกี่ยวกับสมุนไพรอยู่ในนั้น 20-30 ชนิด เขาบอกนี่คือจำนวนผลิตภัณฑ์สมุนไพรที่เข้ามาเสนอเขาในวันหนึ่งๆ เลยถามเขาว่า ถ้าเอาของผมไปแล้วมันจะไปอยู่ในถุงแบบนั้นไหม ถ้าอยู่ก็ขอคืนแล้วกัน แต่ด้วยความมั่นใจว่าของตัวเองดีมาก ก็เลยว่าให้พี่ได้ลองก่อน เขาว่าก็ได้แต่ต้องฝากขายนะ เราก็ยอม แต่จริงๆ ก่อนหน้านี้ผมได้ซื้อโฆษณาวิทยุ AM ปล่อยออกไปก่อนประมาณ 6 เดือนแล้วค่อยไปหาลูกค้าด้วยนะ แต่ก็ไม่มีใครรู้จัก Aree Herb อยู่ดี

อีกอย่างในขณะที่ผมคิดว่าของเราดีมันใช่จริงๆ แต่ทุกคนก็พูดเหมือนกันหมดว่ามันแพง เขาขายยาหม่องขวดละ 10 บาท แต่ผมขาย 70 บาท ตอนไปเปิดตลาดขายน้ำมันเถาวัลย์เอ็นอ่อนขวดละ 180 บาท เขาบอกว่ามันแพงไป ผมจะไปอธิบายว่าของเรา 30 ซีซีนะ แต่ที่ขายอยู่แค่ 15 ซีซี เขาก็ไม่สนใจหรอก เขาสนใจแค่ว่าเขาจะจ่ายเงินแค่ 100 บาทเท่านั้น เราเลยกลับไปคิดใหม่ทำอย่างไรก็ได้ให้เขาได้ซื้อในราคา 100 บาท เลยเปลี่ยนขนาดขวดลงมา 15 ซีซี เพื่อเอามาให้ขายได้ถูกลง แล้วไปเสนอใหม่แล้วบอกว่าผมมาใหม่ เขาก็คงสงสาร ก็บอกลองดู

การที่โดนปฏิเสธมาขนาดนั้นคิดจะหยุดบ้างไหม

โดนปฏิเสธเยอะแต่ไม่ได้ท้ออะไร คิดว่าเป็นเรื่องปกติเพราะเราแบรนด์ใหม่ก็เหมือนเด็กเพิ่งคลอด ใครจะไปรู้จัก แต่แค่เขาอ้าแขนเอาเราเข้าไปอยู่ในร้านก็โอเคแล้ว เพราะคิดว่าถ้าเขารับฝากขายแล้วจะไปต่อได้อย่างแน่นอน ถ้าลูกค้าคนหนึ่งได้ใช้ของผมแล้วเขาต้องกลับมาใช้อีก ซึ่งมันก็เป็นอย่างนั้นจริงๆ ตอนหลังทำให้ยกเลิกระบบฝากขายได้ เก็บเงินสดเลย ตอนนี้ก็แทบไม่ได้ไปหาเขาแล้ว

จำได้เลยว่าตอนนั้นเขาบอกคิดดีแล้วเหรอขายน้ำมันเถาวัลย์เอ็นอ่อนราคานี้ 180 บาท ในขณะที่ในตลาดมีแบรนด์หนึ่งขายแค่ 19 บาทด้วยซ้ำ เขาถามว่าทำไมต้องยอมเสียเงินเพิ่มขึ้น ในขณะที่เขาใช้อยู่ราคาแค่นี้เอง ก็ไม่รู้จะอธิบายอย่างไร บอกแค่ว่าลองเอาของผมไปใช้ก่อนแล้วจะรู้ว่าความแตกต่างเป็นอย่างไร เขาก็ซื้อไปขวดหนึ่งเอาไปใช้ อาทิตย์เดียวกลับมาบอกว่าของน้องดีจริง รู้สึกได้ถึงความแตกต่าง เพราะของเราเป็นสมุนไพร 100 เปอร์เซ็นต์ ไม่มีอย่างอื่นเจือปน แล้วเป็นออร์แกนิกด้วยมันก็เลยแพง

ตอนปีแรกที่ไปออกตลาด พอครบ 3 เดือนจะไปครั้งหนึ่งเพื่อเช็กของ ทีนี้พอครบปีก็รู้แล้วว่าขายได้เท่าไหร่ เลยไปคุยกับที่ร้านเลยว่าต่อไปนี้ผมจะไม่ทำการฝากขายแล้ว ถ้าอยากได้ของลงก็ต้องเป็นเงินสดเท่านั้น เพราะผมรู้แล้วว่าของเราขายได้ ลูกค้าติดแล้ว เพราะบางทีมีคนลูกค้าโทรศัพท์มาหาเราโดยตรงมาขอซื้อก็เลยว่าให้พี่ไปซื้อที่ร้านนั้นดีกว่า เขาก็ว่าร้านไม่รับมาขายแล้ว ก็เลยว่าไม่เป็นไรเดี๋ยวส่งให้ ซึ่งสุดท้ายแล้วร้านนั้นก็โทร.กลับมาขอซื้อกับผมใหม่ ก็เลยยกเลิกฝากขาย ถ้าใครไม่ซื้อก็ไม่มีการฝากขายแล้ว

ยุคนี้เวลาทำธุรกิจส่วนใหญ่จะเน้นทำการตลาดก่อน แต่คุณเริ่มต้นคือเน้นเรื่องการผลิตก่อน แล้วไม่ใช้ OEM ด้วย ทำไมถึงให้ความสำคัญกับเรื่องนี้

ก่อนที่จะขายผมว่าต้องมีความเชื่อมั่นในผลิตภัณฑ์ของเราก่อน ซึ่งนั่นหมายความว่าต้องทำให้ผลิตภัณฑ์ของเรามีคุณภาพจริงๆ ดังนั้น ผมจึงให้ความสำคัญกับเรื่องของการผลิตตั้งแต่แรก คนอื่นจะเริ่มต้นทำตลาดออนไลน์เปิดเฟซบุ๊ก เว็บไซต์ แต่ของผมเริ่มจากออฟไลน์ แล้วตอนนี้ผ่านมา 3 ปีผมเพิ่งมาทำออนไลน์ มีเฟซบุ๊ก เว็บไซต์ ซึ่งผมมองว่าข้อดีของการให้ความสำคัญกับการผลิตในตอนเริ่มต้นคือ ทำให้เราได้ผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพ การเลือกใบ เหง้า ความอ่อนความแก่ มีผลต่อประสิทธิภาพที่ต่างกัน

ช่วงแรกๆ ที่ยังไม่ได้ปลูกเอง จะรับซื้อจากชาวบ้านคุณตาคุณยาย ซึ่งคุณตาคุณยายก็ดีใจได้รายได้ เพราะเขาก็ไปเด็ดย่านางตามรั้วหอบมาชั่งกิโลขายให้ พอมาปลูกเขาก็ได้งานทำด้วยเพราะผมจ้างเขามาเป็นลูกไร่ ตอนนี้สมุนไพรทั้งหมดเราปลูกเองไม่มีรับซื้อแล้ว ไม่ว่าจะเป็น ย่านาง ตะไคร้ ขมิ้น ไพร ตะไคร้หอม เป็นออร์แกนิกไม่ใช้สารเคมี ส่วนกระบวนการผลิต ผมก็ลงทุนตั้งโรงงานเอง และเชื่อว่าถ้าผลิตภัณฑ์ดีอย่างไรคนก็ซื้อ อย่างตอนนี้เริ่มมีคนมาขอเป็นตัวแทนจำหน่าย เขาบอกว่าเห็นผลิตภัณฑ์ Aree Herb ก็สนใจ แต่เขายังไม่เคยใช้เลยแล้วจะเอาของผมไปขาย ก็เลยบอกว่าถ้าอยากได้ของผมจริงๆ ซื้อของผมไปใช้ก่อนไหม จะได้รู้ว่าดีอย่างไร เขาบอกไม่ต้องลองหรอก จะเอาไปขายให้เลย ผมว่าถ้าทำอย่างนั้นก็ไม่ให้ขาย เพราะเขาไม่เคยใช้แล้วจะไปบอกคนอื่นต่อว่ามันดีได้อย่างไร แล้วผมก็ไม่รู้สึกว่าการปฏิเสธไปแบบนี้จะทำให้เสียโอกาส แต่ถ้าเขาไม่อินกับผลิตภัณฑ์ของเราสิจะเสียมาถึงแบรนด์มากกว่า ผมไม่ได้ต้องการให้แบรนด์โตเร็ว โตช้าก็ได้แต่ไม่หยุดโตจะดีกว่า

เหตุผลที่ผมไม่ใช้ OEM แต่ตั้งโรงงานผลิตเองก็เพราะทำให้เราสามารถควบคุมคุณภาพ ผลิตภัณฑ์ของเรามี อย.ทุกตัว ซึ่งเป็นความตั้งใจของผมที่อยากให้ผลิตภัณฑ์มีคุณภาพจริงๆ แต่ตอนนี้โรงงานก็เป็นอีกหนึ่งทางในการหารายได้ เพราะมีคนมาจ้างผลิตหลายเจ้า มีที่เขาลองเอา Aree Herb ไปวางขาย พอขายได้เขาก็อยากจะทำแบรนด์ของเขาเอง เลยจะมาจ้างเราผลิตภายใต้แบรนด์ของเขาโดยใช้สูตรของเรา ชื่อผู้ผลิตเป็นของเรา ก็ยินดี ผมไม่ห่วงว่าถ้าเขาเอาไปทำแบรนด์ของเขาเองแล้วจะดังกว่า เพราะเขาทำแล้วมันดังกว่าก็แสดงว่าผลิตภัณฑ์มันดี ลูกค้าเข้าถึงจริง ก็แฮปปี้กับเขาด้วยถึงเขาขายได้ดีกว่าผม ผมก็ยินดีที่จะผลิตให้เพื่อให้ผลิตภัณฑ์นี้ไปสู่ตลาดมีคนใช้ เป็นแค่ต้นแบบให้คนได้ลองใช้ก็ไม่เป็นไร แต่ก็มีปัญหาว่าสมุนไพรบางตัวอย่างน้ำมันเถาวัลย์เอ็นอ่อนปัจจุบัน อย.จัดให้เป็นประเภทยาต้องไปจดเข้าสูตรยา ทำให้จดทะเบียนใหม่ไม่ได้ แต่ของเราจดก่อนที่จะมีการเปลี่ยนแปลง

เมื่อการตลาดเป็นจุดอ่อน คุณวางแผนที่จะแก้ไขจุดอ่อนนี้อย่างไรบ้าง

เพราะผมชอบคิดทำผลิตภัณฑ์มากกว่าที่จะทำการตลาด เลยคิดว่าต่อไปจะจ้างนักการตลาดที่ทำการตลาดหรือไม่ก็ทำได้โดยการหาตัวแทนจำหน่ายที่เป็นกระบอกเสียงให้ว่าผลิตภัณฑ์ดีอย่างไร สมมติจังหวัดนี้เอาไปเลยตัวแทนจำหน่ายรายเดียว เพราะว่าตอนนี้ Aree Herb ขายได้ด้วยตัวเองแล้ว ผมจะไม่วิ่งไปขายไปอธิบายให้ทุกๆ ร้านฟังเหมือนเมื่อก่อน ผมเคยออกงานแฟร์งานหนึ่ง มีบู๊ธรอบๆ ที่ออกงานด้วยกันก็จะมาช่วยอุดหนุนซื้อ Aree Herb ไปใช้ เสร็จแล้ววันสุดท้ายเขาก็มาคุยกับผมว่าสินค้าคุณดีจริงๆ นะ แต่ว่าครั้งต่อไปเวลาคุณออกงานแฟร์คุณต้องหาพนักงานขายจริงๆ เถอะ เราก็เข้าใจ เรารู้เราอาจจะคุยไม่เก่ง ฉะนั้นก็ต้องหาวิธีแก้ไขปัญหาตรงนี้

คิดอย่างไรเด็กรุ่นนี้เดินไปข้างหน้าทำร้านกาแฟ ร้านอาหารชิกๆ แต่เราเหมือนเดินสวนทางมาทำเรื่องสมุนไพรที่ดูว่ามันโบราณ

ผมคิดว่าสมุนไพรอยู่กับคนไทยมาตั้งแต่โบราณแล้วอย่างเช่นใบย่านางที่ใช้ก็ขึ้นอยู่ตามรั้วซึ่งเราไม่เคยมองเห็นว่ามันมีประโยชน์อะไร แค่คิดว่าเรามาทำให้มีประโยชน์มากขึ้น ให้คนรู้จักขึ้นมากกว่า ที่ผมไปเรียนแพทย์แผนไทยที่วิทยาลัยการสาธารณสุขสิรินธร ก็มีคนรุ่นใหม่เยอะมาก แสดงว่าคนรุ่นใหม่ก็เริ่มให้ความสำคัญและเห็นว่าสมุนไพรมีประโยชน์จริงๆ สามารถที่จะนำมาต่อยอดทำอะไรได้อีกมากมาย

จริงๆ ก่อนหน้านี้ ผมทำธุรกิจร้านอาหารมาก่อน ถือเป็นธุรกิจแรกตอนทำไม่มีอะไรอยู่ในหัวเลย โชคดีที่แม่ให้โอกาส ลงทุนให้จะเปิดร้านอาหารไทยฟิวชั่น ไปขอซื้อสูตรอาหารเวียดนามมาเพราะอยากให้เป็นแนวอาหารเพื่อสุขภาพ ก็ใช้ชื่อเขาเป็นชื่อร้าน แต่เปลี่ยนโลโก้ใหม่ แล้วเอาอาหารไทย อาหารอีสานเข้ามาเสริมให้เมนูหลากหลายขึ้น การเริ่มต้นธุรกิจแบบไม่รู้อะไรเลยแค่อยากทำนี่เริ่มต้นก็โง่เลย ประมาณ 2 สัปดาห์แรกระบบไม่มี ลูกน้องไม่รู้จะไปตรงไหน อย่างแค่เรื่องในครัวการจัดวางผักเป็นเรื่องละเอียดอ่อน ตอนแรกผมวางผักปนกันหมดเลย เวลาหาก็ยุ่งลำบาก ต้องซื้อกล่องมาแยกชนิดผัก พอลูกค้าสั่งอะไรก็จัดการง่าย ก็ถือเป็นการแก้ปัญหาก็เรียนรู้กันไป เปิดมา 2 ปี แถวบางบัวทองอยู่ในซอย แต่ก็ไม่เจ๋งนะ ให้ลูกน้องไปแจกโบรชัวร์ตามบ้าน คิดว่าถ้าเอาลูกค้าแถวนี้ได้ลูกค้าตรงอื่นก็จะตามมาเพราะบอกปากต่อปาก ผมว่ามันอยู่ที่ความใส่ใจ ลูกค้าที่มากินครั้งแรกแล้วไม่กลับมานี่เราจบเลย เพียงแต่ว่าตอนหลังย้ายร้านไปอยู่กาญจนบุรีแล้วก็ไม่ได้ทำต่อเพราะว่ามามุ่งทำสมุนไพรมากกว่า

คุณวางเป้าหมายให้ตัวเองไว้อย่างไรบ้าง

ตอนนี้ผลิตภัณฑ์ภายใต้แบรนด์ Aree Herb เรามี 7 ชนิด คือ น้ำมันนวดเถาวัลย์เอ็นอ่อน ซึ่งมีสรรพคุณช่วยคลายเส้น คลายกล้ามเนื้อ, น้ำมันนวดเสลดพังพอน ช่วยให้รู้สึกผ่อนคลาย, ลดรอยฟกช้ำ, ไพล บาล์ม ทำให้รู้สึกสบาย และผ่อนคลายกล้ามเนื้อ, ครีมสมุนไพรทองพันชั่ง ช่วยปรับสภาพผิวที่ด้านและแห้งให้นุ่มชุ่มชื้นเรียบเนียน, สเปรย์ย่านาง-ชาเขียว ช่วยฟื้นฟูเซลล์ผิวหน้าชะลอการเกิดริ้วรอยบนใบหน้า, โลชั่นน้ำตบขมิ้นว่านนางคำ ช่วยฟื้นฟูสภาพผิวที่แห้งเสีย ช่วยผลัดเซลล์ผิวและช่วยให้ผิวนุ่มชุ่มชื้นกระจ่างใส, โฟมล้างมือมะกรูด-กานพลู มีความอ่อนโยนด้วยฟองโฟมที่หนานุ่มของส่วนผสมหลักจากน้ำมันปาล์มพร้อมด้วยกลิ่นหอมของกานพลูและเปลือกส้ม นอกจากนี้ กำลังทำน้ำมันหอมระเหยเป็นอีกแบรนด์ชื่อคำศิลา เป็นแบบใช้กลิ่นสมุนไพรในการบำบัด ซึ่งเราใส่แอลกอฮอล์น้อยมาก

ในส่วนของเป้าหมายของผมคือ อยากให้คนรู้จักสมุนไพร ได้รู้ว่าสมุนไพรมีดีอย่างไร มีมากกว่าที่คุณคิด ตอนนี้เท่าที่คนเคยใช้ก็ตอบรับดี ถ้าคนที่เคยใช้ 10 คะแนนเขาก็ให้ 9 แต่ถ้าคนที่ไม่เคยใช้เขาก็ยังคงไม่มีความมั่นใจ อย่างย่านางที่เป็นเฟเชียลสเปรย์ทีแรกเขาไม่กล้าฉีดหน้ากัน ผมก็เลยทำตัวทดลองให้รุ่นน้องได้ไปทดลองฉีดก่อนแต่งหน้า เขาก็เอาไปรีวิวให้ แล้วที่สำคัญคือกลับมาซื้อ ก็ถือว่าเด็กรุ่นใหม่ถ้าได้ลองเขาจะรู้ว่ามันดีแล้วเขาจะซื้อ เพียงแต่ที่ผ่านมาเขาไม่มั่นใจเลยไม่เคยลอง เลยมองว่ามันไม่ได้ผลมากกว่า มีคุณลุงคนหนึ่งที่จังหวัดอ่างทาง เขาโทร.มาสั่งกับผมโดยตรงเพราะร้านยกเลิกไม่รับของผมไป เขาคุยไม่ค่อยรู้เรื่องจะให้คนที่ไปรษณีย์คุยกับผม เขาบอกว่าอยากได้ตัวนี้คือสั่ง 10 กว่ารอบ แล้วก็มีญาติแกโทร.มาขอซื้ออีก ลุงแกทาน้ำมันของเราแล้วว่าขาที่เจ็บหายเดินได้ปกติทุกอย่าง ก็รู้สึกดีใจที่ผลิตภัณฑ์ของเราดีจริงยิ่งทำให้มั่นใจไปอีก

"ก่อนที่จะขาย
เราก็ต้องมีความเชื่อมั่น
ในผลิตภัณฑ์ก่อน
ซึ่งนั่น
หมายความว่า
ต้องทำให้ผลิตภัณฑ์
มีคุณภาพจริงๆ
ดังนั้น จึงให้ความสำคัญ
กับเรื่องของการผลิต
ตั้งแต่แรก"

JUNO JANSSEN
แปลงกระติ๊บให้เป็นกระเป๋าสุด COOL

Text : Ratchanee P.

กระติ๊บใส่ข้าวเหนียวพื้นบ้านของไทยที่เราคุ้นตาคือ งานหัตถกรรมจักสานไม้ไผ่รูปทรงกระบอก
ที่อาจจะมีความแตกต่างกันบ้างตรงลวดลายและสีย้อมของไม้ไผ่
แต่ **จูโน่-เบญญาภา เจนเสน** กลับทำให้ภาพกระติ๊บที่คุ้นเคยนั้นเปลี่ยนไป
กลายเป็นงานหัตถกรรมร่วมสมัยที่มีสีสันฉูดฉาดสะดุดตาไม่เหมือนใคร ภายใต้แบรนด์ Juno Janssen

จูโน่เริ่มต้นธุรกิจจากการทำเครื่องประดับ ไม่ว่าจะเป็นสร้อย ต่างหู ซึ่งเป็นความชอบที่มีมาตั้งแต่เด็ก แต่เมื่อดูไปแล้วพบว่าการออกแบบเครื่องประดับใส่ไอเดียได้ไม่เต็มที่ ก็เลยเริ่มขยับหันมาสร้างสรรค์งานกระเป๋าขึ้นมา ครั้นเมื่อคิดหาเอกลักษณ์ให้กับแบรนด์ เพื่อสร้างตัวตนของแบรนด์ให้ชัดเจนยิ่งขึ้น เธอจึงเริ่มคิดหาไอเดียใหม่ๆ ก่อนที่จะตกผลึกมาเป็นการสร้างความเป็นเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ให้กับแบรนด์ ที่จะผสมผสานทั้งวัฒนธรรม ความเชื่อ วัสดุ และเสน่ห์ในงานฝีมือเข้าไว้ด้วยกันอย่างลงตัว

"ตอนทำเครื่องประดับครั้งแรก ความเป็นแบรนด์ยังไม่ชัดเจน เลยอยากจะสร้างเอกลักษณ์ให้กับแบรนด์ พยายามมองว่าอะไรคือสิ่งที่เราชอบและถนัด ตอนแรกก็ตั้งโจทย์ที่ความเป็นไทยไว้ก่อน จนค่อยๆ ตกตะกอนออกมาว่ามันคือ งานเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ เพราะมองว่าในเอเชียตะวันออกเฉียงใต้เราใช้วัฒนธรรมร่วมกันมาโดยตลอด ทีนี้ถามว่าแล้วทำไมต้องให้ความสำคัญกับเรื่องของการสร้างแบรนด์ ทำไมต้องสร้างเอกลักษณ์ให้กับแบรนด์ก็เพราะว่าอยากให้แบรนด์ Juno Janssen คนที่ใช้ของเราดูแล้วจะรู้ว่าเป็นแบรนด์ Juno Janssen ทันที และจดจำแบรนด์ได้มากขึ้น"

อย่างไรก็ตาม การออกแบบโดยสอดแทรกความเป็นเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ ในช่วงแรกๆ กลับพบปัญหาเรื่องการสื่อสารและภาพที่ยังไม่ชัดว่าจริงๆ แล้วเธอต้องการจะมิกซ์อะไรกันแน่ จนเธอต้องปรับเปลี่ยนการทำงานใหม่ โดยการพัฒนาสินค้าออกเป็นคอลเลกชัน ทำให้งานมีเรื่องราวและความโดดเด่นมากขึ้น โดยเฉพาะกระเป๋ากระติ๊บ งานคราฟต์ที่มีเพียงใบเดียวในโลก ที่ถือเป็นผลงานที่ขายดีที่สุด

"คอลเลกชัน Sassy Kratib ขายดีที่สุด กระติ๊บเป็นวัฒนธรรมร่วมของเพื่อนบ้านและจังหวัดในไทย อีสาน เหนือ ลาวก็ใช้ พอหลังจากเอาความเป็นพื้นบ้านมาใส่ความเป็นแฟชั่น ผสมผ้ามันๆ บ้าง ผ้าไหมบ้าง มีทั้งงานถักงานทอ ใส่ความสนุกงาน สีสันจัดจ้านตามแนวทางของแบรนด์ ก็ช่วยเปลี่ยนความคิดของกระติ๊บแบบเดิมๆ ไปได้ กลายเป็นกระเป๋ากระติ๊บที่มีความเก๋แปลกใหม่ไม่ซ้ำใคร และแม้กระเป๋ากระติ๊บอาจจะไม่ใช่สินค้าใช้ได้ทุกโอกาส เป็นกระเป๋าที่ใช้เฉพาะกิจ เพราะว่ามีสีสันลวดลายค่อนข้างเยอะ แต่คนที่ชอบเปลี่ยนกระเป๋าไปตามวาระต่างๆ เขาก็จะชอบกระเป๋ากระติ๊บของเรา โดยได้รับการตอบที่ดีทั้งจากคนไทยและชาวต่างชาติ"

ในวันนี้แม้ Juno Janssen จะยังไม่มีหน้าร้านเป็นของตนเอง โดยใช้ช่องทางออนไลน์เฟซบุ๊ก อินสตาแกรม และฝากวางตามโรงแรม ห้างสรรพสินค้าในกรุงเทพฯ อย่าง Icon Siam แต่รู้ดีว่าช่องทางออนไลน์เป็นโอกาสของการซื้อ-ขายสินค้าที่มีแต่จะมากขึ้น จึงกำลังพัฒนาเว็บไซต์ให้มีระบบการช้อปปิงได้ด้วย

"ตอนนี้เว็บไซต์เรามีแต่ให้ข้อมูลแบรนด์ สินค้า แต่กำลังพัฒนาให้สามารถคลิกซื้อได้เลย เพราะตรงนี้เรามองการขายไปไกลคือ ขายไปต่างประเทศ ซึ่งเว็บไซต์มันเหมือนมีหน้าร้านแล้วทำให้คนที่จะซื้อมีความมั่นใจมากขึ้น ที่สำคัญคือต่างประเทศเขานิยมซื้อสินค้าผ่านเว็บไซต์มากกว่าเฟซบุ๊กหรืออินสตาแกรมแบบบ้านเรา"

หลังจากที่สร้างแบรนด์ Juno Janssen มานาน 4 ปี จูโน่ยอมรับว่าแบรนด์ยังไม่เติบโตเท่าที่ควร เพราะเธอเสียเวลาไปกับการทดลองปรับเปลี่ยนหลายอย่างเพื่อให้แบรนด์มีความชัดเจนยิ่งขึ้น จนกระทั่งเพิ่งจะมาลงตัวเมื่อไม่นานมานี้ ดังนั้น เธอจึงมีข้อแนะนำสำหรับผู้ประกอบการหน้าใหม่ว่าอย่าหยุดที่จะพัฒนาตัวเอง

"เวลาเจอปัญหาอย่าท้อ อย่าหยุดพัฒนาตัวเอง ถ้าทางมันตันก็เปลี่ยนไปเดินเลี้ยวซ้ายเลี้ยวขวาเดี๋ยวก็เจอทางออกเอง อีกปัญหาหนึ่งที่ผู้ประกอบการที่เพิ่งเริ่มต้นธุรกิจมักจะเจอคือ การคำนวณต้นทุนพลาด ดังนั้น ก่อนที่จะตั้งราคาสินค้าต้องคิดต้นทุนให้ครบให้รอบคอบ เพราะถ้าจะอัพราคาขึ้นทีหลังจะลำบาก เราเองก็เคยเจอกับปัญหานี้ ทำให้เกือบขาดทุนมาแล้ว แต่ด้วยสินค้าออกเป็นคอลเลกชัน ทำให้พอเราทำคอลเลกชันใหม่ก็สามารถปรับราคาใหม่ขึ้นมาได้" จูโน่กล่าวในตอนท้าย

JunoJanssen JunoJanssen https://junojanssen.com

SIXLEGS & MORE

ผลิตภัณฑ์สุดกรีน ช่วยคลีนน้องหมาแมว

Text : Kritsana S. / Photo : ทิจจา อภิชนรจเรข

เมื่อโรคมะเร็งเข้ามาพรากน้องหมาสุดที่รักของ **นกกบ-ณัฐวธรณ คำคล้าย** ไปอย่างไม่มีวันหวนกลับ เธอจึงค้นคว้าหาสาเหตุที่ทำให้เกิดโรคมะเร็งในน้องหมา ซึ่งหนึ่งในสาเหตุที่ค้นเจอคือ ไลฟ์สไตล์ที่เจ้าของมอบให้กับสัตว์เลี้ยง นี่จึงกลายเป็นจุดเริ่มต้นให้เธอหันมาทำผลิตภัณฑ์ทำความสะอาดจากวัตถุดิบธรรมชาติเพื่อใช้กับน้องหมาของตนเอง

ในช่วงจังหวะเดียวกัน **จอม-จอมใจ ละอองแก้ว** เจ้าของแบรนด์ของใช้สำหรับแมว Purrcraft ก็มีความคิดอยากทำผลิตภัณฑ์ทำความสะอาดแมวจากวัตถุดิบธรรมชาติจำหน่าย จึงพูดคุยกับนกกบ จนได้ข้อสรุปว่าจะสร้างแบรนด์ใหม่แทนการจำหน่ายภายใต้แบรนด์ Purrcraft เพราะหากมีผลิตภัณฑ์สำหรับหมาจำหน่ายด้วย อาจมีผลให้ภาพลักษณ์ของแบรนด์ไม่ชัดเจน

"กว่าจะตัดสินใจทำธุรกิจร่วมกันได้ ต้องคุยถึงเป้าหมายว่าเหมือนกันหรือไม่ ซึ่งโชคดีที่เราทั้งสองมีเป้าหมายเดียวกัน คือ ผลิตภัณฑ์ต้องเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ปลอดภัยทั้งกับคนและสัตว์เลี้ยง แบรนด์เติบโตอย่างยั่งยืน รวมถึงนำผลกำไรส่วนหนึ่งที่ได้จากการทำธุรกิจไปบริจาคช่วยเหลือสัตว์ เมื่อเป้าหมายตรงกันจึงเริ่มต้นทำแบรนด์ SixLegs & More ที่ตั้งใจให้เป็นแบรนด์ของคนที่มีความสัมพันธ์อันดีกับสัตว์เลี้ยงของตนเอง ไม่ว่าจะเป็นหมาหรือแมว โดยคำว่า SixLegs ไม่ได้จำกัดว่าต้องเป็น 2 ขาของคน และ 4 ขาของสัตว์เลี้ยงเท่านั้น แต่อาจเป็น 2 ขาของคน และ 2 ขาของหมาหรือแมว 2 ตัวที่พิการ" จอมกล่าว

SixLegs & More เปิดตัวแบรนด์ด้วยแชมพูแห้ง ช่วยดูดซับความมันส่วนเกินและความสกปรก มีส่วนผสมของมะคำดีควาย มังคุด น้ำมันมะพร้าวสกัดเย็น เหมาะสำหรับหมาแมวสูงอายุที่ไม่อยากอาบน้ำ รวมทั้งกรณีที่เจ้าของไม่มีเวลาอาบน้ำให้ และสเปรย์อเนกประสงค์ ช่วยป้องกันแมลง ดับกลิ่น บรรเทาอาการอักเสบของผิวหนัง มีส่วนผสมของมะคำดีควายและสับปะรด เหมาะสำหรับจัดการกลิ่นไม่พึงประสงค์บนตัวของเพื่อนขนฟู ตลอดจนบริเวณที่พวกเขาชอบอยู่

เมื่อผลตอบรับของสองผลิตภัณฑ์เปิดตัวเป็นไปในทิศทางที่ดี สองสาวที่ให้ความสำคัญกับเรื่องการเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม จึงทำแชมพูโฮมเมดออกมาจำหน่ายในรูปแบบของการรีฟิลใส่ขวดพลาสติกเหลือใช้ เพื่อลดปริมาณขยะ ซึ่งลูกค้าสามารถส่งขวดกลับมาเติมแชมพู หรือนำขวดเหลือใช้ที่มีอยู่แล้วไปเติมแชมพูที่บู๊ธของแบรนด์ตามอีเวนต์ต่างๆ ได้ ส่วนรูปแบบการสั่งเป็นแบบพรีออร์เดอร์เท่านั้น ด้านส่วนผสมของแชมพู ประกอบด้วย ใบน้อยหน่า ว่านหางจระเข้ น้ำมันมะพร้าว และน้ำผึ้ง มีให้เลือกทั้งสูตรไม่แต่งกลิ่น และสูตร Natural Essential Oil กลิ่นลาเวนเดอร์ ช่วยผ่อนคลายความเครียดของสัตว์เลี้ยง

"วัตถุดิบที่ใช้มาจากธรรมชาติ 100 เปอร์เซ็นต์ จึงปลอดภัยทั้งกับคนและสัตว์เลี้ยง แชมพูแห้งและสเปรย์มีมะคำดีควายเป็นวัตถุดิบหลัก เพราะมีฤทธิ์ยับยั้งแบคทีเรีย ช่วยลดปัญหาผิวหนัง ทำให้เกิดฟองตามธรรมชาติ จึงไม่ต้องใส่สารเคมีเพื่อสร้างฟอง สำหรับวัตถุดิบหลักของแชมพูคือใบน้อยหน่า ช่วยไล่เห็บหมัด และน้ำมันมะพร้าว ช่วยให้ขนนุ่มเงางาม และทำให้เกิดฟอง" นกกบกล่าว

ด้วยความที่มองว่า คนรักสัตว์จะตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ทำความสะอาดสัตว์เลี้ยงหลังจากได้ทดลองใช้และได้ดมกลิ่น ทาสหมาและทาสแมวทั้งสองจึงมุ่งไปทำการตลาดออฟไลน์ในช่วงแรกของการทำแบรนด์ เพื่อให้แบรนด์เป็นที่รู้จัก วิธีที่เลือกใช้คือ การออกบู๊ธ เพื่อให้กลุ่มเป้าหมายได้ทดลองใช้ผลิตภัณฑ์ อีกทั้งยังทำให้ได้รู้ผลตอบรับในทันทีว่า กลุ่มเป้าหมายชอบผลิตภัณฑ์ของแบรนด์หรือไม่อย่างไร และการจัดกิจกรรมเวิร์กช็อป เพื่อแบ่งปันความรู้เกี่ยวกับการทำผลิตภัณฑ์ทำความสะอาดสัตว์เลี้ยงจากวัตถุดิบธรรมชาติให้กับผู้ที่สนใจได้กลับไปทดลองทำเองที่บ้าน

"เราวางเงินทุนสำหรับทำการตลาดออนไลน์ไว้ค่อนข้างน้อย เพราะอยากให้แบรนด์มีการเข้าถึงแบบออร์แกนิกมากกว่า และการทำการตลาดบนโซเชียลมีเดียในตอนนี้ไม่ค่อยเห็นผลเท่าไหร่นัก จึงไม่อยากสูญเงินเปล่า อีกหนึ่งเหตุผลสำคัญคือ เราไม่มุ่งเน้นว่าผลกำไรต้องหวือหวาหรือเติบโตอย่างก้าวกระโดด แต่หวังให้แบรนด์เติบโตอย่างค่อยเป็นค่อยไปแต่ยั่งยืน ซึ่งคำว่ายั่งยืนของพวกเราหมายถึง ลูกค้ามีผลตอบรับที่ดีกับผลิตภัณฑ์ กลับมาซื้อซ้ำ บอกต่อคนรอบข้าง" จอมกล่าว

ทั้งนี้ นกกบและจอมได้กำหนดให้ผลิตภัณฑ์ทั้งหมดของ SixLegs & More เป็นผลิตภัณฑ์ไลฟ์สไตล์ จึงไม่ได้ตีกรอบว่าผลิตภัณฑ์ภายใต้แบรนด์ต้องเป็นเพียงผลิตภัณฑ์สำหรับสัตว์เลี้ยงเท่านั้น ทำให้ไม่มีข้อจำกัดในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ โดยในอนาคตอันใกล้ เธอทั้งสองตั้งใจเพิ่มผลิตภัณฑ์สำหรับคนจากวัตถุดิบธรรมชาติ เพื่อให้สอดรับกับเทรนด์สุขภาพที่ยังคงโตขึ้นเรื่อยๆ

Sixlegsnmore

Text : กองบรรณาธิการ / Photo : กิจจา อภิชนรจเรข

สร้างนวัตกรรมจาก PAIN POINT MULTI CAMERA เทคโนโลยีต่อยอดธุรกิจ

หลายคนคงจะเคยเห็นการจัดเรียงกล้อง DSLR หลายสิบตัวเป็นวงกลมตามงานอีเวนต์ หรือการถ่ายทำงานต่างๆ อยู่บ่อยๆ จนอดสงสัยไม่ได้ว่ามันคืออะไร

นี่เป็นนวัตกรรม Multi Camera ที่พัฒนาขึ้นโดย Startup ไทย เพื่อสร้างมุมมองและประสบการณ์ใหม่ให้กับภาพถ่าย ไม่ว่าจะเป็น เทคนิคหยุดเวลาในแบบ 360° หรือ Bullet Time (Time Slice), VR 3 มิติ ในแบบ 360° หรือการเปลี่ยนภาพนิ่งรอบวัตถุให้กลายเป็นโมเดล 3 มิติในแบบ Avatar ซึ่งทั้งหมดนี้เกิดจาก Pain Point จนนำไปสู่ความต้องการเอาชนะและพัฒนานวัตกรรม Multi Camera ขึ้นมา

บุญชัย วงศ์บวรเกียรติ Co-Founder บริษัท โปร-ทอยส์ จำกัด เล่าให้ฟังว่า "เราเป็นอีเวนต์ออร์แกไนเซอร์ที่ทำเกี่ยวกับคอนเทนต์โดยเฉพาะ ซึ่งเจอปัญหาในการถ่ายทำด้วยระบบ Bullet Time ซึ่งต้องซื้ออุปกรณ์มาจากต่างประเทศ เพราะซอฟต์แวร์มาจากที่หนึ่ง ฮาร์ดแวร์ก็เป็นอีกที่หนึ่ง พอมารวมกันแล้วเกิดความผิดพลาดบ่อยโดยที่เราหาสาเหตุไม่ได้ เลยตั้งคำถามกับตัวเองว่า ทำไมระบบแบบนี้คนไทยทำไม่ได้ แล้วเราก็หว่านโจทย์เพื่อหาคน จนในที่สุดได้คนคนหนึ่งช่วยกันพัฒนาจนเป็น Multi Camera ครบวงจรทั้งซอฟต์แวร์ ฮาร์ดแวร์ ที่สามารถสั่งถ่ายแบบไม่จำกัดจำนวนกล้อง แต่มีความแม่นยำสูง"

ด้วยเทคโนโลยี Multi Camera ทำให้บุญชัยสามารถแตกออกมาเป็นบริการที่หลากหลาย เช่น Bullet Time (Time Slice), VR, Avatar และล่าสุด Selfie eXtreme โดย Selfie eXtreme เป็นนวัตกรรมทางด้านการถ่ายภาพแบบเซลฟี่ ที่สามารถขยายจนเห็นภาพแบบ Overview เห็นความงดงามที่ยิ่งใหญ่ของแหล่งท่องเที่ยวนั้นๆ นอกจากนี้ ยังมีระบบ AI Face Recognition เพื่อ Matching กับแคมเปญทางการตลาด ในการนำเสนอโปรโมชันที่ยิงตรงไปยังกลุ่มเป้าหมายอีกด้วย

"ประเทศไทยเป็นเมืองท่องเที่ยวถ้าเราสามารถเปลี่ยนภาพเซลฟี่ของนักท่องเที่ยวทั้งหมดให้เป็นภาพวิวแหล่งท่องเที่ยวแล้วให้เขาแชร์ออกไป ก็จะเป็นการประชาสัมพันธ์ให้คนรู้จักในวงกว้างมากขึ้น โดยใช้หลักการง่ายๆ ถ้าไปเที่ยวสถานที่ไหนแล้วเจอป้ายของเราให้ใช้มือถือสแกนคิวอาร์โค้ด จากนั้นก็กดรีโมตชัตเตอร์สั่งการในระบบของเรา ซึ่งอยู่อีกที่หนึ่งของแหล่งท่องเที่ยว หลังถ่ายเสร็จภาพจะวิ่งเข้ามาในมือถือถ้าจะรับภาพนั้นก็ต้องแชร์ มันก็จะถูกแชร์ไปในโซเชียลมีเดียทันที แล้วเรามีระบบ AI ที่จะจดจำใบหน้าและเก็บข้อมูล เพศ อายุ เพื่อ Matching กับการทำการตลาด สำหรับแบรนด์ที่จะทำโปรโมชัน เท่ากับว่าเป็นระบบที่ค่อนข้างครบในตัวมันเองคือ มีคอนเทนต์ที่แปลกใหม่ ที่พร้อมทำให้เกิดการแชร์ ขณะเดียวกันยังทำการตลาดได้อีกด้วย"

ปัจจุบันเทคโนโลยี Multi Camera นี้จะใช้ในงานอีเวนต์ โฆษณา และภาพยนตร์ และเพราะไอเดียของบุญชัยจึงเกิดการต่อยอดเทคโนโลยี ด้วยการใช้เป็นเครื่องมือพีอาร์ทำการตลาด ทำให้คนเกิดส่วนร่วมในคอนเทนต์ที่เกิดขึ้นและส่งต่อคอนเทนต์ออกไปยังกลุ่มเพื่อนโลกออนไลน์ด้วยความเต็มใจ

บงการ พยัฆวิเชียร Co-Founder บริษัท โปร-ทอยส์ จำกัด กล่าวเสริมว่า "จริงๆ เป็นการ Create Value ไม่ใช่แค่โปรดักต์หรือนวัตกรรม เพราะสามารถไปต่อยอดให้กับลูกค้าในหลายอุตสาหกรรม

"Multi Camera หลายคนมองว่าเป็นฮาร์ดแวร์เป็นกล้อง แต่จริงๆ เรามองว่ามันเป็นอะไรก็ได้ เริ่มจากเทคนิค MATRIX ที่ภาพยนตร์ทำกัน เปลี่ยนวิธีคิดมาเป็น Photo Booth มาเป็นอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวจาก Selfie eXtreme แล้วปลายปีเราจะกลายมาเป็นอุตสาหกรรมสปอร์ต เพราะเราจะทำ 3D รีเพลย์ครั้งแรกในภูมิภาค หลังจากนั้น ก็จะกลายพันธุ์มาเป็นวิทยาศาสตร์การกีฬา เพราะเราจะพัฒนาต่อยอดอะไรใหม่ๆ ขึ้นมาอีก จะเห็นว่าเราจะค่อยๆ โตจากการไปบวกรวมกับอุตสาหกรรมต่างๆ นี่คือกระบวนคิดของ PRO-toys"

อย่างไรก็ตาม จากการที่ทั้งคู่เติบโตมาจากบริษัทออร์แกไนเซอร์ที่เป็น SME ครั้นเมื่อต้องมาเปลี่ยนวิธีการทำธุรกิจในแบบ Startup บุญชัยจึงบอกว่า PRO-toys เป็นลูกครึ่ง SME และ Startup โดยเลือกที่จะหยิบสิ่งดีๆ มาปรับใช้

"เราเติบโตจาก SME โชคดีตรงที่ว่าเราได้เรียนรู้ทั้งสองวิธีคิด มันทำให้กระบวนการทำนวัตกรรมกับกระบวนการทำการตลาดของเราแตกต่างจากสิ่งที่เมื่อก่อนเราเป็น วันนี้การทำการตลาดไม่ใช่ต้องเอาเงินแลกเหมือน SME หรือเคยมองว่าต้องมีผลิตภัณฑ์ก่อน วันนี้เราไม่จำเป็นต้องรอผลิตภัณฑ์เสร็จ เราสามารถไปขายโอกาสล่วงหน้าได้ แต่กระนั้น เราก็ยังอยากสเกลแบบ SME ซึ่งมองว่ามันเป็นการสเกลแบบมั่นคง ไม่ใช่หวือหวาแล้วก็ตายตอนจบ เพราะถ้าเราจะสเกลแบบ Startup เราคงต้องพุ่งไปหานักลงทุน แต่เราสเกลผ่านกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย เราขยายกลุ่มลูกค้าเป้าหมายของเราไปเรื่อยๆ ให้ครอบคลุม แล้วมูลค่าก็สูงขึ้นเรื่อยๆ"

กลยุทธ์หนึ่งที่นำมาใช้ในการสร้างชื่อให้กับ PRO-toys คือการล่ารางวัล เพราะทุกครั้งที่ PRO-toys ได้รางวัลก็จะทำให้เป็นที่รู้จักและเกิดการยอมรับทั้งในและต่างประเทศ อย่างล่าสุดกับรางวัลเหรียญทองชนะเลิศจากเวที นวัตกรรม และสิ่งประดิษฐ์นานาชาติ ITEX ปี 2018 ประเทศมาเลเซีย และในขณะนี้ทั้งคู่กำลังมุ่งสร้างผลงานให้โดดเด่นเพื่อเตรียมบุกตลาดต่างประเทศในอนาคตตามเป้าหมายที่วางไว้

SME Thailand magazine

PRIVILEGE

SME THAILAND PRIVILEGE CLUB

สิทธิประโยชน์ที่มากกว่าสำหรับผู้ประกอบการ

"Exclusive Member info Sharing Community Business Network"

โปรโมชันสุดคุ้ม!
ช่วงเปิดรับสมาชิกใหม่
ลดค่าธรรมเนียมรายปีจาก
5,500 บาท เหลือเพียง
1,990 บาทเท่านั้น!

- รับนิตยสาร SME Thailand ตลอดอายุสมาชิก
- รับนิตยสาร SME STARTUP (Free Copy) ตลอดอายุสมาชิก
- เข้าร่วมสัมมนา แบบ Exclusive
- เข้าร่วมกิจกรรม Workshop ที่ SME Thailand จัดฟรีตลอดอายุสมาชิก
- รับสิทธิ์ลงโปรโมตสินค้าในหน้าคลิปบอร์ดขนาด 1/4 หน้า 4 ครั้งต่อปี
- ส่วนลดในการซื้อหนังสือ คอร์สอบรม และผลิตภัณฑ์ในเครือ
- สงวนพื้นที่ VIP ไว้สำหรับสมาชิกเป็นพิเศษ สำหรับการเข้าร่วมกิจกรรมฟรีสัมมนาที่ทาง SME Thailand จัดขึ้น

สอบถามรายละเอียดได้ที่ : คุณสุชันษา (เอ๋)
โทร. 0-2270-1123-4 ต่อ 115 หรือ 08-4555-0803
smethailandprivilegeclub

4 เหตุผล ทำไมจึงต้องวางแผนทางการเงิน

Text : วันวิสา งามแสงชัยกิจ

เพราะอนาคตเป็นสิ่งที่คาดเดาไม่ได้ ยิ่งกับการทำธุรกิจแล้วนั้น
เรื่องของการวางแผนทางการเงินถือเป็นสิ่งที่ต้องเอาใจใส่อย่างใกล้ชิด
การละเลยตรงจุดนี้ไปก็ไม่ต่างอะไรกับการเปิดประตูต้อนรับความล้มเหลวสู่กิจการ

หากยังไม่เข้าใจว่าทำไมร้ายแรงขนาดนั้น ลองมาดู 4 ปัจจัยสำคัญที่จะทำให้การวางแผนการเงินเป็นตัวชี้ชะตาธุรกิจกัน

1 สร้างการเติบโตของรายได้

การวางแผนทางการเงินถือเป็นตัวช่วยสำคัญในการตรวจสอบแหล่งรายได้ให้ถูกต้อง และสามารถทำการวางแผนให้มีการเติบโตขึ้นได้ หรือเพิ่มจำนวนเงินที่จะใช้ในเวลาที่ต้องการ ด้วยการวางแผนอย่างถูกต้องจะทำให้ผู้ประกอบการสามารถควบคุมทุกด้านของรายได้และดำเนินกิจการไปข้างหน้าเพื่อสร้างความมั่นคงทางการเงินทั้งในแง่ของชีวิตส่วนตัวและการทำธุรกิจ

2 เพิ่มการเติบโตของกระแสเงินสด

โดยธรรมชาติการเติบโตของรายได้จะส่งผลให้กระแสเงินสดโดยรวมนั้นเติบโตขึ้นด้วย การวางแผนทางการเงินเป็นสิ่งจำเป็นสำหรับกิจกรรมประจำวันของทั้งการทำธุรกิจและชีวิตส่วนตัว เพื่อให้เห็นเค้าโครงการเงินได้ชัดเจนมากขึ้น และด้วยการวิเคราะห์รูปแบบการใช้จ่ายและงบประมาณอย่างรอบคอบจะทำให้รู้ว่ากิจกรรมไหนหรือเรื่องอะไรที่ต้องให้ความสนใจก่อน ซึ่งการจัดลำดับความสำคัญของค่าใช้จ่ายดังกล่าวจะช่วยให้สามารถตรวจสอบเรื่องของกระแสเงินสดได้อย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น ลดค่าใช้จ่ายที่ไม่จำเป็นและทำให้การเงินโดยรวมมั่นคงขึ้น

3 เตรียมพร้อมรับมือกับปัญหาเงินเฟ้อได้ดีขึ้น

เงินเฟ้อนั้นได้รับการขนานนามว่าเป็นผู้ทำลายที่มีพลังสูงสุดของกำลังซื้อ โดยเฉพาะเมื่อมูลค่าของเงินมีการลดลงอย่างต่อเนื่องในช่วงหลายทศวรรษที่ผ่านมา และมีแนวโน้มที่จะลดลงในอนาคตข้างหน้า ดังนั้น จึงมีความจำเป็นอย่างยิ่งที่ผู้ประกอบการต้องมีการวางแผนทางการเงินเพื่อเตรียมรับมือกับอัตราเงินเฟ้อที่จะเพิ่มขึ้นมากขึ้นในภายภาคหน้า

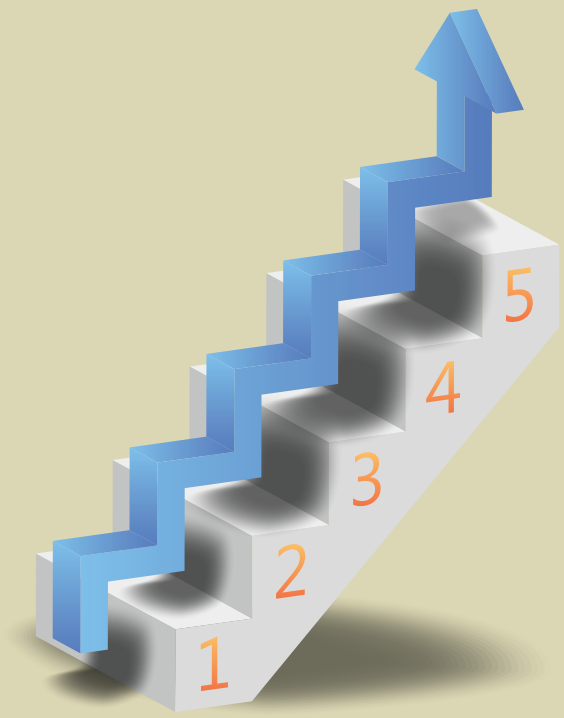
4 ช่วยบรรลุเป้าหมายในระยะยาว

เรื่องบางอย่างเป็นสิ่งสำคัญของคนคนหนึ่ง เช่น การเติบโตของธุรกิจ การเป็นเจ้าของทรัพย์สินสักอย่าง การหารายได้ และเพื่อที่จะบรรลุวัตถุประสงค์เหล่านี้ได้ในระยะเวลาที่กำหนด ก็ต้องอาศัยการวางแผนทางการเงินเข้ามาช่วย เพื่อให้การวางแผนด้านค่าใช้จ่ายเป็นไปอย่างถูกต้อง รอบคอบ และมีประสิทธิภาพ

ทำการตลาดอย่างไรให้...โดนใจลูกค้า

5 ขั้นตอนง่ายๆ เพื่อให้ได้ INSIGHT ดีๆ สำหรับ SME

ในขณะที่สินค้าหรือบริการมีอยู่เต็มตลาดจะทำการตลาดอย่างไรให้สินค้าหรือบริการของคุณโดดเด่นเหนือคู่แข่ง ห้ามพลาดกับกิจกรรมเวิร์กช็อป "หา INSIGHT ยังไงให้โดน" ฝึกหา INSIGHT ทำความรู้จักและเห็นความสำคัญของคำว่า INSIGHT กับธุรกิจเอสเอ็มอีเพื่อช่วยให้เข้าใจธุรกิจของตนเองมากขึ้น



- Pause : ชัดเจนกับเป้าหมาย
- Rewind : เอกซเรย์สิ่งที่คุ้นและสิ่งที่ขาด
- Forward : หาข้อมูลเพิ่มเพื่อเติมเต็ม
- Mix : เอาทุกอย่างมายำทำให้มีของ
- Play : เลือก insight ที่ใช่ ได้ประโยชน์

โดย คุณเอกบดินทร์ เด่นสุธรรม
ที่ปรึกษาอาวุโสด้านกลยุทธ์ธุรกิจ และการตลาด
และคุณกุลฤทัย พรหมบันดาลกุล
ผู้ก่อตั้งบริษัท เด็นส์ ว็อท จำกัด

SME THAILAND PRIVILEGE CLUB
Exclusive Course

** กิจกรรมนี้เหมาะกับผู้ประกอบการที่มีโปรดักต์แล้ว
**เงื่อนไข ผู้ถือบัตร SME Thailand Privilege Club สำรองที่นั่งฟรี (ที่นั่งมีจำนวนจำกัด)

สอบถามรายละเอียดได้ที่คุณสุชันษา (เอ๋) โทร. 0-2270-1123-4 ต่อ 115
smethailandonline smethailandprivilegeclub
www.smethailandclub.com

วันที่ 22 สิงหาคม 2562 ลงทะเบียนเวลา 13.00 น.
ณ ห้องออดิทอเรียม ศูนย์การเรียนรู้ TCDC อาคารไปรษณีย์กลาง
เลขที่ 1160 ถนนเจริญกรุง แขวงบางรัก เขตบางรัก กรุงเทพฯ

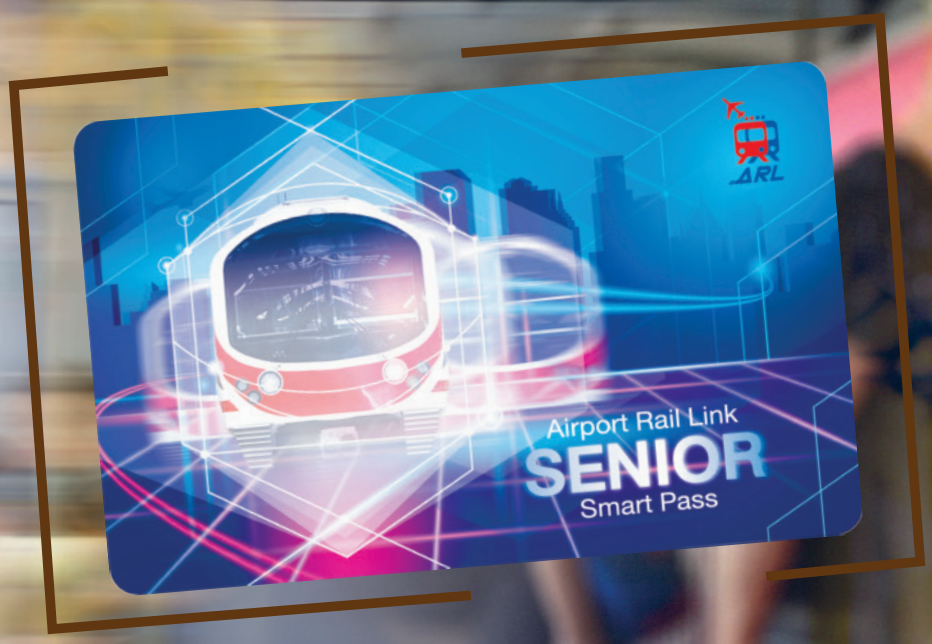
รถไฟฟ้า แอร์พอร์ต เรล ลิงก์

เฉลิมฉลองยอด...จำหน่ายบัตรโดยสาร

สมาร์ทพาส ทุกประเภท

ทะลุ 300,000 ใบ

เตรียมจำหน่าย... ลายใหม่ล่าสุด กลางเดือนนี้



วงศกร รัศมิทัต (ต้น แมคอินทอช)

: 1690 : AirportRailLink : AirportRailLink : AirportRailLink : www.srtet.co.th รถไฟฟ้าแอร์พอร์ต เรล ลิงก์

เนย-โชติกา วงศ์วิลาศ
กับ 5 แรงบันดาลใจพา CHO เดินไกล 5 ปี

Text : Kritsana S. / Photo : ทิจจา อภิชนรจเรข

เนย-โชติกา วงศ์วิลาศ
เธอไม่เพียงแต่เป็นดาราเจ้าบทบาทเท่านั้น
เพราะทุกวันนี้ ยังสวมหมวกอีก 2 ใบ
อย่างการเป็นคุณแม่ และเจ้าของธุรกิจเครื่องสำอาง
ที่รู้จักกันในชื่อ Cho เปิดตัวด้วยแป้งตลับ
ที่มีเฉดสีเหมาะกับผิวของคนไทยและคนเอเชีย
ก่อนจะแตกไลน์สินค้าอื่นๆ เพิ่มเติมในเวลาต่อมา
ได้แก่ ลิปสติก ดินสอเขียนคิ้ว มาร์ก
รีมูฟเวอร์ ซีซีครีม และอายไลเนอร์
ซึ่งสิ่งที่ทำให้เธอพาธุรกิจเครื่องสำอาง
ของตนเองเดินทางมาไกลถึง 5 ปี
มาจาก 5 แรงบันดาลใจเหล่านี้

คุณแม่

"เราอยู่กับคุณแม่มาตลอด ท่านให้อิสระในการตัดสินใจ ไม่เคยบังคับว่าต้องทำอะไร และเป็นกำลังใจให้เสมอ ไม่ว่าเราจะเจอกับเรื่องอะไรก็ตาม เช่น ตอนเด็ก ๆ เราเป็นเด็กที่มีผลการเรียนดี ถ้าเทอมไหนไม่ได้รับเกียรติบัตรเรียนดี ก็จะร้องไห้เสียใจ ซึ่งท่านจะไม่ดุแต่จะให้กำลังใจว่าไม่เป็นไร เทอมหน้าเอาใหม่ เรามีความคิดอยากให้ท่านมีชีวิตความเป็นอยู่ที่สบาย จึงตั้งใจทำทุกอย่างให้ออกมาดีที่สุด ไม่ว่าจะเป็นการเรียน การทำงานในวงการบันเทิง หรือแม้แต่การทำธุรกิจของตนเอง ตอนนี้เมื่อเรามีครอบครัวก็ได้นำรูปแบบการเลี้ยงดูลูกของท่านมาใช้ นั่นคือ เลี้ยงให้เป็นธรรมชาติที่สุด ไม่ตั้งกฎกติกา ให้อิสระในการตัดสินใจและพร้อมสนับสนุนทุกการตัดสินใจของลูก"

PASSION

"Passion คือ ความหลงใหล ความคลั่งไคล้ในสิ่งหนึ่งสิ่งใด ซึ่งเรามีความหลงใหลในเครื่องสำอาง ไม่ว่าจะไปเที่ยวที่ไหนก็ต้องซื้อเครื่องสำอางติดมือกลับมา การแต่งหน้าแล้วรีวิวสร้างความสุขและความสนุกให้กับเรา เมื่อมองว่าเป็นความสุขมากกว่ามองว่าเป็นการทำงาน จึงทำให้สามารถทำสิ่งนี้ได้ทุกวันอย่างไม่มีเบื่อ เราเป็นคนชอบแต่งหน้าจึงมีเครื่องสำอางเยอะมาก เครื่องสำอางที่หลงใหลที่สุดคือ แป้ง แต่ไม่มีอันไหนเลยที่ใช้หมด เพราะเฉดสีไม่เข้ากับผิว ทำให้เกิดความคิดอยากทำแบรนด์เครื่องสำอางของตนเอง ซึ่งแบรนด์เครื่องสำอางที่ทำชื่อ Cho สินค้าที่ทำให้แบรนด์เป็นที่รู้จักคือ แป้งตลับที่มีเฉดสีเข้ากับผิวของสาวไทย เนื้อบางเบา ติดทน"

บริษัท

"นอกจากครอบครัว บริษัทคือสิ่งที่อยู่กับเรา ในช่วงเริ่มต้นทำทุกอย่างเองทั้งหมด เช่น แพ็กของเอง ตอบไลน์เอง หลังจากนั้นก็เริ่มมีพนักงาน ตัวแทนจำหน่าย และลูกค้า บริษัทของเราเป็นเหมือนแหล่งหล่อเลี้ยงครอบครัวของทีมงานทุกคน ถ้าเราจะไม่ทำต่อก็ไม่ได้ เพราะทีมงานมีลูก มีครอบครัวที่ต้องเลี้ยงดู แม้บริษัทของเราจะไม่ยิ่งใหญ่ในสายตาคนอื่น แต่ยิ่งใหญ่ในสายตาของเรา ถ้าถามถึงความสำเร็จถือว่าประสบความสำเร็จตามที่คาดหวังไว้ นั่นคือ มีการเติบโตขึ้นทุกปี ยอดขายไม่น้อยกว่าปีที่ผ่านมา จำนวนตัวแทนจำหน่ายเพิ่มขึ้นตามเป้าที่วางไว้ และคุณภาพสินค้าคงที่ สำหรับกลยุทธ์ซื้อใจทีมงานคือ มองว่าทุกคนเป็นสมาชิกในครอบครัว และมีความสำคัญไม่ว่าจะทำตำแหน่งงานใดก็ตาม เพราะทุกคนช่วยให้บริษัทเติบโตมาได้จนวันนี้"

เวลา

"เวลาเป็นสิ่งที่มีค่าสำหรับเรามาก เราพยายามจัดสรรเวลาเพื่อให้มีเวลามาดูแลครอบครัว ดูแลลูก ดูแลตนเอง เช่น ไปออกกำลังกาย ไปท่องเที่ยว และดูแลธุรกิจส่วนตัว การทำงานหนักเพื่อเก็บเงินอย่างเดียวจนไม่มีเวลาให้ตนเองและคนรอบข้างไม่ใช่สิ่งที่ต้องการ ทุกวันนี้โชคดีที่สามารถจัดสรรเวลาได้อย่างมีประสิทธิภาพ ซึ่งเราจะสามารถจัดสรรเวลาได้ หากรู้ว่าจุดพอใจคืออะไร อะไรที่ทำแล้วมีความสุข อะไรที่ทำแล้วไม่รู้สึกเหนื่อยจนเกินไป"

ความสุข

"ถ้าขอพรได้ 1 ข้อ จะขอให้เป็นคนที่มีความสุข ถึงเงินทองจะเป็นสิ่งจำเป็น แต่สุดท้ายแม้หามาได้มากแค่ไหนก็ตาม หากไม่มีความสุข ชีวิตก็เหมือนไม่ถูกเติมเต็ม เราจะไม่พาตนเองไปอยู่ในที่ที่ไม่มีความสุข แม้ภายนอกจะดูเหมือนเป็นคนชอบเข้าสังคม แต่จริง ๆ แล้วชอบอยู่บ้านมากกว่า ชอบอยู่กับคนที่ทำให้มีความสุข อยู่กับคนที่มีความจริงใจ เราเชื่อว่าเมื่อทุกคนโตขึ้นจะสามารถแยกแยะได้ว่าอะไรคือความสุขที่แท้จริง ซึ่งตอนนี้เราหาเจอแล้วว่า ความสุขที่แท้จริงคือการได้อยู่กับครอบครัว อยู่กับคนที่รัก ได้ทำอาหารที่ชอบ และได้ทำธุรกิจเกี่ยวกับสิ่งที่หลงใหล"

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 ศึกษาลินนท์
- 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 หนองจอก
- 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.ทรงวาด
- กาแฟนรสิงห์
พระราชวังพญาไท ร.พ.พระมงกุฎ
- โคโค่ กาแฟสด
ซ.สายไหม 84
- มหาวิทยาลัยกรุงเทพ
- มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์
- มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์
- มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย
- วิทยาลัยจัดการ มหาวิทยาลัยมหิดล
ถ.วิภาวดี
- สถาบันการจัดการ ปัญญาภิวัฒน์
- สถาบันเทคโนโลยี ไทย-ญี่ปุ่น
- สถาบันภาษา มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
ศูนย์ท่าพระจันทร์ และศูนย์รังสิต
- หอสมุดและคลังความรู้มหาวิทยาลัยมหิดล
วิทยาเขตราชวิถี
- ห้องสมุดมารวย
อาคารตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย
ถนนรัชดา
- ศูนย์การค้า ZPELL รังสิต
- ศูนย์ให้คำปรึกษาด้านทรัพย์สินทางปัญญาและนวัตกรรม
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
- บ้านอังเล คอฟฟี่

ลำพูน
- Blacksmith

อุตรดิตถ์
- Amezon งิ้วงาม

ภาคกลาง

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

นครปฐม
- Pak Pink Bistro

นครสวรรค์
- รามเกียรติ์ คอฟฟี่
- แกะดำ Coffee

พิจิตร
- โรสกาแฟสด

ลพบุรี
- ศ.กาแฟ ชดสด

สุโขทัย
- 379 Drip

อยุธยา
- The Barista Café

อุทัยธานี
- I AM Coffee

ภาคอีสาน

กาฬสินธุ์
- Café 2 gether

ขอนแก่น
- Café de' forest
- BANMORE BAKERY AND COFFEE
- EIGHTS A DAY

นครพนม
- จันทราคาแฟ

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 อี

ระยอง
- Dollars House
- Roux café
- ราย็อง

ภาคตะวันตก

ประจวบคีรีขันธ์
- Gallery กาแฟดริป หัวหิน
- โชว์รูมรถ Ford หัวหิน

เพชรบุรี
- ชาปู่ชาย่า
- "JM Cuisine" / "เจ๊กเม้ง"
- 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 เพนนินซูลาร์ แอสโซซิเอทส์ จำกัด

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

วิธีการสมัคร

กรอกข้อมูลให้ครบถ้วนแล้วส่งใบสมัครพร้อมหลักฐานการโอนเงินมาที่ บริษัท เพนนินซูลาร์ แอสโซซิเอทส์ จำกัด เลขที่ 100/6 ซอยอารีย์สัมพันธ์ 3 ถนนพหลโยธิน แขวงพญาไท เขตพญาไท กรุงเทพฯ 10400

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

หรือทาง **member.smethailandgroup@gmail.com**

EATING OUT *Text : Duckkiez*

แนะนำ
ร้านอาหาร
เข้ามาได้ที่
INBOX ของเพจ
SME STARTUP

ESCAPE BANGKOK
รูฟท็อปบาร์พาหนีชีวิตจำเจ

SAY HELLO

Escape Bangkok รูฟท็อปบาร์ใจกลางกรุงสุดเก๋ที่ซ่อนตัวอยู่บนชั้น 5 ของห้างหรู ดิ เอ็มควอเทียร์ สร้างสรรค์ภายใต้คอนเซปต์ Secret Places at Sukhumvit ผสมผสานระหว่างวิวสวนสีเขียวและวิวเมืองพาโนรามาเข้ากับวิวพระอาทิตย์ยามเย็นในแบบที่ไม่เคยเห็นมาก่อน พื้นที่ภายในประกอบด้วย 4 โซน 4 สไตล์ ได้แก่ Zail, Ellipse Bar, Tent และ Terrace ผู้มาเยือนสามารถเลือกนั่งชิวชิวได้ตามต้องการ อีกทั้งยังโดดเด่นด้วยการตกแต่งในสไตล์บีชบาร์ และไฮไลต์อย่างสะพานเชื่อมอาคารกับพื้นกระจกใส จึงมองเห็นบรรยากาศเบื้องล่างที่ชวนให้ทุกคนได้ Escape หลีกหนีจากชีวิตประจำวันแบบเดิม ๆ พร้อมเพิ่มความสนุกสนานด้วย Live Music กับดนตรีสไตล์เฮาส์บีชจากดีเจมืออาชีพ

CHEF RECOMMENDED

เมนูอาหารของ Escape Bangkok มีความหลากหลายตั้งแต่เมนูเรียกน้ำย่อยไปจนถึงเมนูของหวาน โดยเมนูส่วนใหญ่เป็นสไตล์ Western Asian Twist สำหรับจานเด็ดห้ามพลาดคือ **Aglio Olio Isaan** เส้นสปาเกตตีแบบอัลเดนเต้ผัดน้ำมันมะกอก เพิ่มความจัดจ้านด้วยพริกแห้ง และกระเทียม ความพิเศษของจานนี้อยู่ที่ไส้กรอกอีสานและใบโหระพา เป็นเมนูที่ถูกปากทั้งคนไทยและต่างชาติ และ **Braised Lamb Shank** ขาแกะจากนิวซีแลนด์ที่ถูกซูวีถึง 48 ชั่วโมงจนได้เนื้อที่นุ่มรับประทานคู่กับ Butternut Squash Gnocchi และจูรอยัลซอส ซอสที่มีเบสจากไวน์แดงและครีม

SPECIAL

White Chocolate Panna Cotta พานาคอตต้าครีมชีสผสมไวท์ช็อกโกแลต เคลือบด้วยเจลาตินเสาวรส เสิร์ฟคู่กับผลไม้ตระกูลเบอร์รี จานนี้ให้รสชาติหวานมัน อมเปรี้ยวนิด ๆ และซิกเนเจอร์ค็อกเทลรสหอมหวาน **Halong Dream** ผสมผสาน Lychee Vodka จากเวียดนาม Prosecco และ Tropical Fruit เข้าด้วยกัน แก้วนี้มอบความสดชื่นประหนึ่งกำลังนั่งจิบอยู่ริมชายหาด

LOCATION

ดิ เอ็มควอเทียร์ ตึก B ชั้น 5 เปิดให้บริการทุกวัน เวลา 17.00-24.00 น.
0-2003-6000 www.escape-bangkok.com
escapebangkok escapebangkok

EAT | DRINK | TRAVEL *Text : Duckkiez*

คาเฟ่ ยอดนักสืบจิ๋ว โคนัน กรุงเทพฯ

คาเฟ่จากแอนิเมชันเรื่องดังมาในคอนเซปต์ Detective Conan The Movie 23 : The Fist of Blue Sapphire ทุกคนจะได้เพลิดเพลินไปกับเมนูอาหาร เครื่องดื่ม และของหวานที่มาในธีมยอดนักสืบจิ๋ว โคนันที่ผสมผสานวัตถุดิบแบบไทย ๆ เข้ากับวัฒนธรรมป๊อปอะนิเมะของญี่ปุ่นที่มีความโดดเด่นและทันสมัยได้อย่างลงตัว

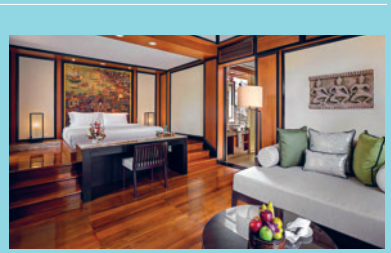
ร้าน Bake A Wish สยามเซ็นเตอร์ ชั้น G
ตั้งแต่วันนี้-15 กันยายน 2562 เวลา 11.00-21.30 น.
ConanCafeBKK ConanCafeBKK

ON THE TABLE, TOKYO CAFÉ

ร้านอาหารสไตล์โตเกียวคาเฟ่ บรรยากาศอบอุ่น เปิดตัว Afternoon Tea มี Set M ประกอบด้วย ชุดชาร้อน ขนมและของว่าง 7 อย่าง เช่น บรูเช็ตต้า ชีสซี่เบคอนโทส ช็อกโก้บานานาคัพ และ Set L ประกอบด้วย ชุดชาร้อน ขนมและของว่าง 9 อย่าง เช่น ครันชี่เทมปุระชิราชิ เกี๊ยวซ่าเบคอน และวอฟเฟิลฟรุตตี้ มีชาให้เลือก 6 ชนิด เช่น ชาอังกฤษ ชาเขียวมัทฉะ และชาขาวกลิ่นดอกไม้

เฉพาะสาขาเซ็นทรัล เวิลด์ สาขาสยาม เซ็นเตอร์
สาขาเมอร์คิวรี่ ทาวเวอร์ และสาขาดองกิ มอลล์ ทองหล่อ
ตั้งแต่วันนี้-30 กันยายน 2562 เวลา 14.00-17.00 น.
OntheTableTokyoCafe

BANYAN TREE PHUKET



รีสอร์ตระดับ 5 ดาว ตกแต่งในสไตล์ไทยร่วมสมัย แวดล้อมด้วยสวนสีเขียวขจี ห้องพักทั้ง 6 แบบแบ่งออกเป็นห้องพักวิวสวนและห้องพักวิวทะเลสาบ ทุกห้องพักตกแต่งอย่างหรูหรามาพร้อมสระว่ายน้ำส่วนตัว และครบครันด้วยสิ่งอำนวยความสะดวก นอกจากนี้ภายในรีสอร์ตยังมีห้องอาหาร สปา สระว่ายน้ำกลางแจ้ง และฟิตเนสให้บริการ

อ.ถลาง จ.ภูเก็ต
0-7637-2400
www.banyantree.com/en/thailand/phuket

RELAX *Text : Duckkiez*

DISAPPEAR

Toot Yung Art Center
จัดแสดงวันที่ 17 สิงหาคม-20 ตุลาคม 2562
TootYungArtCenter

นิทรรศการเดี่ยวของ อำนาจ วชิระสูตร เทคนิคที่เลือกใช้คือ การเล่นกับสี รูปทรง และจินตนาการของผู้ชม รูปที่จัดแสดงได้แรงบันดาลใจจากภาพถ่ายของเขา หรือฉากในภาพยนตร์ นิทรรศการนี้ให้ความรู้สึกของการล่มสลาย และมีองค์ประกอบที่ชวนให้นึกถึงความรุนแรงที่นำเสนอในข่าวสารประจำวัน เช่น ระเบิด การทำลายล้าง หรือการสูญสลายของธรรมชาติ

YOGA & ME

www.yogaandme.net
YogaandMe

สตูดิโอโยคะมาตรฐานสากล ครูฝึกเปี่ยมด้วยประสบการณ์ เอาใจใส่ในร่างกายและจิตใจของผู้ฝึก มีคลาสโยคะที่หลากหลาย และแปลกใหม่ เช่น Rhythm & Burn คลาสการเคลื่อนไหวร่างกายไปพร้อมเสียงเพลงจังหวะปลุกเร้า Pilates Mat คลาสฝึกท่า Pilates บนเสื่อโยคะ และ Barre คลาสออกกำลังกายที่ผสมผสานระหว่างศาสตร์ของ Pilates, Body Weight Training และ Ballet Barre

สโรจ เลาหศิริ

อาริยะ คำภิโล

ปัญจมา เลี่ยมสุวรรณ

อธิคม จิตตวนิชประภา

SME THAILAND X dtac SME จัด THE X-PERIENCE มัดใจลูกค้าด้วยประสบการณ์ว้าว!

เร็วๆ นี้ นิตยสาร SME Thailand ร่วมกับ dtac SME จัดงานสัมมนาแห่งปี "The X-Perience กลยุทธ์หยุดลูกค้า" ดึงกูรูนักการตลาดและผู้ประกอบการที่เชื่อในพลังของ Experience Marketing มาร่วมแบ่งปันมุมมองและกลยุทธ์ความสำเร็จ ซึ่งผู้ประกอบการสามารถนำไปปรับใช้เพื่อสร้างประสบการณ์มัดใจลูกค้าในสไตล์ตนเอง โดยหัวข้อสัมมนาภายในงานมีทั้ง "หยุดลูกค้าด้วยประสบการณ์ใหม่ เร็ว ง่าย คล่องตัว" โดย อธิคม จิตตวนิชประภา รองผู้อำนวยการสายงานลูกค้าธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม บริษัท โทเทิ่ล แอ็คเซ็ส คอมมูนิเคชั่น จำกัด (มหาชน) หรือ dtac SME, "ชุบชีวิตความเก่า สร้างประสบการณ์ใหม่มัดใจลูกค้า สไตล์ MHG" โดย ปัญจมา เลี่ยมสุวรรณ Assistant Vice President of Sales กลุ่มธุรกิจ มนทาระ ฮอสพิตาลิตี้ กรุ๊ป (MHG), "เปลี่ยนคอนเทนต์ให้เป็นประสบการณ์ว้าว! สไตล์ Jones' SALAD" โดย อาริยะ คำภิโล ผู้ก่อตั้ง Jones' SALAD และ "ธุรกิจยืนหนึ่งด้วย Experience Marketing" โดย สโรจ เลาหศิริ Chief Marketing Officer แห่ง Rabbit's Tale ณ ห้องประชุม ดร.ถาวร พรประภา ชั้น 5 อาคารสยามกลการ

จัดโดย SME Thailand magazine dtac SME

SME Thailand Privilege Club ครั้งที่ 12

บรรยากาศสนุกๆ จากการร่วมกิจกรรม Workshop ดริปกาแฟ แบบ Exclusive ของเหล่าสมาชิก SME Thailand Privilege Club ซึ่งครั้งนี้ได้ Drip King เมืองไทยอย่าง ปิยชาติ ไตรถาวร เจ้าของร้าน Gallery กาแฟดริป มาให้ความรู้แบบไม่กั๊ก เริ่มตั้งแต่การคัดเลือกเมล็ดกาแฟ ทำความเข้าใจในรสชาติ และรสชาติที่ถูกใจ รู้ถึงความสำคัญของขนาดบดกาแฟ อุณหภูมิน้ำ เวลาในการสกัดกาแฟ สอนเทคนิคการเทน้ำ และรู้จักกาวัดอัตราส่วนในการชงระหว่างน้ำกับกาแฟให้ได้รสชาติที่โดนใจ ให้ทุกคนได้ทดลองดริปและชิมกาแฟฝีมือตนเองอีกด้วย ณ Gallery Drip Coffee สาขาวังบูรพา สี่แยกสามยอด ถนนเจริญกรุง

สนใจร่วมกิจกรรมสุดพิเศษแบบนี้ เงื่อนไขง่ายๆ เพียงท่านเป็นสมาชิก SME Thailand Privilege Club เท่านั้น สอบถามข้อมูลเพิ่มเติมได้ที่ : สุขันษา (เอ๋) 0-2270-1123-4 ต่อ 115

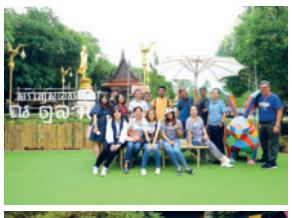
เคทีซีหนุนผู้ประกอบการไทย ผ่าน “KTC U SHOP”

“เคทีซี” หรือ บริษัทบัตรกรุงไทย จำกัด (มหาชน) เปิดพื้นที่ออนไลน์บนเว็บไซต์ www.ktc.co.th/ushop และ Line@KTCUSHOP ร่วมสนับสนุนพันธมิตรผู้ประกอบการไทยจำหน่ายผลิตภัณฑ์จากธรรมชาติและออร์แกนิกเพื่อสุขภาพ ครอบคลุมทุกไลฟ์สไตล์ หลากหลายแบรนด์กว่า 300 รายการ พร้อมมอบสิทธิพิเศษเครดิตเงินคืน 5 เปอร์เซ็นต์เมื่อชำระด้วยบัตรเครดิตเคทีซี และใช้คะแนน KTC FOREVER เท่ากับยอดใช้จ่ายในการแลกรับ ตั้งแต่วันที่ 1 กรกฎาคม-31 สิงหาคม 2562 ผู้สนใจสามารถสอบถามรายละเอียดและเงื่อนไขเพิ่มเติมได้ที่ KTC PHONE โทรศัพท์ 0-2123-5000

ซีอีเอ เปิดคอร์ส “Creative Career” แนะแนวอาชีพสร้างสรรค์คนรุ่นใหม่

อภิสิทธิ์ ไล่สัตรูไกล ผู้อำนวยการสำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ พร้อมมืออาชีพวงการอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ เปิดโครงการ “ครีเอทีฟ แคเรียร์ ค้นหาทางเลือกสู่อาชีพสร้างสรรค์” ภายใต้แนวคิด ยังเวิร์ค (#Youngเวิร์ค) กิจกรรมค้นหาตัวตนของน้องๆ วัยมหาวิทยาลัย เพื่อเตรียมพร้อมน้องนักศึกษาให้สามารถมองเห็นโอกาสในสายงานอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ใน 2 วันกับ 3 กิจกรรมหลัก คือ ครีเอทิฟ ทอล์ก ครีเอทิฟ เวิร์กช็อป และครีเอทิฟ คลินิก ณ ศูนย์สร้างสรรค์งานออกแบบ เชียงใหม่

citi
citi
citi



SME Thailand Joyful Rally ครั้งที่ 8 “หรรษา เริงร่า ชมเมืองจันท์”

นิตยสาร SME Thailand ร่วมกับ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ภูมิภาคภาคตะวันออก จัดกิจกรรม SME THAILAND JOYFUL RALLY ครั้งที่ 8 : “หรรษา เริงร่า ชมเมืองจันท์” เพื่อให้บรรดาคนรัก SME Thailand ได้ทำกิจกรรมที่เต็มไปด้วยความสุขร่วมกัน

สำหรับกิจกรรมในปีนี้ได้พาไปจังหวัดจันทบุรี โดยเริ่มจากพาไป Check In จุดชมวิวเนินนางพญา ที่ถูกขนานนามว่า “Scenic Route” ทัศนียภาพที่สวยงามที่สุดในภาคตะวันออก สัมผัสกับธรรมชาติของท้องทะเล แวะไหว้พระเติมแต้มบุญ ณ “วัดปากน้ำแขมหนู” อำเภอท่าใหม่ ชมโบสถ์เซรามิกสีน้ำเงินสุด Unseen สีสันโดดเด่น จากนั้นอิ่มอร่อยที่ Koff House Bar & Eatery ร้านอาหารสไตล์ยุค ‘90 บรรยากาศร้านตกแต่งเหมืองทองเก่าอย่างมีสไตล์ ชวนแวะแชะ ชิม ช้อปปิง ของดีของเด็ดที่ “ตลาดทุบหม้อ” ที่เที่ยวจันทบุรีแห่งใหม่ มีลักษณะเป็นตลาดย้อนยุค และมุ่งหน้าเข้าสู่ที่พัก โรงแรมมณีจันทร์ รีสอร์ท แอนด์ สปอร์ตคลับ ซึ่งมีกิจกรรมเกมการละเล่นมากมาย พร้อมงานปาร์ตี้สุดครีเอต ธีมย้อนยุคใส่ชุดไทย ลิ้มรสอาหารไทยพื้นบ้าน ทั้งคาว-หวาน หลากหลายเมนู และร่วมลุ้นรับของรางวัลพิเศษมากมาย

จัดโดย SME Thailand magazine amazing ไทยเที่ย

ร่วมสนับสนุนของรางวัลโดย

เวิลด์แก๊ส · ISO 27001 Certified go general outsourcing · FORTRON · OSOTSPA · โรงพยาบาลเจ้าพระยา Chaophya Hospital · BOLON EYEWEAR · FOODLAND OPEN 24 HOURS · FWD · นิวล็อค · HUA SENG HONG · SINGHA CORPORATION · dtac · COMPACT BRAKES · ออมสิน · SRIWILAI SUKHOTHAI · ไปรษณีย์ไทย THAILAND POST · AMOR crafted bakery · ISUZU

จะใช้พลังข้อมูลดิจิทัลได้อย่างไรบ้าง

Text : Ratchanee P.

ในยุคดิจิทัลที่มีข้อมูลท่วมทะลัก ซึ่งข้อมูลที่ว่านี้มีที่มาทั้งจากการไลค์ การแชร์ความคิดเห็นในโซเชียลมีเดีย การเซิร์ชเอนจิน การเช็กอิน การเข้าไปดูข้อมูลเว็บไซต์อะไรมาบ้าง หน้าไหน ที่เราทิ้งร่องรอยเอาไว้ตลอดเวลา โดยทั้งหมดนั้นเป็นข้อมูลแบบ Real Time ซึ่งมีข้อดีคือ ทำให้เราสามารถนำข้อมูลนั้นมาวิเคราะห์เพื่อตอบสนองต่อความต้องการของผู้บริโภคและสถานการณ์ต่างๆ ได้รวดเร็วกว่าเดิม

ด้วยพลังของข้อมูลนี้จึงเป็นทั้งโอกาสและความท้าทายของ SME ในการทำการตลาดบนออนไลน์ว่าจะหยิบจับมาใช้ประโยชน์ได้แค่ไหน เพราะข้อมูลดังกล่าวจะทำให้สามารถวิเคราะห์ได้ว่าผู้บริโภคมีพฤติกรรมอย่างไร และจะตัดสินใจทำอะไรได้ชัดเจนขึ้น ซึ่งอย่างที่เรารู้กันดีว่าเดี๋ยวนี้พฤติกรรมผู้บริโภคเปลี่ยนแปลงไปจากเดิมแล้ว จากแต่ก่อนที่จะตัดสินใจเลือกซื้อสินค้า จะเริ่มจากต้องรู้จักแบรนด์ก่อน แล้วจึงตัดสินใจซื้อมาลองใช้ ถ้าใช้ดีก็จะซื้อใช้ต่อไป แต่ในวันนี้ ผู้บริโภคมีช่องทางออนไลน์มากมายในการรู้จักแบรนด์ทั้งการรีวิว การแชร์ข้อมูลผ่านโซเชียลมีเดีย ฉะนั้นพฤติกรรมของผู้บริโภคก็เริ่มเปลี่ยนแปลงไป

ขณะเดียวกันข้อมูลเหล่านี้ยังสามารถใช้เป็นเครื่องมือวัดผลระหว่างการทำแคมเปญออนไลน์ได้อีกด้วย จึงทำให้สามารถนำมาปรับกิจกรรมทางการตลาดให้ตรงกับกลุ่มเป้าหมายยิ่งขึ้น ยกตัวอย่างเช่น ถ้าจะออกผลิตภัณฑ์อะไรสักอย่างที่มีกลุ่มเป้าหมายเป็นผู้ชาย แต่อย่างที่รู้กันว่าผู้หญิงก็ยังเป็นคนที่ซื้อของเข้าบ้าน ดังนั้น ในการทำคลิปเพื่อสร้างแคมเปญ แทนที่จะซื้อโฆษณาโดยเจาะกลุ่มเป้าหมายทั้งชายและหญิงพร้อมๆ กัน อาจจะใช้วิธีปล่อยวิดีโอคลิปไปก่อนโดยที่ยังไม่ซื้อโฆษณาเพื่อดูว่าคนที่เข้ามาคลิกดูคลิปวิดีโอตรงนี้เป็นกลุ่มผู้ชายผู้หญิงกี่เปอร์เซ็นต์ ซึ่งด้วยรูปแบบโฆษณาที่ดึงดูดผู้หญิงได้ดี อาจจะพบว่ามีผู้หญิงจำนวนมากที่คลิกเข้ามาดู แถมยังมีการแชร์ต่อไปให้เพื่อน ก็สามารถเอาข้อมูลนี้มาปรับในการซื้อโฆษณาที่มุ่งไปเจาะที่ตลาดผู้ชายมากขึ้นได้ เป็นต้น

ฉะนั้นการที่มีข้อมูลตรงนี้ นอกจากจะสามารถใช้ข้อมูลให้เป็นประโยชน์ ทำให้สามารถบริหารงบประมาณได้ดีขึ้น ยังทำให้การทำการตลาดมีความยืดหยุ่นสามารถเปลี่ยนแปลงได้ตลอดเวลา ทำให้เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้อย่างแท้จริง

ให้เรามีส่วนร่วมในการสร้างเสริมสุขภาพดี
ใกล้ชิดธรรมชาติและความงามของลำน้ำแควน้อย
ในวันพักผ่อนของคุณ
ได้ที่ ผึ้ง-หวาน รีสอร์ท จ.กาญจนบุรี

www.pungwaanriverkwai.com

ผึ้ง-หวาน
รีสอร์ท แอนด์ สปา

สำนักงานขายกรุงเทพ : 6/10 ซอยอารีย์ 5 ถนนพหลโยธิน แขวงสามเสนใน เขตพญาไท กรุงเทพฯ 10400
โทร : (02) 278 0878 แฟ็กซ์ : (02) 278 5060 อีเมลล์ : pw@pungwaanriverkwai.com

In every city around the world, You can always find a story

Take a Flight of Inspiration

- Taipei
- Europe
- North America

14 weekly direct flights from Bangkok to Europe
and 80 flights per week to North America via Taipei

GET IT ON Google Play

Download on the App Store

EVA AIR

A STAR ALLIANCE MEMBER

EVA departs from Asia to North America, Europe and Oceania.
We connect you to the world with comfortable, convenient and safe flights.

EVA Air, a SKYTRAX-certified 5-Star Airline.