

FREE

SME encourage you to start your own biz STARTUP

ISSUE 73 | OCTOBER 2019





Photo : กิจจา อภิชนธอิส

เมื่อคิดจะเป็นผู้ประกอบการอายุน้อย

นับวันจะมีผู้ประกอบการที่อายุน้อยอยู่ในช่วงวัยรุ่นวัยเรียนกันมากขึ้นเรื่อยๆ ด้วยเพราะเมื่อดิจิทัลเทคโนโลยีเข้ามาเป็นตัวขับเคลื่อน ทำให้ทุกคนสามารถเริ่มต้นทำธุรกิจได้ง่ายและสะดวกขึ้น จึงทำให้มีผู้ประกอบการสามารถแจ้งเกิด และสร้างอาณาจักรธุรกิจของตัวเองขึ้นมาได้ตั้งแต่อายุน้อยๆ แม้การเริ่มต้นธุรกิจในช่วงวัยเรียนจะเต็มไปด้วยไอเดียที่สดใหม่ และมีความได้เปรียบในเรื่องการใช้เทคโนโลยี อีกทั้งหากระหว่างทางสะดุดล้มขึ้นมาก็คือถือว่าเป็นประสบการณ์ได้บทเรียนมีเวลาที่จะกลับมาเริ่มต้นใหม่อีกครั้ง แต่กระนั้นก็มีข้อเสียอยู่บ้างตรงที่การทำธุรกิจตั้งแต่อายุน้อยทำให้ขาดประสบการณ์ ไม่มีทุน และอาจใช้อารมณ์ในการตัดสินใจจนทำให้เกิดความผิดพลาดได้ ดังนั้น จึงไม่ใช่เรื่องง่ายเลยในการทำธุรกิจให้อยู่รอดในช่วงอายุน้อย

ชวนกร บุญใส หรือ นอย ไตไว เป็นคนหนึ่งที่เริ่มต้นเป็นผู้ประกอบการเมื่ออายุเพียง 18 ปี จากการขายของแต่งรถบนเพจของตัวเอง ก่อนที่จะลุกขึ้นมาสร้างแบรนด์ท่อน Daivo ของตนเองในเวลาต่อมา แต่การทำธุรกิจที่มีการเติบโตอย่างรวดเร็วเกินความคาดหมายโดยลำพัง ทำให้การจัดสรรเวลาระหว่างการทำธุรกิจและการเรียนเป็นไปด้วยความยากลำบาก จนกระทั่งสุดท้ายทำให้เขาต้องตัดสินใจเลือกออกมาลุยธุรกิจอย่างจริงจัง ไม่รู้เลยว่าการตัดสินใจในครั้งนั้นของเขาถูกหรือผิด แต่ที่แน่ๆ คือแบรนด์ Daivo ของเขากำลังไปได้สวยทีเดียว

รับัน พันธรัฐจิตต์
บรรณาธิการ
nee_pan@hotmail.com
SME Startup

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

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

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

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

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



CONTENTS

8 CREATIVE&IDEA
magFish ปลาอะไรซักฟาดได้แกมยังรักโลกอีกต่างหาก

10 MARKETING
เจาะเคล็ดลับ Huda Beauty สร้างผู้ติดตาม 39 ล้านบน IG ได้อย่างไร
และ 4 เครื่องมือช่วยวิเคราะห์ IG ที่ผู้ประกอบการต้องรู้

12 YOUNG MONEY MAKER
เริ่มต้นจากศูนย์แต่ขายหมวกกลับบินไอค้ำริบ HALO TOP
พวงดาเกียบเงินแสนต้นตอ

14 INTERVIEW
สัมภาษณ์ ชวนกร บุญใส The Route of Noi Daivo

18-19 SELF-EMPLOYED
NEIGHBOR CRAFT จากงานอดิเรกสู่งานคราฟต์ทำเงิน
ของ กนกพร สุรัสวดี และ บัญญา มินห์ริสุโรมา สองสาวเพื่อนสนิท
ที่หลงใหลในงานศิลปะ และ Minisize me เสื้อผ้ารักโลกที่เอาใจคุณแม่
อยากแต่งตัวเหมือนคุณลูก ของคุณแม่เมืองลาว ลูกชบา ปิตินันท์

20 TECH STARTUP
Tellscore แพลตฟอร์ม เชื่อมแบรนด์กับ Influencer

22 HEALTH
4 วิธิตดพลานิติกเพื่ออนุรักษ์สิ่งแวดล้อมให้กับคนหลัง
และออกกำลังกายช่วงเวลาไหนดีที่สุด

24 INSPRIED ME
ป-ปติภา อรรถกรศิริโพธิ์ 5 ญญางสำคัญทำให้งานในฝันเกิดเป็นจริง

KIYOI

สร้างอากาศบริสุทธิ์ เพื่อคุณและคนที่คุณรัก

กำจัดมลภาวะในอากาศ PM2.5
ได้อย่างมีประสิทธิภาพถึง 99.50%



KI-AP1060

KI-AP1125

ผ่านการรับรองมาตรฐานจากประเทศญี่ปุ่น

* ผ่านการรับรองมาตรฐานจากมหาวิทยาลัยชิโอเกะ

ติดต่อสั่งซื้อได้ที่

5 Stages Air Purification System

แผ่นกรองอากาศที่ครบถ้วนทุกขั้นตอนในชุดเดียวง่ายต่อการเปลี่ยน
พร้อมระบบฆ่าเชื้อโรคด้วย UVC และ PCO

LA NATURE
Living at Nature

นำเข้า และจัดจำหน่ายโดย บริษัท ลาเนเจอร์ จำกัด
235 ถนนลาซาล แขวงบางนาใต้ เขตบางนา กรุงเทพฯ 10260

Website www.kiyoiair.com
Tel. 096-7367363
Fax 02-0336231

E-Mail info@kiyoiair.com
Facebook [Kiyoiair](https://www.facebook.com/Kiyoiair)
Twitter [@kiyoi](https://twitter.com/kiyoi)



What's up



อยากได้เงินนักลงทุนต้องมี 2 สิ่งนี้

สองสิ่งที่นักลงทุนต้องการจากเจ้าของธุรกิจก่อนตัดสินใจให้เงินลงทุน คือ 1.ความมุ่งมั่นตั้งใจในการทำธุรกิจ เพราะช่วยเสริมสร้างความมั่นใจให้กับนักลงทุนได้ว่า ธุรกิจที่พวกเขาให้เงินลงทุนจะเดินไปได้ไกลและสามารถเติบโตได้อย่างแน่นอน และ 2.ความพร้อมในการรับมือกับความเสี่ยงที่จะเกิดขึ้นกับธุรกิจ เพื่อให้ให้นักลงทุนสบายใจได้ว่า ถ้าเกิดสถานการณ์อันยากลำบากขึ้น เจ้าของธุรกิจจะต่อสู้กับสถานการณ์นั้นด้วยแผนรับมือที่คิดมาเป็นอย่างดี จะไม่ยอมแพ้ง่ายๆ และมีเพื่อนหรือคนใกล้ชิดจำนวนมากที่มีความมั่นคงทางการเงิน ซึ่งพร้อมให้เงินลงทุนในช่วงระหว่างที่รอการลงทุนรอบใหม่ ธุรกิจจึงดำเนินต่อไปได้อย่างไม่สะดุด และพร้อมยื่นมือเข้าช่วยเหลือในยามที่ธุรกิจเจอกับปัญหาทางการเงิน ถ้ามี 2 สิ่งนี้แล้วก็เดินหน้าเข้าหานักลงทุนเลย!

หาจากไหน...ไอเดียเริ่มต้นธุรกิจ

อยากทำธุรกิจ แต่ไม่รู้จะเริ่มต้นอย่างไร? นี่คือการถามยอดฮิตของว่าที่ผู้ประกอบการที่บางครั้งกว่าจะได้คำตอบก็มีคนทำธุรกิจนั้นตัดหน้าไปแล้ว ฉะนั้นเพื่อให้ธุรกิจในพื้นที่ไหนใครชิงไปเริ่มก่อน จึงอยากแนะนำเคล็ดลับ (ไม่) ลับที่ช่วยให้ค้นเจอไอเดียเริ่มต้นธุรกิจเร็วขึ้น

มองหาทักษะที่มีหรือสิ่งที่ถนัดที่สุดแล้วทำธุรกิจเกี่ยวกับสิ่งนั้น เพราะทำให้มีความสุขกับธุรกิจที่ทำ รู้สึกว่าไม่ยากอย่างที่คิด และทำออกมาได้ดีว่าการเลือกทำธุรกิจที่ไม่ถนัด

ทำของให้เพื่อน อาจเริ่มจากของแฮนด์เมดที่ตัวเองชอบทำแล้วถามถึงความคิดเห็นที่พวกเขามีต่อของชิ้นนั้น เช่น ชอบหรือไม่ อยากให้ปรับปรุงแก้ไขตรงไหน และจะซื้อในราคาเท่าไร จากนั้นนำความคิดเห็นที่ได้มาพัฒนาให้ของออกมาถูกใจเพื่อนมากที่สุด

นึกถึงปัญหาที่เจอในชีวิตประจำวันแล้วคิดหาสินค้าหรือบริการที่ช่วยแก้ไขปัญหานั้น นำเสนอสินค้าหรือบริการกับเพื่อน พร้อมทั้งถามพวกเขาว่าจะยอมซื้อหรือไม่ หากไม่ ต้องปรับปรุงอะไรเพิ่มเติม

ไอเดียเริ่มต้นธุรกิจบางครั้งก็มาจากสิ่งที่มีหรือข้อดีของตัวเอง



ทำไม Zilingo มีแววเป็นยูนิคอร์น SEA?

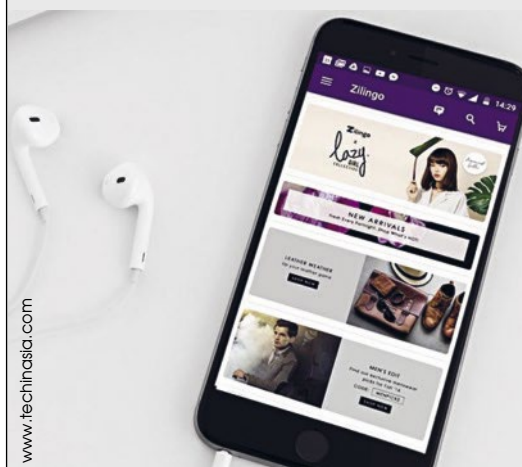
Zilingo เป็น Startup สายแฟชั่นจากสิงคโปร์ที่เน้นขายสินค้าแฟชั่นจากแบรนด์เล็ก ฉายแววขึ้นแท่นยูนิคอร์นใน SEA จาก 2 ปัจจัยหลักต่อไปนี้

ปัจจัยแรกคือ ช่วยเพิ่มขีดความสามารถให้กับผู้ขาย แม้ผู้ขายจะไม่เก่งภาษาอังกฤษแต่ก็สามารถขายสินค้าได้อย่างราบรื่น เพราะ Zilingo จะแปลข้อความทั้งหมดเป็นภาษาท้องถิ่นของผู้ขายนั้นๆ รวมถึงแปลงสกุลเงินให้เป็นสกุลเงินท้องถิ่น เพื่อให้ผู้ขายขายสินค้าได้ง่ายขึ้น และมีเครื่องมือพร้อมทั้งบริการที่ช่วยเพิ่มประสิทธิภาพการขายให้ดียิ่งขึ้น โดยผู้ขายสามารถใช้งานได้ฟรี จากความสะดวกสบายนี้ทำให้ Zilingo มีผู้ขายรายใหม่เพิ่มขึ้น 250 รายในทุกๆ เดือน

ปัจจัยที่สองคือ แปรณต์ที่ขายใน Zilingo มีความแตกต่างจากแปรณต์ที่ขายในเว็บไซต์อี-คอมเมิร์ซอื่น โดยมุ่งเน้นไปที่แปรณต์แฟชั่นรายเล็ก เพราะเข้าใจในพฤติกรรมของการช้อปปิ้งของชาวเอเชียส่วนใหญ่ที่ชอบซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นของแปรณต์เล็กหรือแปรณต์อินดี้มากกว่าแปรณต์ไฮเอนด์หรือแปรณต์ในห้าง

ซึ่งจากความต่างนี้ทำให้ Zilingo เข้าใจในใจนักช้อปปิ้งออนไลน์ในเอเชียได้ไม่ยาก

หาความต่างให้เจอ แล้วคำว่า ยูนิคอร์น จะอยู่ไม่ไกลเกินเอื้อม



DON'T WORRY ABOUT FAILURE; YOU ONLY HAVE TO BE RIGHT ONCE.

Drew Houston ผู้ก่อตั้ง Dropbox

อย่ากังวลกับความล้มเหลว
แต่ทำให้สำเร็จสักครั้งก็พอ

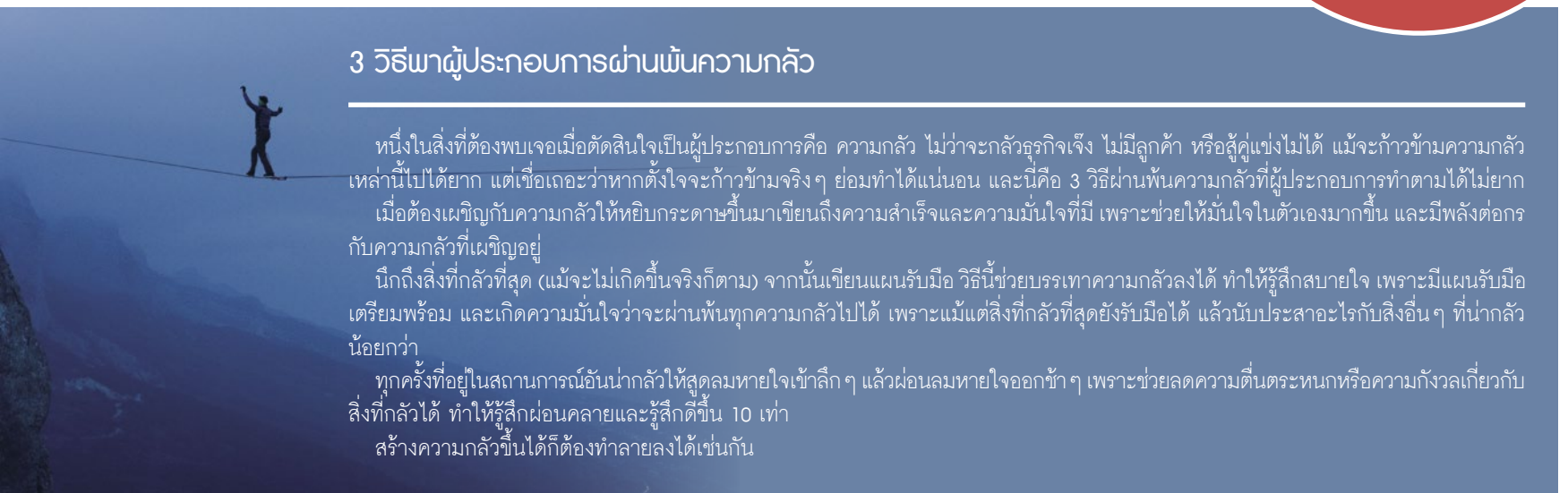
3 วิธีพาผู้ประกอบการผ่านพ้นความกลัว

หนึ่งในสิ่งที่ต้องพบเจอเมื่อตัดสินใจเป็นผู้ประกอบการคือ ความกลัว ไม่ว่าจะกลัวธุรกิจเจ๊ง ไม่มีลูกค้า หรือสู้คู่แข่งไม่ได้ แม้จะก้าวข้ามความกลัวเหล่านี้ไปได้ยาก แต่เชื่อเถอะว่าหากตั้งใจจะก้าวข้ามจริงๆ ย่อมทำได้แน่นอน และนี่คือ 3 วิธีผ่านพ้นความกลัวที่ผู้ประกอบการทำตามได้ไม่ยาก เมื่อต้องเผชิญกับความกลัวให้หยิบกระดาษขึ้นมาเขียนถึงความสำเร็จและความมั่นใจที่มี เพราะช่วยให้มั่นใจในตัวเองมากขึ้น และมีพลังต่อกรกับความกลัวที่เผชิญอยู่

นึกถึงสิ่งที่กลัวที่สุด (แม้จะไม่เกิดขึ้นจริงก็ตาม) จากนั้นเขียนแผนรับมือ วิธีนี้ช่วยบรรเทาความกลัวลงได้ ทำให้รู้สึกสบายใจ เพราะมีแผนรับมือเตรียมพร้อม และเกิดความมั่นใจว่าจะผ่านพ้นทุกความกลัวไปได้ เพราะแม้แต่สิ่งที่กลัวที่สุดยังรับมือได้ แล้วนับประสาอะไรกับสิ่งอื่นๆ ที่น่ากลัวน้อยกว่า

ทุกครั้งที่อยู่สถานการณ์อันน่ากลัวให้สุดลมหายใจเข้าลึกๆ แล้วผ่อนลมหายใจออกช้าๆ เพราะช่วยลดความตื่นตระหนกหรือความกังวลเกี่ยวกับสิ่งที่กลัวได้ ทำให้รู้สึกผ่อนคลายและรู้สึกดีขึ้น 10 เท่า

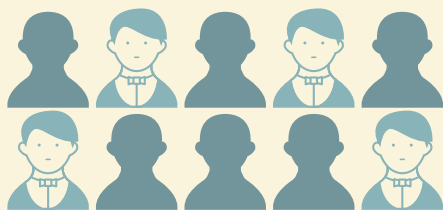
สร้างความกลัวขึ้นได้ก็ต้องทำลายลงได้เช่นกัน



www.sso.go.th

GEN Z

กับการช้อปปิ้งออนไลน์



GEN Z
ปี 2020

มีจำนวน
40%
ของผู้บริโภค

มีกำลังซื้อ
44
พันล้านดอลลาร์ฯ

พฤติกรรมการใช้ออนไลน์

45%

เกือบทุกวัน

44%

หลายครั้งต่อวัน

ความภักดีต่อแบรนด์

55%

ใช้แบรนด์ที่ชอบ

42%

ให้ความสำคัญ
กับแบรนด์

คอนเทนต์ที่ชอบ



82.3%

โปรโมชั่น
และลดราคา



44.3%

แนะนำ
โปรดักต์



26.6%

ข้อมูลใหม่ๆ
ของบริษัท

การตัดสินใจซื้อ

จากการเก็บโซเชียลมีเดีย

29.8% ไม่เคยซื้อ

33.0% ซื้อครั้งเดียว

29.8% ซื้อ 2-3 ครั้ง

5.2% ซื้อ 8-10 ครั้ง

1.6% มากกว่า 11 ครั้ง

จากการอ่านอีเมล

27.9%

1 ครั้ง

28.5%

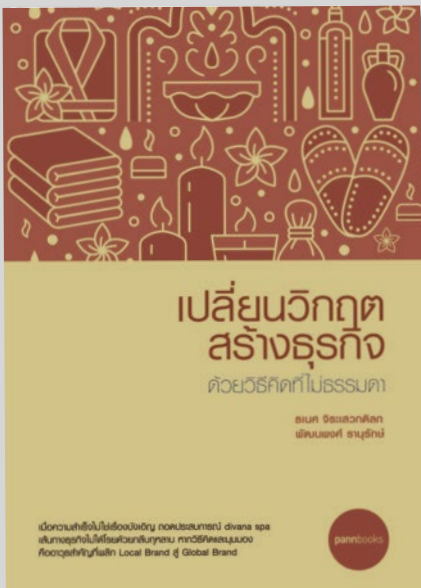
2-5 ครั้ง

5-9%

6-10 ครั้ง

1%

มากกว่า 11 ครั้ง



เปลี่ยนวิกฤตสร้างธุรกิจ ด้วยวิธีคิดที่ไม่ธรรมดา

มุมมองธุรกิจแบบของ
รณศ จิระเสวกดี และ พัฒนพงศ์ ธานุรักษ์
ผู้ก่อตั้ง divana spa

ราคา **295** บาท

“

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

”

BEST SELLER!

ฆ่าไม่ได้ ตายไม่เป็น

เชื่อเถอะ! คุณจะไม่มีวันถูก “ฆ่า” ถ้าได้อ่านเล่มนี้

ราคา **225** บาท

“

ผลงานเล่มล่าสุดของ เกียรติอนันต์ ล้วนแก้ว
จะทำให้คุณเห็นภาพที่แท้จริงของพลังแห่งการดิ้นรนผ่านกรณีศึกษา
ที่เกิดขึ้นจริงกับเหล่าแบรนด์ดังผู้ทิ้งร่องรอยประสบการณ์
เป็นบทเรียนในการเอาตัวรอดจากดิ้นรน

”



สั่งซื้อผ่านสำนักพิมพ์ Pannbooks **ฟรีค่าจัดส่งทุกปก**
หรือหาซื้อได้แล้ว ที่ร้านซีอี๊ด นายอินทร์ บิฑูเอส คิโนะคุนิยะ
และร้านหนังสือชั้นนำทั่วประเทศ

pannbooks



ติดต่อสั่งซื้อ : คุณสุชินษา (เอ๋)
Ins. 0-2270-1123-4 ต่อ 115
f pannbooks



MAGFISH

ปลาอะไรซักตัวได้เกมยังรักโลกอีกต่างหาก

Text : Kritsana S

ปลาอะไรซักตัวได้เกมยังรักโลกอีกต่างหาก?

คำตอบของคำถามนี้คือ ปลา magFish ที่เราเห็นในภาพ ซึ่งหากลองปล่อยลงไปว่ายในเครื่องซักผ้า จะทำให้เสื้อผ้าสะอาด ไรฝุ่นอันกวนใจ และหากปล่อยน้ำหลังการซักผ้าลงในแหล่งน้ำธรรมชาติ น้ำก็ไม่เน่าเสีย เพราะสะอาด ปราศจากสารเคมี

ปลาน่ารักๆ เหล่านี้ถูกเพาะพันธุ์ขึ้นโดย ฝน-วิรัชา โทณะวณิก พร้อมด้วย อ้อม-สุญญดา ไพรงค์ และ อาย-อนันดา โทณะวณิก โดยมีฝนเป็นตัวตั้งตัวตี เพราะประทับใจในการทำงานของแมกนีเซียมซักผ้า (แมกนีเซียมบริสุทธิ์ 99.95 เปอร์เซ็นต์ ผ่านกระบวนการให้พร้อมทำปฏิกิริยากับน้ำ มีรูปทรงเป็นบอลขนาดเล็ก) ที่เพื่อนซื้อมาฝากจากญี่ปุ่น เนื่องจากช่วยให้ผ้าสะอาด ที่สำคัญน้ำหลังการซักยังเป็นมิตรต่อคลอง เพราะไม่มีสารเคมีตกค้าง ทำให้ฝนของเธอที่อยากเห็นคลองเน่าเสียกลับมาดีมีโอกาสดูดีขึ้นจริง

“แมกนีเซียมซักผ้าเป็นเรื่องที่ใหม่ในเมืองไทย มีขายไม่กี่แบรนด์และเป็นแบรนด์นำเข้า ถูกบรรจุในถุงวงกลมที่ตัดเย็บจากผ้าโพลีเอสเตอร์และผ้าไนลอน ทุกครั้งที่ซักจะมีเส้นใยพลาสติกเล็กๆ หลุดไปในธรรมชาติและไม่ย่อยสลาย จากจุดนี้ทำให้เราคิดทำ magFish แมกนีเซียมซักผ้าในรูปลักษณะของปลาที่ทุกคนคุ้นเคย เช่น ปลาทุ ปลาปักเป้า ปลานกแก้ว และปลาการ์ตูน พวกเราออกแบบปลาทุกตัวให้ดูน่ารักน่าใช้ เพราะเชื่อในพลังของการออกแบบว่ามีผลต่อการตัดสินใจซื้อ และตัดเย็บปลาตัวเอง ใช้ผ้าป่านัสลินเย็บเป็นถุงกระเพาะปลาสำหรับใส่แมกนีเซียมแล้วเย็บทับด้วยผ้าลินินเป็นปลาสีสดต่างๆ ปลาทุกตัวขนาดเท่าปลารูจิ มีน้ำหนัก 100 กรัม เหมาะสำหรับซักผ้าขนาดไม่เกิน 9 กิโลกรัม ใช้ได้นานกว่า 360 ครั้ง เมื่อใช้เสร็จนำไปฝังลงดินเป็นปุ๋ยของต้นไม้ได้” ฝนกล่าว



ขั้นตอนการทำงานของแมกนีเซียมซักผ้าคือ เมื่อสัมผัสกับน้ำ จะทำให้น้ำแตกตัว และเมื่อเจอกับแรงเหวี่ยงของเครื่องซักผ้า หรือแรงยี้จะปล่อยไฮโดรเจนออกมามาจับกับสิ่งสกปรก ถ้าใช้อย่างต่อเนื่องคราบตะกรันและกลิ่นเหม็นในถังซักผ้าจะหายไป โดยเสื้อผ้าที่ซักด้วยแมกนีเซียมจะไม่แข็งกระด้าง เส้นใยนุ่มตามสภาพของเส้นใยนั้นๆ จึงไม่จำเป็นต้องใช้น้ำยาปรับผ้านุ่ม ในกรณีซักมือ หลังย่ำปลาในน้ำ 3-5 นาที ให้นำปลาขึ้น แล้วนำเสื้อผ้าลงไปซัก ซักเสร็จก็ตากได้เลยโดยไม่ต้องล้างน้ำ

magFish ไม่ได้ขายเฉพาะความน่ารักของสินค้าเท่านั้น แต่ยังสร้างความน่ารักให้กับปลาทุกตัวในการตู้นปลาที่โพสต์ลงเฟซบุ๊กเพจของแบรนด์ รวมถึงรูปแบบการขายที่จำลองให้เหมือนการซื้อปลาในตลาดปลา โดยในเฟซบุ๊กเพจจะมีอัลบั้มชื่อ Fish Market ที่ทั้งสามสาวจะทยอยลงปลาให้ลูกค้าได้เลือกซื้อทุกวัน และมีการขายปลาแบบกษาปองที่ลูกค้าต้องลุ้นว่าจะได้รับปลานิดใด

ไม่เพียงเท่านั้น ลูกค้าทุกคนยังมีสิทธิ์ลุ้นรับ magFish ไส้เล็กเพียงนำ Fish id ที่อยู่บน Backcard มาลงทะเบียนร่วมสนุกในเฟซบุ๊กเพจ พร้อมตอบว่าบ้านอยู่ใกล้คลองหรือแหล่งน้ำธรรมชาติอะไร ซึ่งความตั้งใจในการจัดกิจกรรมนี้คือ อยากให้ทุกคนคิดถึงแหล่งน้ำธรรมชาติที่อยู่ใกล้ตัว และยังเป็นการช่วยลดขยะ เพราะต้องเก็บ Backcard ไว้ร่วมสนุก ซึ่งหลังจากเก็บไว้สักกระยะ ความเป็นขยะจะหายไป เพราะทุกคนเริ่มมองหาวิธีการใช้ประโยชน์จากสิ่งนี้ เช่น ให้ลูกใช้เป็นแผ่นระบายสี หรือใช้เป็นแผ่นรองเขียน

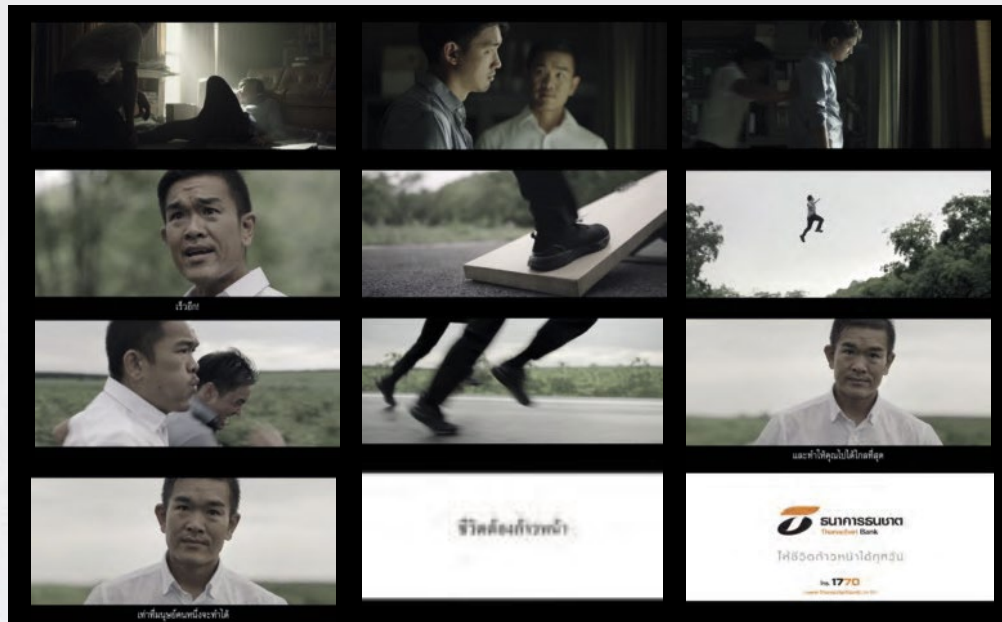
เห็นหรือยังว่า ความคิดสร้างสรรค์ที่ถ่ายทอดลงไปในแบรนด์ มีพลังมากพอทำให้ลูกค้ายอมจ่าย ๕

[f magfishplarknam](https://www.facebook.com/magfishplarknam)
[i magfish.plarknam](https://www.instagram.com/magfish.plarknam)
[t @magfish](https://www.tiktok.com/@magfish)

ธนาคารปลื้มหน้าโฆษณา

“ก้าว”

กระแสดีเกินคาด
ออนไลน์ไม่ถึงเดือน
ยอดวิวทะลุ 12 ล้าน!



หลังจากเปิดตัวไปเมื่อเดือนกรกฎาคมที่ผ่านมา หนึ่งโฆษณาเรื่อง “ก้าว” ของธนาคารธนชาต ที่นำเสนอแนวคิด “ให้ชีวิตก้าวหน้าได้ทุกวัน YOUR EVERYDAY PROGRESS” ก็ได้รับกระแสตอบรับดีเกินคาด โดยมีการแชร์กันในโลกโซเชียลจนทำให้ยอดวิวในยูทูปทะลุ 12 ล้านวิวอย่างรวดเร็ว งานนี้ต้องยกความดีความชอบให้กับเนื้อหาของหนึ่งโฆษณาที่สามารถสร้างแรงบันดาลใจให้กับคนที่กำลังท้อในสถานการณ์ต่างๆ มีกำลังใจในการ “ก้าว” ต่อไปได้ และเป็นเสมือนพันธมิตรสัญญาที่ธนาคารธนชาตซึ่งนำโดย **ประพันธ์ อนุพงษ์ธออาจ** ซีอีโอ พร้อมด้วยพนักงานทั้งหมดให้คำมั่นกับลูกค้าว่า ธนาคารธนชาตจะเติบโตและก้าวหน้าไปด้วยกันกับลูกค้าในทุกๆ วัน

หนึ่งโฆษณาเรื่องนี้เป็นผลงานกำกับของ **ต่อ - ธนุชัย ศรศรีวิชัย** หรือ **ต่อ - ฟิโนมิเน่า** (Phenomena) ผู้กำกับภาพยนตร์โฆษณาชื่อดังที่ ต้องการจะสื่อสารแนวคิด ให้ชีวิตก้าวหน้าได้ทุกวัน YOUR EVERYDAY PROGRESS ของธนาคารธนชาต โดยสร้างสรรค์เรื่องราวจาก Insight ของคน และเรื่องจริงที่เกิดขึ้นที่ทางธนาคารธนชาตช่วยเหลือลูกค้าให้ผ่านพ้นจากชีวิตกันเหวนำเสนอด้วยโทนอารมณ์ที่สื่อถึงความเป็นคนที่เข้าใจความรู้สึกของคนด้วยกัน ที่อยากจะให้คนคนนั้นพ้นจากจุดที่เขาไปต่อไม่ไหว ให้ลุกขึ้นมา ฮึดสู้ และก้าวหน้าต่อไปได้

ประพันธ์ กล่าวว่า สิ่งเหล่านี้เกิดจากความเชื่อของธนาคารธนชาตที่ว่า ก้าวเล็กๆ ในทุกวัน นำไปสู่ก้าวที่ยิ่งใหญ่เสมอ ซึ่งธนาคารธนชาตจะทำหน้าที่ในฐานะชุมพลแห่งความสำเร็จให้กับลูกค้า นำพาชีวิตลูกค้าให้ก้าวหน้าทุกๆ วันผ่านการใช้ผลิตภัณฑ์และบริการ เป็น “YOUR EVERYDAY PROGRESS” ที่จะเติบโตและก้าวหน้าไปด้วยกันตลอดเส้นทางไปสู่เป้าหมาย

“ธนาคารธนชาตขอบคุณลูกค้าที่ใช้ผลิตภัณฑ์และบริการทางการเงินของเรา เราทุ่มเทศึกษาวิจัยความต้องการของลูกค้าในแต่ละกลุ่ม เพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการทางการเงินที่ตอบโจทย์ความต้องการของลูกค้าให้ตรงจุดและสุดพลังความสามารถที่ธนาคารมีอยู่ พร้อมไปกับการพัฒนาบุคลากรให้มีความรู้ความเข้าใจในผลิตภัณฑ์และบริการ เพื่อเป็นที่ปรึกษาทางการเงินที่มีประสิทธิภาพให้กับลูกค้า รวมถึงพัฒนาช่องทางให้บริการเพื่อมอบความสะดวก รวดเร็ว และหลากหลาย ด้วยเทคโนโลยีและกระบวนการให้บริการที่กระชับ เพื่อสร้างประสบการณ์ที่ดีที่สุดให้กับลูกค้า เพื่อที่ผลิตภัณฑ์และบริการจะทำให้ลูกค้า “ก้าว” ไปให้ถึงเป้าหมายในชีวิตด้วยกันทุกวัน ”

ชมหน้าโฆษณา “ก้าว” ได้ที่

www.thanachartbank.co.th

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

[YouTube Thanachart Bank ธนาคารธนชาต](https://www.youtube.com/ThanachartBank)

เจาะเคล็ดลับ

HUDA BEAUTY

สร้างผู้ติดตาม 39 ล้านบน IG ได้อย่างไร

Huda Beauty คือ อินสตาแกรมของ Huda Kattan บิวตี้บล็อกเกอร์ผู้มีชื่อเสียงระดับโลก มีผู้ติดตามบนอินสตาแกรมมากกว่า 39 ล้านคน โดยเธอได้รับค่าจ้างในการโพสต์สูงถึง 18,000 ดอลลาร์สหรัฐฯ ต่อ 1 โพสต์ มีมูลค่าทรัพย์สินมากกว่า 4.5 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ ซึ่ง Time Magazine ยกให้เป็น Influencer กลุ่มเดียวกับ J.K Rowling และ Kim Kardashian West ด้านธุรกิจเครื่องสำอาง

ด้านธุรกิจเครื่องสำอาง Huda Beauty ของเธอก็กำลังไปได้สวย โดยสินค้าของแบรนด์อย่าง Liquid Lipstick สร้างปรากฏการณ์ขายหมดในเวลาไม่ถึง 1 ชั่วโมงหลังวางขาย

สิ่งที่ทำให้บิวตี้บล็อกเกอร์สาวตามคณนี้กลายเป็นเศรษฐี คือ การเป็นคนดังบนอินสตาแกรม และการที่มีผู้ติดตามหลักสิบล้านคอยสนับสนุนธุรกิจ ซึ่ง 4 เคล็ดลับที่เธอใช้สร้างผู้ติดตามมีดังนี้

เคล็ดลับที่ 1 ให้ความสำคัญกับเนื้อหา

กว่า 70 เปอร์เซ็นต์ที่ Huda Kattan โพสต์คือ วิดีโอ เพราะผู้ใช้อินสตาแกรมใช้เวลาเวลามากกว่า 80 เปอร์เซ็นต์ไปกับการดูวิดีโอ และวิดีโอเรียกยอดไลค์ได้ รวมถึงได้รับความคิดเห็นและการมีส่วนร่วมสูงกว่ารูปภาพ วิดีโอที่เธอโพสต์ ได้แก่ เคล็ดลับความงาม สาธิตการใช้เครื่องสำอาง เทรนด์แฟชั่นล่าสุด และสอนทำสกริปโฮมเมด เป็นต้น

นอกจากนี้ เธอยังโพสต์ Instagram Stories ด้วย โดยทำออกมาเหมือน Vlog เนื้อหาที่โพสต์ส่วนใหญ่เกี่ยวกับกิจกรรมที่ทำในวันนั้นๆ รีวิวเครื่องสำอางที่ประทับใจ รวมถึงทำให้ผู้ติดตามรู้สึกถึงความเป็นกันเอง เข้าถึงง่าย ด้วยการโพสต์รูปส่วนตัว เช่น รูปสามี ลูกสาว และพี่สาว ภาพเซลฟี่ และบทสัมภาษณ์ต่างๆ ของเธอ เป็นต้น

เรื่องนี้ต้องรู้ : Huda Kattan โพสต์อินสตาแกรม 3-5 โพสต์ต่อวัน แต่ละโพสต์โพสต์ห่างกัน 2-3 ชั่วโมง วิธีนี้ช่วยเพิ่มการมองเห็นโพสต์ได้ 70 เปอร์เซ็นต์

เคล็ดลับที่ 2 แชรโพสต์คนอื่น

การแชร์โพสต์ของคนอื่นเป็นหนึ่งในวิธีสร้างคอนเทนต์โดยไม่ต้องเสียค่าใช้จ่าย ไม่ต้องเสียเวลาสร้างคอนเทนต์ใหม่ และช่วยเพิ่มจำนวนคนเข้าชมอินสตาแกรมได้ 29 เปอร์เซ็นต์ โดยเธอเลือกแชร์โพสต์วิดีโอแต่งหน้าตลกๆ วิดีโอไวรัล โพสต์ของบิวตี้บล็อกเกอร์ที่มีผู้ติดตามมากกว่า 20,000 คน และโพสต์สนับสนุนเครื่องสำอาง Huda Beauty ที่ลูกค้าสร้างขึ้น ซึ่งการแชร์โพสต์ของลูกค้าที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับแบรนด์จะทำให้แบรนด์ดูน่าเชื่อถือมากกว่าแบรนด์โพสต์เอง

เคล็ดลับที่ 3 ล้อด้วยของ

ทุกครั้งที่เปิดตัวสินค้าใหม่ เธอจะสร้างกิจกรรมให้ทุกคนได้ร่วมสนุกลุ้นรับของรางวัล พร้อมทั้งทำโฆษณาโปรโมตกิจกรรมนั้น เช่น โฆษณาผ่านวิดีโอตลกเพื่อให้เข้าถึงคนจำนวนมาก เธอมักจัดกิจกรรมระหว่างสัปดาห์และเปลี่ยนของรางวัลใหม่ทุกวัน ไฮไลต์ของกิจกรรมคือ ของรางวัลชิ้นใหญ่ที่ทุกคนอยากได้ เธอเปิดโอกาสให้แต่ละคนร่วมสนุกได้หลายครั้ง เพื่อเพิ่มจำนวนการเข้าถึงโพสต์ และใช้ #hudabeautygiveaway เพื่อให้ง่ายต่อการติดตามโพสต์ของผู้ร่วมสนุก

เคล็ดลับที่ 4 ใช้แฮชแท็กให้เหมาะ

Huda Beauty เป็นที่รู้จักในอินสตาแกรม เพราะแฮชแท็ก #hudabeauty การใช้แฮชแท็กนี้ทำให้ง่ายต่อการค้นเจอโพสต์เกี่ยวกับเธอและแบรนด์เครื่องสำอางของเธอ รวมถึงได้รับความคิดเห็นต่างๆ ที่เป็นประโยชน์ต่อการผลิตสินค้าให้ออกมาตอบใจภัยความต้องการของลูกค้า หากมีสินค้าใหม่ เธอจะตั้งแฮชแท็กเกี่ยวกับสินค้านั้นและใช้มัน แต่ละโพสต์เธอใช้เพียง 2-4 แฮชแท็กเท่านั้น และไม่ใช้แฮชแท็กทั่วไป เช่น #makeup เพราะคนใช้เยอะ โพสต์จึงเลื่อนหายเร็ว

เรื่องนี้ต้องรู้ : จากการศึกษพบว่า โพสต์ที่ใช้อย่างน้อย 1 แฮชแท็ก เพิ่มการมีส่วนร่วมได้มากกว่า 12.6 เปอร์เซ็นต์เมื่อเปรียบเทียบกับโพสต์ที่ไม่ใช้แฮชแท็ก ๑

4

เครื่องมือช่วยวิเคราะห์ IG ที่ผู้ประกอบการต้องรู้

เมื่อไม่กี่เดือนที่ผ่านมามี
อินสตาแกรมได้เพิ่มคุณสมบัติใหม่ เช่น
การติดตามเก็สสินค้า การโต้ตอบ
รูปแบบใหม่บน Instagram Stories
และการซ่อนจำนวนไลค์

ซึ่งคุณสมบัติเหล่านี้ส่งผลกระทบต่อการประเมินประสิทธิภาพการทำการตลาดบนโซเชียลมีเดียนี้ ดังนั้น ผู้ประกอบการจึงต้องมีเครื่องมือวิเคราะห์ต่อไปนี้เป็นตัวช่วย

1

Tailwind

เครื่องมือติดตามผู้ติดตามอินสตาแกรมของแบรนด์ ตรวจสอบแฮชแท็กว่าทำให้โพสต์ถูกมองเห็นมากน้อยเพียงใด และเปรียบเทียบความสำเร็จของแต่ละโพสต์ รวมถึงค้นหาผู้ติดตามที่มีอิทธิพลกับแบรนด์ ซึ่งอาจทำให้ผู้ประกอบการได้เจอกับพันธมิตรทางการตลาด

2

Hootsuite

เครื่องมือที่เข้ามาอำนวยความสะดวกในเรื่องการตั้งเวลาโพสต์ รวมถึงรวมทุกบัญชีโซเชียล ที่ผู้ประกอบการใช้งานไว้ในหน้าเดียวกัน เพื่อให้ง่ายต่อการจัดการ และมีการรายงานเกี่ยวกับจำนวนผู้ติดตาม อัตราการมีส่วนร่วมในแต่ละโพสต์ และยอดไลค์ของแต่ละรูปภาพ เป็นต้น

3

HypeAuditor

เครื่องมือรายงานข้อมูลสำคัญต่างๆ ที่จำเป็นต้องรู้ เช่น ข้อมูลเบื้องต้นของผู้ติดตาม บัญชีใช้งานปลอม และอัตราส่วนการมีส่วนร่วม ซึ่งข้อมูลเหล่านี้ทำให้ผู้ประกอบการทราบว่า ผู้ที่ติดตามอินสตาแกรมของแบรนด์ใช่กลุ่มเป้าหมายที่ตั้งไว้หรือไม่

4

Union Metrics

เครื่องมือติดตามความเติบโตของแบรนด์บนอินสตาแกรม ค้นหาแฟนดวยง แนะนำแฮชแท็กและคีย์เวิร์ดที่เหมาะสม และค้นหาข้อมูลของแต่ละแคมเปญที่ทำบนอินสตาแกรม ทำให้ง่ายต่อการประเมินความสำเร็จของแคมเปญนั้น ๑

EXIM BANK

ต้นธุรกิจแฟรนไชส์ไทยเติบโตใน CLMV

ธนาคารเพื่อการส่งออกและนำเข้าแห่งประเทศไทย (EXIM BANK) ร่วมกับกรมพัฒนาธุรกิจการค้า กระทรวงพาณิชย์ จัดสัมมนา “พัฒนาธุรกิจแฟรนไชส์ไทยก้าวสู่สากล” เมื่อเร็วๆ นี้ โดยนายพิศิษฐ์ เสรวิวัฒนา กรรมการผู้จัดการ EXIM BANK เปิดเผยว่า ธุรกิจแฟรนไชส์มีแนวโน้มเติบโตสูง เพราะเป็นทางเลือกของผู้ที่ต้องการเริ่มทำธุรกิจ อยากมีธุรกิจเป็นของตนเอง โดยไม่ต้องเสียเวลาเริ่มต้นและสร้างแบรนด์ มีความหลากหลายของประเภทสินค้าและบริการ มีระบบบริหารจัดการสำเร็จรูปพร้อมเปิดดำเนินการได้รวดเร็ว จึงทำให้ตลาดแฟรนไชส์ไทยขยายตัวดี โดยมูลค่าตลาดแฟรนไชส์ในประเทศไทยสูงถึงกว่า 2 แสนล้านบาท ทำให้ปัจจุบันจำนวนแบรนด์แฟรนไชส์ที่ดำเนินธุรกิจอยู่ในประเทศไทยเพิ่มขึ้นเป็น 584 แบรนด์ เพิ่มขึ้นจาก 48 แบรนด์ในปี 2548 และมีจำนวนสาขามากกว่า 100,000 แห่งทั่วประเทศ โดยแฟรนไชส์แบรนด์ไทยได้รับการยอมรับว่ามีศักยภาพเทียบเท่าระดับสากล มีคุณภาพและบริการที่ดี ได้รับความสนใจจากต่างประเทศเป็นอย่างมาก จึงมีแฟรนไชส์ไทยหลากหลายแบรนด์ขยายธุรกิจไปต่างประเทศมากขึ้น

ปัจจุบันแฟรนไชส์แบรนด์ไทยที่สามารถขยายไปต่างประเทศมีจำนวน 49 แบรนด์ ส่วนใหญ่เป็นธุรกิจบริการอาหารและเครื่องดื่ม รองลงมาเป็นการศึกษา และนวดสปา โดย 80% ของแฟรนไชส์ไทยขยายเข้าสู่ตลาด CLMV (กัมพูชา สปป.ลาว เมียนมา และเวียดนาม) เป็นผลจากความได้เปรียบของไทยที่มีความคล้ายคลึงทางสังคมและวัฒนธรรม ทำให้ผู้ประกอบการสามารถพัฒนาธุรกิจบริการตอบโจทย์ไลฟ์สไตล์ของผู้บริโภคในแถบนี้ได้ดี

CLMV เป็นตลาดที่มีอัตราการเติบโตทางเศรษฐกิจอย่างต่อเนื่อง ส่งผลให้ประชากรมีรายได้ต่อคนต่อปี และกำลังซื้อเพิ่มขึ้น โดยคาดว่าในช่วง 5 ปีข้างหน้า เศรษฐกิจ CLMV จะขยายตัวเฉลี่ยกว่าปีละ 6% สูงกว่าการขยายตัวของเศรษฐกิจโลกเกือบเท่าตัว กำลังซื้อของประชากรใน CLMV จะเพิ่มขึ้นอีก 30% ในปี 2566 ขณะที่การผลิตสินค้าและบริการภายในประเทศยังไม่เพียงพอต่อความต้องการทั้งในเชิงปริมาณและคุณภาพ

อย่างไรก็ตาม ธุรกิจแฟรนไชส์ไทยจะประสบความสำเร็จในตลาด CLMV ก็ต่อเมื่อสามารถตอบสนองความต้องการใหม่จากไลฟ์สไตล์ที่เปลี่ยนแปลงไปของผู้บริโภค ทั้งที่เป็นประชาชน นักธุรกิจ และนักท่องเที่ยว โดยเฉพาะคนรุ่นใหม่ ซึ่งแฟรนไชส์ไทยมีแต้มต่ออยู่มากในตลาด CLMV ทั้งในด้านชื่อเสียงแบรนด์ไทย ระดับราคาของสินค้าและบริการ ตลอดจนวัฒนธรรม

ที่คล้ายคลึงกัน โดยแบรนด์ไทยเป็นที่รู้จักดี เนื่องจากไทยเป็นแหล่งท่องเที่ยวสำคัญ มีนักท่องเที่ยวจาก CLMV เดินทางเข้ามาเที่ยวในไทยราว 3-4 ล้านคน รวมทั้งชาวลาวและกัมพูชายังสามารถรับชมสื่อโทรทัศน์ไทย ทำให้แบรนด์ไทยเป็นที่รู้จัก นอกจากนี้ ราคาสินค้าและบริการของแฟรนไชส์ไทยเหมาะสมกับความสามารถจับจ่ายใช้สอยของผู้บริโภค CLMV ขณะที่วัฒนธรรมประเทศ CLMV และไทยมีความคล้ายคลึงกัน โดยเฉพาะวัฒนธรรมด้านอาหาร

จากโอกาสทางธุรกิจของแฟรนไชส์ไทยที่ยังขยายตัวได้อีกมากในตลาดต่างประเทศ EXIM BANK จึงพัฒนาบริการ “สินเชื่อเพื่อสนับสนุนผู้ซื้อแฟรนไชส์ไทย/เชนไทย (Loan for Thai Franchise/Thai Chain Buyers)” เป็นวงเงินสินเชื่อระยะยาวที่มีระยะเวลากู้ยืมไม่เกินระยะเวลาของสัญญาซื้อขายแฟรนไชส์/เชน อัตราดอกเบี้ยขั้นต่ำสูงสุดดอลลาร์สหรัฐฯ เท่ากับ LIBOR +3.50% ต่อปี หรือสกุลบาทเท่ากับ Prime Rate (ปัจจุบันอยู่ที่ 6.125%) หลักประกันพิจารณาตามความเหมาะสม มีเป้าหมายวงเงินอนุมัติรวม 800 ล้านบาท เพื่อสนับสนุนเงินทุนแก่ผู้ประกอบการที่ต้องการซื้อแฟรนไชส์ไทยไปเปิดให้บริการในต่างประเทศ หรือว่าจ้างเชนไทยในการดำเนินธุรกิจในต่างประเทศ

นายพิศิษฐ์กล่าวต่อไปว่า เงินทุนสนับสนุนและข้อมูลความรู้จะช่วยให้ผู้ประกอบการไทยขยายตลาด

แฟรนไชส์ไทยในต่างประเทศได้อย่างประสบความสำเร็จ ผู้ประกอบการไทยต้องศึกษาโอกาสและภาวะเปรียบเทียบที่แตกต่างกันไปในแต่ละตลาด ดำเนินธุรกิจอย่างรอบคอบ ตั้งแต่ขั้นตอนการกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาด การจดทะเบียนเครื่องหมายการค้า ดูแลจัดการแฟรนไชส์ได้อย่างเบ็ดเสร็จ เช่น บริหารชีพพลายเชนของตนเองให้แข็งแกร่ง บริหารจัดการต้นทุนด้านวัตถุดิบ บรรจุภัณฑ์ การแปรรูปสินค้า และโลจิสติกส์ได้อย่างมีประสิทธิภาพ คัดเลือกผู้ซื้อแฟรนไชส์ (Franchisee) ที่น่าเชื่อถือและมีความตั้งใจจริงในการทำธุรกิจ และช่วยส่งเสริมการตลาดเพื่อสนับสนุนการดำเนินธุรกิจของผู้ซื้อแฟรนไชส์

“การเริ่มต้นธุรกิจแฟรนไชส์ใน CLMV เป็นทางเลือกที่น่าสนใจสำหรับผู้ประกอบการไทย โดยอาศัยความได้เปรียบจากความรู้จักคุ้นเคยสินค้าแบรนด์ไทยจากสื่อต่างๆ ที่ผู้บริโภคใน CLMV ติดตามข่าวสารอยู่เป็นประจำ และใช้ความได้เปรียบด้านทำเลที่ตั้งบริหารจัดการธุรกิจอย่างใกล้ชิด สร้างชื่อเสียงของสินค้าและบริการที่มีคุณภาพได้มาตรฐานสากล ในราคาที่ผู้ซื้อจำเป็นต้องได้ โดยสำนักงานผู้แทน EXIM BANK ใน CLM (กัมพูชา สปป.ลาว และเมียนมา) ร่วมกับภาครัฐและเอกชน ภายใต้ทีมไทยแลนด์ พร้อมส่งเสริมและสนับสนุนให้ผู้ประกอบการไทยขยายธุรกิจแฟรนไชส์ใน CLMV ได้มากขึ้น” นายพิศิษฐ์กล่าว

EXIM BANK พัฒนาระบบใหม่

“สินเชื่อเพื่อสนับสนุนผู้ซื้อแฟรนไชส์ไทย/เชนไทย”

ผลักดันการส่งออกสินค้าและบริการภายใต้แบรนด์ และเชนไทยสู่ตลาดโลก โดยเฉพาะ CLMV

แฟรนไชส์แบรนด์ไทย

ในต่างประเทศ **49** แบรนด์

ประเภทธุรกิจ	จำนวนแบรนด์
อาหารและเครื่องดื่ม	33
การศึกษา	7
บัตรเครดิต	4
นวดสปา	2
อื่นๆ	3

ที่มา : สภาคนแฟรนไชส์และไลเซนส์ (FLA), 80% ณ ม.ค. 2562

80% แฟรนไชส์แบรนด์ไทยที่ไปต่างประเทศ ขยายเข้าสู่ตลาด CLMV

จุดเด่นแฟรนไชส์ไทยใน CLMV

- ความคล้ายคลึงทางสังคมและวัฒนธรรม
- ความคุ้นเคยสินค้าแบรนด์ไทย
- ทำเลที่ตั้ง สามารถบริหารธุรกิจได้อย่างใกล้ชิด
- คุณภาพได้มาตรฐานสากลในราคาที่เหมาะสม

ตลาดใหม่ที่มีศักยภาพ

คาดการณ์เศรษฐกิจ CLMV ขยายตัวเฉลี่ยกว่า **6%** ต่อปี ใน 5 ปีข้างหน้า

กำลังซื้อของประชากร CLMV จะเพิ่มขึ้นอีก **30%** ในปี 2566

สินเชื่อเพื่อสนับสนุนผู้ซื้อแฟรนไชส์ไทย/เชนไทย

Loan for Thai Franchise/Thai Chain Buyers

- รายละเอียดบริการ
- วงเงินสินเชื่อระยะยาว ไม่เกินระยะเวลาของสัญญาซื้อขายแฟรนไชส์/สัญญาว่าจ้างเชน
- อัตราดอกเบี้ยขั้นต่ำ สูงสุดดอลลาร์สหรัฐฯ : **LIBOR + 3.50%** ต่อปี สูงสุดบาท : **Prime Rate** ต่อปี
- Front-end Fee **1.00%** ของวงเงินกู้
- หลักประกันพิจารณาตามความเหมาะสม
- คุณสมบัติผู้กู้
- เป็นนิติบุคคลไทยหรือต่างประเทศ
- ผ่านเกณฑ์การพิจารณาจากผู้ขายแฟรนไชส์/เจ้าของเชน
- มีผลประโยชน์ร่วมกัน

เงื่อนไขเป็นไปตามที่ธนาคารกำหนด

เริ่มต้นจากศูนย์แต่ทนายหนุ่มกลับเป็นไอศกรีม HALO TOP ผงาดเทียบชั้นแบรนด์ดัง

Text : วิภาส วิวัฒนกุลพานิชย์

หากพูดถึงแบรนด์ไอศกรีมที่ขายดีอันดับต้นๆ ในอเมริกามาแต่ไหนแต่ไรก็เห็นจะเป็น “BEN&JERRY’S” และ “Haagen-Dazs” แต่สิ่งที่ทำให้หลายคนต้องเลิกคิ้วด้วยความแปลกใจเมื่อ “ฮาโลท็อป” (HALO TOP) แบนด์ไอศกรีมจากบริษัท Startup ที่เพิ่งก่อตั้งไม่กี่ปีได้มาแรงแซงขึ้นสู่อันดับไอศกรีมที่ขายดีสุดในอเมริกาช่วงซัมเมอร์ปี พ.ศ.2560 และนับแต่นั้นมา ฮาโลท็อปก็อยู่ในตำแหน่งไอศกรีมที่ขายดี อันดับแรกเคียงคู่ BEN&JERRY’S และ Haagen-Dazs มาตลอด

อยากทราบแล้วใช่ไหม อะไรที่ทำให้แบรนด์ไอศกรีมน้องใหม่รายนี้ทำรายได้ปีละหลายร้อยล้านดอลลาร์สหรัฐฯ และผงาดขึ้นเทียบชั้นแบรนด์เก่าแก่ที่มีสาขาทั่วโลกได้

ย้อนกลับไปเมื่อปี พ.ศ.2554 **จัสติน วูลเวอร์ตัน** ทนายหนุ่มวัย 31 ปี ในขณะนั้นซึ่งทำงานประจำที่บริษัทหนึ่งในแอลเอ เป็นคนชอบไอศกรีมมาก แต่อย่างที่เขาชอบกินดี ไอศกรีมที่มีจำหน่ายก็มีแคลอรีสูง จัสตินจึงพยายามคิดสูตรขนมที่ใกล้เคียงไอศกรีมแต่น้ำตาลและไขมันต่ำกว่า เขาจึงลงผสมกรีกโยเกิร์ตกับผลไม้สดตระกูลเบอร์รี่ และน้ำตาลจากหญ้าหวาน (สตีเวีย) พบว่า รสชาติถูกปาก จึงซื้อเครื่องทำไอศกรีมเครื่องเล็กๆ มา 1 เครื่องในราคา 20 ดอลลาร์ฯ เพื่อทำไอศกรีมไว้สำหรับรับประทานเอง

แต่พอทำไปสักพักก็เริ่มคิดว่าถ้าเขาชอบไอศกรีมแบบนี้ คนอื่นก็น่าจะชอบด้วย นั่นจึงเป็นจุดเริ่มต้นของความคิดที่จะทำธุรกิจไอศกรีม จัสตินใช้เวลา 18 เดือนในการลองผิดลองถูกในครัวที่บ้าน ทดลองใช้วัตถุดิบต่างๆ กับสารที่ให้ความหวานแต่ละชนิดจนได้สูตรที่ลงตัว จากนั้นก็ลองผลิตออกมาแล้วทำ Cold Calling หรือการโทรศัพท์หาลูกค้าที่น่าจะซื้อโดยไม่รู้จักกันมาก่อน กระทั่งเดือนมิถุนายน 2555 ไอศกรีมแบรนด์ฮาโลท็อปก็วางตลาด และทำรายได้ 12,000 ดอลลาร์ฯ ในปีนั้น

เมื่อเห็นว่าสินค้าได้รับการตอบรับดี กลางปี พ.ศ.2556 เขาก็ลาออกจากงาน และหันมาลุยธุรกิจเต็มตัวโดยชักชวน ดีก บูแตง เพื่อนรุ่นน้องซึ่งเป็นทนายเหมือนกันให้ลาออกมาร่วมหุ้นกันตั้งบริษัท โดยระดมทุนก้อนแรกจากการหยิบยืมครอบครัว และเพื่อนฝูงมา 500,000 ดอลลาร์ฯ ทั้งคู่เดินสายนำสินค้าไปออกบูธในงานแสดง และนำเสนอเพื่อวางจำหน่ายในซูเปอร์มาร์เก็ต

สิ่งที่ผลักดันพวกเขาให้ทุ่มสุดตัวกับการดำเนินธุรกิจคือหนี้สินที่พวกเขาแบกรับคนละกว่า 200,000 ดอลลาร์ฯ จากการกู้เงินเรียนระหว่างเป็นนักศึกษา และหนี้บัตรเครดิตที่ก่อขึ้นหลังเรียนจบ ดีกกล่าวว่า หากธุรกิจไม่ประสบความสำเร็จ นั่นหมายถึงพวกเขาเข้าใกล้การล้มละลาย เรียกได้ว่าหุ้นส่วนทั้งสองอยู่ในสถานะหลังพินังนั่นเอง พวกเขาจึงต้องทำทุกทางเพื่อให้ธุรกิจอยู่รอด

ช่วง 2 ปีแรกยังเป็นการขายไปรษณูปริมาณน้อย ในปี พ.ศ.2558 ก็มีการเปลี่ยนแปลงสูตรครั้งสำคัญ เพิ่มโนน ลดเน้จนได้มาซึ่งเนื้อไอศกรีมที่ลงตัวกว่าที่เคย พร้อมกันนั้นก็มีการเปลี่ยนดีไซน์บรรจุภัณฑ์ให้ดูโฉบเฉี่ยวน่าถ่ายรูปลงในโซเชียลมีเดีย แต่ยังคงเอกลักษณ์การระบุตัวเลขแคลอรีตัวใดๆ ให้เห็นข้างกระปุกในเดือนกันยายนปีเดียวกันนั้น ฮาโลท็อปก็สามารถระดมทุนรอบสอง เป็นเงิน 1 ล้านดอลลาร์ฯ ส่วนใหญ่ยังมาจากครอบครัวและมีตรสหาย

จากยอดขายไม่กี่หมื่นดอลลาร์ฯ รายได้ฮาโลท็อป โตไปสู่ 1.4 ล้านดอลลาร์ฯ ในปี พ.ศ.2558 แล้วโชคก็เข้าข้างและนำไปสู่จุดเปลี่ยนสำคัญของแบรนด์เมื่อคอลัมนิสต์ในนิตยสาร GQ ได้ทำการทดสอบและเขียนบทความเกี่ยวกับการกินไอศกรีมฮาโลท็อปนาน 10 วันโดยไม่กินอาหารอย่างอื่นเลย ทำให้แบรนด์ได้รับความนิยมและเป็นที่รับรู้ของผู้บริโภคนับล้านๆ คน ต่อมาไม่นานสื่อออนไลน์ BuzzFeed ก็ได้รีวิวไอศกรีมฮาโลท็อปในเชิงบวก กิจการฮาโลท็อปขยายตัวอย่างรวดเร็ว

ยังไม่พอเหล่าเซเลบริตี้และคนดังในสังคม เช่น สมาชิกตระกูลคาร์เดเชียน นางแบบ และนักแสดงฮอลลีวูดหลายคนก็อุดหนุนและถ่ายรูปลงโซเชียลฯ ให้ผลคือปี พ.ศ.2559 ยอดขายฮาโลท็อปพุ่งไปอยู่ที่ 44.3 ล้านดอลลาร์ฯ

และปีต่อมาทะลุทะลวงไปถึง 350.6 ล้านดอลลาร์ฯ

สิ่งที่ทำให้ฮาโลท็อปประสบความสำเร็จมาจากการสามารถแก้ Poin Point ให้กับผู้บริโภคที่ชอบไอศกรีมแต่ขาดแคลอรีที่สูงปรี๊ด จากได้ชื่อว่าเป็นหนึ่งในอาหารที่ไม่ดีต่อสุขภาพนัก แต่ฮาโลท็อปสามารถทำให้ไอศกรีมกลายเป็นของหวานที่รับประทานแล้วรู้สึกผิดเพราะให้พลังงานเพียง 240-360 แคลอรี (ต่อปริมาณ 473 มิลลิลิตร) เท่านั้น น้อยกว่าแบรนด์อื่นกว่าเกินครึ่งเลยทีเดียว แกรมรสชาติยังอร่อยอีกด้วย นี่เป็นความแตกต่างที่กลายเป็นจุดขายอันแข็งแกร่งของฮาโลท็อป

หลังจากขึ้นแท่นแบรนด์ไอศกรีมสุดโปรดของคนอเมริกันไปแล้ว ฮาโลท็อปก็ขยายไปตลาดต่างประเทศ ประเดิมที่อังกฤษและแคนาดา ในตลาดอังกฤษได้รับการตอบรับดีจนความนิยมได้แซงหน้าแบรนด์ไอศกรีมดังๆ ปัจจุบัน ฮาโลท็อปมีรสชาติให้เลือกเกือบ 50 รส และมีจำหน่ายใน 12 ประเทศทั่วโลก

ศักยภาพของฮาโลท็อปทำให้มีการประเมินว่า มูลค่าของแบรนด์ในตลาดนั้นสูงถึง 2,000 ล้านดอลลาร์ฯ และบริษัทใหญ่ๆ ต่างทาบทามเพื่อขอซื้อกิจการ ล่าสุดเมื่อเดือนกันยายนปีนี้ ฮาโลท็อปได้ตกลงขายกิจการให้กับบริษัทเวลส์ เ็นเตอร์ไพรส์ ในรัฐไอโอวา ซึ่งเป็นผู้ผลิตไอศกรีมรายใหญ่อันดับ 2 ของอเมริกา แต่ยังไม่มีการเปิดเผยตัวเลขการซื้อขายในครั้งนี้

และนี่ก็คือเรื่องราวของทนายความ 2 คนที่ไม่ได้มีความรู้ในการผลิตไอศกรีม หรือเชี่ยวชาญด้านธุรกิจแต่อย่างใด แต่กลับสามารถสร้างแบรนด์ไอศกรีมที่ล้นสะเทือนวงการขนมหวานด้วยการนำเสนอไอศกรีมโปรตีนสูง น้ำตาลน้อย แคลอรีต่ำ จนสามารถเบียดขึ้นไปถึงคู่แบรนด์ระดับโลกอย่าง BEN&JERRY’S และ Haagen-Dazs ได้ **๕**



AIRPORT RAIL LINK SMARTPASS 2020



รถไฟฟ้าแอร์พอร์ต เรล ลิงก์



download

application

สอบถามรายละเอียดเพิ่มเติมได้ที่



: 1690



: AirportRailLink

ชวนากร บุญใส

The Route of NOI DAIVO

Text : Ratchanee P. / Photo : กิจจา อภิชนอรุณ

หากเปรียบชีวิตของคนเรา
เป็นเหมือนเส้นกราฟ
ก็คงจะไม่ผิด
เพราะบางจังหวะ
เมื่อมีขึ้นก็ต้องมีลง
คงไม่มีกราฟชีวิตของใคร
ที่จะขึ้นไปได้ตลอดเวลา
โดยไม่มีวันลง





“

มีโอกาสเจอลูกค้า
ที่หลากหลาย
ทุกคนมีความฝัน
แล้วมาเล่าให้ฟัง
เลยเหมือนเป็น
ประสบการณ์ชีวิต
ที่ไม่ซ้ำ

”

กราฟชีวิตของ ขวณกร บุญใส หรือที่หลายๆ คนรู้จักกันดีในชื่อ “นอย ไตโว” ก็เช่นเดียวกัน เพียงแต่ในขณะที่กราฟชีวิตของเขากำลังไต่สูงขึ้นเรื่อยๆ จู่ๆ กลับดิ่งลงมาอย่างรวดเร็วจนตั้งตัวไม่ทัน

จากเด็กวัยรุ่นอายุ 18 ปี ที่ออกจากบ้านหารายได้ด้วยการเล่นโปสเตอร์ขายอุปกรณ์แต่งรถเล่นๆ ในเฟซบุ๊ก แต่กลับขายดีมากจนเรื่อยๆ จนนำมาสู่การสร้างแบรนด์มอเตอร์ไซด์ Daivo ของตัวเอง และการต้องตัดใจทิ้งชีวิตนักศึกษาในเวลาอันควรเพื่อหวังเงินมาสร้างธุรกิจอย่างจริงจัง แต่แล้วชีวิตก็พลิกผันอีกครั้งเมื่อเกิดอุบัติเหตุร้ายแรงจนทำให้เขาเดินไม่ได้ ชีวิตของเขาจึงมีทั้งสุขที่สุดและทุกข์อย่างแสนสาหัสคละเล้ากันไป และนี่คือ...เรื่องราวการเดินทางของเขา

ทราบมาว่าคุณเริ่มต้นทำธุรกิจตั้งแต่ยังเรียนมหาวิทยาลัย

ใช่ครับ เริ่มจากว่านอยทะเลาะกับแม่ คือนอยชอบบิ๊กไบค์แล้วแม่ก็ซื้อให้ตอนเรียนมหาวิทยาลัยปี 1 ที่นี้ไปเรียนเกิดอุบัติเหตุ ตัวเราไม่เป็นอะไรแต่รถสภาพซ่อมไม่ได้เลย แม่เลยห้ามเด็ดขาดไม่ให้ขี่อีก แต่นอยยังอยากขี่อยู่เลยทะเลาะกันมีคำพูดหนึ่งของแม่คือ “ลองไม่มีแม่สักวันจะอยู่อย่างไร” มันเหมือนคำท้าทาย อารมณ์วัยรุ่นน่ะเลย เอาเหอะ! เดี่ยวจะทำให้ดูนะว่าอยู่ได้ ก็เลยออกจากบ้าน ซึ่งตอนออกจากบ้านก็ยังไม่รู้ว่าหาเงินจากไหน พอมีรุ่นพี่เขามีสถานขายอะไหล่แต่งรถก็ไปเล่าให้ฟังว่ามีปัญหาที่บ้าน ผมงขอเอาของในร้านมาถ่ายรูปแล้วขายได้ไหม เขาก็บอกได้แต่พี่แบ่งเปอร์เซ็นต์ให้ก็เลยเป็นจุดเริ่มต้นเปิดเพจตั้งชื่อว่า Daivo Racing Shop คือตั้งขึ้นมาจ๋าๆ ไตโวใหม่ชื่อตลกดี จำง่าย เอาของที่ร้านพี่เขามาขาย ถ่ายรูปลงเฟซขาย อาทิตย์หนึ่งขายได้กำไร 500 บาทก็รู้สึกว่ายัย! เรามีรายได้แล้ว พอผ่านไป 2 อาทิตย์ก็ขายได้เพิ่มเป็นพันบาท แล้วก็ขยับเป็นพันห้าต่ออาทิตย์ ซึ่งพันห้านี้เท่ากับเงินที่แม่ให้เลย ก็เลยถ่ายรูปลงเรื่อยๆ ออร์เดอร์ก็มาเรื่อยๆ เพจก็โตขึ้น ช่วงเวลาแค่ 2 เดือนขายได้เดือนละหมื่นห้า ที่นี้ก็ยัย! มากกว่าที่แม่ให้อีก เท่ากับเงินเดือนของนักศึกษาจบใหม่เลย

จริงๆ นอยเป็นคนชอบขายของอยู่แล้ว แต่ไม่เคยขาย

ออนไลน์ ก่อนหน้านั้นก็จะไปรับของที่สาเหิงแล้วก็เอามาขายที่ตลาดนัดจตุจักร ขายตั้งแต่หัวของหมวก กระเป๋าเดินทาง สบู่ ครีม ฟิล์มกันรอยโทรศัพท์ ขายทุกอย่าง แต่ที่ทำมาคือเจ๋งหมดเลย เพราะว่าตอนนั้นเหมือนทำเล่นๆ ถ้าเจ๋งก็ขอเงินแม่ต่อที่นี้พอออกจากบ้านมันพลาดไม่ได้แล้ว ก็เลยต้องลุย แต่นอยออกมาอยู่ข้างนอกได้แค่ 3-4 เดือน คิดถึงแม่ก็กลับไปอยู่บ้านใช้เงินแม่เหมือนเดิม เพจ Daivo Racing Shop ก็ไม่ได้แตะแต่ปรากฏว่ายังมีคนทักเข้ามาเรื่อยๆ ก็เลยกลับไปขายต่อแล้วทำต่อจนได้ทำต่อเป็นแบรนด์ของตัวเองชื่อ Daivo

เพราะอะไรถึงคิดที่จะทำต่อขึ้นมาขาย

บิ๊กไบค์ส่วนใหญ่เกือบ 90 เปอร์เซ็นต์ต้องเปลี่ยนท่อ เพราะว่าท่อเดิมมันเสียงมาก เวลาขี่เลนยาวจะแซงรถใหญ่ไม่ค่อยได้ยินเสียงรถเรา เราจะปาดมาชนได้ ตอนนั้นมีคู่แข่งไม่เยอะ Daivo เป็นแบรนด์ไทยแบรนด์ที่สอง ก็คิดแล้วว่ารูปทรงแบบนี้ถ้าทำออกมาต้องขายได้แน่ๆ เพราะเป็นทรงฮิตของต่างประเทศ แล้วเราทำในราคาที่จับต้องได้ ก็ไปติดต่อโรงงานเป็นโรงกลึงธรรมดาๆ เอาแบบให้ดูว่าแบบนี้ทำได้ไหม โรงกลึงก็ว่าไม่รู้เหมือนกันเดี๋ยวลองทำดูก่อน ตอนแรกนอยไม่รู้อะไรเลย แต่ได้ไปคลุกคลีกับช่าง ดูว่าประกอบอย่างไร มีชิ้นส่วนอะไรที่ต้องเอาเข้ามาจากต่างประเทศ เรียกว่าช่วยกันทำกับช่างจนรู้หมดทุกอย่าง แล้วเอาไปทดสอบบน Dyno Test ว่าวิ่งดีไหม พอวิ่งดีในระดับหนึ่งก็ทำออกมาขายออนไลน์บนเพจ Daivo Racing Shop ตอนนั้นยังเรียนอยู่มหาวิทยาลัยปี 1 ทุกวันจะต้องแบกท่อใส่กระเป๋ามาไปเรียนด้วย เข้าไปเรียนเที่ยงไปไปรษณีย์ส่งของ ปายก็กลับมาเรียนต่อ

จากที่ขายเล่นๆ แล้วมาจริงจังเมื่อไหร่

ตอนที่เริ่มเปิดเพจขายของ ก็ไม่ได้คิดอะไรเยอะ แค่รู้สึกว่าการเวลาที่นอยจะไปซื้อของแต่งรถไม่รู้จะไปซื้อที่ไหน ก็เริ่มขโนกเกลแล้วมันก็ไปแต่งในเฟซบุ๊ก เลยคิดแค่ถ้าเราขายในเฟซบุ๊กน่าจะขายได้ ไม่มีหลักการอะไรเลย แค่ถ่ายรูปโพสต์ตอบลูกค้าส่งของแค่นั้น ซึ่งโชคดีมากเพราะเราเป็นเจ้าแรกๆ ที่ทำเพจขายของพวกนี้ ที่นี้พอมาทำต่อซึ่งเป็นแบรนด์ของเราเอง

ก็เริ่มจริงจังมากขึ้นแต่ก็ยังไม่รู้เรื่องการทำการตลาดอะไร แคโพสต์ขายของ ไปเอาของจากโรงงานมาแพ็กแล้วก็ส่งแต่ด้วยความที่มันขายดีจากที่ใช้เวลาช่วงพักเที่ยงไปส่งของไม่พอแล้ว บางทีก็ต้องโดดเรียนไปส่งของ บางวันมีสอแต่ถ้าไปส่งของได้เงิน 5,000 บาท ก็ขี้ใจอยู่เอาอย่างไรดี สุดท้ายก็เลือกไปส่งของเอาเงินก่อน แล้วกลับมาสอบไม่ทัน อาจารย์ก็ให้ F ทำแบบนี้ประจำ

จากตอนแรกเรียนวิศวกรรมศาสตร์ปี 1 มหาวิทยาลัยศรีปทุมก็ต้องมาต่อปี 1 การตลาดที่ ม.ศรีปทุมใหม่ ที่นี้พอมีเงินน้อยได้ซื้อรถของตัวเอง CBR 1000 ราคาตอนนั้นอยู่ที่ 6 แสนบาทแล้วทำท่อใส่ คนเลยยังซื้อฮว่าท่อไทยสามารถใส่รถนี้ได้เลยเธอคนไม่รู้มาจากไหนทักมาเยอะมากทั้งยูทูบ เฟซบุ๊ก ตอนนั้นแหละที่เป็นช่วงที่บูมของ Daivo แต่ในเรื่องเรียนก็เป็นเรื่องแยสำหรับนอยเพราะต้องย้ายมหาวิทยาลัยไปเรียนปี 1 การตลาดที่ ม.รังสิตอีกรอบ ตอนนั้นก็ตั้งใจจะจะต้องจบจากที่นี้ให้ได้ แต่สุดท้ายก็ไม่จบ เพราะเลือกที่จะทำงานมากกว่า ซึ่งปีนั้นเป็นปีที่บูมมากยอดขายเดือนละเป็นแสนบาท นอยตัดสินใจไปคุยกับพ่อคือพ่อกับแม่หย่ากัน นอยอยู่กับแม่แต่พ่อเป็นคนส่งเรียนแล้วก็คอยดูแลอยู่ด้วย ก็คุยกับพ่อตรงๆ ว่า ป๊า นอยขายท่อได้เงินเท่านี้นะ ได้เยอะกว่าคนที่เรียนจบใหม่อีก คิดว่าถ้าทำตรงนี้ต่อไปน่าจะดีขึ้นไปอีก ขอไม่เรียนได้ไหม ป๊าบอกแล้วแต่เลยที่บ้านนอยจะเลี้ยงลูกแบบให้เรียนรู้อย่าง ลองผิดลองถูกเองพอผิดพลาดก็จะมาบอกว่าเห็นไหมถ้าเชื่อป๊าก็จบไปแล้วพอตัดสินใจว่าไม่เรียน เลยมาคุยกับช่างคนเดิมว่า เราเปิดร้านกันดีกว่า เพราะมีลูกค้าที่เขาคิดตั้งไม่เป็น ก็จะได้อาที่ร้านเราพอเปิดร้านจากปกติตื่นเช้าไปเรียนก็มาที่ร้านแทน ลูกค้าก็จะนัดคิวกันมาเลย เดือนหนึ่งก็มีรถเข้ามาติดท่อ 30-40 คัน

จากขายในเพจ พอวันที่มีหน้าร้านมีความแตกต่าง หรือยากอย่างไร

ตอนนั้นอายุ 21 ปี การเปิดร้านไม่ได้ยากง่ายอะไรเลย เพราะว่าปกติก็ขายในเพจอยู่แล้ว แค่ลูกค้ามาติดตั้งหน้าร้าน ได้เจอลูกค้า ตอนนั้นหน้าร้านก็ไม่ได้ทำสวยเป็นหน้าร้านธรรมดาๆ มีช่างประมาณ 2 คนมาช่วย ช่างก็ยังไม่รู้รุ่นเหมือนกัน ก็เลย



คุยกันเข้าใจ ส่วนลูกค้ามาที่ร้านก็ทำให้ได้ดูรถนอยที่ใส่ท่อด้วยแรงม้าได้จริง เทียบกับท่อนอกวิ่งสู้กันได้จริง จากนั้นก็ลองทำช่อง (ยูทูป) ของตัวเองดูบ้างเอาไว้อีวีว พอมันมีผลิตภัณฑ์ตัวไหนหรือลูกค้ามาติดตั้งก็จะถ่ายรูปแล้วก็รีวีวๆ พอคนมาซื้อหาท่อเขาก็จะเจอ Daivo เลยทำให้คนรู้จักเราเยอะขึ้นไปอีก

จากวันที่เริ่มต้นจนถึงวันนี้ตลาดเปลี่ยนไปอย่างไรบ้าง

ถ้าพูดถึงตลาดมันเปลี่ยนไปเยอะมาก ตอนนั้นทุกไฟแดงจะต้องเห็นบิกไบค์ ขับรถไปไหนต้องเจอบิกไบค์ เพราะตอนนั้นมันออกง่าย แต่ก่อนต้องซื้อสด หรือเงินดาวน์เยอะ เดี๋ยวนี้ดาวน์น้อย ฟรีดาวน์ก็มี ตลาดเลยใหญ่ขึ้น พอตลาดใหญ่ขึ้นความต้องการท่อก็มากขึ้น ตอนนั้นเลยยังเป็นโอกาส ก็มีการย้ายร้านจากตอนเมืองมาเปิดเองที่รัชดา 32 ตอนมาเปิดร้านใหม่ก็ต้องจริงจังมากขึ้น ต้องคิดมากขึ้นว่าจะทำอะไร จากแต่ก่อนขายเล่นๆ มีเงินอาทิตย์ละพันห้า ก็คิดว่ารวยแล้วมีเงินกินชูชิได้แล้ว พอมาตอนนี้ต้องรับผิดชอบมากขึ้น ทีมงานเยอะขึ้น มีทั้งแอดมิน บัญชี แผนกติดตั้ง แล้วก็เริ่มรู้จักการทำการตลาดคือ ต้องโปรโมตแบรนด์ Daivo มากกว่าพินอย Daivo ทำให้คนเชื่อใน Daivo ไม่ต้องมาเชื่อพินอย Daivo ตอนนั้นเลยทำช่องยูทูป เริ่มทำคอนเทนต์เพื่อให้คนสนใจ เป็นสปอนเซอร์ทีมแข่ง ซึ่งพอได้ไปสนามแข่งมาก ๆ ได้ฟังจากนักแข่งว่ามันดีตรงไหน ตรงไหนต้องแก้ไข ก็เรียนรู้พัฒนามาเรื่อยๆ

ทำไมถึงจะต้องเป็น Daivo

ท่อ Daivo ทำจากวัสดุที่นำเข้ามาจากต่างประเทศเกือบทั้งหมด ฉะนั้นการก๊อปปี้ยาก วัสดุเราเป็นไทเทเนียมซึ่งเป็นวัสดุเดียวกับท่อไอเสีย Formula 1 หรือท่อลำเลียงอาหาร ท่อส่งยาตามโรงพยาบาลที่ต้องสะอาด จะมีคุณสมบัติคือน้ำหนักเบากว่าท่อเดิม 2-3 เท่า แล้วระบายความร้อนเร็ว อายุการใช้งานนาน อัตราการเร่งดี แล้ววัสดุปลายท่อเป็น Pure Carbon ซึ่งเป็นวัสดุที่ทำให้โครมรถลัมบอร์ดินีที่แข็งแรงทนความร้อนสูง ถ้าเป็นท่อทั่วไปซึ่งทำจากสเตนเลสจะมีโอกาสขึ้นสนิม น้ำหนักจะหนักกว่าเยอะมาก ดังนั้น ถ้าเปลี่ยนเป็นท่อ Daivo การขับี่รถจะง่ายขึ้นเพราะว่าน้ำหนักรถจะเบาขึ้นการเลี้ยวรถจะง่ายขึ้น

ถ้าเทียบแบรนด์เมืองนอก จริงๆ ก็สู้ได้นะเพราะราคา Daivo แค่มื่นต้นๆ เทียบกับแบรนด์นอกอย่าง Akrapovic เป็นท่อที่ใช้ในรถ MotoGP ถ้าเป็นอัตราเร่งเราสู้ได้ คุณภาพคือเขาดีกว่า แต่ก็ไม่ได้หนีไปไกล ราคาเราขายแค่หลักหมื่นต้นๆ แต่ของเขาหลักแสน ราคาต่างกัน 10 เท่า หรือถ้าเทียบกับแบรนด์นอกอื่นๆ ที่ขายกันอยู่ราคา 5-6 หมื่น แบรนด์ Daivo ก็สู้ได้

ช่วงหัวเลี้ยวหัวต่อที่ว่าจะเรียนต่อหรือทำธุรกิจ ถ้าย้อนกลับไปคุณยังตัดสินใจแบบนี้ไหม

จนมาถึงตอนนั้นก็คิดว่ามาถูกทางแล้ว การเรียนก็สำคัญแต่มาทำตรงนี้นั้นเหมือนได้ประสบการณ์ชีวิตและการเรียนรู้ไปด้วย นอยมีโอกาสเจอลูกค้าที่หลากหลาย ทุกคนมีความฝันแล้วมาเล่าให้ฟังเลยเหมือนเป็นประสบการณ์ชีวิตที่ไม่ซ้ำมีตั้งแต่คนขับไลน์แมน ขับวินมอเตอร์ไซด์ ทำเหมืองในทะเลอยู่บนดอย หรือบางคนเป็นยูทูปเบอร์ก็มาแนะนำว่าควรจะทำคอนเทนต์แบบไหน ทำสื่อแนวไหน เลยรู้สึกว่า การเรียนรู้ไม่ได้แค่ในห้องเรียน ยิ่งตอนนี้เรามีอินเทอร์เน็ตทุกอย่างรู้อะไรก็เชิรหาหาเอาได้ มันกว้างและเร็วมาก เราก็สามารถเรียนรู้ได้

ดังนั้น สำหรับใครที่อยากทำธุรกิจ นอยแนะนำว่าถ้าอยากทำให้ลงมือทำเลย ทำอะไรก็ได้ อย่างน้อยเจิมมาเป็น 10 อย่างกว่าจะมาจบที่ท่อ แต่คิดว่าอยากจะทำธุรกิจก็คือทำไ้แล้ว แล้วถ้าลงมือทำ ทำแล้วดีให้ทำซ้ำ ทำครั้งแรกได้เงินพันหนึ่งทำซ้ำครั้งที่สองได้สองพัน ทำซ้ำไปเรื่อยๆ ก็จะได้เพิ่มไปเรื่อยๆ ที่สำคัญคือ ยิ่งทำซ้ำก็ยิ่งเป็นประสบการณ์มากขึ้น

นอกจากท่อก็คือจะทำโปรดัคต์อื่นๆ อีกไหม

มาสายท่อเลย เราชำนาญด้านนี้ก็อยากจะทำด้านนี้ให้ดีที่สุด แต่จะไปอยู่บนรถอะไรแค่นั้นเอง อาจจะไปใส่รถซูเปอร์คาร์ก็ได้ อันนี้เป็นความตั้งใจว่าก่อนอายุ 30 ปีจะทำให้ได้ แล้วจะทำแบบเดียวกับบิกไบค์คือ ทำใส่รถตัวเองแล้วก็ทดสอบ แล้วแก้ไขปรับปรุงไปเรื่อยๆ จนมันดีเหมือนท่อบิกไบค์ตอนนั้น

ส่วนในแง่การทำตลาดก็อยากขยายไปต่างประเทศ ทุกวันนี้ก็มีมาซื้อเรื่อยๆ จากอินเดีย อเมริกา ฟิลิปินส์ ไต้หวัน แต่ยังไม่เยอะเท่าไร เขาเจอเราผ่านทางยูทูป แล้วก็สนใจติดต่อเข้ามาซื้อ

ส่วนตลาดในประเทศ ตอนนี้มีตัวแทนจำหน่าย 20-30 จังหวัดแล้ว ก็อยากให้ครอบคลุมมากกว่านี้ แล้วค่อยคิดไปต่างประเทศจริงๆ

ดูแล้วทั้งชีวิตและธุรกิจก็พุ่งขึ้นมาตลอด แล้วเกิดอะไรขึ้น

จุดพลิกอยู่ตรงที่ผมเกิดอุบัติเหตุ หลังจากทีสนับสนุนทีมแข่งรถ ก็อยากขี่เอง มีความรู้สึกที่ว่าตัวเองน่าจะขี่ได้ ทีแรกลองขี่รถคันที่ซื้อมาในสนามปรากฏว่ารถล้ม เราไม่รู้ทักษะที่แท้จริงจนทำให้รถพัง เครื่องกระจุยกระจายเลยเหลือแต่ล้อ แต่ไม่ถอดใจ เอาอีกคันมาขี่ก็เริ่มได้รางวัล ได้ถ้วยที่สองที่สามแล้วพอเราแข่งเอาท่อเรามาใช้เอง ก็รู้เลยว่าตรงไหนมันไม่ดีพอมาทำทีมแข่งเอง Daivo Racing Team คือ มีนักแข่ง 2 คนคือผมกับน้องชาย ยิ่งทำให้คนรู้จัก Daivo มากขึ้น เป็นแบรนด์ไทยแบรนด์เดียวที่ทดสอบเองโดยเจ้าของแบรนด์ แข่งมาเรื่อยๆ ก็ชอบ ก็เลยขี่ในรุ่นที่ใหญ่ขึ้น จนมาเจอจุดพลิกที่ว่าเกิดอุบัติเหตุรถล้มแต่ล้มนอกสนามแข่งนะ กระตุกสันหลังหัก 3 ท่อน สะเอียด 1 ท่อน ซีโครงหัก 4 ซี แล้วเส้นประสาทขาขาด 60 เปอร์เซนต์ คุณหมอบอกว่าอาจจะเดินไม่ได้ ก็ไปหาไปเลย ตอนนั้นครึ่งท่อนล่างขยับไม่ได้เลย ท่อมาก ๆ อายุแค่ 22 ปีเองไม่คิดอะไรเลย คิดจะตายอย่างเดียว อยู่ไม่ได้ถ้าเดินไม่ได้ แล้วมีผลกระทบต่อธุรกิจด้วย เพราะตัวนอยต้องนอนโรงพยาบาล 2 เดือน ไม่มีใครดูร้าน ธุรกิจทั้งไว้ข้างหลังเลย สุดท้ายก็ต้องปิดร้านไปก่อน ตอนปิดร้านนี้ใจหายมากคือ ร้องไห้ คิดในใจ Daivo จะจบแล้วเหอ เหมือนทุกอย่างถ้าโถมมาหมด เหมือนกระโดดขึ้นที่สูงอยู่ดีๆ กลับมาตกหน้าผาเร็วมาก

อะไรทำให้มีพลังกลับมาอีกครั้ง

พอมันเริ่มผ่าน ณ จุดตรงนั้น กลับบ้านมาพักรักษาตัวทำกายภาพบำบัด เริ่มขยับขาได้ ก็เริ่มมีกำลังใจมากขึ้นว่ามียังใช้ได้ ได้กำลังใจจากครอบครัว แฟนที่เฝ้าอยู่ที่โรงพยาบาลตลอด 24 ชั่วโมงไม่ห่างเลย เพราะเขากลัวเราคิดสั้น ถึงแม้จะปิดร้านไป แต่ก็ยังขายของทางเพจอยู่ สามารถตอบลูกค้าได้ส่งของก็ให้ไลน์แมนทำ ทีนี้พอกลับมาทำเองเหมือนความโชคไคร้ยังมีความโชคคืออยู่ คือทำให้รู้ข้อผิดพลาดเยอะขึ้น เช่นเมื่อก่อนเรามีแอดมินจัดการให้หมดเลย พอมาตอบเองคุยกับ



แค่คิดว่าอยากจะทำธุรกิจ
ก็คือทำไปแล้ว
แล้วถ้าลงมือทำ ทำแล้วดีให้ทำซ้ำ
ทำครั้งแรกได้เงินพันหนึ่ง
ทำซ้ำครั้งที่สองได้สองพัน
ทำซ้ำไปเรื่อยๆ
ก็จะได้เพิ่มไปเรื่อยๆ
ที่สำคัญคือยังทำซ้ำ
ก็ยังเป็นประสบการณ์มากขึ้น



ลูกค้าเองทำให้รู้เทคนิคการคุยกับลูกค้าว่าควรตอบอย่างไร สมมติแต่ก่อนลูกค้าถามว่ามีของรึรึนี้ไหม แอดมินก็จะส่งรายละเอียดไปทีเดียวทั้งหมด ข้อมูล รูป ราคา ปรากฏว่าลูกค้าไม่อ่าน แต่ถ้าเราเปลี่ยนวิธีการตอบใหม่ ตอบสั้นๆ ว่า มีครับ ลูกค้าก็จะขอรูปหน่อยได้ไหม เราก็ส่งรูปไปให้ ขอราคาหน่อย ก็ค่อยส่งราคาให้ เหมือนมีการสนทนาระหว่างเรากับลูกค้ามากขึ้น ซึ่งลูกค้าจะชอบเหมือนเราใส่ใจเขามากขึ้น เป็นกันเองมากขึ้น บางทีอาจจะแนะนำในสิ่งอื่นที่ไม่เกี่ยวกับสินค้าก็ได้ เช่น บางคนก็ถามว่าควรใส่หมวกกันน็อกแบบไหนดี ถามอะไรมา เราตอบหมดเลย จากเดิมไม่เคยตอบเลย

หลังจากที่พักรักษาตัว 3 เดือน อาการดีขึ้น ขยับขาได้ อาบน้ำ กินข้าวได้ ก็ไม่ท้อ ไม่คิดสั้น พอไม่กังวลเรื่องขาที่มีแรงฮึดสู้ เต็มที่ เดินหน้าอย่างเดียว กลับมาเปิดร้านใหม่ที่ลาดพร้าว วังหิน ซึ่งผลตอบรับดีมาก ลูกค้าเก่าที่เคยติดตั้งก็แวะมาเยี่ยม มาถามไถ่อาการ ครั้งนี้เลยทำเต็มทีมาก ยิ่งตอนนี้แม่ล้มละลาย เป็นหนี้ 20 กว่าล้านบาท นอยก็ต้องกลายเป็นคนดูแลแม่แล้ว ก็หนี้ของแม่ด้วยก็ต้องเติมที่

อุบัติเหตุครั้งนี้เปลี่ยนมุมมองและวิถีคิดคุณอย่างไร

ไม่รู้จะเชื่อหรือเปล่า ก่อนหน้านั้นต้องดิ้นรน ต้องมีโน้มน้า มีปึกปัดของแต่งเทพๆ ต้องมี แต่ตอนนี้กลายเป็นไม่ต้องทำอะไรเลย นอยพอใจแล้วกับการที่ตื่นขึ้นมาแล้วได้เห็นได้ทำสิ่งที่ตัวเองชอบ แล้วก็มีคนชอบเหมือนเรา ตรงนี้เป็นความสุขแล้ว เป็นความสุขที่ไม่ได้ขึ้นอยู่กับยอดขายว่าจะต้องเยอะหรือเปล่านั้น หรือมีเงินเยอะหรือเปล่า แต่แค่นี้ก็พอใจแล้ว และถ้าคิดว่าเป็น ก็คือแฮปปี้

นอยเคยเขียนเอาไว้ว่า ชีวิตเขานอยู่บนเส้นด้าย คือเมื่อก่อนใช้ชีวิตวัยรุ่น เข้าทำงานบ่ายหาแล้วว่าเย็นนี้จะไปไหนต่อ บางทีก็ชิวๆไปอยู่อยุธยา ไปกินข้าวแล้วก็กลับคืนนั้น บางทีก็ไปนครปฐม ไปภูทับเบิกซีไปแล้วก็กลับ มันสนุก จะว่าคิดจะนอนก็ไม่เชิง เพราะไม่ได้แข่งแวนอะไรกันขนาดนั้น แต่ชอบที่ชอบท่องเที่ยวมากกว่า ทุกครั้งที่ขี่มอเตอร์ไซด์ก็คิดเสมอว่าชีวิตเขานอยู่บนเส้นด้าย เพียงแต่เราอดมาตลอด นี่คือการเรียนรู้ที่ได้จากอุบัติเหตุครั้งนี้ ๕



NEIGHBOR CRAFT

จากงานอดิเรกสู่งานคราฟต์ทำเงิน

Text : Ratchanee P. / Photo : กิจจา อภิขจรกุล

จากความถนัดที่ต่างกันแต่กลับกลายเป็นส่วนผสมที่ลงตัวในการสร้างสรรค์งาน Neighbor Craft ของแต่งบ้านแฮนด์เมด ที่มีรูปทรงแปลกตา แต่สะท้อนตัวตนของ มิน-กนกพร สุจริตสาร และ โย-ปฏิภา มินทะธีสุโรมา สองสาวเพื่อนสนิทที่หลงใหลในงานศิลปะได้เป็นอย่างดี

“เริ่มมาจากรู้ว่าเป็นเพื่อนสนิทกันมาตั้งแต่มัธยมแล้วบ้านก็อยู่ใกล้ๆ กัน เวลาว่างจากการทำงานเลยอยากจะทำงานศิลปะร่วมกัน ซึ่งเราสองคนเรียนศิลปะมาคนละสาขา มินเรียนมาทางเซรามิก ส่วนโยเรียนภาพพิมพ์จึงถนัดการสร้างลวดลาย เราเลยลองนำ 2 สิ่งนี้มาผสมเข้าด้วยกัน ทำไปเรื่อยๆ ก็เริ่มชอบเข้าหากันมา ซึ่งใช้เงินค่อนข้างเยอะ เลยคิดกันว่าจากงานอดิเรกน่าจะต้องหาเงินแล้วละ ก็เริ่มต้นออกบูธงาน Crafts Bangkok 2018 แม้งานชิ้นแรกๆ จะไม่พอใช้เพ็คต์และมีจำนวนน้อยแต่ก็ได้ออเดอร์กลับมาพอสมควร ทำให้เรารู้ว่ามันขายได้” โยเล่าถึงที่มาของ Neighbor Craft

ผลิตภัณฑ์ของ Neighbor Craft ส่วนใหญ่เป็นของตกแต่งบ้านประเภทแก้ว แจกัน โคมไฟ และกระถางต้นไม้ โดยมีความโดดเด่นตรงที่ใช้ 3 เทคนิคมารวมกันคือ เทคนิคสกรีนลายลงบนเครื่องปั้น เทคนิคเพนต์โดยใช้สีโปสเตอร์เหมือนภาพวาดบนเฟรม และเทคนิคการปั้นมือ Hand Forming จึงทำให้งานของ Neighbor Craft มีความแตกต่างออกไป ซึ่งโยเล่าให้ฟังว่า

“กว่าจะทำเทคนิคนี้ได้เราต้องรีเชิร์ชกันเยอะมาก เพราะถ้าพิมพ์บนพื้นเรียบจะง่าย แต่อันนี้เป็นเซรามิกเป็นดินจะออกมาไม่เป็นเหมือนการพิมพ์บนกระดาษ ก็ต้องมาหาสูตรทดลองดินจากหลายที่ และจะต้องผสมอย่างไร เพราะความยากของการสกรีนบนดินคือ เราไม่สามารถมองเห็นได้ทันทีว่า สีที่ออกมาจะเป็นอย่างไร นอกจากนี้ ยังมีเรื่องอุณหภูมิในเตา บางทีแค่ตำแหน่งที่วางในเตาต่างกันสีก็เพี้ยนไม่เหมือนแล้ว และด้วยความที่เป็นงานแฮนด์เมดทุกชิ้น เวลาขายออนไลน์จะมีปัญหาคือ รูปถ่ายไม่ตรงกับปก หรือบางชิ้นไม่ได้วางลวดลายเหมือนกันเป๊ะทุกใบ อย่างงานคอลเลกชันแรกทำภาพมาภาพหนึ่งซึ่งใหญ่กว่าแจกัน เราอาจจะเอารูปภาพนี้ไปวางไว้ในส่วนไหนของแจกันก็ได้ มันคือภาพเดียวกันแต่ตำแหน่งมันอาจจะเคลื่อนไม่เหมือนกันทุกใบ แต่ลูกค้าต้องการแจกันที่เห็นในรูป เราก็แก้ปัญหาด้วยการถ่ายรูปงานที่จะส่งไปให้ดูก่อนว่าเป็นแบบนี้”

การเป็นผู้ประกอบการมือใหม่ที่เพิ่งเริ่มต้น จึงทำให้ทั้งคู่ต้องการค้นหาตลาดให้กับแบรนด์ ดังนั้น หลังจากทำออกงานแรกและได้ออเดอร์กลับมาไม่น้อย จึงเป็นกำลังใจให้ทั้งคู่อยากทดลองตลาดต่างประเทศ และไม่รอที่จะเดินสายงานต่างประเทศทันที

“เราอยากรู้ว่าตลาดต่างประเทศจะเป็นอย่างไร ก็เลยลงทุนไปออกบูธงาน Public Garden ที่สิงคโปร์ ซึ่งดูแล้วค่าบูธไม่ได้แพงและไม่ได้ใช้เวลานานเยอะ ผลตอบรับที่ดีมีคนสิงคโปร์ซื้อง่าย ถ้าถูกใจก็ควักกระเป๋าซื้อเลยไม่ลังเล ต่อจากนั้นเราก็จะลองไปงาน Pop Up Asia ที่ไต้หวัน เราพบว่าตลาดไต้หวันของลูกจิกจะขายดีกว่า แต่ก็อยากรู้ว่าถ้าเป็นงานของเราจะขายได้หรือเปล่า ก็ต้องลองไปดูแล้วตอนนั้นสิริ เสาส์กิตติต่อเอาของเรามาที่สิงคโปร์ด้วย ซึ่งก็ได้รับความสนใจอยู่” มินกล่าว

ควบคู่ไปกับการพยายามทดลองตลาดในต่างประเทศแล้ว ทั้งคู่ยังพยายามพัฒนาโปรดักต์ให้ตอบโจทย์กลุ่มลูกค้าหลากหลายมากขึ้น เพราะทั้งคู่รู้ว่าสินค้าของแต่งบ้านนั้นมีข้อจำกัดตรงที่โอกาสที่ลูกค้าจะกลับมาซื้อซ้ำน้อย ดังนั้น ในแต่ละคอลเลกชันจึงถูกออกแบบมาให้เข้าถึงกลุ่มลูกค้าที่แตกต่างกัน

“คอลเลกชันแรกเราใช้สีกับการสกรีน แนวของสีอาจจะหวานซึ่งลูกค้าส่วนใหญ่เป็นผู้หญิงคอลเลกชันต่อมาเลยเล่นไปที่การเคลือบ ใช้ดินธรรมชาติทั้งหมดแล้วก็ใช้สีเดียวกับขาว มีการทดลองดินมาผสมเป็นสีแทนการใช้สีจริงๆ เพื่อเจาะตลาดลูกค้ากลุ่มผู้ชาย กลุ่มวัยรุ่นที่ไม่ชอบสีหวานคือเราพยายามเข้าถึงทุกกลุ่ม แล้วก็อยากให้เราสามารถกลับมาซื้อซ้ำได้ นอกจากนี้ เรายังเจาะตลาดดีไซน์เนอร์ ซึ่งเขาจะไม่ซื้อแค่ใบสองใบ แต่จะซื้อไปใช้วางในหลายห้อง อย่างคอลเลกชันสีด้ายยังไม่ออกขายเลยแต่ส่งไปให้เขาดูว่าเรามีงานใหม่แบบนี้สนใจหรือเปล่า เขาก็ออเดอร์เข้ามาทันที” มินกล่าวทั้งท้ายถึงแนวทางการเจาะตลาดลูกค้าที่แตกต่างกันของ Neighbor Craft เพื่อตอบโจทย์ความต้องการของลูกค้าทุกกลุ่ม



MINISIZE ME

เสื้อผ้ารักษ์โลกที่เอาใจคุณแม่อย่างแท้จริงเหมือนคุณลูก

Text : Kritsana S. / Photo : กิจจา อภิขุณยกุล

หนึ่งในสิ่งที่คุณแม่ชอบทำเมื่อมีลูกสาวคือ
การแต่งตัวให้ลูกด้วยเสื้อผ้าสุดน่ารัก และความสุขของคนเป็นแม่จะเพิ่มมากขึ้น
เมื่อได้แต่งตัวเหมือนลูก

คุณ-สุกษา ปิตินันท์ คุณแม่ยังสาวที่หิบบความสุนิมาแบ่งปันกับคุณแม่คนอื่นๆ ผ่านเสื้อผ้าคุณแม่ลูกภายใต้แบรนด์ Minisize Me โดยมีจุดเด่นที่การนำผ้าฝ้ายทอมือมาตัดเย็บเป็นเสื้อผ้าของคุณแม่และคุณลูก เลือกใช้ผ้าฝ้ายที่ปลูกโดยไม่ใช้สารเคมี และย้อมสีด้วยวัตถุดิบธรรมชาติ เช่น ขมิ้นที่ให้สีเหลืองครึ่งหรือฝางให้สีชมพู ครามให้สีฟ้า และมะเกลือให้สีเทา ผ้าฝ้ายที่ใช้นำมาจากหลายจังหวัด เช่น เชียงใหม่ ลำปาง ขอนแก่น อุตรดิตถ์ และอุบลราชธานี ด้วยเหตุผลที่ยากจะกระจายรายได้ไปยังชาวบ้านในหลาย ๆ พื้นที่ โดยก่อนตัดสินใจเลือกใช้ผ้าฝ้าย เธอเคยลองใช้ผ้าลินินและผ้ากันซง แต่ไม่ให้ความนุ่มตามต้องการ อีกทั้งไม่ปลุกกันแพร่หลาย แตกต่างจากฝ้ายที่ยังปลูกในหลายจังหวัด ทำให้ปริมาณฝ้ายมีเพียงพอต่อปริมาณการผลิตที่จะเพิ่มมากขึ้นในอนาคต เพราะเธอมองไกลถึงการขยายตลาดไปต่างประเทศ

อีกหนึ่งจุดเด่นที่ทำให้เสื้อผ้าคุณแม่ลูก Minisize Me แตกต่างไปจากแบรนด์อื่นในท้องตลาดคือการนำ เทคโนโลยี แอนตี้แบคทีเรียมาใช้กับเสื้อผ้า เสื้อผ้าทุกตัวจึงไม่เป็นแหล่งสะสมของเชื้อโรค คุณแม่จึงมั่นใจได้ว่า แม้ลูกน้อยจะวิ่งเล่นในสนามหญ้าหรือสวนสาธารณะ หรือสนุกกับการรับประทานอาหารเองจนเลอะเทอะ แต่ผิวอันบอบบางของพวกเขาจะยังคงได้รับการปกป้อง รวมถึงคุณแม่ที่เพิ่งกลับมาจากทำงานก็สามารถโอบกอดลูกได้อย่างไร้กังวล เพราะเสื้อผ้าที่สวมใส่ไม่มีกลิ่นเหม็นและกลิ่นอับแต่ด้วยไม่สามารถมองเห็นกระบวนการทำงานของเทคโนโลยีนี้ได้ด้วยตาเปล่า หลายคนจึงไม่รู้ว่าดีอย่างไร เธอจึงให้ความสำคัญกับการสร้างการรับรู้เกี่ยวกับเทคโนโลยีแอนตี้แบคทีเรียผ่านคอนเทนต์ที่โพสต์ในเฟซบุ๊กเพจของแบรนด์

“ลูกสาว มีการผื่นแพ้ผิว นั้ ซึ่งจากการสังเกตของเราพบว่าอาจมีสาเหตุมาจากเสื้อผ้าที่เราและลูกสวมใส่ ดังนั้น จึงมองหาเสื้อผ้าที่ปลอดภัยกับลูก นั่นก็คือเสื้อผ้าที่มาจากธรรมชาติ เราเลือกใช้ผ้าฝ้าย เพราะ เนื้อผ้านุ่มสบาย ระบายอากาศได้ดี ไม่ระคายเคืองต่อผิว เราออกแบบเสื้อผ้าให้สามารถสวมใส่ได้ทุกวันและดูร่วมสมัย เพื่อลบล้างจำเดิมๆ เกี่ยวกับผ้าฝ้ายที่มักถูกมองว่าเชยและแก่ เสื้อผ้าของคุณแม่ออกแบบให้สะดวกต่อการให้นมลูก และบางคอลเลกชันก็มีเสื้อผ้าคุณพ่อและลูกชายด้วย นอกจากนี้ เสื้อผ้าเด็กของ Minisize Me ยังมีให้เลือกตั้งแต่เด็กแรกเกิดไปจนถึง 6 ขวบ ต่างจากแบรนด์อื่นที่นิยมผลิตเสื้อผ้าเด็กอายุ 1 ขวบขึ้นไป”

แม้แบรนด์ Minisize Me จะมีความแตกต่างไปจากแบรนด์อื่น แต่ยอดขายที่เกิดขึ้นตลอดระยะเวลา 1 ปีที่เปิดตัวกลับไม่เป็นไปตามที่คาดหวัง สาเหตุหลักที่เธอวิเคราะห์เจอร่วมกับทีมงานคือ เรื่องของราคา เนื่องจากแบรนด์เน้นขายผ่านช่องทางออนไลน์เป็นหลัก ลูกค้าจึงได้เห็นแค่รูปถ่ายสินค้า ไม่เคยได้สัมผัสเนื้อผ้าจึงไม่รู้ว่าเนื้อผ้านุ่มละมุนขนาดไหน เมื่อไม่รู้ก็มองว่าราคาที่แบรนด์ตั้งนั้นค่อนข้างสูง เธอจึงแก้ปัญหาด้วยการไปออกบูธตามงานอีเวนต์ที่กลุ่มลูกค้าอย่างคุณแม่ที่ใส่ใจในการเลือกสรรของใช้ให้กับลูก และสนใจสินค้าที่มาจากธรรมชาติ คนที่ชื่นชอบงานดีไซน์ งานคราฟต์ และผ้าธรรมชาติไปเดิน ซึ่งหลังจากไปออกบูธก็ทำให้แบรนด์ได้ลูกค้าใหม่เพิ่มขึ้น ส่วนลูกค้าที่เคยซื้อไปแล้วก็กลับมาซื้อซ้ำ ซื้อไปเป็นของขวัญให้คุณแม่หลังคลอด พร้อมบอกต่อคนรอบข้างที่เป็นคุณแม่และคนที่สนใจเสื้อผ้ารักษ์โลก

“หลังจากรู้แล้วว่า ราคาที่ค่อนข้างสูงทำให้ลูกค้าตัดสินใจซื้อยาก เราเลยแตกไลน์สินค้าแม่และเด็กของแบรนด์ออกมาเป็นสินค้าที่ทุกคนจับต้องได้ง่าย เช่น ผ้ากันเปื้อน ผ้าโพกผม และกระเป๋าหิ้ว พร้อมทั้งตั้งราคาที่ง่ายต่อการตัดสินใจซื้อ ซึ่งจากความหลากหลายของสินค้าและราคาช่วยขยายฐานลูกค้าให้กว้างขึ้น และเสื้อผ้าบางคอลเลกชัน เช่น คอลเลกชันฟรีเมียมที่สามารถสวมใส่ไปงานแต่งงานได้ จะเปิดให้สั่งแบบพรีออร์เดอร์ เพื่อลดความเสี่ยงในการเกิดปัญหาสินค้าค้างสต็อก”

เมื่อถามถึงทิศทางการเติบโตของ Minisize Me คุณแม่คนเก่งคนนี้ออกว่า นอกจากตั้งใจขยายตลาดไปต่างประเทศ เพื่อให้สินค้าแม่และเด็กฝีมือคนไทยเป็นที่รู้จักในตลาดโลกแล้ว ยังมุ่งหวังให้ Minisize Me เป็นแบรนด์สินค้าแม่และเด็กที่ครบวงจร มีสินค้าอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องจำหน่าย เช่น ผ้าห่อตัว ผ้าคลุมให้นม หมวก และอยากให้ Minisize Me กลายเป็นคลับที่คุณแม่เข้ามาพูดคุยแลกเปลี่ยนความคิดเห็นในเรื่องที่เกี่ยวกับลูก



TELLSCORE

แพลตฟอร์ม เชื่อมแบรนด์กับ INFLUENCER

Text : กองบรรณาธิการ

เนื่องเพราะผู้บริโภคยุคนี้
ไม่เชื่อในสิ่งที่แบรนด์พูดถึงตัวเอง
แต่เลือกเชื่อหรือฟังในสิ่งที่คนใกล้ตัวหรือคนอื่นๆ พูดถึงสินค้าและแบรนด์มากกว่า
นั่นจึงทำให้นักการตลาดหันมาพึ่ง Influence

โดยเฉพาะอย่างยิ่ง Influencer ระดับเล็กๆ อย่าง Micro-Influencer และ Nano-Influence ในการโฆษณาประชาสัมพันธ์เพื่อเข้าถึงกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย และด้วยเหตุผลนี้ เราจึงได้เห็นแพลตฟอร์มสำหรับการทำ Micro-Influencer เกิดขึ้น รวมถึง Tellscore ของ สุวิดา จรรย์วงศ์ ด้วย

Tellscore เป็นแพลตฟอร์มสื่อกลางที่ช่วยให้นักการตลาดหรือผู้ประกอบการได้มาเจอกับ Influencer โดยตรง โดย Tellscore จะรวบรวมค้นหา Micro-Influencer และ Nano-Influence ที่อยู่ในโซเชียลมีเดีย ไม่ว่าจะเป็น เฟซบุ๊ก ทวิตเตอร์ อิน스타그램 ซึ่งกลุ่มคนเหล่านี้จะเป็นคนทั่วไปที่มีสไตล์ของตัวเอง หรือความถนัดในบางสิ่งบางอย่าง โดยที่ Micro-Influencer จะมีคนติดตามต่ำกว่า 50,000 คน ขณะที่ Nano-Influence จะมีคนติดตามต่ำกว่าพันคนลงไป ซึ่งแม้จะเป็นกลุ่มที่มีคนติดตามจำนวนน้อย แต่ก็เป็นที่น่าเชื่อถือและมีความน่าเชื่อถือต่อการตัดสินใจของผู้บริโภค

“เดิมเมื่อ 4-5 ปีก่อน การทำ Influencer Marketing เราจะใช้ Macro-Influencer ซึ่งเป็นเซเลบริตี้หรือคนดังที่มีชื่อเสียงมีคนติดตามเป็นแสนเป็นล้านคน แต่ในวันนี้เวลาทำ Influencer Marketing เราจะแนะนำให้ใช้ร่วมกัน เพราะแม้ Macro-Influencer จะมีคนติดตามจำนวนมาก แต่ในความเป็นจริงแล้วมีอัตราการเข้าถึงบนโซเชียลออนไลน์ หรือ Organic Reach ต่ำ จึงจะทำได้แค่การสร้างการรับรู้ต่อสินค้าหรือบริการในช่วงเวลาสั้นๆ ขณะที่ Micro-Influencer และ Nano-Influence จะได้รับความเชื่อถือจากผู้บริโภคที่มากกว่า ในฐานะที่เป็นเพื่อน ครอบครัว คนใกล้ชิด หรือคนรู้จัก ทำให้ผู้บริโภคเชื่อ

ข้อมูลที่คุณกลุ่มนี้พูดมากกว่า ซึ่งกลุ่ม Nano-Influence นี้จะมีค่าบริการต่อการโพสต์ต่ำมาก แต่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสูง เพราะผู้บริโภคจะมองว่าถ้าเพื่อนเราใช้จริงเราจะเชื่อเพียงแต่การใช้ Nano-Influence จะต้องใช้จำนวนมาก จึงจะสามารถใช้เงินได้อย่างคุ้มค่า”

ในปัจจุบัน Tellscore มี Influencer กว่า 30,000 คนใน 12 กลุ่มหลัก ได้แก่ กลุ่มไลฟ์สไตล์ การเงิน ทองเที่ยว กีฬา สุขภาพ ความงาม การศึกษา เป็นต้น ซึ่งลูกค้าที่ต้องการใช้บริการสามารถดำเนินการผ่านแพลตฟอร์มได้ด้วยตัวเอง ไม่ว่าจะเป็นการค้นหา Influencer ที่ลูกค้าต้องการจาก ความถนัด จำนวนผู้ติดตาม ซึ่ง Tellscore จะมีการเก็บข้อมูลของแต่ละคนเอาไว้ และมีการประเมินผลสถิติต่างๆ คาดคะเนจำนวนคนเห็นโพสต์ เพื่อให้กลุ่มลูกค้าที่ต้องการการตลาดผ่าน Influencer ได้รับข้อมูลและวางแผนในการทำตลาดได้ โดย Tellscore จะมีระบบที่สามารถวัดผลได้แม่นยำหลังจบแคมเปญ จึงทำให้การทำตลาดผ่าน Influencer ได้ผลและมีประสิทธิภาพ

“ในการเลือก Influencer เราจะมีกรอบทดสอบทางข้อมูลก่อนว่าเพื่อนเขาเป็นใคร มีบอดไหม ถ้าบอดเยอะเกิน 5 เปอร์เซ็นต์จะสมัครไม่ผ่าน สิ่งที่เราจะต้องมีคนสนใจไม่ต่ำกว่า 2 เปอร์เซ็นต์ของคนติดตาม แต่คนติดตามน้อยเปอร์เซ็นต์ก็จะลดหลั่นลงไป เราจะมีรายละเอียดข้อมูล ค่าบริการ คำนวณให้ลูกค้าใช้ประกอบการตัดสินใจเลือก ลูกค้าส่วนใหญ่เป็นองค์กรธุรกิจขนาดใหญ่ และเริ่มมี SME มาใช้บริการ ซึ่งเรามีแพ็คเกจราคา 5,000 บาทที่สามารถจ้าง Influencer ได้ 3 คน

สำหรับ SME ที่จะใช้บริการหรืออยากจะทำลองเพื่อดูผลตอบรับก่อนว่าเป็นอย่างไร”

แม้จะเพิ่งเริ่มต้นทำแพลตฟอร์ม Tellscore ได้ปีกว่า แต่ด้วยความมั่นใจในเทคโนโลยีและศักยภาพของตลาด ในปีนี้ สุวิดาก็ตัดสินใจขยายธุรกิจไปเปิดบริษัทใหม่ในกรุงเทพมหานคร ประเทศอินโดนีเซีย ซึ่งแม้จะมีคู่แข่งที่ครองตลาดอยู่แล้ว แต่ผลตอบรับกลับดีเกินคาดทีเดียว

“อินโดนีเซียมีประชากร 260 ล้านคน ในด้านดิจิทัลเขาไปไกลกว่าเรามาก ตอนที่เราไปที่นั่นเราได้ Influencer 6,000 คน โดยใช้เวลาแค่ 1 ใน 5 ของที่ทำในเมืองไทย และตอนนี้เรามี Influencer ที่อินโดนีเซียกว่า 20,000 คน ก่อนที่เราจะตั้งเป้าหมายว่าจะเริ่มมีลูกค้าปีหน้า แต่ตอนนี้เราก็มีลูกค้าแล้ว ถือว่าเราเป็นธุรกิจที่มีรายได้แล้ว”

สำหรับเป้าหมายต่อไปของ Tellscore นั้น สุวิดาก่อนว่า Tellscore จะเป็นแพลตฟอร์มที่ไม่ได้ยึดติดกับการรีวิวคอนเทนต์อย่างเดียว แต่เป็นการสร้างแรงจูงใจในการทำตลาดด้วยเครื่องมือต่างๆ และมีความสนใจที่จะขยายตลาดไปประเทศอื่นๆ ในภูมิภาคอาเซียน โดยคาดว่าจะปีหน้าจะออกตลาดประเทศที่ 3 ซึ่งประเทศที่ไปจะเลือกจากขนาดตลาดและพฤติกรรมผู้บริโภคที่ใกล้เคียงกัน มากไปกว่านั้นในปีหน้า Tellscore จะระดมทุนรอบ Series A ซึ่งด้วยที่ผ่านมาเนื่องจาก Tellscore เป็นธุรกิจที่สามารถสร้างรายได้ด้วยตัวเองและมีอัตราการเติบโตที่เร็ว ดังนั้น การเลือกนักลงทุนที่จะมาร่วมงานกันจึงจะเลือกนักลงทุนที่สามารถช่วยสนับสนุนด้านกลยุทธ์ มากกว่าการดูที่ตัวเงินอย่างเดียว **S**

ลดต้นทุนเพิ่มกำไร แต่ไม่ลดคุณภาพ

Text : กองบรรณาธิการ

ยอดจากการขายสินค้าหรือบริการจำนวนมากๆ ไม่ใช่คำตอบว่าธุรกิจจะได้กำไรสูงสุดเสมอไป เพราะการจะได้กำไรนั้น ยังต้องคำนึงถึงการลดต้นทุนด้วย ซึ่งปัญหาอย่างหนึ่งของการลดต้นทุนคือจะลดต้นทุนอย่างไร โดยไม่ทำให้คุณภาพของสินค้าและบริการลดลงตามไปด้วย และนี่คือคำแนะนำสำหรับ SME ที่กำลังมองหาวิธีการลดต้นทุนเพิ่มกำไรให้กับธุรกิจของตัวเอง

1

จ้างฟรีแลนซ์

หรือ Outsource งานบางอย่างออกไป

ซึ่งเป็นวิธีการลดต้นทุนในส่วนที่เป็นค่าสวัสดิการต่างๆ ของพนักงาน เช่น ประกันชีวิต ประกันสังคม หรือสิทธิประโยชน์อื่นๆ ที่พนักงานประจำจะได้รับ ข้อดีของการจ้างงานฟรีแลนซ์คือ จะได้คนที่มีความเชี่ยวชาญในเรื่องนั้นจริงๆ และสามารถวัดผลงานที่ทำออกมาได้

2

หมั่นตรวจสอบ

รายรับ-รายจ่ายอย่างสม่ำเสมอ

ถ้าทำธุรกิจแล้วไม่รู้รายรับ-รายจ่ายที่แท้จริง ไม่ว่าจะเป็นรายรับจากการขายสินค้าหรือบริการ รายจ่ายจากต้นทุนวัตถุดิบ ค่าแรง และอื่นๆ อย่างละเอียดแล้ว ก็จะไม่มีความรู้เลยว่ารายรับที่ได้และรายจ่ายที่จ่ายออกไปนั้นจะมีช่องทางรั่วไหลบ้างหรือไม่ ซึ่งหากตรวจสอบแล้วเจอก็จะได้รีบอุดรอยรั่วนั้นโดยเร็ว

3

ใช้ Technology เข้ามาช่วย

ทุกวันนี้มีเครื่องมือมากมายทั้งซอฟต์แวร์และแอปพลิเคชัน ทั้งที่ฟรีและเสียเงิน ที่ช่วยอำนวยความสะดวกสำหรับธุรกิจ

4

ควบคุมค่าใช้จ่ายการผลิต

โดยเฉพาะการจัดซื้อวัตถุดิบ อาจจะเริ่มจากการต่อรองกับคู่ค้าหรือซัพพลายเออร์เพื่อให้ได้ราคาที่ดีกว่าทั่วไป หรือลองหาซัพพลายเออร์รายอื่นเอาไว้มอง เพื่อเปรียบเทียบราคาและคุณภาพ เพื่อจะได้ราคาที่คุ้มค่าจริงๆ นอกจากนี้อย่าลืมที่จะจัดระเบียบและตรวจสอบวัตถุดิบอย่างสม่ำเสมอ รวมถึงคิดหาวิธีการต่อยอดวัสดุเหลือทิ้งว่าจะสามารถนำมาสร้างประโยชน์อื่นได้อย่างไรบ้าง

BUY 2 GET 1 | FREE

DELICIOUS

TASTY

FRESH



สั่งซื้อง่าย ๆ สะดวก รวดเร็ว



1 - 31 October 2019

*เฉพาะการสั่งซื้อผ่าน App และสินค้าที่ร่วมรายการ

Iced Americano (R) x 2 แก้ว ฟรี Iced Lemon Tea (R)

Iced Mezzo (R) x 2 แก้ว ฟรี Iced Lemon Tea (R)

Iced Chocolate (R) + Iced Chocolate (R) ฟรี Iced Thai Tea (R)

Iced Caramel Macchiato (R) + Iced Caramel Macchiato (R) ฟรี Iced Lemon Tea (R)

Iced Thai Tea (R) 75 + Iced Thai Tea (R) 75 ฟรี Iced Lemon Tea (R) 75

4 วิธีลดพลาสติก

เพื่ออนุรักษ์สิ่งแวดล้อมให้คนรุ่นหลัง

กระแสรณรงค์ลดการใช้พลาสติกยังมาแรงต่อเนื่อง
กระทั่งหลายแบรนด์ดังยังให้ความร่วมมือในรูปแบบต่างๆ เช่น จัดบริการถุงพลาสติก
งดใช้หลอดพลาสติก หรือเปลี่ยนไปใช้บรรจุภัณฑ์ที่ย่อยสลายตามธรรมชาติ

มีข้อมูลระบุว่าในแต่ละปีมีขยะพลาสติกล่องลอยอยู่ในทะเล
ทั่วโลกมากถึง 8 ล้านตัน ส่งผลกระทบต่อสัตว์ทะเลราว 700 ชนิด
มาตุกันว่าในฐานะคนรุ่นปัจจุบัน เราสามารถทำอะไรได้บ้าง
เพื่อที่อนาคต โลกเราจะไม่แย่ลงกว่าที่เป็น

1

สนับสนุนนโยบายลดใช้พลาสติก

เมื่อได้ก็ตามที่มีการออกกฎหมายหรือนโยบายเกี่ยวกับการลด
พลาสติกทั้งในระดับมหภาคหรือจุลภาค ในองค์กรหรือชุมชน
ก็ขอให้แสดงจุดยืนสนับสนุน ซึ่งปัจจุบันหลายหน่วยงานก็เริ่ม
ให้ความร่วมมือ เช่น ซูเปอร์มาร์เก็ตและร้านสะดวกซื้อบางแห่ง
ประกาศไม่มีถุงพลาสติกบริการ ในต่างประเทศ เช่น อินเดีย
ได้ห้าม ก๊วยเจ๋งพลาสติก ทำให้ลูกค้าต้องพกถุงผ้ามาใส่ของเอง
บางที่มีการออกกฎเกี่ยวกับขวดหรือภาชนะใส่ของที่ร้านค้าจะเก็บ
ค่ามัดจำ ลูกค้าจะได้เงินคืนตอนนำขวดหรือภาชนะที่ใช้เสร็จแล้ว
มาคืนที่ร้าน การทำเช่นนี้จะทำให้เกิดอัตราการรีไซเคิลสูงขึ้น

2

ใช้บริการร้าน Zero Waste

เมื่อมีโอกาสและสนับสนุนให้มีร้านแบบนี้เยอะๆ เป็นร้าน
ทางเลือกที่ดี และกำลังเป็นกระแสในต่างประเทศ ในไทยก็เริ่ม
มีบริการแล้วหลายร้าน หากลูกค้านิยมร้านประเภทนี้ และมีคน
ใช้บริการจำนวนมาก ก็จะส่งเสริมให้โมเดลธุรกิจเติบโตและขยาย
เป็นวงกว้างมากขึ้น

3

มีส่วนร่วมในกิจกรรมขององค์กรอนุรักษ์โลก

โดยทั่วไปบริษัทส่วนใหญ่จะไม่เปิดเผยว่าได้สร้างขยะพลาสติก
ให้กับโลกมากเท่าใด แต่เราสามารถร่วมกดดันผ่านองค์กร
ไม่แสวงกำไร เช่น กรีนพีซให้เรียกร้องบริษัทเหล่านั้นให้เปิดเผย
ข้อมูลว่าใช้พลาสติกมากน้อยแค่ไหน และมีวิธีจัดการกับขยะ
พลาสติกอย่างไร การเรียกร้องจะส่งผลกระทบต่อเมื่อบริษัทที่ผลิต

4

เปลี่ยนชุดความคิด

หลายคนอาจคิดว่าเราคนเดียวไม่อาจเปลี่ยนโลกได้ แต่ความจริงแล้ว
ทุกสิ่งอย่างเริ่มต้นจากจุดเล็กๆ ที่นั่น ดังนั้น ควรต้องบอกตัวเองว่า
เราสามารถมีส่วนทำให้โลกน่าอยู่ขึ้นได้โดยการเริ่มที่ตัวเอง มองหา
วิธีที่จะลดขยะพลาสติกในแบบของเรา เช่น การเติมน้ำจากแก้ว
โดยไม่ใช้หลอด การนำแก้วส่วนตัวไปซื้อเครื่องดื่ม การพกถุง
ช้อปปิ้งเวลาไปจับจ่ายสินค้า การใช้บริการร้านของกินของใช้แบบ
Zero Waste พกขวดน้ำ Reuse แทนขวดพลาสติกแบบ Single Use
และพยายามเลือกร้านที่ใช้แพ็คเกจจิ้งย่อยสลายตามธรรมชาติ ซึ่งถ้า
ทำบ่อยๆ ก็จะกลายเป็นความเคยชิน หนึ่งพฤติกรรมที่เปลี่ยนไป
ของหลายๆ คน เมื่อร่วมกันก็สามารถทำให้โลกดีขึ้นได้ ๕



ออกกำลังกายช่วงเวลาไหนดีที่สุด

Text : น้ำค้าง

“ไม่มีเวลา” ดูเหมือนจะเป็นข้ออ้างยอดฮิตของคน
ไม่ออกกำลังกาย แล้วถ้ามีเวลาละ หลายคนก็จะสงสัยอีกว่า
เช้าหรือเย็น ช่วงไหนเหมาะที่จะวิ่งหรือออกกำลังกายที่สุด บอกเลยว่า
แต่ละช่วงมีข้อดีข้อเสียแตกต่างกัน



ออกกำลังกายยามเช้า

ข้อดีของการเป็น Early Bird คือ ทำให้เป็นคนตื่นเช้า มีเวลา
เหลือมากขึ้นในการทำกิจกรรมแต่ละวัน หากออกกำลังกาย
ในสวนสาธารณะ ก็จะได้รับอากาศสดชื่นเสมือนได้รับพลังบวก
หรือถ้าออกกำลังกายในยิมช่วงเช้าๆ คนน้อย ไม่ต้องคอย
แย่งชิงอุปกรณ์กับใคร การออกกำลังกายยามเช้าทำให้สมอง
ปลอดโปร่ง คิดงานได้ดี โดยเฉพาะงานด้านความคิดสร้างสรรค์
แต่ข้อเสียของการออกกำลังกายตอนเช้า เช่น จะต้องใช้
พลังใจที่เข้มแข็งมากในการจุดตัวเองให้ลุกจากเตียงนอน
ยั้งคืนไหนนอนดึกด้วยแล้ว ความยากลำบากในการออกจาก

ที่นอนก็จะทวีขึ้น และหากนอนหลับพักผ่อนไม่เพียงพอ สภาพ
ในวันนั้นก็จะเหมือนซอมบี้อีกนั่นแหละ

สำหรับคนที่อยากออกกำลังกายตอนเช้า แนะนำว่ากำหนดเป็น
เป้าหมายที่ต้องทำให้ได้ นาฬิกาปลุกดังปั๊บ ลุกจากเตียง โดย
ไม่รีรอ เพื่อทุ่มเวลา ชุดออกกำลังกายและของจำเป็นต้องใช้
ควรเตรียมไว้ตั้งแต่ตอนกลางคืน และพร้อมออกจากบ้านทันที



ออกกำลังกายช่วงบ่ายหรือเย็น

เนื่องจากได้ผ่านการทำกิจกรรมมาตั้งแต่เช้า การออกกำลังกาย
ช่วงนี้ทำให้เย็นเวลาในการอบอุ่นร่างกาย อุณหภูมิร่างกาย
ที่สูงขึ้นทำให้ร่างกายยืดหยุ่น กล้ามเนื้อแข็งแรง นอกจากนั้น
ความดันโลหิตและอัตราการเต้นของหัวใจที่ชะลอลง แม้จะเป็น
ผลให้ออกกำลังกายได้นานขึ้น แต่กล้ามเนื้อกลับบาดเจ็บ
น้อยลง ที่สำคัญ Growth Hormone ที่ร่างกายหลั่งออกมา
มากสุดในช่วงบ่าย จะช่วยเพิ่มขีดความสามารถในการ

ออกกำลังกายแบบต้านกล้ามเนื้อ เช่น เวทเทรนนิ่ง

ไม่เท่านั้น การหาเพื่อนออกกำลังกายช่วงบ่ายยังทำได้
ง่ายขึ้น และหากเป็นสมาชิกยิมคลาสต่างๆ มักเปิดสอน
เวลาบ่ายหรือเย็น คลาสที่ให้เลือกจึงเยอะกว่า หลังจาก
ทำงานมาแต่เช้าจนเกิดความเครียด การออกกำลังกาย
ตอนเย็นถือเป็นวิธีการคลายเครียดที่ดีที่สุดวิธีหนึ่ง

สำหรับข้อเสียของการออกกำลังกายช่วงเย็นคือ
ความสนใจถูกเบี่ยงเบนได้ง่ายจนหลายคนยกเลิกการ
ออกกำลังกายเพื่อไปทำกิจกรรมอื่น เช่น ไปปาร์ตี้ ช้อปปิ้ง
ดูหนัง และช่วงเย็นมักเป็นเวลาที่คุณส่วนใหญ่เลิกงานเวลา
ไล่เลี่ยกัน จึงทำให้มากระจุกกันนอน

โดยสรุปแล้ว เช้าหรือเย็นไม่ใช่เรื่องสำคัญ หากเลือกปฏิบัติ
อย่างสม่ำเสมอจนเคยชิน ร่างกายก็จะปรับตามตารางได้เอง
สำคัญว่าหาเวลาให้ได้ อดทน และมีวินัยในการออกกำลังกาย
เมื่อถึงเวลา สิ่งที่ทำลงไปก็จะผลิตดอกออกผลเอง ๕

SME THAILAND

PRIVILEGE CLUB

สิทธิประโยชน์ที่มากกว่า สำหรับผู้ประกอบการ



สุดคุ้ม!

โปรโมชั่น!
ช่วงเปิดรับสมัครใหม่

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

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



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

f : smethailandprivilegeclub

Text : Kritsana S. / Photo : กิจจา อภิชนจเร

5 ฤกษ์สำคัญทำให้ธุรกิจในพื้นที่เกิดขึ้นจริง

บี-มาติกา อรรถกรศิริโพธิ์

ความฝัน



“บีมีโอกาสได้ไปลองชุดแต่งงานที่ร้าน Elisabeth ที่ประเทศเกาหลี และรู้สึกประทับใจในความหลากหลายของชุดแต่งงานและเครื่องประดับ การให้บริการ การดูแลลูกค้า จึงตัดสินใจลงทุนเปิดสาขาในประเทศไทย เพราะร้านนี้ทำให้ความฝันของบีเป็นจริง นั่นคืออยากเต็มเต็มความฝันของเจ้าสาวทุกคนที่อยากใส่ชุดแต่งงานแบรนด์ดังระดับโลกในราคาที่เข้าถึงได้ และไม่ต้องเสียเวลาเดินทางไปต่างประเทศเพื่อเช่าชุด ร้านนี้ทำให้ฝันของเจ้าสาวทุกคนเป็นจริงได้ เพราะมีชุดแต่งงานจากหลายแบรนด์ดังให้เลือก เช่น แบรนด์ Berta ที่ดูหรูหรา มีความเชิ่กชีแ่งอยู่ และแบรนด์ Georges Hobeika ที่ดูสวยสง่า เครื่องประดับของทางร้านนำเข้าจากประเทศแคนาดา และในการพิตติ้งชุดว่าที่เจ้าสาวทุกคนจะได้ใส่ชุดแต่งงานและเครื่องประดับครบเหมือนวันแต่งงานจริง”

ความชอบ

“บีเชื่อว่าเมื่อสิ่งที่ต้องการทำเป็นสิ่งที่รักและเป็นสิ่งที่ฝัน เราจะมีพลังในการทำสิ่งนั้นให้เป็นจริงและมุ่งมั่นตั้งใจที่จะทำสิ่งนั้นให้ประสบความสำเร็จ ไม่ว่าจะมีอุปสรรค ปัญหา อุปสรรค หรือความท้าทายในรูปแบบไหนก็ตาม เราก็พร้อมสู้เพื่อให้ผ่านพ้นไปได้ ความชอบของบีมักถูกถ่ายทอดออกมาผ่านธุรกิจที่ทำ อย่างเช่น ร้านเช่าชุดแต่งงาน Elisabeth Bridal ที่ออกแบบและตกแต่งตามความชอบของบี ไม่ว่าจะเป็นโทนสี เพอร์นิเจอร์ กลิ่นภายในร้าน หรือแม้แต่เพลงที่เปิด บรรยากาศของร้านให้ความรู้สึกอบอุ่นเหมือนอยู่บ้านตัวเอง เพราะบีไม่อยากให้ทุกคนที่มาารู้สึกว่ามาร้านเช่าชุดแต่งงาน”



ทำงานด้วยความสุข



“บีรู้สึกว่าการทำงานด้วยพลชั้น มีแรงจูงใจในการทำ เราจึงมีความสุขไปกับการทำงานนั้น งานจะไม่น่าเบื่อสำหรับเรา แต่การที่จะทำงานนั้นให้ประสบความสำเร็จได้ แค่ความเก่งอย่างเดียวไม่เพียงพอ เพราะต้องมีความขยันขันแข็งและความเพียรพยายาม บีทำงานค่อนข้างเยอะและเริ่มทำงานมาตั้งแต่เด็ก เราไม่ได้ทำแค่เพื่อตัวเองแต่ทำเพื่อครอบครัวด้วย อยากให้ทุกคนในครอบครัวมีชีวิตความเป็นอยู่ที่ดีสบาย ทุกวันนี้บีทำหลายบทบาทหน้าที่ มีหลายธุรกิจที่ต้องดูแล ซึ่งถ้าทำคนเดียวอาจทำให้ธุรกิจมีปัญหาได้ ดังนั้น ทุกธุรกิจจึงต้องมีพาร์ตเนอร์ เพื่อให้ธุรกิจเดินไปได้อย่างไม่สะดุด การมีพาร์ตเนอร์เหมือนมีเพื่อนคู่คิด ทำให้มีมุมมองความคิดใหม่ๆ มาใช้กับธุรกิจ”

ทีมงาน

“ทีมงานคือฟันเฟืองสำคัญที่ขับเคลื่อนธุรกิจให้ก้าวเดินไปข้างหน้า เรามองทีมงานเป็นคนที่ครอบครัว ดูแลเหมือนเพื่อนดูแลเพื่อน พี่ดูแลน้อง บีให้ใจกับทีมงานทุกคน ซึ่งเชื่อว่าพวกเขารับรู้ได้ หากจำเป็นต้องดูแลหรือเด็ดขาดก็ต้องทำ แต่ความเด็ดขาดของบีจะเป็นไปในรูปแบบของการตัดสินใจมากกว่า บีจะเตือนตัวเองเสมอว่าให้ใช้อารมณ์น้อยที่สุดเท่าที่จะทำได้ แม้จะเป็นเรื่องที่ทำได้ยากแต่ก็ต้องทำให้ได้”



ความผ่อนคลาย

“ก่อนนอนเป็นช่วงเวลาที่มีเวลาว่างให้กับตัวเอง เลยมองหากิจกรรมที่ช่วยผ่อนคลายความเครียดจากการทำงานตลอดทั้งวัน ซึ่งกิจกรรมที่ชอบทำที่สุดคือการดูซีรีส์ เช่น ซีรีส์เรื่อง Descendants of the Sun เพราะระหว่างที่ดูเหมือนได้พักสมอง ไม่ต้องคิดอะไรเยอะ บีจะไม่เก็บเอาเรื่องต่างๆ ที่เจอระหว่างวันมาคิดในช่วงก่อนเข้านอน และต่อให้รู้สึกเครียดแค่ไหนก็จะพยายามปล่อยวางให้หมด”



บี-มาติกา อรรถกรศิริโพธิ์

ปัจจุบันเธอไม่ได้เป็นเพียงนักแสดงเจ้าบทบาทเท่านั้น
หากแต่ยังนั่งแท่นเจ้าของธุรกิจ
แบรนด์รองเท้าผู้หญิง Manita Shoes
ที่มีให้เลือกหลากหลายแบบ
ผลิตภัณฑ์สมุนไพรเพื่อการระบาย DTOXI
ร้านเช่าชุดแต่งงาน Elisabeth Bridal
ที่เพิ่งเปิดตัวไปเมื่อไม่นาน
และยังเป็นหนึ่งในผู้ก่อตั้งเพจแม่สื่อแม่ชัก
พื้นที่แนะนำเพื่อนโสด
ที่ตอนนี้มีผู้ติดตามมากกว่า 2 แสนคน
ซึ่งทุกธุรกิจที่เธอกำลังทำยังเป็นเพียงภาพฝัน
ภายใต้ชื่อ 5 ฤกษ์สำคัญทั้ง 5 ดอกนี้

Where to Find

พบกันทุกวันที่ 15 ของเดือน

กรุงเทพฯ/ปริมณฑล

- **A10 Café & Co-Working Space**
พญาไท / ปิ่นเกล้า / 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**
ซอยสาธิต ซอย1
- **Espresso Gallery**
หน้าคอนโดอัส: ลาดพร้าว
- **Galleria Café**
ก.กาญจนาภิเษก บางเขน
- **Gallery กาแฟดริบ**
หอศิลป์ฯ กรุงเทพมหานคร
- **Gloria Jean's Coffees**
K-Village / Honda Bigwing /
ชั้น 1 ตึกบัสศูนย์
- **Hangar Coworking Space**
by dtac accelerate
- **HQ**
- **Hubba**
SIAM DISCOVERY / เหนือ /
สยาม
- **I-hin Cafe**
ช.ลาดกระบัง 46/3
- **INN-Office Coworking Space**
โครงการ AQUA : สพานคอย
- **Gil Coffee**
อาคาร 5 ชั้นใต้ดิน ทีโอที แจ้งวัฒนะ
- **Lord of Coffee**
รามฯ1164 / รามฯ1112 / รามฯ1160
- **Mezzo**
- **MhakBuri Station**
ช.เอกชัย 30 จอมทอง
- **My Café the Library**
Nawamin City Avenue
- **One Ounce for Onion**
เอกชัย ช.12

- **Regus co-working space**
- **SEAC**
- **Size S Coffee & Bakery**
พรราม 4
- **SOMETHING BLACK**
ตลาดสะพานมิตร 58 ซอยรัชดาภิเษก 4
- **Staff Coffee**
พหลโยธินเพลส ชั้น 1
- **Ta Chance Coffee**
เยื้อง ซ.เจริญกรุง 109
- **TCDC**
อาคารโปรมณียกลาง บางรัก
- **Think TANK (Third Place)**
ก.บางลิ้นจี่
- **Timely Coffee**
ช.เสียบวารี 15 หนองจอก
- **TRUE INCUBE**
4th floor Centerpoint SiamSquare
- **Treat Cafe & Hang Out**
เสนา 28 (ตรงข้าม รร.สมิทธิ์โฮเต)
- **Veganerie**
The Mercury Ville Chidlom 4th Fl.
- **White Rabbit**
ช.อารีย์สัมพันธ์ 5
- **Yannawa Coffee**
ที่ทำการโปรมณีย ย่านนาอา
- **Yesterday 's Tea Room**
ปากซอยสะพานยาว ก.รองวอด
- **กาแฟนสิงห์**
พระราชวังพญาไท ร.พ.พรมงกุฏ
- **โกโก้ กาแฟสด**
ช.สายไหม 84
- **มหาวิทยาลัยกรุงเทพ**
- **มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต**
- **มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล**
รัตนโกสินทร์
- **มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย**
- **วิทยาลัยจัดการ มหาวิทยาลัยมหิดล**
ก.วิภาวดี
- **สถาบันการจัดการ บัญฑกิจวัฒน์**
- **สถาบันเทคโนโลยี ไทย-ญี่ปุ่น**
- **สถาบันภาษา มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์**
ศูนย์ทำพระจันทร์ และศูนย์รังสิต

- **หอสมุดและคลังความรู้มหาวิทยาลัยมหิดล**
วิทยาเขตราชวดี
- **ห้องสมุดเบรเวอ**
อาคารตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย
ถนนรัชดาฯ
- **ศูนย์การค้า ZPELL รังสิต**
- **ศูนย์ให้คำปรึกษาด้านทรัพย์สินทางปัญญา**
และนวัตกรรม
- ชั้น 4 กระทรวงพาณิชย์
- อาคารตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย
ถนนรัชดาฯ
- **โรงพยาบาลกรุงเทพ**

ภาคเหนือ

- กำแพงเพชร**
- **THE GYM**
- เชียงใหม่**
- **Chivit Thamma Da Coffee House**
- **ริเวยกิงคาเฟ่**
- เชียงใหม่**
- **Into the woods**
- **Neo Café**
- **โรงแรม Yesterday**
ก.ดิมเนนทอนทร์
- **อาซ่า อ่ามา**
- แม่ฮ่องสอน**
- **Coffe In Love**
- **ร้านกาแฟเข้าท่า ปาย**
- **ร้านสรวอลกาแฟ**
- แพร่**
- **CK Coffee**
- **บ้านฮังเล คอฟฟี่**
- ลำพูน**
- **Blacksmith**
- อุตรดิตถ์**
- **Amezon จัองาม**

ภาคกลาง

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

นครปฐม

- **Pak Pink Bistro**

นครสวรรค์

- **รามเกียรติ์ คอฟฟี่**
- **เกาะคำ 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

- **จันทร์กาแฟ**

นครราชสีมา

- **Sweet Café**

มุกดาหาร

- **Bearista Coffee & Bakery**

มหาสารคาม

- **กาแฟรีนรมย์**

เลย

- **กาแฟสด อักเลย**
- **ปล่อยแสง เชียงคาน**
ถนนเขยโข่ง ช.10
- **แม่น้ำโขง เกสเฮาส์**
ถนนเขยโข่ง ช.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**
- **รย็อง**

ภาคตะวันตก

ประจวบคีรีขันธ์

- **Gallery กาแฟดริบ หัวหิน**
- **โซว์รูมรถ Ford หัวหิน**

เพชรบุรี

- **เขาปู่เขาย่า**
- **“JM Cuisine” / “เจ็กเม้ง”**
- **ร้านเค้กเมืองเพชร**

ราชบุรี

- **Morming Glory Resort**
- **IDYLL@DAMNOENSADUAK**

ภาคใต้

กระบี่

- **เค็ก ณ นาท**

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 เพนดินบุลาร์ แอสโซซิเอตส์ จำกัด

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

วิธีการสมัคร

กรอกข้อมูลให้ครบถ้วนแล้วส่งใบสมัครพร้อมหลักฐานการโอนเงินมาที่

บริษัท เพนดินบุลาร์ แอสโซซิเอตส์ จำกัด เลขที่ 100/6 ซอยอารีย์สัมพันธ์ 3

ถนนพหลโยธิน แขวงพญาไท เขตพญาไท กรุงเทพฯ 10400

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

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

EATING OUT Text : Duckkiez / Photo : Pae.yodsurang



สดชื่นรับปลายฝนต้นหนาวกับ 3 คาเฟ่ดอกไม้เอาใจสายหวาน

ปลายฝนต้นหนาวแบบนี้มีอะไรดีไปกว่าการพาตัวเองไปอยู่ท่ามกลางหมู่ดอกไม้
เพื่อรับพลังความสดชื่นจากสีสันและกลิ่นหอมหวานของดอกไม้บานาพรรณ แต่หากไม่มีเวลาพอจะทำเช่นนั้น การพาตัวเองไปเยือนคาเฟ่ที่ตกแต่งในธีมดอกไม้
ก็จะเป็นความคิดที่น่าสนใจ เพราะช่วยเติมความเบิกบานให้ชีวิตได้ทีเดียว



KAY'S BOUTIQUE BREAKFAST

ร้านตกแต่งอย่างเรียบง่าย เน้นใช้สีขาวเพื่อความสะอาดตา
เพิ่มความเรียบหรูด้วยโต๊ะและบาร์หินอ่อน และด้วยความที่มีแสง
ธรรมชาติส่องถึง ภายในร้านจึงสว่าง ไม่มีมืดทึบ ส่วนมุมที่สวยๆ
นิยมไปยืนโพสท่าถ่ายภาพไว้อัฟโซเชี่ยลมีเดีย อดเพื่อน คือ
ชามดอกไม้สดหวานตรงประตูทางเข้า และผนังดอกไม้ภายในร้าน



Tokyo Toast ขนมปังปิ้งยอชุปไข่ผสมผงมัทฉะ หน้า
ขนมปังเป็นรอยไหม้และมิกลินไหม้มนิดๆ จากการนำ
ขนมปังไปนากับกระทะร้อนๆ เสิร์ฟพร้อมไอศกรีม
วานิลลา และ **Iced Latte** เสิร์ฟมาในแก้วใสที่มองเห็น
เลเยอร์ของกาแฟและนมได้อย่างชัดเจน



เมนูส่วนใหญ่เป็นอาหารเช้า ขนมหวานมีให้เลือก
ไม่มาก/คนเยอะช่วงเช้า/มี Service Charge
/ใกล้ BTS อนุสาวรีย์ชัยสมรภูมิ



ช.รางน้ำ
เปิดบริการ 06.30-16.00 น.
f kaysboutiques



THONGYOY CAFE

คาเฟ่ขนมไทยตกแต่งเหมือนสถานที่ท่องเที่ยวเขตร้อน
ในจินตนาการ ชุ่มดอกไม้สดที่ตกแต่งอยู่ภายในร้านช่วยสร้าง
บรรยากาศสดชื่น ผงน้ำตาลผสมพุดดิ้งโรสชวนให้นึกถึงช่วงเวลา
ที่พระอาทิตย์กำลังจะลับขอบฟ้า ชั้นสองของร้านเป็นช้อปปิ้งเสื้อผ้า
แบรนด์ท้องถิ่นที่มีลวดลายแปลกตาจนกลายเป็นเอกลักษณ์เด่น



เค้กรวมมิตรทับทิมกรอบ เนื้อเค้กมีรสมันของกะทิ
และมีเส้นรวมมิตรผสมอยู่ แต่งหน้าด้วยทับทิมกรอบ
ขนุน และข้าวโพดหวาน และ **Thongyoy Shakerato**
เอสเปรสโซผสมน้ำผึ้งและน้ำเลมอน ดื่มง่าย กลิ่น
สดชื่น



ขนมที่ขายเป็นขนมไทยรสหวานและเค้กฟัวชั่นสไตล์
Eat meets West/คนค่อนข้างเยอะในช่วงบ่าย
/ใกล้ BTS อารีย์



ช.อารีย์สัมพันธ์ 7
เปิดบริการ 07.00-21.00 น. และเสาร์-อาทิตย์ 10.00-22.00 น.
f thongyoycafe



CAFE LA ROSE

คาเฟ่ดอกไม้หลายสีหวาน แบ่งพื้นที่ออกเป็นโซนด้านหน้า
ซึ่งเป็นเคาน์เตอร์บาร์ โซนภายในร้านที่ผนังถูกทาด้วยสีต่างๆให้
ลุคสวยเท่ แต่ละโต๊ะมีดอกไม้หลายสีต่างๆ ตั้งประดับ และโซน
เอาต์ดอร์ที่มีผนังดอกไม้ขนาดใหญ่ให้ถ่ายภาพ นอกจากนี้
บริเวณหน้าร้านยังมีมุมเล็ก ๆ ที่ตกแต่งด้วยดอกไม้ และ
ทุกเมนูที่เสิร์ฟก็มีดอกไม้ตกแต่งให้สวยงาม



Rose Bouquet วอฟเฟิลช็อกโกแลตร้อนๆ ท็อปด้วย
ไอศกรีมโฮมเมดรสวานิลลาอัญชัน เสิร์ฟมาในรูปแบบ
ของไอศกรีมโคนเพื่อให้ง่ายกับการรับประทาน และ
Italian Soda Rose ไซรัปกุหลาบผสมน้ำอัญชัน
และโซดา แก้วนี้ให้รสเปรี้ยวชื่นหวานหน่อย กลิ่น
หอมหวาน ดื่มแล้วสดชื่น



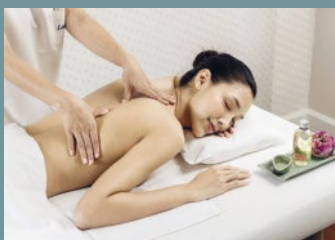
คนเยอะวันเสาร์และอาทิตย์/มี Service Charge
/ใกล้ BTS อารีย์



ช.พิบูลย์นา 10
เปิดบริการ 11.00-22.00 น. ปิดทุกวันจันทร์
f cafelaros.bkk

RELAX Text : Duckkiez

LET'S RELAX SPA @ GINZA THONGLOR



Let's Relax Well-Being Hub สาขาแรก
ที่รวม 3 ศาสตร์แห่งความผ่อนคลายไว้ในพื้นที่
เดียวกัน ไม่ว่าจะเป็นการปรนนิบัติตั้งแต่ศีรษะ
จรดปลายเท้ากับประสบการณ์สปาจากเทอราพิสต์
ผู้เชี่ยวชาญของ Let's Relax Spa ยืดคลายกล้ามเนื้อ
โดยนักกายภาพบำบัดของ Stretch Me หรือสปา
ดูแลเล็บมือและเท้าโดยช่างของ Chaba Nails & Spa

Ginza Lifestyle Community Thonglor ช.สุขุมวิท 55
☎ 0-2136-4226 🏠 www.letsrelaxspa.com

หุ่นนิ่งเพื่อนรัก-MY BELOVED STILL LIFE



นิทรรศการเดี่ยวครั้งแรกของ จตุสมภค์ แซ่ซิม ที่ได้แรงบันดาลใจจาก
หุ่นนิ่ง โมเดล และสิ่งของต่างๆ รอบตัวมาถ่ายทอดเป็นผลงานวาดเส้น
และงานจิตรกรรมด้วยวิธีการที่หลากหลาย เช่น การประกอบรูปทรง
ของตัวโมเดลที่ไม่ได้อยู่จริง เป็นต้น นิทรรศการนี้เป็นการรวมผลงานที่อยู่ใน
ช่วงทดลองเพื่อค้นหาแนวทางการทำงานศิลปะ ซึ่งจตุสมภค์อยาก
เผยแพร่ผลงานช่วงทดลองนี้ให้สังคมได้เห็นการทำงานตั้งแต่ช่วงเริ่มต้น

Kups Café Gallery (BTS วงเวียนใหญ่ ทางออก 4)
จัดแสดงตั้งแต่วันที่ 24 ตุลาคม-27 ธันวาคม 2562
🏠 www.kupscafe.com f kupscafe

SME Thailand x BSC Cosmetology

ร่วมจัดกิจกรรม Exclusive Makeup Workshop

“Be a Working Woman”

สร้างลุคสวยมั่นใจ สไตล์สาวทำงาน

- เรียนรู้เทคนิคการแต่งหน้า เพื่อเสริมบุคลิกภาพ และเพิ่มความมั่นใจในตัวคุณทุกๆ วัน
- ขั้นตอนการทำความสะอาดและการบำรุงผิวหน้า อย่างถูกต้อง
- วิธีการแก้ไขรูปหน้าและจุดบกพร่อง
- เรียนการแต่งหน้าสวยทุกขั้นตอนด้วยตัวคุณเอง

โดย อ.ธนกร ปานเจริญ (อ.เอ)

อาจารย์สอนแต่งหน้าเบื้องหลังกองประกวดระดับประเทศ

วันอังคารที่ 29 ตุลาคม 2562

ลงทะเบียนเวลา 13.00 น.

ณ Walkin Meeting Workspace (Room 4)

ชั้น 2 ราชครูเวนิว พหลโยธิน 5

รับจำนวนจำกัด

สำหรับสมาชิก
SME Thailand
Privilege Club
สำรองที่นั่งฟรี



สอบถามรายละเอียดได้ที่คุณสุชนษา (เอ) โทร. 0-2270-1123-4 ต่อ 115

f smethailandonline f smethailandprivilegeclub

www.smethailandclub.com



SME Thailand Privilege Club ครั้งที่ 14

จบไปแล้วกับอีกหนึ่งกิจกรรมดีๆ แบบ Exclusive สำหรับสมาชิก SME Thailand Privilege Club หัวข้อ “Creating Digital Content Via Mobile Phone สร้าง Content ง่ายๆ Style SME” งานนี้อัดแน่นไปด้วยเนื้อหาเทคนิคการสร้างคอนเทนต์ และยังได้ลงมือปฏิบัติจริงกับการสร้างภาพกราฟิก รวมถึงการตัดต่อวิดีโอแบบง่ายๆ ด้วยมือถือ เพื่อช่วยให้การนำเสนอสินค้าและบริการมีความน่าสนใจและดึงดูดลูกค้าได้มากยิ่งขึ้น โดยอาจารย์ลลิตา สันติวรวัตร ผู้เชี่ยวชาญด้าน Digital Marketing เป็นวิทยากรให้ความรู้ ณ ชั้น M ห้องออดิโธเธียตรียม ศูนย์สร้างสรรค์งานออกแบบ (TCDC)

สนใจร่วมกิจกรรมสุดพิเศษแบบนี้ ง่ายๆ เพียงสมัครเป็นสมาชิก SME Thailand Privilege Club สอบถามรายละเอียดเพิ่มเติมได้ที่ โทร.0-2270-1123 ต่อ 115



กรุงศรี เปิดตัว “สินเชื่อร้านค้าออนไลน์ขายดี”

สันต์ เกษสุวรรณ ผู้อำนวยการอาวุโส ผู้บริหารสายงานสินเชื่อบุคคล ธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด (มหาชน) และกิตติพงษ์ บุณศิริ ผู้อำนวยการอาวุโส ฝ่ายการตลาดและพัฒนาธุรกิจ บรรษัทประกันสินเชื่ออุตสาหกรรมขนาดย่อม (บสย.) เปิดตัว “สินเชื่อร้านค้าออนไลน์ขายดี” คำประกันสินเชื่อโดย บสย. ส่งเสริมผู้ประกอบการขนาดย่อม (Micro Entrepreneurs) ซึ่งเป็นบุคคลธรรมดาที่ทำธุรกิจขายสินค้าออนไลน์ผ่านเว็บไซต์ของตนเอง หรือผ่านช่องทางโซเชียลมีเดีย และ e-Marketplace ต่างๆ ให้สามารถเข้าถึงแหล่งเงินทุนในระบบได้ง่าย



เปิด Advice สาขาเซ็นทรัล มหาชัย

บริษัท แอดไวซ์ ไอที อินฟินิทิ จำกัด โดย จักรกฤษ วัชรศักดิ์ศิลป์ รองประธานเจ้าหน้าที่บริหารสายงานผลิตภัณฑ์ การขายและการตลาด บริษัท แอดไวซ์ ไอที อินฟินิทิ จำกัด ศูนย์รวมอุปกรณ์ไอทีครบวงจรเปิด Advice สาขาเซ็นทรัล มหาชัย จ.สมุทรสาคร เพื่อรองรับการเติบโตและขยายการให้บริการลูกค้าครอบคลุมในส่วนหัวเมืองหลัก ด้วยแนวคิด “นี่ถึง IT นี่ถึง ADVICE ครบจบในที่เดียว”



กสิกรไทยเปิด MADHUB ศูนย์รวมโซลูชันของคนกล้าฝัน ก้าออนไลน์

พัชร สมะลาภา กรรมการผู้จัดการ ธนาคารกสิกรไทย เปิดตัว MADHUB ศูนย์รวมโซลูชันสำหรับคนทำธุรกิจออนไลน์ ให้เติบโตอย่างมืออาชีพในทุกมิติ ให้ความรู้ แนวทางการจัดการ และสนับสนุนทางการเงิน ตั้งเป้าปีแรกคนค้าขายออนไลน์เข้าร่วมโครงการ 150,000 ราย



ธนาคารจับมือ SME Thailand จัดสัมมนา กล้า...ฉีกกรอบความคิด สร้างธุรกิจให้ก้าวหน้า

ธนาคารธนชาตร่วมกับ SME Thailand จัดงานสัมมนา กล้า...ฉีกกรอบความคิด สร้างธุรกิจให้ก้าวหน้า โดยมี ศิริวัฒน์ ชัชวาลย์ รองประธานเจ้าหน้าที่บริหารกลุ่มธุรกิจใหม่ บริษัท เซ็น คอร์ปอเรชั่น กรุ๊ป จำกัด (มหาชน) มาฉายภาพวิสัยทัศน์ คิดใหญ่แบบตามัว ในหัวข้อ กล้าปรับ! ทลายกำแพงคนตัวเล็กสู่โปรเจกต์มหาชน, รวีศ หาญอุตสาหะ กรรมการผู้จัดการ บริษัท ศรีจันทร์สหโอสถ จำกัด เปิดวิธีคิดเปลี่ยนแปลงจากภายใน ในหัวข้อ กล้าเปลี่ยน! โตให้ไว ไปให้สุดในยุคดิจิทัล และปิดท้ายด้วย วีรพล สวรรค์พิทักษ์ CMO บริษัท La Nature ที่มาเผยเคล็ดลับการตลาดในหัวข้อ กล้าคิด! Disruptive Marketing ทลายเกมการตลาด สู่โอกาสไร้ขีดจำกัด



เผยแพร่ 9 สุดยอด SME งาน SME Thailand Inno Awards 2019

นิตยสาร SME Thailand ร่วมกับ ธนาคารกสิกรไทย มอบรางวัล SME Thailand Inno Awards 2019 ซึ่งจัดขึ้นเป็นปีที่ 8 ให้แก่ผู้ประกอบการที่มีสินค้าและบริการที่มีนวัตกรรมโดดเด่น และรางวัล The Best SME Thailand Inno Awards แก่สุดยอดนวัตกรรม SME ประจำปี 2562 ซึ่งเป็นต้นแบบธุรกิจที่น่าเอาความรู้และความคิดสร้างสรรค์มาพัฒนานวัตกรรมต่อยอดการดำเนินธุรกิจให้ประสบความสำเร็จ โดยปีนี้ได้รับเกียรติจาก ชีระยุทธ วานิชขัง ผู้ช่วยรัฐมนตรีประจำกระทรวงอุตสาหกรรม เป็นประธานในพิธีมอบรางวัล และให้ปาฐกถาพิเศษในหัวข้อ "การสร้างขีดความสามารถทางการแข่งขันด้วยนวัตกรรมสำหรับ SME" และ วิญญู วิโรจน์จริยากร กรรมการผู้จัดการ บริษัท เพนนิษฐาร แอสโซซิเอทส์ จำกัด และ วีรวัฒน์ บัณฑิตวงศ์ รองกรรมการผู้จัดการอาวุโส ธนาคารกสิกรไทย พร้อมด้วยผู้ประกอบการชั้นนำเข้าร่วมเป็นเกียรติในพิธีมอบรางวัลอย่างคับคั่ง เมื่อวันที่ 10 กันยายน ที่ผ่านมา ณ โรงแรมสวิสโฮเต็ล เลอ คองคอร์ด สำหรับผู้ประกอบการที่ได้รับรางวัล มีทั้งสิ้น 9 ราย ได้แก่

1. รางวัล The Best SME Thailand Inno Awards 2019 ได้แก่ บริษัท ออโอฟีเซีย จำกัด ผู้พัฒนานวัตกรรมวัสดุทดแทนหมอนรองกระดูกสันหลังชุดนารายณ์
2. รางวัลโดดเด่นด้านนวัตกรรมธุรกิจบริการ ได้แก่ บริษัท นิธิฟู๊ดส์ จำกัด เจ้าของนวัตกรรมสถาบันวิจัยรสชาติอาหาร ที่ให้บริการ Outsource งานวิทยาศาสตร์อาหารในด้านการปรุงรสแก่ผู้ประกอบการรายเล็ก
3. รางวัลโดดเด่นด้านนวัตกรรมการบริหารจัดการองค์กร ได้แก่ บริษัท พญาเย็นแตร จำกัด นวัตกรรมฟาร์มโคนมเงินล้าน
4. รางวัลโดดเด่นด้านนวัตกรรมผลิตภัณฑ์ ได้แก่ ห้างหุ้นส่วนจำกัด ควีน เมดิคัล กรุ๊ป ผู้พัฒนานวัตกรรมเตียง All in One ตัวช่วยในการดูแลผู้ป่วยติดเตียง และ เดว้า ฟาร์ม เจ้าของฟาร์มฮอปส์ (Hops) แห่งแรกในประเทศไทย
5. รางวัลโดดเด่นด้านนวัตกรรมซอฟต์แวร์ ได้แก่ บริษัท ไอโอที ฮับ จำกัด ผู้พัฒนา IoT Tracking สำหรับติดตามอุปกรณ์ในโรงพยาบาล
6. รางวัลโดดเด่นด้านนวัตกรรมการออกแบบ ได้แก่ บริษัท ประสบกานต์ ดีไซน์ จำกัด จากแบรนด์ PARA ผลิตภัณฑ์การออกแบบด้วยความห่วงใยสิ่งแวดล้อม
7. รางวัลโดดเด่นด้านนวัตกรรมเพื่อสิ่งแวดล้อม ได้แก่ บริษัท มอร์ลูป จำกัด ผู้นำด้านคุณภาพดี ที่เกิดจากการผลิตในโรงงานมาส่งถึงมือลูกค้าในราคาจับต้องได้ เพื่อสร้างให้เกิดเศรษฐกิจหมุนเวียน
8. รางวัลโดดเด่นด้านนวัตกรรมเพื่อสุขภาพ ได้แก่ บริษัท ยู่ ฟิชบอล จำกัด นวัตกรรมอาหารเสริมป้องกันและฟื้นฟูโรคกระดูกเสื่อมและกระดูกพรุน โดยใช้วัสดุที่เหลือจากการแปรรูปปลาทะเลมาเพิ่มมูลค่า



CEBIT®
ASEAN Thailand

27-29 พฤศจิกายน 2562
อาคาร 7 ศูนย์แสดงสินค้า
และการประชุมอิมแพ็ค เมืองทองธานี

พบกับ
700 แบนด์ดัง
จาก 12 ประเทศ
ทั่วโลก

งานแสดงสินค้าและเจรจาธุรกิจ
เทคโนโลยีสารสนเทศและดิจิทัล สำหรับ
ผู้เชี่ยวชาญด้านไอที ธุรกิจสตาร์ทอัพ
เอสเอ็มอี และ บริษัทขนาดใหญ่

หากคุณกำลังมองหา
เทคโนโลยีเพื่อพัฒนาธุรกิจ
งานนี้คืองานที่ คุณไม่ควรพลาด!

พร้อมพบกับ
สัมมนา ฟรี!
ด้านเทคโนโลยีและ
ธุรกิจเพื่อ SMEs

ลงทะเบียน
เข้าร่วมชมงานล่วงหน้า ฟรี!



ลุ้นรับ

iPad ฟรี!



โซลูชันเพื่อ
พัฒนาธุรกิจ

ดาต้า
และคลาวด์

สตาร์ทอัพ

สมาร์ทโซลูชันส์
และไอโอที

ความปลอดภัย
ทางไซเบอร์

Organizer
IMPACT
BANG THONG THANI

Show Hosts
MHSRI
กระทรวงพาณิชย์ กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ

Show Consultant
Deutsche Messe

Supporters
THAILAND REDEFINE
YOUR BUSINESS EVENTS
TCEB JETRO

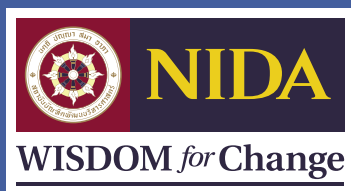
Bronze Sponsor
SEC Consult
ADVISOR FOR YOUR INFORMATION SECURITY

Knowledge Partner
TechTalk

Official Event Community
zipevent

สอบถามข้อมูลเพิ่มเติม โทร. 02-833-6336
หรืออีเมล info@cebitasean.com

[f](#) [in](#) [t](#) [v](#) @cebitasean | www.cebitasean.com



นิด้า

ก่อตั้งจากพระราชดำริ ร.9
สู่ความเป็นเลิศทางบัณฑิตศึกษา

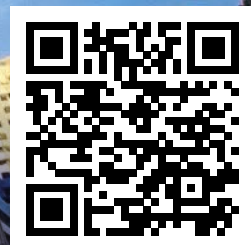
เปิดรับสมัคร
นักศึกษาใหม่
ปริญญาโท - เอก
ปีการศึกษา 2563
มีทุนการศึกษา

คณะรัฐประศาสนศาสตร์ | คณะบริหารธุรกิจ |
คณะพัฒนาการเศรษฐกิจ | คณะสถิติประยุกต์ |
คณะพัฒนาสังคมและสิ่งแวดล้อม |
คณะภาษาและการสื่อสาร | คณะพัฒนากฎหมายมนุษย |
คณะนิติศาสตร์ | คณะการจัดการการท่องเที่ยว |
คณะนิเทศศาสตร์และนวัตกรรมการจัดการ |
วิทยาลัยนานาชาติ | คณะบริหารการพัฒนาสิ่งแวดล้อม

☎ 0 2727 3000

📺 🐦 📘 NIDA Thailand

📷 nidawisdom



www.nida.ac.th