

ISSUE 22
JANUARY
2018

THAILAND

THE STANDARD



THE RECIPE FOR SUCCESS

ISSUE 22
JANUARY
2018

THAILAND

THE STANDARD





6 WORLD

เดือนสุดท้ายของปี 2017 โลกคละเคล้าด้วยเรื่องราวอันหลากหลาย เยรูซาเลมถูกเป็นไฟ เมื่อทรัมป์รับรองให้เป็นเมืองหลวงของอิสราเอล / ชวนิวยอร์กอั้งเหตุระเบิดสถานีรถไฟกลางเมือง / นายพลชดยาศัยกลางศาล / แคลิฟอร์เนียได้วอดวายจากไฟป่า / หมอกพิษที่มาชิโดเนียและนิวเดลี / นักร้องเกาหลีลาโลก / แพนด้าน้อย...ดาราดวงใหม่แห่งโตเกียว / สองเจ้าชายบนพรมแดง *สตาร์วอร์ส* THE STANDARD คัดสรรภาพข่าวตื่นตาทั่วโลกมาให้ชมแล้วในฉบับนี้

30 THAILAND

โศกนาฏกรรมนักเรียนเตรียมทหารที่ยังคงเป็นปริศนา / วันรัฐธรรมนูญรำลึก / เจ้ไฝประตู่ผีคว่า 1 ดาวมิชลิน / แหวนมารดา นาฬิกาเพื่อน / น้องเกียวก้อยชวนปรองดอง / ย้ายเขาดินนาออกนอกเมือง / ประท้วงโรงไฟฟ้าถ่านหิน / ข่าวสารรอบเมืองไทยเดือนสุดท้ายของปี สิ้นยังคงเต็มเปี่ยม

48 THE INTERVIEW

สนทนากับ ภาณุ อิงคะวัต ผู้อำนวยการฝ่ายสร้างสรรค์ และกรรมการกลุ่มบริษัท เกรฮาร์ด ในวาระครบ 20 ปี ที่ก่อตั้งแบรนด์ ถึงเส้นทางบุกเบิกสตรีทแฟชั่นไทยให้เติบโต ต่อเนื่องด้วยการบริหารร้านอาหารที่เริ่มต้นแบบงูๆ ปลาๆ จนถึงวันนี้ เกรฮาร์ด คาเฟ่ แข็งแรง สยายปีกสู่ภูมิภาคเอเชีย และกำลังจะปักธงในยุโรป โดยเริ่มต้นที่ลอนดอน

CONTENTS

THE STANDARD MAGAZINE เป็นนิตยสารแจกฟรีรายเดือน ห้าหน้าจำหน่าย ลงฉบับสิทธิ์

การมีส่วนหนึ่งส่วนใดหรือทั้งหมดของนิตยสารไปใช้โดยไม่ได้รับการอนุญาตเป็นลายลักษณ์อักษรถือว่ามีความผิดทางกฎหมาย

เจ้าของ บริษัท เดอะสแตนดาร์ด จำกัด เลขที่ 23/100-102 ซอยสุขุมวิทจอย ถนนพระราม 9 แขวงบางกะปิ เขตห้วยขวาง กรุงเทพฯ 10310 โทรศัพท์ 0 2203 1142

แฟกซ์ 0 2203 1143 เว็บไซต์ WWW.THESTANDARD.CO ISSN 2586-8586

แกลสิ บริษัท คลาสสิกสแแกน จำกัด โทรศัพท์ 0 2291 7575 พิมพ์ บริษัท โรงพิมพ์ตะวันออก จำกัด (มหาชน) โทรศัพท์ 0 2551 0533, 44

ภาพถ่าย AFP, Reuters พอนด์ KANIT โดย ศตวรรษ ดีภาพ



ติดต่อกองบรรณาธิการ MAGAZINE@THESTANDARD.CO ติดต่อฝ่ายโฆษณา ทุกลักษณะ เลิศกาญจนวนรัตน์ 09 2964 1635
ธัญญ์ นธิพัชรอรณ 09 9975 5878, กักรวี ตั้งบุญญกุล 08 9675 3309, มาศสุภา เอี่ยมมวงคศิลป์ 08 5056 0083, กักรสลา พุ่มเจริญ 09 2365 6415
สุกัญญา แก้วชวงดวง 09 6156 3692, สุรตนา ทรรปณ์กัภาพกร 09 5516 2441, ศศิมา เหลืองศิริฉาย 08 3999 5484

THE BIGGEST ALL JAPAN EVENT IN ASIA

มหกรรมญี่ปุ่นที่ยิ่งใหญ่ที่สุดในไทยและเอเชีย เอเชียで最大級のオールジャパンイベント



JAPAN EXPO THAILAND 2018

26th FRI - 28th SUN JANUARY centralw^orld

セントラルワールドプラザ 2018年1月26日(金) ~ 28日(日)

ศิลปินไอดอลที่โด่งดังที่สุดในประเทศไทย

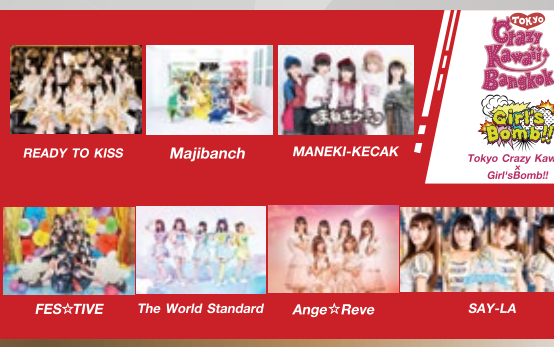
国民的アイドルAKB48がジャパンエキスポタイランド2018に出演決定!



SUMIDA JAZZ FESTIVAL IN BANGKOK



ห้ามพลาด! ปีละครั้ง



งานนิทรรศการศึกษาดูงานประเทศไทย ครั้งที่ 37 STUDY IN JAPAN FAIR 2018 第 37 回日本留学説明会

Application : japanexpothailand
facebook.com/japanexpothailand
@japanexpothailand

www.japanexpothailand.com

Organized by G-Yu Creative
主催 : ジーユークリエイティブ





VOLUME 1 | ISSUE 22 JANUARY 2018

BEGIN AGAIN

หลังจากฤดูฉลองเทศกาลปีใหม่ผ่านพ้น พอได้สติต่างก็กลับคืนมาสู่ที่ตั้งเดิม เรามักจะถามกันเล่นๆ แต่มีน้อยจริงๆ ว่าแต่ละคนตั้งความหวังกับปีทีล่องเข้ามาไม่กี่วันอย่างไร กลายเป็นปณิธานปีใหม่ตามแบบฝรั่งที่เข้ามามีอิทธิพลจนแยกกับธรรมเนียมไทยไม่ออก

มองในภาพรวม ปณิธานปีใหม่ถือเป็นการกำหนดเส้นทางแต่เนิ่นๆ ทำให้แต่ละคนมีเป้าหมายชัดเจนล่วงหน้า ก่อนออกเดินทาง จะเป็นจุดหมายทางด้านเศรษฐกิจ สังคม หรือเรื่องส่วนตัวอะไรก็ได้แล้วแต่ อย่างไรก็ตามว่า การเริ่มต้นดี เหมือนก้าวสู่ความสำเร็จไปแล้วครึ่งทาง

ข้อดีของการที่เรามีรูปแบบการนับเวลารอบใหญ่เป็นปี คือเราสามารถเริ่มต้นใหม่ได้อีกครั้งเมื่อผ่านไปครบ 12 เดือน เหมือนเราเล่นเกมมาถึงจุดสิ้นสุด แล้วกลับไปเริ่มต้นใหม่ เมื่อหน้าจอบอกขึ้นว่า Game Over

12 เดือนไม่สั้นและไม่ยาวเกินไปสำหรับการตั้งหลักใหม่ หากชีวิตที่ผ่านมาจะสุขุมๆ ดอนๆ เหมือนล่องเรือผ่านสายน้ำเชี่ยวกรากในบางช่วง และสำหรับคนที่ผ่านหนึ่งปีมาอย่าง สุขสมหวัง การเดินทางเข้าสู่ปีใหม่ออมไม่มีอะไรน่าห่วง

ไม่ใช่ทุกคนที่จะต้องวาดฝันวางเป้าหมายใหญ่ทุกปี ปณิธานของบางคนอาจจะเป็นแค่การหันมาใส่ใจต่อสุขภาพ

แล้วเริ่มจัดสรรเวลาออกมาออกกำลังกาย หรือให้ความสำคัญกับเรื่องอาหารเป็นพิเศษ

ที่พูดกันบ่อยๆ เห็นจะเป็นการตั้งใจไว้แต่เนิ่นๆ ว่า 'ปีนี้ จะอ่านหนังสือให้มากขึ้น' ในยุคที่สำนักพิมพ์ต้องมีบุคลิกทางการตลาดโดดเด่น และสิ่งสิ่งพิมพ์ต้องหาลักษณะเฉพาะของตัวเองให้เจอ หรือ 'จะเดินทางให้มากขึ้น' ในยุคที่คนรุ่นใหม่เริ่มตระหนักว่า การได้ออกไปพบโลกกว้างผ่านการท่องเที่ยว เป็นการเรียนรู้ชีวิตที่ต้องอาศัยประสบการณ์ตรงเท่านั้น

แน่นอนว่า การเริ่มต้นทุกครั้งหลังปีเก่ารู้ดมานปิดฉากลง คงไม่เหมือนการเริ่มต้นกด Play ครั้งใหม่ หลังเกมที่ผ่านไป ลื่นสุดลง ปีนี้กับปีที่แล้วถึงอย่างไรก็ตัดกันไม่ขาด การดำเนินชีวิตตลอด 12 เดือนที่ผ่านมา ทั้งเรื่องส่วนตัวและในสาขาอาชีพย่อมมีผลต่อเส้นทางในปีนี้อย่างต่อเนื่อง

เราแค่ใช้วาระการขึ้นปีใหม่ตามปฏิทินเป็นหมุดหมายเตือนใจเล็กๆ ว่าหากเรามาดมั้นจะให้ปลายทางของปี 2561 ได้ผลลัพธ์แบบที่เราจะไม่มานึกเสียใจในภายหลัง เราควรจะทำอะไรใหม่อย่างไรตั้งแต่ตอนนี้

ยศยอด คลังสมบัติ

บรรณาธิการบริหาร

YOTEYORD.K@THESTANDARD.CO

THE EDITOR

CHIEF EXECUTIVE OFFICER วงศ์กนก ชัยณรงค์สิงห์ MANAGING DIRECTOR บัณฑิตพันธ์ สุขสวย EDITOR-IN-CHIEF ยศยอด คลังสมบัติ

WRITERS นิธินาถ บุโรกานนท์, สรายรัตน์ วัชโรทัย DESIGN DIRECTOR วีระยุทธ คงเทศน์ ART DIRECTOR อนงค์นาถ วิวัฒนานนท์ PROOFREADER ทาวิกา ชันติศรีสกุล
MARKETING MANAGER วิไลลักษณ์ โพธิ์ตระกูล ASSISTANT MARKETING MANAGER พิมพ์นารา มีฤทธิ์ CREATIVE MARKETING ชลรส จารุสุพรรณวงศ์
MAGAZINE MANAGER สุรเกตุ เรื่องแสงระวี PRODUCTION กศพลา บุญคง PHOTOGRAPHERS ชานิส สุดโต, นวลาตา วงศ์เจริญ, วงศกร ยี่ดวง, สลัก แก้วเชื้อ, ชาทิกล้ำ สำเนียงแจ่ม
ADVERTISING DIRECTOR ศุภลักษณ์ เลิศกาญจนวัฒน์ SENIOR ADVERTISING MANAGER รัชชพันธ์ นิธิพัชรโรจน์ ADVERTISING MANAGER ภักวีร์ ตั้งวิบูลย์กุล
ASSISTANT ADVERTISING MANAGERS บาสสุภา เอี่ยมมงคลศิลป์, ภักธราดา พุ่มเจริญ, สุภิญญา แก้วชิงดวง, สุรัตนา นรสบัญฑิพาการ
MARKETING COORDINATOR ศศิมา เหลืองศิริฉาย DIGITAL MEDIA MANAGER วิมาวรส รัชตกนก

น้ำแร่ ดีจริงหรือไม่

และเหตุผลว่า
ทำไมเราถึงต้องดื่ม



เคล็ดลับดูแลสุขภาพดีจากน้ำแร่ธรรมชาติ 100% ตรา มินเระ

ทำไมเราถึงต้องดื่มน้ำแร่ด้วยนะ?

เชื่อว่าคงเป็นคำถามที่หลายคนสงสัยเสมอ เวลาเห็นน้ำแร่ตามร้านสะดวกซื้อหรือซูเปอร์มาร์เก็ตก็อยากลองหยิบน้ำแร่กลับบ้านไปลองกันสักขวด แต่เมื่อเห็นราคาที่สูงกว่า และดูไม่ต่างจากน้ำดื่มขวดอื่นๆ หลายคนจึงเลือกที่จะวางขวดน้ำแร่ และหยิบน้ำดื่มธรรมดากลับบ้านไป พร้อมความสงสัยที่ว่า ทำไมเราถึงต้องดื่มน้ำแร่ด้วยนะ?

ถ้าให้ตอบแบบตรงไปตรงมาไม่ซับซ้อน “ก็เพราะมันมีความแตกต่างจากน้ำดื่มทั่วไปไงล่ะ”

แตกต่างกันอย่างไร?

อยากอธิบายเพิ่มเติมอีกสักนิดว่า สิ่งที่ทำให้น้ำแร่แตกต่างจากน้ำดื่มทั่วไปคือ ที่มาและกรรมวิธีการผลิตที่ต่างกัน โดยน้ำแร่ถือเป็นน้ำที่มาจากแหล่งน้ำใต้ดินซึ่งเกิดขึ้นเองตามธรรมชาติ และมีแร่ธาตุต่างๆ ตามคุณสมบัติสำหรับแหล่งน้ำนั้นๆ

เมื่อกว่า 60% ของร่างกาย มีส่วนประกอบเป็นน้ำ ไม่ว่าจะเป็นเลือดหรือน้ำที่หล่อเลี้ยงในส่วนต่างๆ ฉะนั้นการดื่มน้ำก็เป็นการทดแทนน้ำที่สูญเสียไปในทุกกิจกรรม ไม่ว่าจะเป็นการออกกำลังกาย การขับถ่าย หรือความชุ่มชื้นที่สูญเสียผ่านผิวหนังตลอดเวลา และน้ำแร่เย็นๆ ยังสามารถเติมเต็มความสดชื่นให้เราได้อีกด้วย

นอกจากจะช่วยเติมความชุ่มชื้นให้ร่างกายแล้ว น้ำแร่มินเระยังแตกต่างจากน้ำดื่มทั่วไป เพราะเป็นน้ำแร่ธรรมชาติ ซึ่งมีแหล่งกำเนิดอยู่ชั้นใต้ดินลึก โดยมีลักษณะเฉพาะคือ มีชั้นดินและหินซึ่งทำให้เกิดการกรองตามธรรมชาติ ซึ่งชั้นน้ำของเราจะมีชั้นดินเหนียวอยู่ด้านบนและด้านล่างของชั้นน้ำ เป็นการป้องกันไม่ให้เกิดการปนเปื้อนลงมาสู่ น้ำแร่ พร้อมกับมีการนำเทคโนโลยีอันทันสมัยมาใช้ในการ

ค้นหาและสำรวจแหล่งน้ำแร่ธรรมชาติ ผ่านกระบวนการผลิต ลำเลียง และบรรจุลงขวด โดยไม่ให้สัมผัสกับอากาศ และสิ่งปนเปื้อนจากภายนอก ทำให้น้ำแร่ธรรมชาติมินเระสะอาดและปลอดภัย เพื่อให้คุณได้ดื่มเต็มเต็มสิ่งดีๆ จากธรรมชาติอย่างแท้จริง

และสุดท้ายที่หลายคนน่าจะยังไม่รู้คือ น้ำแร่ธรรมชาติ มินเระมีค่าความเป็นกรด-ด่าง หรือค่า pH อยู่ที่ 7.98

เราเชื่อว่า เรื่องราวเพียงเท่านี้ก็จะทำให้คุณมีเหตุผลเพียงพอในการหยิบน้ำแร่ธรรมชาติติดมือกลับบ้านกันบ้างเมื่อเดินผ่านชั้นวางในครั้งต่อไป แต่สำหรับมินเระ...เราให้คุณได้มากกว่าน้ำแร่ ด้วยขวดดีไซน์ใหม่ รูปทรงเหมาะๆ มี Active Cap ฝาปิดแบบใหม่ที่เปิดได้ง่ายเพียงใช้นิ้วเดียว ก็จะทำให้คุณพกสะดวกไปได้ทุกที่ และพร้อมคืนความสดชื่นและเติมสมดุลให้คุณสำหรับทุกกิจกรรม

แล้วมาเติมความสดชื่นและสิ่งดีๆ จากธรรมชาติไปด้วยกันกับมินเระ



ติดตามรายละเอียดเพิ่มเติมได้ที่
FACEBOOK: MINERE THAILAND
หรือสแกนที่โค้ดนี้เพื่ออ่านเพิ่มเติมในเว็บไซต์



ขอแนะนำ มินเระ
แอ็คทีฟ แคป
น้ำแร่ธรรมชาติ 100%
จากแหล่งน้ำใต้พื้นโลก
ตรา มินเระ



Good Food. Good Life



WORLD



WELL, OH WHALE

ที่เห็นนี้ไม่ใช่วาฬมีชีวิตของจริงตามธรรมชาติ แต่เป็นศิลปะจัดวางโดยกลุ่มศิลปินจากเบลเยียมในนาม กัปตันบูเมอร์ ที่นำวาฬประดิษฐ์มาตั้งบนฝั่งแม่น้ำวิสตุลาไปแลนด์ เมื่อวันที่ 8 ธันวาคมที่ผ่านมา งานศิลปะดังกล่าวเป็นส่วนหนึ่งของการประชาสัมพันธ์นิทรรศการรายไตรมาส ชื่อ Przekrój



SUPERPUTIN

ในบรรดาผู้นำประเทศมหาอำนาจ วลาดีเมียร์ ปูติน เป็นหนึ่งในคนที่มีฐานเสียงแน่นปึกสมกับภาพลักษณ์ผู้ปกครองที่แกร่งที่สุดในโลก เมื่อต้นเดือนธันวาคมที่ผ่านมา มีการเปิดตัวนิทรรศการ 'Superputin' ณ พิพิธภัณฑ์ Ultra Modern Art Museum ในกรุงมอสโก ซึ่งจัดแสดงงานศิลปะเกี่ยวกับผู้นำวัย 65 ปี หลากหลายรูปแบบประมาณ 30 ชิ้น ไปจนถึงวันที่ 15 มกราคมนี้ ก่อนหน้านี้ผู้นำรัสเซียประกาศจะลงรับสมัครเลือกตั้งอีกครั้งในเดือนมีนาคมปีนี้ และหากชนะ ปูตินจะปกครองประเทศไปจนถึงปี 2024 กลายเป็นผู้นำที่อยู่ในอำนาจนานที่สุดของรัสเซียนับตั้งแต่ โจเซฟ สตาลิน

NEWS
CULTURE
LIFESTYLE
OPINION
VIDEO
PODCAST
MAGAZINE



THE STANDARD

STAND UP FOR THE PEOPLE



THE STANDARD ททท. เตรียมพร้อมต้อนรับโอกาสและความท้าทายปี 2018 2018 NEXT NOW

HOME NEWS CULTURE LIFESTYLE OPINION VIDEO PODCAST
MAGAZINE BOOK



THAILAND
วันที่เข้าเส้นชัยของตูนบดัสแลม

LATEST

- วันที่เข้าเส้นชัยของตูนบดัสแลม
- ฉนวนกั้นการรั่วซึม 5 ถังบนแท่นผลิตก๊าซธรรมชาติ
- 2017 ดีที่สุดแห่งปีของกรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ
- ปีแห่งชัยชนะ 2017 #ดีพอควรด้วยชัยชนะ
- ทำชุดสุดท้ายก่อน ตูบดัสแลม จะวิ่งเขตสุดท้าย "ขอฝากให้จุดของกรมส่งเสริม"
- UFO ถูกไล่อินเทอร์เน็ต?
- แพคเกจรัฐมนตรีช่วยอภิรักษ์ โกษะโยธินกุล 2561 สักครั้งหรือไม่
- ความเข้าใจผิดจากกรมการเมืองโลกที่ส่งผลต่อผลลัพธ์ เราอาจสร้างกรมการเมืองอย่างไร
- จัดงานที่เหนือเรื่องสุขภาพ จากวัฒนธรรมของสาวชาวภูเก็ต
- ฟุตบอลพรีเมียร์ลีก สบ. เก็บแชมป์ ปี 2017. ชุดป้องกันแชมป์พรีเมียร์ลีก 90
- ปีแห่งชัยชนะของตูนบดัสแลม 9.2 กม. ตูบดัสแลม ทำเวลาดีที่สุดเป็นประวัติการณ์ 11 ชั่วโมง

THAILAND
ทำชุดสุดท้ายก่อน ตูบดัสแลม จะวิ่งเขตสุดท้าย "ขอฝากให้จุดของกรมส่งเสริม"

WORLD
Santa Claus Around the World

WORLD
สิ่งที่คุณต้องรู้เกี่ยวกับประเทศไทยเมื่อ 30 ปีที่แล้ว

BUSINESS
Bitcoin คว้าแชมป์ ราคาพุ่งกว่า 3 พันเหรียญ

THAILAND
นายกฯ เตรียมทวงคืนพื้นที่อุทยาน-อุทยานประวัติศาสตร์

SPORT
เทนนิส เวิลด์เทนนิสแชมเปียนชิพ 2017

THE STANDARD .CO



FEROCIOUS THOMAS

นับเป็นไฟป่าครั้งใหญ่ในประวัติศาสตร์ของสหรัฐอเมริกา กลุ่มควันพวยพุ่งเหนือตอนใต้ของรัฐแคลิฟอร์เนีย มองเห็นได้ชัดเจนในภาพถ่ายจากสถานีอวกาศนานาชาติ

นักผจญเพลิงมากกว่า 8,500 นาย ต่อสู้กับไฟนรกที่มีชื่อเรียกว่า 'โธมัส' เริ่มโชติช่วงขึ้นทางตอนใต้ของแคลิฟอร์เนีย ตั้งแต่วันจันทร์ที่ 4 ธันวาคมที่ผ่านมา มีเปลวไฟทั้งหมด 6 กองปะทุขึ้นต่างขนาดและสถานที่ แต่เมื่อรวมกันแล้วมีขนาดใหญ่กว่าพื้นที่ของมหานครนิวยอร์กและบอสตันรวมกันเสียอีก มีรายงานว่า ไฟนรกนี้เริ่มต้นขึ้นในเขตเวเนตูรา ก่อนที่จะลุกลามขยายวงกว้างไปยังเขตซานตา บาร์บารา ซึ่งเป็นพื้นที่ข้างเคียง ก่อนที่วันถัดมาเปลวไฟอีกกองจะปะทุขึ้นในเขตลอสแอนเจลิส

จากสภาพอากาศระหว่างเดือนเมษายนถึงกันยายนที่ได้รับการบันทึกว่า ร้อนระอุที่สุดในแคลิฟอร์เนียตอนใต้ เมื่อผสมกับภาวะแล้งหนัก ฝนแทบไม่ตกเลยในลอสแอนเจลิสก็ยิ่งสร้างสภาวะที่เอื้อให้เกิดไฟป่ามากขึ้น และเมื่อได้รับอิทธิพลจากกระแสลมแรงซานตาอานา ที่คาดว่าอาจมีความเร็วสูงสุดได้ถึง 115 กิโลเมตรต่อชั่วโมง ก็ยิ่งช่วยโหมไฟป่าให้ลุกลามในวงกว้างมากขึ้น

เปลวเพลิงได้โหมทำลายพื้นที่ไปแล้วราว 270,000 เอเคอร์ ทางตอนเหนือของนครลอสแอนเจลิส ตลอดแนวชายฝั่งของมหาสมุทรแปซิฟิก โดยกลุ่มควันแผ่ขยายกว้างไกลมากกว่า 1,000 ไมล์ เข้าสู่มหาสมุทรเริ่มแรกไฟป่าโหมไหม้ทำลายสิ่งปลูกสร้างต่างๆ ไปมากกว่า 1,000 หลัง และเดินหน้าสร้างความเสียหายให้สิ่งปลูกสร้างอื่นๆ รวมอีกเกือบ 20,000 แห่ง กินอาณาเขตไปถึงย่านเศรษฐกิจในเมืองมอนเตซิโต ซึ่งอยู่รอบนอกของเมืองชายทะเลซานตา บาร์บารา

และเนื่องจากใจกลางของเปลวเพลิงอยู่ห่างจากตัวเมืองลอสแอนเจลิสไปทางตะวันตกเฉียงเหนือเพียงไม่ถึง 160 กิโลเมตร ส่งผลให้พลเมืองกว่า 100,000 คน ต้องอพยพออกจากบ้านเรือนตัวเอง และหาที่หลบภัยกับโกดัง เมืองที่เคยจ่อแจถูกปกคลุมด้วยควันไฟ และกลายเป็นเมืองร้างอย่างรวดเร็ว

นักผจญเพลิงต้องใช้เครื่องดับเพลิงมากกว่า 970 เครื่อง และใช้เฮลิคอปเตอร์ถึง 34 ลำ ในการต่อสู้กับสงครามเพลิงครั้งนี้ ทั้งเจ้าหน้าที่และชาวเมืองกล่าวเป็นเสียงเดียวกันว่า ไฟป่าครั้งนี้รุนแรงยิ่งกว่าครั้งใดๆ โรงเรียนหลายร้อยแห่งต้องปิดชั่วคราว ถนนหลายสายปิดใช้เส้นทาง อีกทั้งคุณภาพอากาศทั่วแคลิฟอร์เนียตอนใต้ยังเข้าขั้นวิกฤตเป็นอันตรายต่อระบบหายใจ ทางการสหรัฐอเมริกาประเมินมูลค่าความเสียหายจากไฟป่าโธมัสว่าสูงถึง 123.8 ล้านเหรียญสหรัฐ (ข้อมูลวันที่ 18 ธันวาคม 2017)

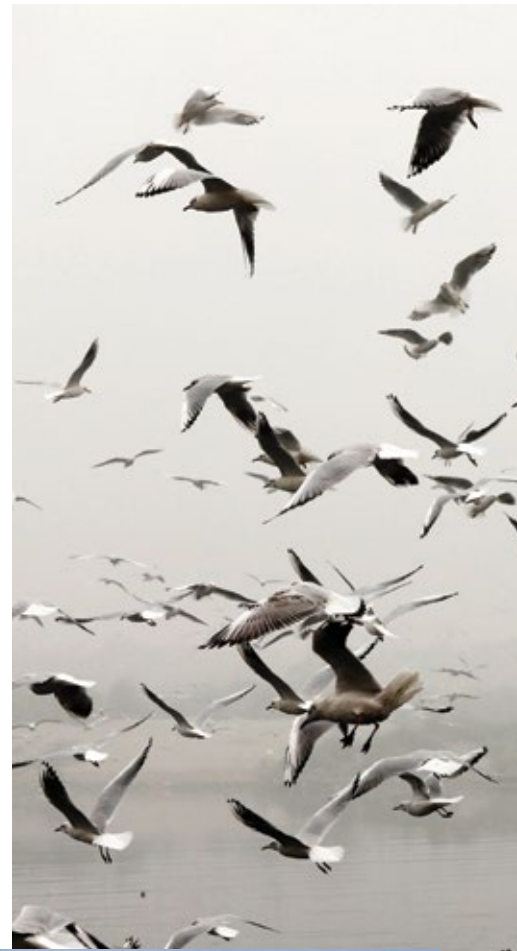






UNDER THE WATER

พื้นที่ในเขตเบรสเซอโล จังหวัดเรจโจ เอมีเลีย ตอนเหนือของอิตาลี ประสบภาวะน้ำท่วมใหญ่ ผลจากฝนตกหนักอย่างต่อเนื่อง จนแม่น้ำเออนซาลันตัสถึง ประชาชนราว 2,000 คน ต้องเร่งอพยพออกจากบ้านเรือนที่กำลังจะจมอยู่ใต้น้ำเป็นการด่วน



NO CLEAN AIR

ภาพจากภูเขาวอดโนแสดงให้เห็น ส่วนหนึ่งของอาคารสูงที่สุดในเมือง สโตกเปีย เหนือท้องฟ้าบริเวณที่มีระดับ มลพิษทางอากาศสูง เมื่อวันที่ 15 ธันวาคม โดยเมืองหลวงของมาซิโดเนีย เชนียกับสภาพอากาศร้ายแรงจนแทบ จะทำให้ทั้งเมืองเป็นอัมพาต



SMOGGY NEW DELHI

สภาพอากาศในกรุงนิวเดลี เมืองหลวงของอินเดียอยู่ในภาวะเลวร้ายหนัก หมอกควันปกคลุมทั่วทั้งเมือง ผลจากการปล่อยก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์จากยานพาหนะที่คับคั่ง รวมถึงการเผาไหม้ของก๊าซหุงต้มต่างๆ ควันจากโรงงานอุตสาหกรรม ตลอดจนการเผาทำลายเศษพืชผลโดยเกษตรกรในพื้นที่รอบนอกเมือง บวกด้วยพายุฝุ่นที่ปกคลุมทางฝั่งเอเชียตะวันตก ทั้งในรัฐราชาสถาน ทะเลทรายธาร์ และปากีสถาน โดยมลพิษทางอากาศจะพุ่งถึงขีดสุดในช่วงฤดูหนาว ระหว่างเดือนตุลาคมถึงมกราคมของทุกปี เนื่องจากอากาศเย็นจะกักมลพิษให้ลอยอยู่ในระดับต่ำใกล้พื้นดิน มีรายงานว่า ระดับค่าฝุ่นละอองขนาดเล็กไม่เกิน 2.5 ไมครอน (PM 2.5) วัดได้สูงถึง 703 ซึ่งเป็นตัวเลขที่สูงกว่าค่ามาตรฐานคือ 300 ถึงสองเท่า เข้าขั้นอันตราย จนทางการต้องประกาศภาวะฉุกเฉิน หลายสายการบินต้องยกเลิกเที่ยวบินชั่วคราว โรงเรียนหลายร้อยแห่งประกาศหยุดการเรียนการสอน เมื่อปี 2014 องค์การอนามัยโลกเคยประกาศว่า นิวเดลี นับเป็นเมืองหลวงที่อากาศเป็นมลพิษมากที่สุดในโลก เลวร้ายยิ่งกว่ากรุงปักกิ่ง ประเทศจีน

INTO THE STORM

สหรัฐอเมริกาเผชิญพายุหิมะถล่มในพื้นที่ทางตอนใต้ โดยรัฐเท็กซัสมีหิมะหนาถึง 7 นิ้ว ซึ่งไม่ใช่สภาพอากาศปกติในพื้นที่ดังกล่าว ทางกรมอุตุนิยมวิทยาออกประกาศเตือนประชาชนเรื่องการขับขี้อย่างระมัดระวัง เนื่องจากถนนลื่น โดยเฉพาะผู้ใช้ถนนระหว่างตอนใต้ของรัฐเท็กซัสและแอละแบมา หิมะที่ตกในเมืองอูสตันหนาประมาณ 1-2 นิ้ว ซึ่งเป็นระดับที่วัดได้เป็นครั้งแรกหลังจากครั้งล่าสุดเมื่อปี 2009 แม้แต่พื้นที่ทางใต้ของเมืองบราวน์สวิลล์ซึ่งอยู่ติดกับพรมแดนเม็กซิโก ก็ยังปรากฏว่ามีหิมะตกเป็นครั้งแรกในรอบกว่า 1 ทศวรรษ และพายุหิมะจากทางใต้ได้เคลื่อนตัวสู่ภาคตะวันออกเฉียงเหนือของประเทศ ครอบคลุมหลายพื้นที่ เช่น บอสตัน มหานครนิวยอร์ก, โรดไอส์แลนด์, คอนเน็กติกัต, และเมน อุณหภูมิลดต่ำกว่าจุดเยือกแข็ง





ADDING INSULT TO THE PALESTINE-ISRAEL INJURY

เมื่อประธานาธิบดีโดนัลด์ ทรัมป์ ลงนามในคำสั่งฝ่ายบริหาร เมื่อวันที่ 6 ธันวาคม โดยรับรองสถานะของนครเยรูซาเลมเป็นเมืองหลวงอย่างเป็นทางการของอิสราเอล และให้กระทรวงการต่างประเทศเตรียมย้ายสถานเอกอัครราชทูตสหรัฐอเมริกาจากกรุงเทลอาวีฟไปยังนครเยรูซาเลม ทั่วโลกส่งเสียงประณามอย่างหนัก โดยเฉพาะองค์การสหประชาชาติและประชาคมอาหรับ โดยกล่าวหาว่า สหรัฐอเมริกาทำลายกระบวนการ

สันติภาพ และกำลังจะทำให้ตะวันออกกลางตกเป็น/ไม่ทันข้ามคืน เกิดเหตุการณ์ปะทะเดือดระหว่างปาเลสไตน์และอิสราเอลหลายจุดในเขตฉนวนกาซาและเวสต์แบงก์ จนสถานเอกอัครราชทูตไทยในกรุงเทลอาวีฟออกแถลงการณ์เตือนชาวไทยในอิสราเอล โดยเฉพาะในนครเยรูซาเลมและบริเวณใกล้เคียงให้หลีกเลี่ยงการเดินทางไปยังสถานที่สาธารณะที่มีผู้คนชุมนุมหนาแน่น และติดตามสถานการณ์อย่างใกล้ชิด

นครเยรูซาเลมเป็นดินแดนศักดิ์สิทธิ์ที่ต้องคำสาปจากความขัดแย้งเมื่อย้อนไปไกลในประวัติศาสตร์โลก ชาวฮิวทั่วโลกต่างเชื่อว่า โมเสสพาชนเผ่าพื้นเมืองอิสราเอลฝ่าทะเลแดงออกจากอียิปต์มาตั้งรกรากที่เยรูซาเลม ขณะที่ชาวปาเลสไตน์เชื่อว่า พวกเขาเป็นลูกหลานแห่งบรรพบุรุษพื้นเมืองผู้บูชาเทพเจ้าบาอัล และครองพื้นที่แห่งนี้ไว้เนิ่นนาน ความขัดแย้งที่ย้อนไปไกลนี้ทำให้การแย่งชิง



ดินแดนระหว่าง 2 ชาติพันธุ์ เกิดขึ้นอย่างต่อเนื่อง กระทั่งการประชุมสหประชาชาติในปี 1974 ลมตีว่าไม่ควรยกเมืองเยรูซาเลมเป็นเมืองหลวงแก่ชาติใดชาติหนึ่ง แต่ควรยกให้เป็นศูนย์กลางนานาชาติเพื่อความสมัคสมานสามัคคี

ตลอดหลายปีที่ผ่านมา ชาติอาหรับโจมตีอิสราเอลตลอดมาว่า พยายามขยายพื้นที่ครอบครองเพิ่มขึ้นเรื่อยๆ จนดินแดนปาเลสไตน์มีขนาดลดลงจากเดิม

อย่างเห็นได้ชัด ขณะที่ความพยายามในการรักษาสันติภาพในดินแดนต้นกำเนิดความขัดแย้งยังดำเนินไปแบบลุ่มๆ ดอนๆ ระเบิดลูกใหม่ในรูปของการประกาศรับรองเยรูซาเลมในฐานะเมืองหลวงอย่างเป็นทางการของอิสราเอลทำให้ความตึงเครียดระหว่างปาเลสไตน์และอิสราเอลยิ่งทวีความรุนแรง จนพื้นที่บางส่วนในเยรูซาเลมลุกเป็นไฟอีกครั้งตามคาด การปะทะกับเจ้าหน้าที่ตำรวจฝ่ายอิสราเอลลากยาวจากต้นเดือน

ธันวาคมมาถึงตอนนี้

ในการประชุมที่องค์การสหประชาชาติ เมื่อวันที่ 21 ธันวาคมที่ผ่านมา ตัวแทนจำนวน 128 ประเทศลงมติไม่เห็นชอบที่สหรัฐอเมริกาตัดสินใจยกนครเยรูซาเลมเป็นเมืองหลวงของอิสราเอล

PANDA CUTENESS OVERDOSE

เซียงเซียง ลูกแพนด้ายักษ์เพศเมีย
ในสวนสัตว์วอเอโนะ ของกรุงโตเกียว
กลายเป็นดาราเด่นทันทีที่สวนสัตว์
แห่งนี้เปิดตัวแพนด้ายักษ์ 6 เดือน
ให้นักท่องเที่ยวเข้าชมได้เป็นขวัญตา
เซียงเซียงเกิดเมื่อวันที่ 12 มิถุนายน
ก่อนจะโตพอจนสามารถเผยโฉม
ต่อสาธารณชนได้ในวันที่ 18 ธันวาคม
ที่ผ่านมา



ทำงานมากี่ปีแล้ว... เงินเดือนขึ้นค้อมหือไหม?



ถึงเวลาเป็นเจ้านายตัวเอง

มาเป็น AIA Financial Advisor

งานที่คุณกำหนดเองได้ทุกๆ อย่าง รายได้ เวลา ความก้าวหน้า
แล้วคุณจะรู้ว่า ความสำเร็จของคุณไปได้ไกลแค่ไหน



สนใจติดต่อ www.aia.co.th/FA
1581 กด 8



เข้าใจชีวิต เข้าใจคุณ
THE REAL LIFE COMPANY





THE ILL-FATED ETHNIC GROUP

ชะตากรรมของชาวโรฮีนจายังเป็นเรื่องที่ชวนหดหู่ไม่รู้จบ หลังความขัดแย้งรอบใหม่ในรัฐยะไข่ เมื่อช่วงเดือนกันยายนปีที่แล้ว ชาวโรฮีนจาในเมียนมาอพยพหนีตายไปยังบังกลาเทศ ดินแดนที่พวกเขาเป็นถิ่นฐานดั้งเดิมของบรรพบุรุษชาติพันธุ์กลุ่มนี้ ผู้อพยพหลายแสนคนยังคงต้องเผชิญกับสภาพความเป็นอยู่ที่ยากลำบาก ในภาพเป็นร่างไร้วิญญาณของหญิงน้อยวัย 11 เดือน ที่เสียชีวิตจากไข้สูงและไอติดต่อกัน ณ ค่ายอพยพบาอุคคาลี ใกล้เมืองค็อกซ์บาซาร์ ในบังกลาเทศ

I AM NOT A CRIMINAL

เป็นอีกหนึ่งเหตุการณ์ช็อกโลกส่งท้ายปี 2017 เมื่อ นายสโลโบดัน ปราลายาก อดีตผู้บัญชาการกองกำลังโครแอตในสงครามบอสเนีย วัย 72 ปี กระดกขวดยาพิษกรอกปากตัวเอง ระหว่างการพิจารณาคดีนัดสุดท้ายในศาลอาชญากรรมสงครามแห่งสหประชาชาติ ณ กรุงเฮก เนเธอร์แลนด์ เมื่อวันที่ 29 พฤศจิกายนที่ผ่านมา โดยนายปราลายาก คือ 1 ใน 6 อดีตผู้นำทางทหาร และผู้นำทางการเมืองคนสำคัญของชาวโครแอต ในช่วงเวลาที่ยังรวมกันภายใต้ยูโกสลาเวีย ในปี 2013 เขาเคยได้รับคำตัดสินจากศาลชั้นต้นว่า มีส่วนเกี่ยวข้องกับความรุนแรงที่เกิดขึ้นช่วงสงครามบอสเนีย (ปี 1992-1995) เป็นเหตุให้มีผู้เสียชีวิตและผู้ลี้ภัยสงครามจำนวนมาก การพิจารณานัดสุดท้ายเกิดขึ้น ณ ศาลอาชญากรรมสงครามแห่งสหประชาชาติ โดยขณะที่ศาลกำลังอ่านคำพิพากษาตัดสินจำคุก 20 ปี ตามศาลชั้นต้น นายปราลายากได้เปล่งเสียงยืนยันว่า ตนไม่ใช่อาชญากรรมสงคราม และดื่มยาพิษโพแทสเซียม ไฮยาไนด์ที่แอบพกมาทันที ศาลต้องยุติการพิจารณาคดีกะทันหัน นายปราลายากถูกนำส่งโรงพยาบาล และเสียชีวิตในเวลาต่อมา หลังการเสียชีวิตของเขา ประชาชนจำนวนมากออกมารวมตัวกัน ณ จัตุรัสกลางเมืองในกรุงซาเกร็บ เมืองหลวงของโครเอเชีย และที่เมืองมอสตาร์ บอสเนีย เพื่อจุดเทียนและวางดอกไม้แสดงความอาลัยต่อการจากไปของนายปราลายาก





MANHATTAN EXPLOSION

เกิดเหตุระเบิดที่สถานีรถประจำทางพอร์ต ออร์ธิตี ย่านไทมส์แควร์ ในช่วงโมงเร่งด่วนยามเช้า ซึ่งเป็นเวลาที่ประชาชนกำลังเดินทางกันอย่างคับคั่ง โดยสถานีรถบัสนี้มีเส้นทางเดินรถไฟใต้ดินนิวยอร์กอยู่เบื้องล่างอีกด้วย ทางการระบุว่าเป็นเหตุการณ์ก่อการร้ายโดยผู้ก่อเหตุเป็นชายชาวบังกลาเทศวัย 27 ปี ชื่อ นายอคาเยด อุลลาห์ ซึ่งได้ผู้กระเปิดที่กำขืนเองติดไว้กับตัว และจุดระเบิดขึ้นบนชานชาลาสถานีรถไฟใต้ดินนิวยอร์ก คนร้ายได้รับบาดเจ็บสาหัส และมีผู้เคราะห์ร้ายได้รับบาดเจ็บเล็กน้อยอีก 3 ราย เจ้าหน้าที่สืบสวนพบว่า ก่อนก่อเหตุ นายอคาเยดได้โพสต์ข้อความบนเฟซบุ๊กส่วนตัวว่า “ทรมาน นายลิ้มเหลวในการปกป้องประเทศ” ทางการสหรัฐอเมริกาเผยว่า นายอคาเยดได้รับแรงบันดาลใจจากอุดมการณ์ของกลุ่มไอเอส ที่ให้ทำเพื่อกลุ่มรัฐอิสลาม และบางส่วนของคำแนะนำในการก่อการร้ายระบุว่า “ให้ลงมือก่อเหตุในบ้านเกิดหรือพื้นที่ที่คุณอาศัยอยู่ หากคุณไม่สามารถเดินทางมาร่วมรบกับกลุ่มไอเอสได้”



80TH ANNIVERSARY OF NANKING MASSACRE

ประธานาธิบดีสีจิ้นผิง เป็นประธานจัดงานรำลึกครบรอบ 80 ปี เหตุการณ์สังหารหมู่ที่นานกิง เมื่อวันที่ 13 ธันวาคมที่ผ่านมา ณ อนุสรณ์สถานเมืองนานกิง มณฑลเจียงซู ชาวจีนร่วมไว้อาลัยแด่เหยื่อผู้บริสุทธิ์ 300,000 คน ที่จบชีวิตอย่างทารุณใน 6 สัปดาห์แรก เมื่อ 8 ทศวรรษก่อน ที่ชาวเมืองถูกกองทัพญี่ปุ่นฆ่าและทารุณ ผู้หญิงถูกข่มขืนอย่างป่าเถื่อน บ้านเรือนโดนเผา เป็นเหตุการณ์สะเทือนขวัญที่สร้างความรู้สึกระหวางจีนและญี่ปุ่นที่ยากจะประสานได้ จนถึงปัจจุบัน ภายใงานมีการสืบค้นหลักฐาน และปล่อยนกพิราบนับพันตัว ขณะที่หลายพื้นที่ เช่น ฮองกง มีผู้ประท้วง ชาวจีนรวมตัวกันหน้าสถานทูตญี่ปุ่นเพื่อเผารูปของ นายชินโซ อาเบะ นายกรัฐมนตรีญี่ปุ่น เพื่อร่วมรำลึกวาระครบรอบ 80 ปี การสังหารหมู่ที่นานกิงด้วย





THE PRINCES & STAR WARS

เจ้าชายวิลเลียม ดยุกแห่งเคมบริดจ์ และเจ้าชายแฮร์รี เสด็จฯ ร่วมงานเปิดตัวภาพยนตร์เรื่อง *STAR WARS: The Last Jedi* รอบปฐมทัศน์ ณ รอยัล อัลเบิร์ต ฮอลล์ กรุงลอนดอน เมื่อวันที่ 12 ธันวาคมที่ผ่านมา ในการนี้หุ่นยนต์ BB-8 หนึ่งในตัวละครหลักของภาพยนตร์เฝ้าอารันเสด็จ ซึ่งการเสด็จฯ ของเจ้าชายทั้งสองพระองค์ในครั้งนี้ ยืนยันกระแสข่าวที่ว่า เจ้าชายวิลเลียมและเจ้าชายแฮร์รีทรงมีส่วนในภาพยนตร์ดังกล่าว โดยทรงรับบทเป็นสตอร์มทรูเปอร์ อย่างไรก็ตามยังไม่มีการยืนยันจากผู้ที่กำกับว่าฉากดังกล่าวจะได้รับการตัดต่อให้อยู่ในภาพยนตร์หรือไม่



วิถีบางจาก เป็นมากกว่าธุรกิจ

บางจาก มอบโอกาส สร้างอาชีพให้กับชุมชน

จัดตั้งบริษัท ออมสุข วิสาหกิจเพื่อสังคม ประกอบธุรกิจสินค้าเกษตรอินทรีย์จากเกษตรกรโดยตรง เพื่อสร้างเศรษฐกิจชุมชนให้เข้มแข็งและยั่งยืน อีกทั้งยังสร้างโอกาสทางการศึกษา กีฬา และปลูกจิตสำนึกเยาวชนให้เป็นคนดีและเก่งสู่สังคม







UNFAVORABLE LAWS

การออกกฎหมายที่มีผลกระทบต่อประชาชน สร้างกระแสต่อต้านได้ทุกเมื่อ ที่โรมาเนีย ชาวเมือง บูคาเรสต์รวมตัวเพื่อสนับสนุนระบบศาลยุติธรรม และต่อต้านการแก้กฎหมายที่พรรคร่วมรัฐบาล กำลังพยายามผลักดัน กลางเดือนธันวาคมที่ผ่านมา ชาวเมืองหลวงมากกว่า 10,000 คน ออกมารวมพลัง แสดงจุดยืนเรียกร้องให้รัฐบาลถอนกฎหมายที่จะ สิ้นคลอนระบบศาล และยังไปลดอำนาจหน่วยงาน ที่คอยสอดส่องดูแลเรื่องทุจริตของชาติอีกด้วย

POPE IN ASIA

สมเด็จพระสันตปาปาฟรานซิส ประมุขแห่งคริสตจักรโรมันคาทอลิก เสด็จฯ เยือนเมียนมาและบังกลาเทศ โดยเริ่มต้นที่นครย่างกุ้งเป็นที่แรก หลายฝ่ายมองว่า การกิจครั้งนี้มีประเด็นสำคัญอยู่ที่ความพยายามในการเจรจาเรื่องชาวโรฮิงจา นอกจากนี้ยังมีประเด็นเรื่องคำเรียกขานที่โป๊ปฟรานซิสเคยเรียกชนกลุ่มน้อยนี้ว่า ‘พี่น้องชาวโรฮิงจาของพวกเรา’ ซึ่งเป็นคำที่รัฐบาลเมียนมาปฏิเสธอย่างรุนแรง และต้องการให้นานาประเทศใช้คำว่า ‘ชาวเบงกาลี’ แทน ในการเยือนครั้งนี้พระองค์ทรงได้พบกับที่ปรึกษาแห่งรัฐ นางออง ซาน ซูจี และ พล.อ. อาวุโส มิน ออง หล่าย ผู้บัญชาการสูงสุดของกองทัพเมียนมา โดยทรงกล่าวปราศรัยถึงการมีสันติภาพในเมียนมา และปราศจากการเหยียดว่าโรฮิงจา โป๊ปฟรานซิสได้ร่วมประกอบพิธีมิสซากับชาวคริสต์เมียนมากว่า 150,000 คน ทั้งนี้มีชาวคริสต์นิกายโรมันคาทอลิกในเมียนมาราว 700,000 คน จากประชากรทั้งหมดประมาณ 53 ล้านคน หลังทรงปฏิบัติภารกิจในเมียนมาเป็นที่เรียบร้อย พระองค์ได้เสด็จฯ เยือนกรุงธากา บังกลาเทศ เป็นจุดหมายถัดไป โดยทรงมีพระดำรัสขอบคุณต่อประธานาธิบดีอับดุล ฮามิด ที่รัฐบาลบังกลาเทศให้การช่วยเหลือด้านมนุษยธรรมผู้ลี้ภัยจากรัฐยะโซ่อย่างเต็มที่ ในการนี้ทรงพบกับตัวแทนชาวโรฮิงจา 16 คน ที่ลี้ภัยจากรัฐยะโซ่ในเมียนมาด้วย



THE PEACEMAKER

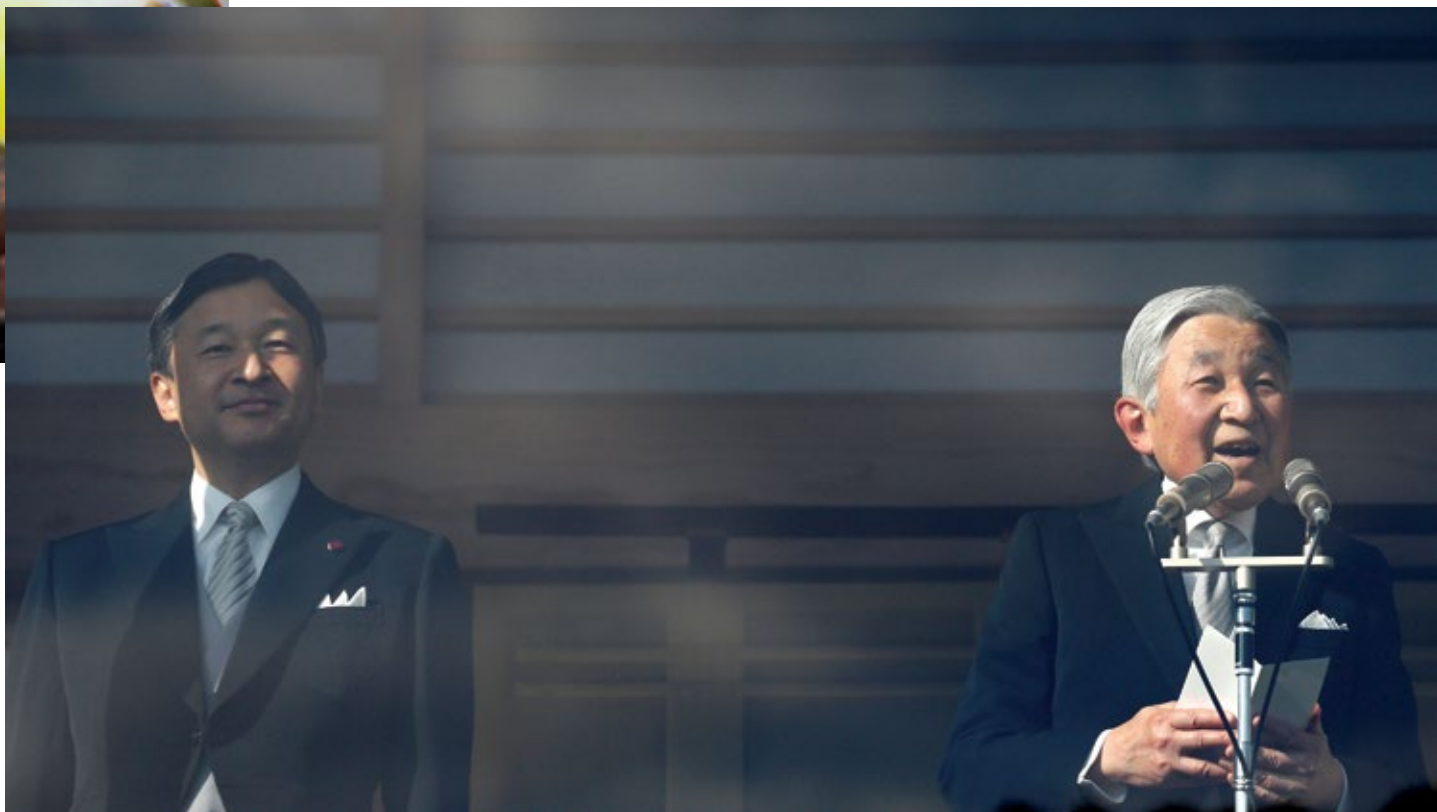
รางวัลโนเบลสาขาสันติภาพประจำปี 2017 ตกเป็นของกลุ่มบรรณรณรงค์ระหว่างประเทศเพื่อทำลายอาวุธนิวเคลียร์ หรือที่รู้จักในชื่อกลุ่มไอแคน (ICAN: International Campaign to A bolish Nuclear Weapons) จากความพยายามในการผลักดันต่อต้านการใช้อาวุธนิวเคลียร์ ท่ามกลางความตึงเครียดระหว่างสหรัฐอเมริกาและเกาหลีเหนือ ในการนี้นางเบร์ตริส-แอนเดอร์เซน ประธานคณะกรรมการการมอบรางวัลโนเบล ได้มอบรางวัลอันทรงเกียรตินี้แก่ บิอาทริซ ฟิห์น ผู้อำนวยการกลุ่มไอแคน เป็นตัวแทนรับมอบรางวัล โดยบิอาทริซได้พาเซตลีทะ เรอร์โลว์ ผู้รอดชีวิตจากเหตุการณ์ระเบิดปรมาณูที่ฮิโรชิมาขึ้นรับรางวัลด้วย ณ ศาลาว่าการเมือง กรุงออสโล ประเทศนอร์เวย์ เมื่อวันที่ 10 ธันวาคมที่ผ่านมา





GOODBYE SHINee STAR

ช็อกวงการบันเทิงเกาหลีใต้ แฟนคลับทั้งไทยและเทศร่ำไห้ระงม เมื่อทราบข่าวการจากไปอย่างไม่คาดฝันของ คิมจงฮยอน สมาชิกวงบอยแบนด์ชื่อดัง SHINee ในวัย 27 ปี ร่างหมดสติของเขาถูกพบในพาร์ตเมนต์ย่านชองดัมดง วันจันทร์ที่ 18 ธันวาคม เมื่อเวลา 16.00 น. (ตามเวลาประเทศไทย) แม้จะถูกนำส่งโรงพยาบาลที่อยู่ใกล้เคียง แต่ก็สายเกินไปที่จะยื้อชีวิตเขาไว้ เจ้าหน้าที่ตำรวจสันนิษฐานสาเหตุการเสียชีวิตว่าเป็นการฆ่าตัวตายโดยการรมควัน ในเวลาต่อมา SM Entertainment ต้นสังกัดของคิมป็นหนึ่งได้ออกแถลงการณ์ยืนยันการจากไปของคิมจงฮยอน และกล่าวแสดงความเสียใจต่อการสูญเสียครั้งนี้ พร้อมทั้งกล่าวว่า 'จงฮยอนเป็นศิลปินที่ยอดเยี่ยม รักดนตรีมากกว่าใคร และทำงานหนักเพื่อการแสดงของเขาเสมอ' THE STANDARD ขอแสดงความเสียใจต่อครอบครัวและแฟนคลับของดาวดวงนี้ที่ลับจากฟ้าไปเร็วกว่าใครจะทันคาดคิด



STEPPING DOWN

สมเด็จพระจักรพรรดิอะกิฮิโตะทรงประกาศสละราชสมบัติแล้ว โดยมีกำหนดในวันที่ 30 เมษายน ปี 2019 นับเป็นสมเด็จพระจักรพรรดิพระองค์แรกของญี่ปุ่นที่ตัดสินพระราชหฤทัยสละราชสมบัติในรอบเกือบ 200 ปี ทรงชี้แจงเหตุผลสำคัญในการขอสละราชสมบัติ เพื่อให้เจ้าชายนารุฮิโตะ มกุฎราชกุมารแห่งญี่ปุ่น ทรงมีพระชนมายุถึง 57 พรรษา ขึ้นครองราชย์แทน นอกจากนี้พระองค์ยังทรงมีปัญหาด้านพระพลานามัย หลายฝ่ายคาดการณ์ว่า พิธีบรมราชาภิเษกจะจัดขึ้นช่วงต้นเดือนพฤษภาคม ปี 2019 และจะถือเป็นการสิ้นสุดรัชสมัยเฮเซอีกด้วย ☺



SC ABLE X FIXZY

YOUR HOME IN GOOD HANDS

ตลอดหลายปีที่ผ่านมา SC ASSET บริษัทพัฒนาอสังหาริมทรัพย์อันดับต้นๆ ของประเทศ ได้วิจัยและตรวจสอบสุขภาพแบรนด์ (Brand Health Check) พบว่าคุณภาพของบริการหลังการขายเป็นเรื่องสำคัญที่สุดสำหรับลูกค้า SC Able บริษัทลูกในเครือจึงถือกำเนิดขึ้นเพื่อดูแลปัญหานี้โดยตรง ทั้งเรื่องงานซ่อมบำรุง งานหลังบ้านทั้งหมด รวมถึงการเปิดโรงเรียนสอนวิชาช่าง SC ACADEMY และการจับมือกับ Fixzy บริษัทผู้ให้บริการทุกเรื่องช่างรายแรกของไทย

THE STANDARD มีโอกาสพูดคุยกับสองผู้บริหาร คุณสมศักดิ์ เรียงธีรวิทย์ กรรมการผู้จัดการ SC Able และ คุณรัชชวุฒิ พิษยาพันธ์ กรรมการผู้จัดการแอปพลิเคชัน Fixzy เกี่ยวกับที่มาที่ไปของความร่วมมือและผลประโยชน์ซึ่งไม่เพียงแต่ลูกค้าบ้านของ SC ASSET จะได้รับ แต่ยังเกี่ยวเนื่องถึงมาตรฐานใหม่ที่ยกระดับงานช่างของประเทศไทย



**“เรากำบ้านให้บ้าน ไม่ได้กำบ้านแต่ได้อาศัย เพราะฉะนั้นสำหรับผมบ้านหลังหนึ่ง
มันควรจะมิกังความสะดวกสบายด้วยเทคโนโลยีที่พอเหมาะ มีความอบอุ่น และสุขใจของลูกบ้าน
อยู่แล้วสบายกาย สบายใจ ซึ่งผมมองว่า นี่เป็นสิ่งที่ผู้อยู่อาศัยต้องการ”**

กว่าจะมาเป็น SC Able x Fixzy

คุณรัชวุฒิ พิชาพันธ์ กล่าวถึงความร่วมมือให้ฟังว่า “ไอดีแรกเริ่มของ Fixzy คือ เราอยากเป็นจุดบรรจบกันระหว่างผู้อยู่อาศัยกับช่างแขนงต่างๆ อย่างที่ทราบกันดีว่า งานซ่อมเป็นปัญหาจุกจิกกวนใจของผู้อยู่อาศัยทุกเพศทุกวัย และเกิดขึ้นมาเรื่อยๆ Fixzy ใช้คอนเซ็ปต์แบบเดียวกับแอปฯ บริการเรียกรถ เกิดเหตุที่ไหน ทำอะไร ก็เรียกการให้บริการผ่านแอปฯ ช่างของเราจะให้บริการถึงบ้าน มีระบบให้เรดในการทำงาน และร้องเรียนเพื่อรักษามาตรฐาน เราเปิดให้บริการตรงนี้ 3 ปี พบว่า ลูกค้าเริ่มมีความคาดหวังมากขึ้น ช่างจาก Fixzy ต้องดี ต้องเก่ง งานต้องเรียบร้อย ประกอบกับเรื่องมาตรฐานการให้บริการ พวก Service mind เรายังอ่อน มีโอกาสได้เจอ SC Able และเราทราบว่า ทาง SC Able กำลังเปิดศูนย์ฝึกอบรมมาตรฐานช่าง และเราต้องการยกระดับมาตรฐานช่างอยู่แล้ว ก็เลยมาร่วมมือกัน”

สร้างมาตรฐานใหม่ให้แก่งานช่างซ่อมไทย

ความร่วมมือในครั้งนี้ไม่เพียงแต่เป็นการพัฒนาช่างซ่อมของ Fixzy เท่านั้น แต่ยังเป็นการพัฒนามาตรฐานช่างซ่อมของไทยด้วย

“SCAble เป็นบริษัทลูกของ SCASSET เรามีภารกิจหลักสองอย่างคือ ซ่อมและสอน กล่าวคือ ดูแลซ่อมแซมบ้านที่อยู่ในระยะเวลาประกัน 1 ปี ให้แก่ลูกบ้านของ SCASSET และจัดตั้งศูนย์ฝึกอบรมเพื่อยกระดับพัฒนาฝีมือช่างที่จะเข้าไปซ่อมแซมให้ลูกค้าของ SCASSET จริงๆ หลักสูตรการฝึกอบรมของเราเปิดกว้างมาก บุคคลทั่วไปที่สนใจงานช่าง หรือว่าเป็นอยู่แล้วแต่อยากมาเรียนรู้เพิ่มก็สามารถมาฝึกอบรมได้ฟรี ไม่เสียค่าใช้จ่ายใดๆ

ผู้ที่เข้าอบรมกับ SC ACADEMY จะได้รับการฝึกสองด้าน ด้านแรกเป็นเรื่องของเทคนิค ซึ่งเราได้ผู้เชี่ยวชาญจากบริษัทผู้ค้า ไม่ว่าจะเป็นจาก สีส อีซู บูน หรือเครื่องใช้ไฟฟ้า มาสอนให้โดยตรง เมื่อผ่านหลักสูตรนี้ตามมาตรฐานที่กำหนดแล้ว ก็จะไปอบรมเรื่องมาตรฐานการให้บริการ (Service Standard) ตั้งแต่เรื่องมารยาท การปฏิบัติตัวกับลูกค้าในกรณี

ต่างๆ SC Able เข้ามาช่วยดูแลเรื่องมาตรฐานช่าง ซึ่งไม่ใช่แค่ช่างของ SC Able เพียงอย่างเดียว แต่ทั้งหมด” คุณสมศักดิ์กล่าว

ความร่วมมือกันระหว่าง SC Able และ Fixzy ทำให้เกิดช่างซ่อมที่มีมาตรฐานเป็นจำนวนมาก ลูกค้าทั่วไปสามารถเรียกใช้ผ่านแอปพลิเคชัน Fixzy ได้ ส่วนลูกบ้าน SC ASSET ก็ได้รับการบริการที่มีคุณภาพและตรงต่อเวลาในระยะนอกประกัน

“ปัญหาที่แท้จริงของช่างในประเทศเราคือ ช่างที่รับจ้างทั่วไป มีคุณภาพและมาตรฐานการซ่อมน้อยมาก การที่ SC Able และ Fixzy ร่วมมือกัน ผลที่เกิดขึ้นทำให้เราได้ช่างที่มีคุณภาพมาตรฐานมากขึ้นในแต่ละเดือน ปีหนึ่งประเทศไทยจะมีช่างคุณภาพจริงๆ เกิดขึ้นเยอะมาก อย่างตอนนี้ Fixzy มีช่างได้มาตรฐานไม่ต่ำกว่า 4,000 ทีม และ SC ACADEMY ก็ผลิตช่างคุณภาพไม่น้อยกว่า 600 คน ในระยะเวลาเพียงไม่กี่เดือน” คุณรัชวุฒิเสริมทัพ

เทรนด์ที่ผู้อยู่อาศัยกับการพัฒนาอย่างยั่งยืน

“ผมว่าเทรนด์ที่ผู้อยู่อาศัยในอนาคตแต่ละบริษัทคงไม่ต่างกันมากหรอก เพราะเราต่างมุ่งไล่ตามเทคโนโลยี และงานออกแบบให้ให้ก็หรู แต่ถ้าให้เติบโตอย่างยั่งยืนผมว่าเราต้องกลับมาดูที่บริการหลังการขาย เพราะนั่นคือสิ่งที่จะอยู่กับลูกค้าของเราไปอีกหลายสิบปี” คุณสมศักดิ์กล่าว

นโยบายหลักของ SC ASSET คือ ไม่ทิ้งลูกค้า หลักการง่ายๆ ซึ่งนำพายุทธศาสตร์ SC 4.0 ที่ตอบโจทย์การใช้ชีวิตของผู้อยู่อาศัย โดยใช้หลัก Human-Centric มากกว่า Customer-Centric ค้นหา Pain Point ของผู้อยู่อาศัย และแก้ปัญหาด้วยนวัตกรรม

“ผมชอบคำคำหนึ่งของผู้บริหาร SC ASSET นะ” คุณรัชวุฒิเสริม “คำที่ว่าคือ ‘เรากำบ้านให้บ้าน ไม่ได้กำบ้านแต่ได้อาศัย’ เพราะฉะนั้นสำหรับผมบ้านหลังหนึ่งมันควรจะมิกังความสะดวกสบายด้วยเทคโนโลยีที่พอเหมาะ มีความอบอุ่น และสุขใจของลูกบ้าน อยู่แล้วสบายกาย สบายใจ ซึ่งผมมองว่า นี่เป็นสิ่งที่ผู้อยู่อาศัยต้องการ”



THAILAND



BRIDES ON THE RUN

เพื่อพิธีแต่งงานแพ็คเกจแต่งงานมูลค่า 1 ล้านบาท ว่าที่บ่าวสาวจำนวนมากคงจะแขนกันเข้าแข่งขัน Eazy Running of the Brides ที่จัดขึ้นโดยคลื่นอีซี่ เอฟเอ็ม 105.5 ร่วมกับการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย เมื่อวันที่ 2 ธันวาคมที่ผ่านมา โดยว่าที่เจ้าสาวทุกคนจะต้องใส่ชุดแต่งงานยาวกรุยกรายวิ่งแข่งพร้อมกับฝ่าด่านกิจกรรมต่างๆ ร่วมกันว่าเจ้าบ่าว เช่น การคล้องแขนกันดื่ม น้ำ, นับเงิน, เรียงกล่องของขวัญ ไปจนถึงการร่วมใจกันร้อยเชือกคำว่า Just Married และอื่นๆ โชคดีที่ผู้จัดงานอนุญาตให้สาวๆ สวมรองเท้ากีฬาเข้าแข่งขันได้ จึงช่วยลดความไม่คล่องตัวที่ต้องใส่ชุดราตรียาวไปได้มาก ผู้ชนะที่เข้าเส้นชัยเป็นคู่แรกคือ ว่าที่เจ้าสาว พรพรรณ เล็ดรอด และว่าที่เจ้าบ่าว ฉัตรชัย รุ่งรัตน์ สามารถพิธีแต่งงานแพ็คเกจงานแต่งงานสุดหรู ชุดแต่งงาน ชุดแหวนเพชร แพ็คเกจถ่ายรูปพรโวดdingและแพ็คเกจอินนิมูนไกลถึงมัลดีฟส์เป็นผลสำเร็จ

MAY YOU REST IN PEACE

วันที่ 1 ธันวาคม สมเด็จพระเจ้าอยู่หัวมหาวชิราลงกรณ บดินทรเทพยวรางกูร, สมเด็จพระเทพรัตนราชสุดาฯ สยามบรมราชกุมารี และพระเจ้าวรวงศ์เธอ พระองค์เจ้า-โสมสวลี พระวรราชทินนิตดา มาตุ ทรงพระกรุณาโปรดเกล้าฯ ให้ผู้แทนพระองค์เชิญดินพระราชทาน และพวงมาลาพระราชทานวางบนหลุมศพ นายสุรินทร์ พิศสุวรรณ อดีตเลขาธิการอาเซียน ที่ถึงแก่อนิจกรรม ในวัย 68 ปี จากอาการหัวใจล้มเหลวเฉียบพลัน เมื่อวันที่ 30 พฤศจิกายนที่ผ่านมา ทางครอบครัว ได้ทำพิธีฝังร่างผู้เสียชีวิตตามหลักศาสนาอิสลาม ภายใน 24 ชั่วโมง โดยเปิดโอกาสให้บุคคลสำคัญ และคนใกล้ชิดได้ร่วมแสดงความอาลัยต่อศพของ นายสุรินทร์ที่บ้านพักพิศสุวรรณ ก่อนที่จะเคลื่อนศพไปทำพิธีที่มีสยดทำอิฐ โดยนายอาศิส พิทักษ์คุมพล จุฬาราชมนตรี นำละหมาดญามาซฮ์ ตามหลักศาสนาอิสลาม ก่อนนำร่างของนายสุรินทร์มาที่กุโบร์ (สุสาน) เพื่อฝังร่างในเวลา 14.45 น. หลังฝังร่างนายสุรินทร์แล้ว ผู้แทนพระองค์ก็นำดินพระราชทานมาวางบนหลุมศพ ของนายสุรินทร์







DEMOCRACY DEMANDED

ประชาชนรวมตัวทวงคืนประชาธิปไตยในวันรัฐธรรมนูญ กลุ่มพลเมืองไต่กลับ กลุ่มประชาธิปไตยใหม่ และประชาชนผู้รักประชาธิปไตย ร่วมเดินขบวนทวงคืนประชาธิปไตย โดยมีกิจกรรมเดินขบวนจากลานปรีดี พนมยงค์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ท่าพระจันทร์ ถึงอนุสาวรีย์ประชาธิปไตย เวลาประมาณ 18.00 น. เวียนเทียนรอบอนุสาวรีย์ฯ 3 รอบ และเวลา 19.00 น. ประกาศเจตนารมณ์ทวงคืนประชาธิปไตย บรรยากาศการทำกิจกรรมเป็นไปด้วยดี เนื่องจากการขออนุญาตจากเจ้าหน้าที่ตำรวจ โดยฝ่ายหลังเข้ามาช่วยอำนวยความสะดวกแก่ประชาชนที่มาทำกิจกรรม และยื่นสังเกตการณ์บริเวณโดยรอบ ปราศจากการแทรกแซงหรือห้ามปรามใดๆ



NO COAL POWER PLANT!

ชาวบ้านเครือข่ายคนสงขลา-ปัตตานี ไม่เอาโรงไฟฟ้าถ่านหิน ออกเดินเท้าตั้งแต่วันที่ 24 พฤศจิกายน จากอำเภอเทพา หนึ่งในพื้นที่ที่ภาครัฐกำหนดให้ก่อสร้างโรงไฟฟ้าถ่านหินเทพา มายังสงขลา ด้วยระยะทาง 75 กิโลเมตร เพื่อยื่นหนังสือต่อนายกรัฐมนตรีและคณะ ที่มีกำหนดการเดินทางมาจังหวัดสงขลา เพื่อประชุม ครม. สัตยจร ให้ทบทวนโครงการก่อสร้างโรงไฟฟ้าถ่านหินเทพา ระหว่างการประชุมไม่ได้เกิดเหตุชุมนุมระหว่างผู้ชุมนุมกับเจ้าหน้าที่ชุดควบคุมฝูงชน มีตำรวจถูกทำร้ายจนได้รับบาดเจ็บ 4 นาย และมีการแจ้งข้อหาดำเนินคดีกับ 16 แกนนำ ใน 2 ข้อหา คือ ร่วมกันเดินแห้วเป็นการกีดขวางการจราจร และต่อสู้หรือขัดขวางการจับกุมและทำร้ายร่างกายเจ้าพนักงานที่กระทำการตามหน้าที่ เหตุผลที่ชาวบ้านคัดค้านการก่อสร้างโรงไฟฟ้าถ่านหินเทพาสรุปได้ 4 ข้อ คือ หนึ่ง ไม่เคยมีการพูดคุยร่วมกันระหว่างรัฐบาลกับกลุ่มคัดค้าน แม้จะมีการจัดเวทีรับฟังความคิดเห็น แต่มีการใช้กำลังทหารขัดขวางการแสดงความคิดเห็นของประชาชนที่ไม่เห็นด้วยกับโครงการ สอง การศึกษาผลการวิเคราะห์ผลกระทบสิ่งแวดล้อมและสุขภาพ (EHIA) มีความบกพร่อง ไม่ครอบคลุม ไม่ตรงกับข้อมูลจริงในพื้นที่ สาม คณะรัฐมนตรีอนุมัติสร้างโรงไฟฟ้าถ่านหินเทพา โดยไม่รอ EHIA ค่าเรือนถ่าน ซึ่งไม่ผ่าน และสี่ ชาวบ้านกว่า 1,000 คน ต้องย้ายออกจากพื้นที่โครงการ ขณะที่ผู้อาศัยอยู่รอบโรงไฟฟ้าถ่านหินในรัศมี 1 กิโลเมตร มีมากถึง 4,000 คน และรัศมี 5 กิโลเมตรร่วม 20,000 คน ซึ่งแสดงถึงการเลือกที่ตั้งที่ไม่เหมาะสม







THE CURIOUS CASE OF THE DECEASED MILITARY CADET

ปริศนาการตายของนักเรียนเตรียมทหารเป็นข่าวที่สร้างกระแสความสนใจในสังคมได้ต่อเนื่อง หลังจากน้องเมย-นตท. ภคพงศ์ ตัญญาณจน์ นักเรียนเตรียมทหารชั้นปีที่ 1 เสียชีวิตในโรงเรียนเตรียมทหารเมื่อปลายเดือนตุลาคม ด้วยอาการหัวใจวายทั้งที่ปกติเป็นคนสุขภาพแข็งแรง อีกทั้งเมื่อครอบครัวรับศพมาชันสูตรก็พบว่า อวัยวะภายในร่างกายหายไปหลายชิ้น

การเสียชีวิตอย่างมีเงื่อนงำนี้กลายเป็นประเด็นที่ทั้งครอบครัวน้องเมยและสังคมต่างรอคอยการคลี่คลายปริศนาถึงสาเหตุที่แท้จริง THE STANDARD เรียงลำดับเหตุการณ์ดังกล่าวตั้งแต่วันที่น้องเมยเสียชีวิต กระทั่งวันประกาศผลสอบสวนจากกองทัพไทย ซึ่งมีหลายฝ่าย ทั้งครอบครัวผู้สูญเสีย กระทรวงกลาโหม สถาบันนิติวิทยาศาสตร์ สื่อมวลชน และผู้ใช้โซเชียลเน็ตเวิร์ก ร่วมกันหาความจริง

วันที่ 17 ตุลาคม

- ภาพจากกล้องวงจรปิด เวลา 15.13 น. น้องเมยคุยโทรศัพท์กับครอบครัวนาน 12 นาที
- เวลา 15.41 น. น้องเมยกำลังจะล้มลงกับพื้น เจ้าหน้าที่รีบมาดูอาการ ก่อนจะนำตัวส่งโรงพยาบาลโรงเรียน นายร้อยพระจุลจอมเกล้า จังหวัดนครนายก
- เวลา 20.24 น. น้องเมยเสียชีวิต ศูนย์อำนวยการแพทย์พระมงกุฎเกล้า กรมแพทย์ทหารบก พบว่า สาเหตุการตายเกิดจากภาวะหัวใจล้มเหลวเฉียบพลัน
- ครอบครัวนำร่างน้องเมยไปผ่าชันสูตรอีกครั้งที่สถาบันนิติวิทยาศาสตร์แล้วพบว่า อวัยวะภายในร่างกาย ทั้งหัวใจ กระเพาะอาหาร กระเพาะปัสสาวะ ตับ ไต ปอด และสมองหายไป บริเวณกะโหลกศีรษะมีกระดูกซี่โครงหักไว้แทนกระดูกซี่โครงหักและมีรอยขีดจากกระดูกอย่างรุนแรง

วันที่ 23 ตุลาคม

- สื่อมวลชนเริ่มเสนอข่าวหลังได้รับการร้องเรียนจากนายพิเชษฐและนางสุกัลยา พ่อและแม่ น้องเมย

วันที่ 21 พฤศจิกายน

- ครอบครัวตีความญาติแฉลงข่าวพร้อมตั้งข้อสงสัยว่าการเสียชีวิตของน้องเมยอาจเพราะถูกอ้ากรวินัยจากรุ่นพี่ตั้งแต่วันที่ 23 สิงหาคม และยังยืนยันอีกด้วยว่า น้องเมยไม่มีโรคประจำตัว ส่วนอวัยวะที่หายไปเป็นเพราะแพทย์นำไปชันสูตรโดยไม่แจ้งครอบครัวก่อน
- กองทัพอไทยแฉลงกรณีน้องเมย ไม่พบการถูกทำร้ายและได้นำอวัยวะมาฟอรัมมาลินเพื่อชันสูตรหาสาเหตุการตาย

วันที่ 22 พฤศจิกายน

- พล.อ. ประวิตร วงษ์สุวรรณ รองนายกรัฐมนตรี และรัฐมนตรีว่าการกระทรวงกลาโหม กล่าวยืนยันว่า น้องเมยเสียชีวิตเนื่องจากสุขภาพของตัวเอง ไม่มีการซ้อมอะไรทั้งสิ้น และกล่าวอีกว่า ตนเองก็เคยโดนซ้อมแต่ไม่ตาย

วันที่ 23 พฤศจิกายน

- นายพิเชษฐให้ข้อมูลแก่สื่อมวลชนว่า ลูกชายถูกรุ่นพี่ให้อ้ากรวินัยตั้งแต่วันที่ 23 สิงหาคม เอาหัวปักลงพื้นแล้วให้สลบขา เพราะไปเดินในเส้นทางที่เด็กใหม่ห้ามเดิน
- วันที่ 10 ตุลาคม ลูกชายตกบันได กลับไปรักษาตัวที่บ้าน และกลับมาเข้าเรียนอีกครั้งในวันที่ 15 เดือนเดียวกัน
- วันที่ 16 ตุลาคม ถูกลงโทษที่โรงอาหารคนเดียวจนถูกห้ามส่งเข้ากองพยาบาล
- วันที่ 17 ตุลาคม เจ็บหน้าอกและเสียชีวิต

วันที่ 24 พฤศจิกายน

- ผู้ใช้สื่อสังคมออนไลน์จัดแคมเปญรณรงค์ในหัวข้อ 'เจ้าหน้าที่และผู้บังคับบัญชาที่เกี่ยวข้องกับการเสียชีวิตของ 'น้องเมย' ต้องลาออก' ในเว็บไซต์ change.org เรียกร้องให้องค์กรอิสระร่วมตรวจสอบกรณีน้องเมยและยกเลิกการอ้ากรวินัยของโรงเรียนเตรียมทหาร

วันที่ 26 พฤศจิกายน

- ครอบครัวน้องเมยกล่าวขอบคุณนายกรัฐมนตรีและผู้บัญชาการทหารสูงสุดที่ช่วยสอบสวน แต่ยังคงติดใจสาเหตุเลือกตั้งในดับและม้าม เพราะเป็นอวัยวะที่อยู่ไกลจากจุดทำซีพีอาร์

วันที่ 8 ธันวาคม

- สถาบันนิติวิทยาศาสตร์ส่งมอบรายงานการชันสูตรศพตามคำร้องขอของญาติ (ครอบครัวไม่ประสงค์เผยแพร่ข้อมูลแก่สาธารณะ)

วันที่ 9 ธันวาคม

- ครอบครัวจัดพิธีสวดพระอภิธรรมศพน้องเมยที่วัดวิเวการาม จังหวัดชลบุรี และมาปณิศจศพในวันถัดมา
- สถาบันนิติวิทยาศาสตร์ส่งผลชันสูตรรอบ 2 พบรอยขีดตามร่างกายหลายแห่งที่เชื่อว่าเกิดจากการถูกทำร้าย ส่วนซี่โครงซี่ที่ 4 ที่หักไม่ได้เกิดจากการทำซีพีอาร์

วันที่ 15 ธันวาคม

- กองทัพอไทยแฉลงผลสอบสวนภาพจากกล้องวงจรปิดวันที่ 10 ตุลาคม น้องเมยสิ้นตบันได 8 ชั้น ส่วนวันที่ 17 เดือนเดียวกัน น้องเมยเกิดอาการไฮเปอร์เวนต์เฉียน ยืนยันการเสียชีวิตเกิดจากหัวใจล้มเหลวเฉียบพลัน ไม่พบร่องรอยฟกช้ำภายนอก ส่วนกรณีชายโคร่งด้านขวาซี่ที่ 4 หัก อาจเกิดจากการทำซีพีอาร์ที่ใช้เวลาก่อนนอน 4 ชั่วโมง
- ผลสอบสวนจากกองทัพแตกต่างจากผลชันสูตรของสถาบันนิติวิทยาศาสตร์ที่สรุปเป็น 2 กรณี คือ รอยฟกช้ำทั่วร่างกายคล้ายถูกทำร้าย และซี่โครงซี่ที่หักเกิดจากการถูกกระแทกไม่ใช่การทำซีพีอาร์

วันที่ 19 ธันวาคม

- ครอบครัวน้องเมยเข้าแจ้งความที่สถานีตำรวจภูธรเมืองนายก จังหวัดนครนายก ให้คดีคลายปมเสียชีวิตปริศนา



NOT SO FAST BUT ALWAYS FURIOUS

พล.อ. ประยุทธ์ จันทร์โอชา นายกรัฐมนตรี ได้ทดลองขับโกคาร์ท ผลงานของนักเรียนจากวิทยาลัยเทคนิคสัตหีบ ภายในตึกสันติไมตรีรอบหนึ่ง ก่อนจะไปเป็นประธานในการประชุมคณะกรรมการนโยบายการพัฒนาระเบียงเศรษฐกิจพิเศษภาคตะวันออก ครั้งที่ 3 โดยได้กล่าวชื่นชมความสามารถของนักเรียนว่า นี่เป็นสิ่งที่รัฐบาลอยากเห็น คือยานยนต์ไฟฟ้าฝีมือคนไทย และแม้จะเป็นรถต้นแบบ แต่ก็ขอให้พัฒนาต่อไป ขอให้ทำระบบให้ดีและน่าขับ พร้อมแนะรัฐมนตรีช่วยว่าการกระทรวงศึกษาธิการให้บรรจุหลักสูตรเทคโนโลยีหุ่นยนต์ให้นักเรียนมีทางเลือกในการประกอบอาชีพ



NO DETAILS ABOUT LUXURY WATCHES

ในวันถ่ายภาพหมู่คณะรัฐมนตรี เมื่อช่วงเช้าววันที่ 4 ธันวาคม พ.ล.อ. ประวิตร วงษ์สุวรรณ ได้ยกมือป้องแดดที่ส่องเข้าตาระหว่างถ่ายภาพหมู่ ทำให้เห็นถึงแหวนเพชร 1 กระรัต สะท้อนแสงวิบวับ และนาฬิกาสุดหรูยี่ห้อโรชาร์ด มิลล์ จากสวิตเซอร์แลนด์ ราคากว่า 3 ล้านบาท บนข้อมือ กลายเป็นประเด็นสงสัยของสังคมว่า เหตุใดทรัพย์สินที่มีมูลค่าเกินกว่า 200,000 บาท ถึงไม่ปรากฏในบัญชีแสดงรายการทรัพย์สินและหนี้สินต่อ ป.ป.ช. เมื่อครั้งเข้ารับตำแหน่งรองนายกรัฐมนตรี และรัฐมนตรีว่าการกระทรวงกลาโหม เมื่อปี 2557 ต่อมาสื่อมวลชนยังพบภาพนาฬิกาหรูเรือนอื่นๆ ที่ พ.ล.อ. ประวิตรเคยสวมใส่ก่อนหน้านี้ ทั้งโรชาร์ด มิลล์ อีกรุ่น และแบรนด์ปาเต็ก ฟิลิปป์ หลังจากนั้นยังเกิดกระแสข่าว พ.ล.อ. ประวิตรชี้แจงว่า นาฬิกานั้นเป็นของเพื่อนนักธุรกิจที่ยืมมา ส่วนแหวนเพชรนั้นเป็นของมารดา แต่ยังไม่ได้อื่นหนังสือนี้ต่อ ป.ป.ช. และหลีกเลี่ยงที่จะตอบคำถามสื่อมวลชน โดยบอกว่า จะชี้แจงกับ ป.ป.ช. เอง ซึ่งทาง ป.ป.ช. ก็ได้กำหนดเส้นตายส่งหนังสือชี้แจงถึงที่มาของทรัพย์สินภายในวันที่ 8 มกราคม ปี 2561

SUKHUMVIT ROAD BECOMES WIRELESS

เจ้าหน้าที่จากการไฟฟ้านครหลวง (กฟน.) ร่วมกับสำนักงาน กสทช. และผู้ประกอบการสายสื่อสารลงพื้นที่ดำเนินโครงการนำสายสื่อสารที่ติดตั้งบนเสาไฟฟ้าถนนสุขุมวิทลงใต้ดิน ตามโครงการมหานครไร้สาย Smart Metro ตั้งแต่ช่วงสุขุมวิท ซอย 21-29 รวมระยะทางทั้งสิ้น 12 กิโลเมตร ประกอบด้วยจำนวนเสาไฟฟ้าทั้งสิ้น 544 ต้น เพื่อมอบเป็นของขวัญปีใหม่ให้ประชาชนได้สัมผัสถึงสภาพภูมิทัศน์ที่สวยงามของถนนสุขุมวิท



THE GIANT SWING UNDER RENOVATION

กรุงเทพมหานครร่วมกับกรมศิลปากรดำเนินการบูรณปฏิสังขรณ์เสาชิงช้า โบราณสถานสำคัญของชาติ หลังตรวจพบว่า เสาชิงช้าชำรุดทรุดโทรมมาก มีรอยร้าวแตกเป็นร่องลึกตลอดแนว ไม้เสาชิงช้าบางส่วนแตก ฐานเสาชิงช้าบางจุดทรุดและสกปรก โดยได้ทำพิธีบวงสรวงเสาชิงช้า เมื่อวันที่ 12 ธันวาคม พ.ศ. 2560 คาดว่าจะใช้เวลาบูรณะทั้งสิ้น 300 วัน หรือภายในเดือนมีนาคม พ.ศ. 2561 ถือเป็นงานบูรณะครั้งใหญ่ในรอบ 10 ปี หลังมีการซ่อมแซมมาตั้งแต่ พ.ศ. 2549

REACH FOR THE STAR

ร้านเจี๊ฝ่ ย่านประตูผี เจ้าของตำนานเมนูไข่เจียวปู หมี่กรอบราดหน้าทะเล โจ๊กแห้งกุ้ง ต้มยำกุ้งแซ่บวัยคัดไซส์พิเศษ ฯลฯ ติดโพรายชื่อร้านอาหารที่ได้รับการติดดาวมิชลิน 1 ดวง ใน มิชลินไกด์ ฉบับกรุงเทพฯ ประจำปี 2561 ซึ่งเป็นสตรีกฟู้ดเพียงร้านเดียวที่ได้รับดาวมิชลิน โดยร้านเจี๊ฝ่มีจุดเด่นที่การคัดเลือกวัตถุดิบที่สด มีคุณภาพตามมาตรฐานของร้าน และปรุงด้วยเตาถ่านที่ช่วยเพิ่มกลิ่นหอมให้กับอาหาร มิชลิน ไกด์ ฉบับกรุงเทพฯ ประจำปี 2561 ถือเป็นหนังสือแนะนำร้านอาหารที่ควรลิ้มลองเล่มแรกของไทย เป็นเล่มที่ 5 ในเอเชีย และเล่มที่ 30 ในประเทศทั่วโลก โดยการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) ร่วมกับมิชลิน ผู้ผลิตยางรถยนต์ระดับโลก คาดว่าจะสามารถช่วยกระตุ้นตัวเลขการท่องเที่ยวตามนโยบาย การท่องเที่ยวเชิงอาหาร (Gastronomy Tourism) ของกระทรวงการท่องเที่ยว ดึงดูดกลุ่มนักท่องเที่ยวระดับบนให้มีการใช้จ่ายด้านอาหารต่อหัวมากขึ้น รวมถึงกระตุ้นให้บรรดา ร้านอาหารไทยพัฒนาคุณภาพอาหารและการบริการให้ดียิ่งขึ้นด้วย



DUSIT ZOO TO BE RELOCATED

สวนสัตว์ดุสิต หรือเขาดินวนา สวนสัตว์แห่งแรกในไทย เตรียมย้ายจากถนนพระรามที่ 5 ในเขตพระราชฐาน พระราชวังดุสิต ไปยังที่ดินพระราชทานคลอง 6 รัชชบุรี พื้นที่กว่า 300 ไร่ โดย พล.อ. ประยุทธ์ จันทร์โอชา นายกรัฐมนตรี ได้นำคณะเข้าเฝ้าฯ สมเด็จพระเจ้าอยู่หัวมหาวชิราลงกรณ บดินทรเทพยวรางกูร เพื่อรับพระราชทานโฉนดที่ดินในพระปรมาภิไธย ในการรองรับการย้ายสวนสัตว์ดุสิต ซึ่งคาดว่าจะเริ่มดำเนินการได้ในปี 2562 โครงการย้ายสวนสัตว์ดุสิต มีแนวคิดในสมัยรัฐบาลยุค พล.อ. สุรยุทธ์ จุลานนท์, นายเกษม สนิทวงศ์ ณ อยุธยา รัฐมนตรีกระทรวงทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม และนายโสภณ ดำเนิน ผู้ผู้อำนวยการสวนสัตว์ดุสิต ตั้งแต่ปี 2550 เนื่องจากพบว่า พื้นที่ของสวนสัตว์มีความคับแคบ ไม่สามารถขยายพื้นที่เพื่อรองรับสัตว์ใหม่ได้อีก ปัจจุบันสวนสัตว์ดุสิตมีเนื้อที่ 118 ไร่ และมีสัตว์จำนวนทั้งหมด 1,343 ตัว เปิดให้บริการมาตั้งแต่ปี 2481

BEING A BANK AND MORE

‘เมื่อธนาคารต้องไม่เป็นแค่ธนาคาร’ ทิศทางการปรับตัวของ KBank ในวันที่โลกเปลี่ยนไป

ใครจะไปนึกว่าสังคมไทยจะมาถึงจุดที่เราทำธุรกรรมการเงินผ่านมือถือกันเป็นเรื่องปกติ

จะโอนเงิน จ่ายบัตร เปิดบัญชี ช้อกกองทุน จนถึงซื้อของผ่านคิวอาร์โค้ดที่ธนาคารหลายแห่งกำลังแข่งกัน และปฏิเสธไม่ได้ว่าการแข่งขันเหล่านี้ทำให้ลูกค้าอย่างเราใช้ชีวิตได้สะดวกมากยิ่งขึ้น

หนึ่งในธนาคารที่เข้มแข็งเรื่องบริการออนไลน์ มาโดยตลอดนั้นย่อมไม่พ้น ธนาคารกสิกรไทย ที่มีแอปพลิเคชันธนาคารบนมือถือที่ชื่อ K PLUS ให้ลูกค้าได้ทำธุรกรรมการเงินได้ง่ายและปลอดภัย และเป็นแอปฯ ที่ครองใจมหาชนมากเป็นอันดับ 1 เกือบ 8 ล้านราย

ในวันที่ธนาคารทุกเจ้ากำลังพัฒนาตนเองอย่างเข้มข้น เรามีโอกาสได้คุยกับรองกรรมการผู้จัดการอาวุโส ธนาคารกสิกรไทย **บี๋ ม-พัชร สมะลาภา** เรื่องทิศทางของธนาคารกสิกรไทย ในอนาคต ทั้งเรื่องพฤติกรรมผู้บริโภคที่เปลี่ยนไป การพัฒนาเทคโนโลยีกับธนาคารและเป้าหมายในอนาคต



“ใน 3-4 ปีข้างหน้า โจทย์มันจะกลับมาว่า ธนาคารมีเอทีเอ็ม มีสาขา มีโทรศัพท์มือถือ มีคอลเซ็นเตอร์ กายังไงให้ลูกค้าหนึ่งคนเข้าไปแตะช่องทางที่ต่างกัน รู้สึกว่าเขาคุยกับธนาคารเดียว ซึ่งจริงๆ แล้วมันดูเบสิก แต่ถ้าสังเกตดีๆ อะไรที่เราทำในสาขา อะไรที่เราทำบนมือถือ เขาก็มาถามเราซ้ำอีกที หรืออย่างตู้เอทีเอ็ม บางทีก็ต้องนำบัตรเข้าไปเสียบ ทำอะไรหลายอย่างก็ยังไม่ได้ บางตู้ยังไม่รับเงินฝาก ดังนั้นจะกายังไงให้หลายช่องทางนี้ตอบโจทย์ แล้วทำให้ลูกค้ารู้สึกว่า เป็นธนาคารเดียวกัน”

ในช่วงสองสามปีที่ผ่านมา คุณเห็นการเปลี่ยนแปลงใดชัดที่สุดในแง่ของธุรกรรมธนาคาร

เรื่องพฤติกรรมผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลง แต่ก่อนธนาคารต้องเข้าสาขา ทุกวันนี้อยู่บนมือถือ

คนรู้สึกสบายใจที่จะทำธุรกรรมการเงินออนไลน์ จนไม่ได้มานั่งคิดว่าเงินจะไปถึงอีกฝั่งจริงหรือไม่ทุกวันนี้ เราทำงานผ่านออนไลน์ ชื่อของ ข้อปึงต่างๆ เราจะทำด้วยความมั่นใจว่าธุรกรรมนี้เงินไปถึงผู้รับแน่ๆ ซึ่งถ้าถอยกลับปี 3 ปี คนยังไม่มั่นใจในส่วนนี้เยอะ

อุปสรรคและความท้าทายของธนาคารในอนาคต

ธนาคารกสิกรไทยเป็นองค์กรที่มีพนักงานเยอะ การจะปรับเปลี่ยนความคิดของคนหมู่มากย่อมทำได้ยากกว่าองค์กรที่มีคนจำนวนน้อยกว่า สมมติว่าเราสื่อสารอะไรออกไปสักอย่าง จำนวน 20,000 คน อาจจะเลือกฟังในบางสิ่งที่ตัวเองเลือกหรือชอบเท่านั้น การสื่อสารความจะยากมาก ถ้าเราพูดถึงเรื่องความเข้าใจลูกค้า เข้าใจพนักงานในองค์กรให้มากขึ้น มันจะไม่สัมฤทธิ์ผลเลย ถ้าไม่เกิดการสื่อสารทั้งสองทาง ดังนั้นความท้าทายคือการรับฟังให้มากขึ้นทั้งจากลูกค้าหรือพนักงาน ดังนั้นการจะดึงข้อมูลกลับมาเข้ามาในองค์กรที่ใหญ่ขนาดนี้ ให้คนที่ทำงานอยู่ในสำนักงานใหญ่หรือผู้บริหารระดับสูงเข้าใจได้ว่า คนที่ทำงานอยู่ในสนามหรือคนที่ไปลูกค้าใช้งานจริงๆ กำลังคิดอะไรอยู่ ถือว่าเป็นเรื่องที่ยาก

ธนาคารกสิกรไทยเป็นองค์กรแรกที่เข้าถึงความทันสมัย ทำ Mobile Banking ก่อนใคร แต่ในยุคนี้ที่ใครๆ ก็ทำ กิจทางในอนาคตของธนาคารกสิกรไทยจะเป็นอย่างไร

ถ้าเราเอาลูกค้าเป็นตัวตั้ง โจทย์มันเข้ามาว่า เราใช้โทรศัพท์มือถือสะดวกที่สุด ถ้าเทียบว่าการทำธุรกรรมผ่านมือถือกับที่สาขา มือถือมันก็สะดวกกว่าอยู่แล้ว ดังนั้นธนาคารไหนก็ตาม น่าจะทำทั้งสองทาง ใน 3-4 ปีข้างหน้า โจทย์มันจะกลับมาว่า ธนาคารมีเอทีเอ็ม

มีสาขา มีโทรศัพท์มือถือ มีคอลเซ็นเตอร์ กายังไงให้ลูกค้าหนึ่งคนเข้าไปแตะช่องทางที่ต่างกัน รู้สึกว่าเขาคุยกับธนาคารเดียว ซึ่งจริงๆ แล้วมันดูเบสิก แต่ถ้าสังเกตดีๆ อะไรที่เราทำในสาขา อะไรที่เราทำบนมือถือ เขาก็มาถามเราซ้ำอีกที หรืออย่างตู้เอทีเอ็ม บางทีก็ต้องนำบัตรเข้าไปเสียบ ทำอะไรหลายอย่างก็ยังไม่ได้ บางตู้ยังไม่รับเงินฝาก ดังนั้นจะกายังไงให้หลายช่องทางนี้ตอบโจทย์ แล้วทำให้ลูกค้ารู้สึกว่า เป็นธนาคารเดียวกัน คือไม่ว่าจะเข้าผ่านช่องทางไหนก็จะรู้สึกเหมือนกัน กันให้ได้

เรื่องการใช้จ่ายเงินของลูกค้ารายย่อยเปลี่ยนไปไหม

ปกติเราจะใช้เงินสดหรือบัตรเครดิต และวันนี้เรามีวิธีการจ่ายเงินแบบใหม่ที่เรียกว่า ระบบคิวอาร์โค้ด เป็นอีกหนึ่งทางเลือก สะดวกกว่าการใช้เงินสด คือเราพยายามสร้างความคุ้นเคย ถ้าคนจะจ่ายเงินไม่ต้องหยิบกระเป๋าสตางค์และหยิบโทรศัพท์มือถือ ทำให้การใช้งานคิวอาร์โค้ดสะดวกและง่ายขึ้นกับการหยิบแบงก์ออกมาจากกระเป๋าสตางค์ ตรงนี้เจ้าไหนทำได้ดีกว่านี้ก็จะชนะ

ทิศทางที่จะไปต่อของธนาคารกสิกรไทยในการทำให้โจทย์ที่ตั้งไว้เกิดขึ้นได้จริงจะเป็นอย่างไร

ถ้าพูดกับกลุ่มที่เป็นบริษัท ไม่ว่าจะช่องทางที่ใช้ทำเพื่อการขายหรือการบริการลูกค้า ทุกคนจะเจอโจทย์นี้เหมือนกันหมด ทุกคนจะมีหน้าร้าน มีช่องทางออนไลน์ ถ้าใหญ่ขึ้นหน่อยคือมีคอลเซ็นเตอร์ และใหญ่ที่สุดคือมีแอปพลิเคชันของตัวเอง จะทำยังไงให้ผู้บริโภคหรือลูกค้าของตัวเอง สามารถเห็นบาลานซ์เงินของตัวเอง หรือเห็นข้อมูลการใช้จ่ายบัตรเครดิตผ่านโทรศัพท์มือถือได้ หรือถ้ามีปัญหาโทร.หาคอลเซ็นเตอร์ไปบอกชื่อตัวเองระบบข้างหลังควรที่จะดึงทั้งหมดขึ้นมา และสามารถตอบคำถามได้ ไม่ทำให้เขารู้สึกว่าเสียเวลาไปกับการบอกข้อมูลซ้ำๆ ฉะนั้นระบบหลังบ้านทุกองค์กรควรรองรับเรื่องข้อมูลของลูกค้าให้ดียิ่งขึ้น

ปรับตัวอย่างไรกับการเปลี่ยนแปลงของลูกค้า เราได้ยินคำว่า Customer Centric มา 8-9 ปีแล้ว แต่นี่ก็เป็นตามนั้นขึ้นมาจริงๆ ก็ต้องปรับตัวอยู่เยอะ องค์กรส่วนใหญ่เคยเป็น Product Centric มาก่อนคือทำในผลิตภัณฑ์ที่ตัวเองคิดว่าดีและคิดว่าลูกค้าจะชอบ แต่วันนี้ลูกค้าจะชอบแต่สิ่งที่ตรงกับจริตตัวเอง มันเลยผิดยุค เราบอกว่าเราอยากเป็นคนที่มีผลิตภัณฑ์หนึ่ง และให้ทุกคนชอบสิ่งนี้ โดยที่เราไม่ต้องแก้ไขมันเลย ซึ่งถ้าโลกนี้มีของแค่ชิ้นเดียวก็สามารถทำแบบนั้นได้ แต่วันที่ทุกคนสามารถเลือกความต้องการได้ คราวนี้ผู้ผลิตหรือผู้ให้บริการจะลำบากใจมากกว่าอะไรที่สามารถทำได้โดยไม่กระทบต้นทุนเกินไป เราก็ต้องค่อยๆ ทำ ค่อยๆ แก้ไปเรื่อยๆ วัฒนธรรมที่ตัวนี้คือ ทำให้เร็ว ล้มให้เร็ว และแก้ให้เร็ว

มีเคล็ดลับอะไรที่ทำให้ลูกค้าอยู่กับเราไปนานๆ บ้างไหม

ที่ผ่านมาธุรกิจธนาคารเป็นบริการอย่างหนึ่งที่มีผลิตภัณฑ์ที่จับต้องได้ แต่ถ้าเป็นบริษัทที่ผลิตสินค้าขึ้นมาเพื่อนำไปขาย ความสัมพันธ์กับลูกค้าควรเกิดขึ้นแต่ก่อนผลิตสินค้าออกมา ความสำคัญในการเข้าใจ Customer Journey เป็นเรื่องใหญ่ รวมถึงความสามารถในการบริการด้วย ถ้าเป็นธุรกิจโรงแรม ความรู้สึกที่แขกแต่ละคนมีกับโรงแรมก็ไม่ต่างกับความรู้สึกที่เขาเดินเข้าไปในสาขาของธนาคาร มันคือ Human Touch แต่ตอนนี้พอลูกค้าไม่เข้าสาขาแล้ว คำว่า Human Touch ก็จะไม่เปลี่ยนไป เป็นเรื่องที่เกิดขึ้นในโทรศัพท์มือถือแทน ไม่จำเป็นต้องเจอกัน และในเมื่อแอปฯ ทำได้ดี สิ่งที่เชื่อมโยงระหว่างแอปฯ กับลูกค้าคือ ความรู้สึกมั่นคง Reliability และ Security เป็นสิ่งสำคัญที่สุด



SIVARAK RECEIVES HONORARY DEGREE

ส.ศิวรักษ์ หรือ นายสุลักษณ์ ศิวรักษ์ นักวิชาการ นักคิด นักเขียน สมญานาม ‘ปัญญาชนสยาม’ วัย 84 ปี เข้ารับพระราชทานปริญญา ปรัชญาดุษฎีบัณฑิตกิตติมศักดิ์ สาขาวิชาการพัฒนาเชิงสร้างสรรค์ ประจำปีการศึกษา 2559 เมื่อวันที่ 1 ธันวาคมที่ผ่านมา หลังจากสภามหาวิทยาลัยได้มีมติมอบปริญญาดุษฎีบัณฑิตกิตติมศักดิ์ให้แก่ผู้ทรงคุณวุฒิ จำนวน 4 ท่าน ตามการเสนอของวิทยาลัยพัฒนศาสตร์ ป๋วย อึ๊งภากรณ์ เมื่อวันที่ 26 มิถุนายน โดย ส.ศิวรักษ์ ได้ทำงานที่เกี่ยวข้องกับ ศ. ดร. ป๋วย อึ๊งภากรณ์ มาอย่างยาวนาน



POLITICAL RECONCILIATION GETS ITS MASCOT

น้องเทียวก้อย มาสคอตที่ทางรัฐบาลเปิดตัวเมื่อปลายเดือนพฤศจิกายนที่ผ่านมา เพื่อเป็นตัวแทนแห่งความปรองดอง เราจะทำตามสัญญาประชาคม รัฐรักสามัคคี ลงพื้นที่ทำกิจกรรม สร้างบรรยากาศปรองดองและร่วมต่อต้านคอร์รัปชัน เนื่องในวันต่อต้านคอร์รัปชันสากล 9 ธันวาคม พ.ศ. 2560 บริเวณอนุสาวรีย์ชัยสมรภูมิ น้องเทียวก้อยถูกวิพากษ์วิจารณ์ในโลกออนไลน์อย่างต่อเนื่อง ตั้งแต่หน้าตาที่ไม่ใคร่นำเอ็นดูนัก จนเหล่านักวาดพร้อมใจกันวาดน้องเทียวก้อยไปล้อเลียนกับภาพยนตร์สยองขวัญมากมาย หรือหน้าตามอมแมม เพราะอาจเป็นของเก่าเก็บที่เคยนำมาใช้เป็นมาสคอตทหารมาก่อน รวมไปถึงภาพกิจกรรมที่น้องเทียวก้อยถูกสก็อตเทปมัดมือปิดปาก เพื่อสื่อถึงการเรียกร้องสิทธิเสรีภาพของประชาชนว่าเป็นสิ่งที่ประชาชนควรได้รับภายใต้กรอบกฎหมายเดียวกันว่า ช่างดูย้อนแย้งกับโลกแห่งความจริงเป็นอย่างยิ่ง





STAR WARS ARMY

เหล่าตัวละครใน สตาร์วอร์ส ทั้ง อนาคิน สกายวอล์เกอร์ กองทัพสตรอมทรูเปอร์ และ เรย์ เดินทัพกลางห้างฯ เซ็นทรัลเวิลด์ เพื่อเปิดตัว *STAR WARS: The Last Jedi* ภาพยนตร์สงครามอวกาศภาคต่อจาก *STAR WARS: The Force Awakens* เมื่อปี 2558 ซึ่งจัดโดยเดอะวอลล์ ดีสนีย์ (ประเทศไทย) และลูคัสฟิล์ม โดยภาคนี้จะเล่าต่อจากภาคที่แล้วถึงตอนที่เรย์ออกตามหาเกาะศักดิ์สิทธิ์ของเหล่าเจไดจนได้พบกับ ลุค สกายวอล์เกอร์ ผู้สืบสานลัทธิเจไดจากมาสเตอร์โยดา ภาคนี้ได้รับคำวิจารณ์ว่าเป็นภาคที่สนุกที่สุดเทียบเท่า *STAR WARS: The Empire Strikes Back* เมื่อปี 2523 ส่วนใครที่ไปดูกันแล้วก็คาดว่าคงจะเสียวรพย์ไปกับเหล่าของสะสมตัวละครอย่างเจ้า BB-8, BB-9E หรือ Porg กันไปไม่น้อยทีเดียว ☺

THE RECIPE FOR SUCCESS

20 ปีที่แล้ว ยุคที่คนไทยเดินเข้าห้างสรรพสินค้าเพื่อจับจ่ายใช้สอยเป็นหลัก และตัวเลือกร้านอาหารที่มีอยู่แทบไม่เหมาะกับการใช้เป็นที่นั่งพักเพื่อเสพบรรยากาศสบายๆ ให้หายเหนื่อย การอุบัติขึ้นของ เกรฮาร์ด คาเฟ่ ที่ดี เอ็มโพเรียม มีส่วนปฏิวัติวัฒนธรรมการกินอาหารนอกบ้านในห้างสรรพสินค้าไปโดยสิ้นเชิง

สัมภาษณ์ ยศยอด คลังสมบัติ ถ่ายภาพ นวตา วงศ์เจริญ

THE INTERVIEW



จากกรณีเริ่มต้นแบบจู่ๆ ปลาย ไม่รู้หลักการบริหารร้านอาหาร ภาณุ อิงคะวัต และทีมงาน ผลักดันให้เกรฮาวด์ คาเฟ่ เติบโตติดตลาดด้วยการสร้างประสบการณ์แห่งแบรนด์ที่น่าประทับใจ

ในวาระครบ 20 ปี ของ เกรฮาวด์ คาเฟ่ ซึ่งในปัจจุบันอยู่ภายใต้ Mudman Public Company Limited ทีมงาน THE STANDARD ถ่ายทอดบทสัมภาษณ์ โดยพูดคุยกับผู้อำนวยการฝ่ายสร้างสรรค์ และกรรมการกลุ่มบริษัทเกรฮาวด์ ว่าอะไรเป็นปัจจัยสำคัญที่ทำให้ประสบการณ์ในร้านเกรฮาวด์ คาเฟ่ เป็นสิ่งที่คนกรุงถวิลหา เมนูน้ำพริกปลากุกที่นี่เข้ากับไลฟ์สไตล์ของคนรุ่นใหม่อย่างไร รวมถึงการรักษามาตรฐานที่มาร่วมการขยายสาขาในกรุงเทพฯ และการเปิดประตูสู่ภูมิภาคเอเชียเมื่อ 6 ปีที่แล้ว เป็นบทเรียนสำคัญที่นำมาใช้อย่างไร เพื่อไปปีกรงที่ยุโรปโดยเริ่มต้นที่ลอนดอนเป็นแห่งแรก

20 ปีที่แล้ว หลังประสบความสำเร็จในวงกว้าง ไขหมอก คุณเปิดตัว เกรฮาวด์ คาเฟ่ แห่งแรก อายกราบที่มาจากอาหารข้ามสายมาสู่ธุรกิจร้านอาหาร

จริงๆ ผมพูดหลายครั้งแล้วว่า ตอนที่ผมเรียนจบมามีอยู่ 2-3 อย่าง ที่ผมสนุกที่ได้ทำในชีวิต หนึ่งในคือโฆษณาซึ่งได้ทำไปแล้วเนื่องจากเป็นงานแรก สองคือช้อปปิ้ง ผมเป็นคนสนุกกับการช้อปปิ้ง สนุกกับการแต่งตัว แต่ถ้าถามว่าผมเป็นนักออกแบบแฟชั่นเลยหรือเปล่าจริงๆ แล้วก็ไม่ใช่ออก แต่สนุกที่จะอยากทำเสื้อผ้าให้คนได้ใส่ในสไตล์ที่ชอบ ตอนนั้นตลาดเมืองไทยไม่มีสไตล์เท่า หรือเป็นสตรีทแบบที่เด็กรุ่นใหม่จะใส่ได้ เลยทำแบรนด์เสื้อผ้าขึ้นมา

แต่มีอีกอย่างหนึ่งก็คือ ผมชอบไปนั่งร้านกาแฟตามเมืองต่างๆ ที่ไปเที่ยว ผมคิดว่ามันเป็นศูนย์กลางของชีวิตคนในแต่ละเมือง ตอนทำร้านกาแฟครั้งแรก เราไม่ได้ตั้งใจว่าจะให้เป็นร้านอาหารจริงจังแบบนี้ แค่อยากจะทำที่ให้คนมาพักผ่อน เมื่อช้อปปิ้งแล้วก็ได้พักผ่อน ได้กินกาแฟ กินขนม กินสแน็กง่ายๆ แต่ทำไปทำมากกลายเป็นว่าในช่วงนั้นยังไม่ค่อยมีร้านอาหารสไตล์ใหม่ เราก็เลยถือว่าเป็นร้านใหม่ในการบุกเบิกความเป็นแฟชั่นคาเฟ่ขึ้นมา มันเลยสนุก พอเริ่มรู้สึกอย่างนั้นก็เลยมีความคิดว่า ถ้าเราจะทำแฟชั่นคาเฟ่ให้เป็นที่ที่คนจะมาแฮงค์เอาท์กัน กินกาแฟ กินข้าวเบาๆ จะเป็นรูปแบบอะไรดี ก็เลยกลายเป็นความสนุกขึ้นมาอีกอย่างหนึ่ง

การเข้าสู่ธุรกิจร้านอาหารขับเคลื่อนหรือเปลี่ยนเกรฮาวด์อย่างไร

เปลี่ยนเยอะมากเลยครับ เราเคยอยู่แต่กับแฟชั่น

ผู้คนที่เราคุยด้วยก็จะเป็นคนที่เน้นเรื่องการแต่งตัวหรือสนุกกับการติดตามแฟชั่น พอเราเปิด เกรฮาวด์ คาเฟ่ กลุ่มแรกที่เข้ามาคือ คนที่รู้จักเราในมุมแฟชั่นจะนั่งกินกาแฟ กินข้าว อาหารง่ายๆ ใครก็บริโภคได้ไม่เหมือนเสื้อผ้า ต้องมีขนาดและรสนิยมเรื่องการแต่งตัว ซึ่งมันเฉพาะกลุ่มมากกว่า พอปีกไก่อร่อย ซีซาร์สลัดอร่อย ก๋วยเตี๋ยวห่ออร่อย เพื่อนเรากินได้ เราก็อยากชวนเพื่อนมากิน แม่เรากินได้ก็อยากชวนแม่มากิน เลยเริ่มขยายวงออกไปได้มากขึ้น คนเริ่มกว้างขึ้น

แต่ เกรฮาวด์ คาเฟ่ ก็ยังมีความเฉพาะตัวอยู่ อย่างหนึ่ง อย่างที่พูดว่าเป็นแฟชั่นคาเฟ่ จะนั้นก็ไม่ใช่ร้านอาหารที่ใครๆ เดินเข้ามา แล้วเขาก็นั่งกินได้ทั่วไป จะมีสไตล์บางอย่างที่ทำให้บางคนรู้สึกว่ามันไม่ใช่ที่ของเขา ผมเคยพาดูตามร้าน เขาจะรู้สึกที่นั่นไม่ใช่ที่ของเขา เป็นที่ของวัยรุ่น แต่จริงๆ แล้วไม่ใช่เลยนะครับ เพราะวันนี้ลูกค้าอายุ 50-60 ปี เยอะมาก และเป็นวัย 50-60 ปี ที่ Young at Heart

นิยามของ เกรฮาวด์ คาเฟ่ ในเมืองไทยเป็นอย่างไร

จริงๆ เราไม่ได้เป็นร้านอาหารไทยแท้ด้วยซ้ำ เราเป็นแฟชั่นคาเฟ่ที่อะไรก็ได้ที่กำลังเป็นกระแส อย่างที่บอกว่า เราเป็นคาเฟ่ที่ให้คนมานั่งพัก หลังจากสนุกกับการช้อปปิ้ง ฉะนั้นการมานั่งพัก เราไม่ได้คิดว่าเราจะเปิดร้านอาหารไทย ญี่ปุ่น หรือว่าอิตาเลียนเท่าที่เท่าไรเราอยู่ในที่ที่เห็นผู้คนมากหน้าหลายตา เดินเข้า-ออก นั่งพูดคุยกัน เป็นที่ที่เหมือนว่า To See & To Be Seen

อาหารเป็นส่วนประกอบรอง เป็นส่วนหนึ่งของ Total Brand Experience ที่คนจะได้รับจริงๆ เมนูในร้านเราหนักที่หนักได้ ก๋วยเตี๋ยวลูกชิ้นเนื้อเปื่อย ข้าวผัด สลัด ยำ สปาเกตตี้ แอมเบอร์เกอร์ เราก็มีเหล่านี้หาที่ไหนก็ได้ แต่มันมาอยู่ในบรรยากาศโดยรวมของเกรฮาวด์ นั่นทำให้แตกต่าง

เรื่องอาหารที่เรานำเสนอมีที่มาจากแต่เกรฮาวด์ แฟชั่นนะครับ คือเกรฮาวด์ แปลว่า Basic With A Twist อันนี้เป็นดีเอ็นเอของเกรฮาวด์เลย เราไม่ได้ทำแฟชั่นฟลิกก็ก็ออกมา เราทำแฟชั่นเรียบง่ายแต่มีลูกเล่น มีไอเดียด้านความคิดสร้างสรรค์ซ่อนอยู่ พอมาทำอาหารก็เหมือนกันครับ เราทำอาหารง่ายๆ แต่มีลูกเล่นที่ทำให้ดูพิเศษ อย่างที่ผมยกตัวอย่างประจำ เช่น ข้าวน้ำพริกปลาทุ ซึ่งเมนูที่ขายทำให้ผมกินตั้งแต่เด็ก เขาเห็นผมไม่ค่อยกินเลยทำให้มันง่ายขึ้น หยิบทุกอย่างมาผสมแล้วคลุกรวมกันเลย ผมจำได้เลยว่าตอนที่กินรู้สึกที่ "เฮอ อร่อยดิเนะ" ผมก็เลยเรียกเมนูนี้ใหม่ว่า "ข้าวสลัดน้ำพริกปลาทุ" ก็ยังขายดีตั้งแต่วันแรกจนถึงวันนี้ ยังเป็นที่นิยม

ต่อคนรุ่นใหม่ เพราะมันเข้ากับไลฟ์สไตล์ของคนรุ่นใหม่ นะครับ คือ ง่าย เร็ว และสะดวก ไม่ต้องคิดมาก อย่างข้าวผัดปูเราก็สลัดมันเสียจากจำนวนข้าวเยอะๆ ปูน้อยๆ ก็กลายเป็นปูผัดข้าว ปูเยอะๆ ข้าวน้อยๆ เป็นลูกเล่นที่กลายเป็นความคุ้นชิน แต่ก็มีความแตกต่าง

ตอนเปิดตัวร้านแรก ลูกค้ายังค่อนข้างประทับใจกับลูกเล่นในการนำเสนอแต่ละเมนู ทีมงานค่อนข้างพิถีพิถันกับการนำเสนอเมนูไม่บ่อย

เกรฮาวด์เป็นสไตล์แฟชั่นคาเฟ่ หมายถึงสิ่งที่อยู่ในทุกอย่าง คือผมเน้นเรื่องนี้ตลอดว่า แปรนต์ไม่ได้หมายถึงตัวสินค้าเพียงอย่างเดียว แต่ว่าเป็น Total Experience ของแบรนด์ การที่เราเดินเข้าไปในร้านซูเปอร์แฟชั่นสักแห่ง แล้วก็เดินออกมาด้วยถุงที่ถือข้างในเป็นเสื้อสีขาวธรรมดาตัวหนึ่งที่ซื้อที่ไหนก็ได้ แต่มันมีความภูมิใจที่รู้สึกที่เราได้เป็นส่วนหนึ่งของแบรนด์นี้ ร้านอาหารก็เช่นกัน การที่เรานั่งกินกาแฟร้านไหนก็ได้ แต่ทำไมเราต้องเดินไป 4-5 ร้าน กว่าจะถึงร้านที่เรานั่งแล้วมีความสุขก็เพราะร้านนั้นบรรยากาศดี มีพนักงานเสิร์ฟที่ดี เปิดเพลงเพราะ ดอกไม้สวย พนักงานเสิร์ฟดี นี่แหละคืออะไรหลายอย่างที่ผสมกันแล้วทำให้กลายเป็นประสบการณ์ของแบรนด์นี้ๆ สำหรับผม Total Brand Experience นั้นเป็นสิ่งสำคัญ

20 ปีที่ผ่านมา เกรฮาวด์เติบโตขึ้น และมีสาขาในเอเชีย คุณมองว่าแบรนด์ประสบความสำเร็จตามเป้าหมายอย่างไร

ที่จริงเราไม่ได้มีเป้าหมายชัดเจนขนาดนั้น มันเกิดขึ้นจากความสนุกของเราจริงๆ ต้องขอบคุณคุณแล้ว (คุณลักษณะ อัมพูช) ที่พยายามยึดยึดใจเคชั่นข้างร้านเหล่านั้นให้เรา เราไม่ได้มีความรู้เรื่องการบริการร้านอาหารเลย ผมก็ปฏิเสธอยู่เรื่อยๆ จนกระทั่งแกบอกว่า "ไม่ได้ เธอต้องเปิดนะ ฉันอยากได้ร้านกาแฟตรงนี้" ก็เปิดแบบจู่ๆ ปลาย ไม่รู้เรื่องเลย

ฟังดูเหมือนจับพลัดจับผลูมาสู่ธุรกิจนี้

เราชอบไปนั่งร้านกาแฟอย่างเดียว แต่เราไม่รู้หรือคิดว่าจะทำให้ร้านกาแฟประสบความสำเร็จก็ต้องทำอย่างไร ไม่มีความรู้เลย เปิดร้านตอนแรกนั้นก็แทบจะเรียกว่าคนลุกขึ้นยืนด่าที่โต๊ะ "ทำไมอาหารยังไม่มา" เพื่อนฉันกินกันหมดแล้ว เหลือฉันคนเดียวยังไม่ได้อาหาร" ตอนเปิดสาขาแรกที่ตี เอ็มโพเรียม ร้านแน่นมากครับ เพราะมีความแตกต่างที่ชัดเจน ทุกคนก็อยากมาลอง ผมปิดร้านเลยนะหนึ่งอาทิตย์เพื่อจัดระบบภายใน แล้วค่อยเปิดใหม่ ก็ค่อยๆ ลงตัวมาจากตรงนั้น



BHANU INKAWAT

ผู้อำนวยการฝ่ายสร้างสรรค์ และกรรมการกลุ่มบริษัท เกรฮาวด์ ประสบความสำเร็จจากงานในสายอาชีพโฆษณาตามความชอบส่วนตัว ก่อนจะหันมาจับธุรกิจด้านแฟชั่น ด้วยการรังสรรค์แบรนด์เกรฮาวด์ ซึ่งต่อยอดกลายเป็นคาเฟ่ที่ครองใจนักกินมากกว่า 20 ปี



20 ปีที่แล้ว ผู้บริโภคไทยไปเดินห้างสรรพสินค้า มักมีเป้าหมายคือ การช้อปปิ้ง ขณะที่ร้านอาหารในห้างสรรพสินค้า มักเป็นร้านสำหรับน้องๆ การเกิดขึ้นของ เกรฮาร์ด คาเฟ่ ทำให้การกินข้าวนอกบ้านของคนไทยกลายเป็นเรื่องเข้าถึงง่ายขึ้น

สมัยก่อนจะเป็นร้านที่เข้าไปกินจริง ยังไม่เป็นร้านที่แสงเอาต์ได้ ปัจจุบันคนมานั่งทำงานในร้านเรายังมีเลยครับ กลายเป็นที่ประชุม นัดเจอกัน ฉะนั้นร้านอาหารสมัยนี้ไม่ใช่แค่ร้านอาหาร คือสมัยก่อนร้านเขาเปิดกัน 11 โมง ปิดตอนบ่าย 2 แล้วเปิดอีกที่ 4 โมงเย็นถึง 4 ทุ่ม แต่สมัยนี้เขาเปิดกันทั้งวัน เราเป็นร้านแรกๆ ที่เปิดแบบ All Day

ร้านอาหารใหม่เกิดขึ้นตลอดเวลา คุณมองธุรกิจร้านอาหารทุกวันนี้อย่างไร

เริ่มแตก Segmentation ออกไปเยอะมาก เมื่อก่อนถ้าสังเกตดี ๆ จะเห็นว่าร้านหนึ่งขายทุกอย่าง แต่วันนี้ไม่ได้แล้ว เด็กรุ่นใหม่ไม่ชอบ ชอบกินอาหารเฉพาะ วันนี้นักกินปิ้งย่าง พงุ่นกินชิวชิวอย่างเดียว และต้องไปหาร้านที่พิเศษเฉพาะด้าน Segmentation เริ่มแตกออกไป อย่างเกรฮาร์ดก็ยกย่องว่าเป็นร้านที่มีอาหารหลากหลายให้ลูกค้าได้เลือกกิน เราเป็นร้านอาหารรุ่นเก่าก็ได้ แต่การที่เราพยายามรักษาภาพตัวเองให้ทันสมัย ทำให้เราดู 'Young' ตลอดเวลา ทำให้เด็กรุ่นใหม่รู้สึกที่เราไม่ใช่ร้านอาหารโบราณจนเกินไป เด็กวัย 16-17 ปี อาจจะมีมองว่าร้านนี้เป็นร้านที่จะมากับพ่อแม่ก็ได้ แต่เด็กที่โตขึ้นมาอีกหน่อยประมาณ 20 ต้นๆ ผนวกกลุ่มนี้ก็เริ่มมองงานที่จะใช้เป็นที่ Third Place ของเขา คือมีบ้านที่ทำงาน และมีอีกที่หนึ่งทีไปแล้วเขารู้สึกคุ้นเคยสบายๆ คนกลุ่มอายุ 20 กว่าปี จะรู้สึกว่าการฮาร์ดเป็นทีแบบนั้น คือรู้ว่าจะได้ทำอะไร คาดหมายอะไรได้

ในเชิงการตลาด 20 ปีที่แล้ว กับทุกวันนี้ต่างกันอย่างไร เมื่อโลกเปลี่ยนเป็นยุคดิจิทัล

นอกเหนือจากการใช้สื่อใหม่และเทคโนโลยีใหม่ๆ ต่างๆ นานาที่ต้องเปลี่ยนแปลง คอนเซ็ปต์ของการสื่อสารเปลี่ยนแปลงหมดเลยครับ จากเมื่อก่อนเป็นการพูดจากเราออกไป เดียวนี้ไม่ได้ ไม่มีใครฟัง ต้องผ่านบุคคลที่ 3 บุคคลที่กลุ่มเป้าหมายเชื่อและเห็นดีด้วย การโฆษณาแบบที่เห็นกันกลายเป็นเรื่องเอาต์ไปแล้วสำหรับคนรุ่นใหม่ ทุกคนต้องการมีส่วนในการออกความเห็น นี่คือเหตุผลที่คนรีวิว

อาหารกันเต็มไปหมด เพราะฉะนั้นจะมาเขียนอะไรหลอกๆ ไม่ได้แล้ว คนรุ่นใหม่ไม่ยอมรับ คอนเซ็ปต์ของการสื่อสารเปลี่ยนไปมาก การตลาดวันนี้ถ้าจะถามแค่ว่าใครคือลูกค้าเรา แต่ก็ไม่พอ ลูกค้าแบ่งเป็นใครบ้าง แต่ละกลุ่มมีความต้องการอะไร มาด้วยเหตุผลอะไร

นักท่องเที่ยวเป็นอีกกลุ่มหนึ่งที่สำคัญ พวกนี้มาเพราะอะไร ต้องทำอะไรเราถึงจะอยู่ในใจเขา แล้วเลือกเราเวลาเขามาเมืองไทยต้องผ่านอะไรละผ่านรีวิว แล้วไม่มีรีวิวของเมืองไทย ต้องเป็นสิ่งที่คนของเขาเองเขียน ทำอย่างไรถึงจะเข้าถึงคนเหล่านี้

20 ปีที่แล้ว ไทยมีนักท่องเที่ยว 6-7 ล้านคน ทุกวันนี้เรามีนักท่องเที่ยวปีละ 30 กว่าล้านคน การท่องเที่ยวผลักดันให้ เกรฮาร์ด คาเฟ่ เติบโตขึ้นอย่างไร โดยเฉพาะกรุงเทพฯ ซึ่งเป็นเมืองท่องเที่ยว Top 3 ของโลกมาตลอด 5 ปี

โอ้โฮ มากมายครับ ส่วนหนึ่งเพราะว่าเราอยู่ตามศูนย์การค้าหลักของกรุงเทพฯ อยู่แล้ว กรุงเทพฯ เป็นเมืองที่นักท่องเที่ยวสนุกกับการช้อปปิ้ง การมาใช้ชิวชิว เพราะฉะนั้นเมื่อเขามาใช้ชิวชิวในศูนย์การค้าผ่านร้านอาหารก็จะนั่งพักกัน โอเค เขาคงไม่มากินเกรฮาร์ดทุกมื้อ แต่เกรฮาร์ดเป็นส่วนหนึ่งของความสนุกในการมาเที่ยวเมืองไทย เพราะเราเป็นแบรนด์สไตล์คาเฟ่ที่เขารู้สึกว่าอย่างน้อยต้องมาสักมื้อมือหนึ่งเพื่อมาเสพรสนิยมของคนกรุงเทพฯ เป็นเหตุผลหนึ่งที่ทำให้เขาต้องแวะมา

พอเขาเข้ามากินเยอะๆ เริ่มมีการติดต่ออยากให้เราไปต่างประเทศเยอะขึ้นเรื่อยๆ ตรงนี้ก็ถือเป็นส่วนหนึ่งที่ทำให้เราเปิดประตูสู่ต่างประเทศ เริ่มเป็นแบรนด์ในภูมิภาค แล้วก็ทำให้เราหันมาพยายามสื่อสารอาหารของเราให้กับนักท่องเที่ยวด้วย ฉะนั้นอาหารไทยก็กลายเป็นสิ่งที่เราไม่ลืม ในขณะที่เด็กรุ่นใหม่พยายามคิดอาหารฝรั่งกัน เพิ่งจะมาสักปีกว่าๆ เองที่อาหารไทยเริ่มเป็นเทรนด์อย่างจริงจัง ฉะนั้นเราก็ยังเป็นอีกที่หนึ่งที่นักท่องเที่ยวจะนึกถึง คนไทยคิดถึงเกรฮาร์ดด้วยสเปกเตตตี นักท่องเที่ยวคิดถึงเกรฮาร์ดเพราะเป็นอาหารไทย ซึ่งเป็น 2 มุมที่ไม่เหมือนกันเลย

การเปิดคาเฟ่ในเมืองไทยอาจจะเป็นเรื่องบังเอิญ แต่การขยายสาขาไปในเอเชียมีการวางแผนที่จริงจังกว่านั้นอย่างไร

จริงๆ เลือกว่ามันไปก่อนหน้านั้นแล้ว เราก็รู้สึก

เลือกว่ามันไปไม่ได้ อาหารก็ต้องไปได้ แล้วยังมีคนมาจับให้ไปเยอะด้วย แต่อาหารนี่เปิดด้วยมากกว่าเสื้อผ้าเยอะนะ จำเป็นที่จะต้องมีพาร์ทเนอร์ที่เราไว้ใจว่าจะช่วยบริหารจัดการให้เราได้กว่าจะเปิดร้านแรกได้ก็ 10 กว่าปีนะครับ กว่าเราจะพาร์ทเนอร์ที่เรารู้สึกยินดีที่จะร่วมงานด้วย เพราะฉะนั้นจึงเป็นอะไรที่ยากกว่าเยอะ แต่พอเปิดแล้วประสบความสำเร็จคราวนี้เลยยิ่งต่อยอดไปเรื่อยๆ หลายคนที่เจอผมวันนี้กลับกลายเป็นว่าเขาอาจไม่เคยกินเกรฮาร์ดที่กรุงเทพฯ เขาไปกินที่ฮ่องกงแล้วติดใจก็มี

อาหารที่เสิร์ฟในสาขาต่างประเทศเป็นแบบเดียวกับที่หากินได้ในกรุงเทพฯ ไหม

จริงๆ เราใช้อาหารแบบเดียวกันทุกอย่าง เพียงแต่เราต้องรู้ว่าตัวเองว่าเวลาเราไปต่างประเทศเราจะไม่ใช่คนเดิม 100% เพราะที่กรุงเทพฯ เราเป็น Trendy Fashion Cafe เราอยากเสิร์ฟอะไรก็ตามที่นำพาพื้นที่แต่เวลาเราไปอยู่ที่ไหน พอเขารู้ว่ามาจากเมืองไทย สิ่งแรกที่เขาถามคือ "So you're a Thai restaurant?" ตรงนี้มันจำกัดตัวตนหรือมาบีบกรอบตัวตนของเรามากขึ้น ทำให้เราต้องกลับมาถามตัวเองว่า ถ้าเราต้องเป็นร้านอาหารไทยจริงๆ จะเป็นร้านแบบไหนที่แตกต่างจากร้านอาหารไทยทั่วไปในฮ่องกงหรือเมืองจีน

นั่นทำให้เราต้องกลับมาทำการบ้านเยอะมาก เมื่อ 5-6 ปีที่แล้ว เราเปิดร้านที่ฮ่องกงเป็นครั้งแรกก็ได้คำตอบ ตอนนั้นสตรีทฟู้ดยังไม่เป็นที่นิยมเพิ่งมาบูม 3-4 ปีหลังนี้เอง เมื่อ 6-7 ปีที่แล้ว ยังไม่มีใครพูดถึง แต่เราพูดว่าเราคือ Thai Street Food Cafe เนื่องจากเกรฮาร์ดเป็นคอนเซ็ปต์ง่าย ๆ อยู่แล้ว เราจึงนำความง่ายจากสตรีทฟู้ดของอาหารไทยที่นักท่องเที่ยวชอบมาใส่ห่างๆ ใส่ร้าน ใส่จานชามสวยงาม แล้วนำเสนอกับผู้บริโภค ทำให้เขาอมจ่ายจาก 50 บาท เป็น 200 บาท เพราะเราเป็นสตรีทฟู้ดที่มีสไตล์นั่นเอง

นอกจากเมืองไทยจะเป็นที่นิยมมากขึ้นแล้ว อาหารไทยเมนูหลักมักติดอันดับในการสำรวจความคิดเห็นของคนทั่วโลกเสมอ ร้านอาหารน่าจะได้ผลดีจากเรื่องนี้ไม่น้อย

ผมว่าเมื่อถึงจุดอิ่มตัวของ Globalization ความห่อหุ้มทั้งหลายแหล่ คนก็หันมาสู่สิ่งที่มันเป็นพื้นเพหรือเรียบง่าย เหมือนกระแสฮิตตยสาร Kinfolk ในรอบไม่กี่ปีที่ผ่านมา หันไปหารากเหง้าของเราเองมากขึ้น

“ตอนทำร้านคาเฟ่ครั้งแรก เราไม่ได้ตั้งใจว่าจะให้เป็นร้านอาหารจริงจังแบบนี้ แค่อยากจะทำทำให้คนมาพักผ่อน เมื่อช้อปปิ้งแล้วก็ได้พักผ่อน กินกาแฟ กินขนม กินสแน็กง่ายๆ แต่ทำไปทำมา กลายเป็นว่าในช่วงนั้นยังไม่ค่อยมีร้านอาหารสไตล์ใหม่ เราก็เลยถือว่าเป็นร้านใหม่ในการบุกเบิกความเป็นแฟชั่นคาเฟ่ขึ้นมา มันก็เลยสนุก”

“แต่ เกรฮาร์ด คาเฟ่ ก็ยังมีความเฉพาะตัวอยู่อย่างหนึ่ง อย่างที่พูดว่าเราเป็นแพชั่นคาเฟ่ ฉะนั้นไม่ใช่ร้านอาหารที่ใครๆ เดินเข้ามาแล้วก็นั่งกินได้ทั่วไป จะมีสไตล์บางอย่างที่ทำให้บางคนรู้สึกว่่าที่นี่ไม่ใช่ที่ของเขา”

ไปสู่ความเป็นชีวิตที่ต้องค้นหา นั่นคือเหตุผลที่เกิดกระแสความเคลื่อนไหวใหม่ขึ้นมา ไม่ใช่เฉพาะเรื่องอาหารอย่างเดียว

คนเริ่มรู้สึกว่า ดีใจจังที่รู้ว่าเชียงใหม่สนับสนุนให้เด็กใส่ชุดหม้อฮ่อมไปโรงเรียนวันศุกร์ หรือเราเริ่มไปท่องเที่ยวเมืองรองที่ไม่ใช่ลอนดอนหรือนิวยอร์กไปหลวงพระบาง บาหลี เมืองที่มีวัฒนธรรมหรือมีการค้นพบใหม่ ทำให้คนไทยหันมากินอาหารไทยมากขึ้น กินอาหารไทยแบบต้นตำรับมากขึ้น เริ่มหันมาอยากกินฝีมือบ้านๆ มีสูตรเคล็ดลับอะไร เราเริ่มรู้สึกว่าร้านอาหารไทยที่มีสไตล์เริ่มมีความพิถีพิถัน เพราะมันสำคัญ เป็น Total Experience อีกนั่นแหละ บรรยากาศเคย เพลงเคย วิธีจัดร้าน มีความเป็นไทยที่มีรสนิยมมากขึ้น คนก็เริ่มให้ความสนใจตรงนี้นี่คือที่มาของทำไมอาหารไทยในเมืองไทยถึงเริ่มฮิตกันมากขึ้นเรื่อยๆ

ในแง่ผู้บริโภค เป็นเรื่องน่าตื่นเต้นใจไหมที่เราเป็นตัวเลือกมากขึ้น

แน่นอนครับ ทำให้อุตสาหกรรมร้านอาหารตื่นตัวขึ้น ความแปลกใหม่ที่ให้การบริโภคอาหารมีมากขึ้น ด้วยโอกาสที่มากขึ้น การพาแขกไปร้านอาหารเราก็มีตัวเลือกที่ไม่ใช่ร้านเดิมที่นำเบืออีกต่อไป เราเริ่มมองหาอะไรใหม่ๆ ที่จะพาแขกไปกินได้ แล้วไม่ใช่เกิดในเมืองไทยอย่างเดียว เมืองนอกก็กำลังเกิดขึ้นอาหารไทยไม่ใช่แค่แกงเขียวหวานอีกต่อไป มีร้านที่โตงโตม่งมาก ที่อังกฤษขายอาหารอีสานอย่างเดียว ผมเชื่อว่าอีกไม่นานจะต้องมีร้านอาหารได้เกิดขึ้นแน่นอน ตอนนี้งานสังคีตอาหารอีสานกันมาก ฝรั่งเศสเป็นพ่อครัวและเจ้าของร้าน มาฝึกทำอาหารที่อีสานไปเปิดร้านขายไถ่ย่าง ส้มตำ โดยคนในร้านเป็นฝรั่งเศสกันหมดกระทั่งพนักงานเสิร์ฟ

ถ้ามองในแง่การลงทุน ความนิยมที่เพิ่มขึ้นของอาหารไทยทำให้ตอนนี้เหมาะกับการไปเปิดร้านอาหารไทยในต่างประเทศหรือไม่

มีส่วนครับ เพราะตอนนี้อาหารไทยกำลังเป็นที่นิยมมากในอังกฤษ อาหารอันดับหนึ่งที่ไม่ใช่อาหารฝรั่งหรือ Western Food อย่างอินเดีย ที่รองลงมาคืออาหารไทยแล้ว จีนหรือญี่ปุ่นก็ยังไม่ใช่ แล้วผมเพิ่งกลับมาจากฮ่องกง ร้านอาหารไทยเปิดใหม่กันเต็มไปหมด เป็นร้านเก๋ๆ ด้วย ไม่ใช่ร้านคาเฟ่ๆ ทั่วไปตามโชว์นาทาว์น แต่ขึ้นห้างและคนจีนเป็นเจ้าของเพราะเขาเห็นโอกาส เห็นว่ากำลังเป็นที่นิยม

ถ้าไม่เรากลือเลือกลอนดอนเป็นที่แรกในการไปปักธงที่ยุโรป

คือตอนนี้เราเปิดในเอเชียพอสมควรแล้ว ก็รู้สึกว่าการจะโตในยุโรป ทางมัดแมนซึ่งเป็นผู้ถือหุ้นใหญ่ของเกรฮาร์ดมองว่า เกรฮาร์ดมีศักยภาพที่จะเติบโตไปเป็น Global Brand ได้ ไม่ใช่แค่ขยายไปเรื่อยๆ เขาก็ทำกลยุทธ์ขึ้นมาเลยว่า เราจะรอให้มันค่อยๆ โตเองไม่ได้ เราต้องไปแบบเดินหน้ารุกตลาดไปเลย ถึงเวลาไปปักหลักที่ยุโรปได้แล้ว ที่นี้ที่ยุโรป ในบางประเทศอย่างฝรั่งเศสนี่ ยากมากในการที่เราจะไปเปิดตัวเริ่มต้นที่นั่น แล้วภาษา การจ้างคน การพูดจา กับคน การสื่อสารอะไรเยอะแยะไปหมด อังกฤษอย่างน้อยเอาอยู่ที่สุด

แต่นอกจากนั้น อังกฤษเป็นผู้นำเทรนด์ของโลก ถ้าเราพิสูจน์ตัวเองว่าเราเปิดตัวที่ลอนดอนสำเร็จ มันทำให้เห็นเลยว่าที่ไหนก็จะไปได้ เพราะฉะนั้นเราถือว่าเราไปทำที่ลอนดอนให้เป็นโชว์เคสก่อน คล้ายกับที่เราทำที่กรุงเทพฯ ครับ เราถือว่าลอนดอนเป็นกรุงเทพฯ ของเรา ถ้าทำให้ประสบความสำเร็จด้วยเบอร์ลินหรือสแกนดิเนเวียอาจจะสนใจก็ได้ คนแถบนั้นชอบเมืองไทยมาก แล้วคุ้นเคยกับความ เป็นไทยมาก

ทีมงานได้เรียนรู้อะไรจากประสบการณ์ในการสร้างแบรนด์ตลอด 20 ปีที่ผ่านมา ที่จะสามารถนำมาใช้กับการบุกยุโรปในครั้งนี้

ด้วยความที่ชื่อแบรนด์เราติดตลาดไปแล้ว เราไปลอนดอนครั้งนี้ด้วยความมั่นใจ ไปด้วยความระวัง เพราะลอนดอนเป็นเมืองเก่าแก่ เป็นผู้นำเทรนด์โลก ถ้าหากทำตัวเป็นบ้านนอกเข้ากรุง ผลคือเสร็จแน่ เพราะคนอังกฤษเป็นคน Sophisticated ล้ำอีกมาก ทันสมัย และเร็วต่อเทรนด์ ฉะนั้นเราจะไปหลอกเขาไม่ได้ ทุกอย่างที่จะทำเราต้องคิดหมดเลย มีคนบอกผมว่า “ไม่ต้องคิด ทำไปเลย” ผมบอกไม่มีทางคือหนึ่ง อย่างที่พูด อยู่ที่กรุงเทพฯ สบายๆ เรารู้จักกรุงเทพฯ ไตมาในเมืองนี้ แฟนคลับเราเยอะแยะ แต่เราไปอยู่ที่ไหนเราเท่ากับศูนย์

ยากกว่าการขยายตัวไปในภูมิภาคอย่างไร

ในฮ่องกงเราไม่ได้เป็นศูนย์นะครับ เราไปแบบมีที่ไปที่ไป นักท่องเที่ยวมาเมืองไทย มาเที่ยว ซื้อเสื้อผ้า มากินข้าวร้านเราเยอะ การ์ดเมมเบอร์ของเราเป็นชาวฮ่องกง ชาวสิงคโปร์ และชาวเกาหลีเยอะมาก แต่ที่ไต้หวันต่างแดนจริงๆ เราเหมือนบ้านนอกเข้ากรุง

เพราะไม่รู้เรื่องอะไรเลย เราต้องเริ่มทำความเข้าใจ

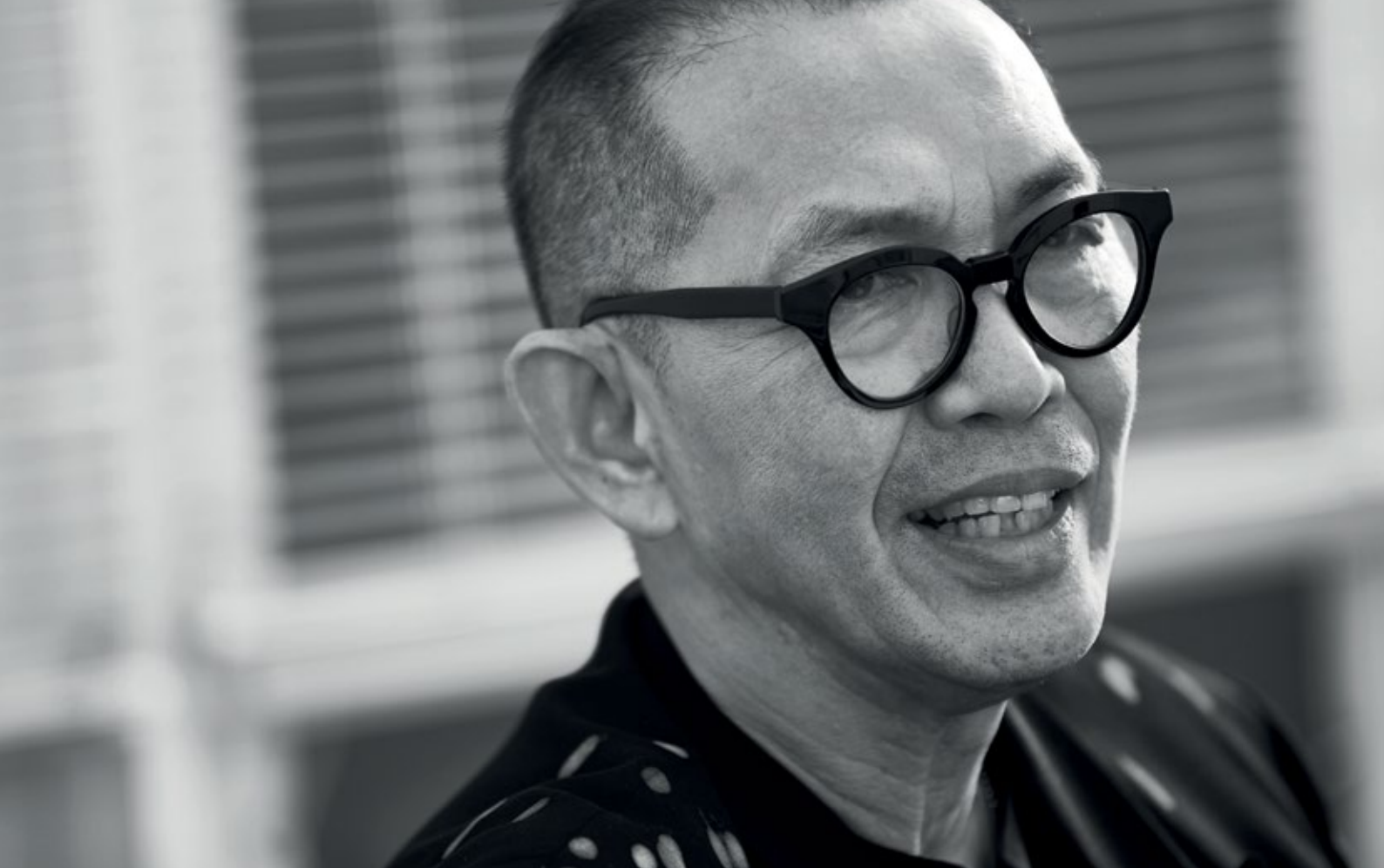
ผมไปอังกฤษ เรียนจบที่อังกฤษ ผมเที่ยวอังกฤษบ่อยมาก แต่ผมไม่เคยกินอาหารไทยที่นั่น ไม่เคยคิดว่าต้องกิน เราไปที่นั่น ก็ไปเที่ยว กินนั่นนี่ ที่มันทันสมัย แต่ครั้งหลังๆ นี้ ผมกินแต่อาหารไทย ออกไปรู้จักว่าตลาดมันเป็นอย่างไร ถึงได้รู้ว่าเป็นอาหารยอดนิยมอันดับที่ 2 หรือได้ว่ามีร้านอาหารอีสานโดยฝรั่งเปิดให้บริการ มีร้านขายอาหารเหนือและพม่า ทำอาหารอยู่ในหม้อดิน ไม่เคยคิดว่าฝรั่งจะเข้าใจ แต่กลับกลายเป็นอาหารแปลกใหม่ที่ใครๆ ก็สนใจ อย่างที่เคยพูดว่า Kinfolk, Slow Life หรือ Back to Basics กำลังเป็นที่นิยมไปทั่วโลก ทำให้คนสนใจอยากได้อะไรแปลกใหม่หาที่เมืองเขาไม่ได้ วัฒนธรรมหรือไลฟ์สไตล์พวกนี้จึงเป็นที่สนใจมากๆ ในหมู่นักล่อนคอนยูนิตี้

ตรงนี้ทำให้เราต้องหันกลับมาถามตัวเองว่า เกรฮาร์ดจะไปในรูปแบบไหน เพราะเกรฮาร์ดก็ไม่ใช่อาหารไทยแท้ หรือไทยแบบท้องถิ่นจริงๆ เราเป็นไทยโมเดิร์น ทำอย่างไรที่เกรฮาร์ดจะไปแล้วเขาไม่สับสน เพราะสำหรับผมคำว่า Twist ที่ใช้อยู่ประจำกับคำว่า Fake มันใกล้กันมาก เส้นแบ่งมันบางมาก ถ้าหากคุณไปไม่ตี เขาจะบอกคุณทันทีเลยว่า นี่คือ Fake Thai Food

อาหารหรือการสร้างการรับรู้เป็นเจกียากที่สุด

ทุกอย่างครับ ผมเปลี่ยนจากคอนเซ็ปต์แฟชั่นปกติ ให้กลายเป็น Modern Bangkok Cafe คำนี้นี่ไม่ว่ายังไม่ค่อยใช้กัน จะใช้คำว่า Street Food เราถือว่าเราเป็นอย่งนั้นจริงๆ เป็นคนแพชั่นของกรุงเทพฯ หยิบจับอะไรเป็นแพชั่น เรากำลังจะหยิบความเป็นกรุงเทพฯ สมัยใหม่ให้คนลอนดอนได้รู้จัก ดังนั้นตั้งแต่นั้นไปจนถึงการตกแต่งก็จะมีความเป็นไทยมากกว่าที่กรุงเทพฯ แต่ก็ได้เป็นไทยแบบมีตัวแกะสลักเป็นหุ่นไห้แบบนั้น จะมีความเป็นอาร์ทมากขึ้น ยูนิฟอร์มเปลี่ยนไป เป็นแพชั่นมากขึ้น ไม้และร่วมสมัยมากขึ้น จานชามและวิธีการนำเสนอเหมือนกัน อย่งที่บอกว่า ถ้าเราเดินสะโหลสะเหลเข้าไปโดนตีหัวแน่

เราหันกลับมาดูเมนูใหม่ แล้วเราก็มานั่งนิยามตัวเอง ถ้าเราจะไปแบบ Modern Bangkok Cafe เขาจะมองอาหารเราอย่างไรบ้าง มีอาหารอยู่ 2 อย่างที่เราจะหยิบไปให้เขา หนึ่งคือ Thai Food With A Modern Twist เช่น เอาส้มตำมาเติมเครื่องปรุงฝรั่งหรือเอาแกงเลียงใส่ผักฝรั่งเข้ามา กับ Western



“เกรฮาวด์ แปลว่า Basic With A Twist อันนี้เป็นดีเอ็นเอของเกรฮาวด์เลย เราไม่ได้ทำแพชชั่น พลิ๊กกิกก็มาก เรากำแพชชั่นเรียบง่ายแต่มีลูกเล่น มีไอเดียด้านความคิดสร้างสรรค์ซ่อนอยู่ พอมาทำอาหารก็เหมือนกันครับ เรากำอาหารง่ายๆ แต่มีลูกเล่นที่ทำให้ดูพิเศษ”

Food With A Thai Twist เหมือนเครื่องหมายการค้าของเกรฮาวด์ที่กรุงเทพฯ อยู่แล้ว เช่น เอสปาเกตตี ผัดผัสดชะชะช่า ผัดซี๊เม่า อย่างที่เราทำอยู่ที่กรุงเทพฯ อันนี้รับรองว่าไม่มีร้านอาหารไทยในลอนดอนทำอยู่เลย เราเป็นร้านแรกที่จะเอาสปาเกตตีผัดซี๊เม่าไปเสิร์ฟคนลอนดอน

พอเป็น 2 ก้อนความคิดแบบนี้คือ Thai Food With A Modern Twist กับ Western Food With A Thai Twist เราก็เริ่มหาสัดส่วนที่ลงตัว ในที่สุดก็คิดว่าอาหารไทยก็ยังต้องนำหน้า แล้วอาหารตะวันตกใส่ลูกเล่นแบบไทยก็จะเหมือนส่วนที่เราจะทดลองดูก่อนว่ามันจะให้ผลลัพธ์ดีแค่ไหน

คาดหวังต่อสาขาแรกของ Modern Bangkok Cafe ในยุโรปที่ลอนดอนอย่างไร

เป้าหมายคือต้องสำเร็จ 100% จะไปถึงหรือเปล่านั้นก็อีกเรื่อง แต่เรามีความหวังแน่นอน เพราะร้านไทยที่ประสบความสำเร็จ โดยเฉพาะที่ผสมยกตัวอย่างก็ต้องจอกันเป็นอาทิตย์ เราก็หวังว่าเราจะได้รับความนิยมเหมือนกัน

มีอีกเรื่องหนึ่งที่ผมทำทนายชาวลอนดอนคือเรื่องเมนู ปกติเมนูของคนลอนดอนห้ามมีรูปเด็ดขาดร้านไหนเมนูมีรูปนี่เขยชะมัดเลย ก็จะกลายเป็นร้านอาหารจีนในไชน่าทาวน์ไปทันที คนลอนดอนชอบอ่านแล้วจินตนาการเอาเอง ยิ่งอาหารต่างชาติเก๋ๆ อาหารตะวันตกกลาง อาหารเมดิเตอร์เรเนียนเมนูจะมีแค่ตัวอักษรเขียนอธิบายเท่านั้น แต่ผมมีความคิดอยู่อย่างหนึ่ง เพราะเมนูของเราที่กรุงเทพฯ ถือว่าสวยมาก เราแตกต่าง ฉะนั้นเราขอเสี่ยงโดยให้คนอังกฤษบางคน ดูเขารู้สึกว่าไม่เคยมีอย่างนี้มาก่อน แล้วถ้าเราเป็นร้านแรกที่ทำแบบนี้ก็อาจเวิร์กก็ได้ คงไม่ดูเป็นร้านจีน เพราะในแง่โปรดักชันเราทุ่มทุนเต็มที่ เราให้ความสำคัญกับความเป็นศิลปะ ภาพ และสไตล์ทุกอย่างใหม่หมด ก็เลยเป็นอะไรก็อย่างที่ผมสนุกกับการเฝ้าดูอยู่ว่าจะเวิร์กใหม่นี้แหละครับ

ในเมืองไทยเราเป็นแบรนด์ดัง แต่ก็ลอนดอนเราจะเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายอย่างไร

ผมยอมรับว่า เราพึ่งผู้รู้ที่เป็นคนพื้นที่เยอะมาก เพราะถึงอย่างไรเราก็ยังเป็นคนนอกที่เข้าไปอยู่ดี

เราไม่รู้จริงๆ ที่นั่นดีหรืออก แม้กระทั่งโลเคชัน สิ่งแรกที่ผมรู้ตั้งแต่ตอนแรกที่ไปเดินด้อมๆ มองๆ หาโลเคชันคือมีคนพูดว่า “ห้ามอยู่ริมถนนใหญ่เด็ดขาดเลยนะ” ถ้าอยู่ถนนใหญ่คุณเซย์ทันที คุณจะเป็ร้านอาหารแบบแมสทันที เพราะฉะนั้นถ้าคุณต้องการรูปแบบของร้านเก๋จริงๆ คุณต้องไปอยู่ถนนด้านหลัง ต้องไปอยู่ในซอย เดียวเขาจะมาหาคุณเอง แล้วทำให้เป็นร้านเล็กๆ ก็พอ เดียวคิวจะมา เมื่อไรมีคิวนั้นแสดงว่าคุณประสบความสำเร็จแล้ว

เหล่านี้เป็นเรื่องที่เราไม่รู้เลย ถ้าเราดูๆ เข้าไปเราก็คงจบเลย มาคิดดูกรุงเทพฯ ก็เป็นอย่างนั้นนะใช่ไหมครับ ร้านอาหารสมัยนี้ถึงได้มาอยู่บนถนนสุขุมวิทซอยนั้นแยกไหนนั่น คนที่มากลุ่มแรกก็คือนักเสาะหา พวกฟู้ดดีทั้งหลายจะรู้สึกว่าเขาไม่ได้กินตามร้านแมสทั่วไปริมถนน เป็นเรื่องของความรู้สึกที่เราต้องเรียนรู้ เป็นส่วนหนึ่งของ Total Experience คือให้เป็นร้านอาร์ตๆ เท่ๆ เฉพาะกลุ่มมาก่อน ตอนต้นที่เราต้องการวางจุดยืนของเรา แล้วเดี๋ยวเราค่อยๆ ขยายออกไป ถ้าจะไปแนวนั้นเราจะพบกับคนที่นั่นอย่างไร นี่ก็มาเรื่องการสื่อสารแล้ว ซึ่งในเมืองไทยเรื่องนี้เราก็ดูที่เมื่อก่อนที่เมื่อก่อน Know-How เพียงเราจับโฆษณากันมาเยอะมาก แต่พอไปที่ลอนดอนเราต้องตั้งหลักกลับหลังเลย ถ้าหากไทยไปทางชาวลอนดอนก็ไปทางซ้าย ใครที่ชื่อโฆษณาลงเฟซบุ๊กหรือหากจะทำอะไรที่เกี่ยวกับคอมเมอร์เชียลแวนนี้คุณกลายเป็นร้านเซย์ทันที กลับกันเลยครับ

เพราะฉะนั้นคุณต้องให้คนพูดกันเอง ห้ามไปหลอกล่อเพื่อให้เขาเห็นหรือรู้จักร้านเรา นั่นผิดทันที! เอล่าละสิ คราวนี้เรื่องใหญ่ ทำอย่างไรจะให้คนใช้วิธีบอกกันปากต่อปาก แล้วต้องห้ามไปโมตก่อน นักข่าวจะรู้ ถ้าร้านนี้ถูกพูดถึงเยอะ นักข่าวจะไม่ไปแล้วเขาจะไม่เขียนถึงเลย สิ่งสำคัญที่สุด ของที่นั่นก็คือ ให้นักข่าวเก่งๆ นักข่าวที่มีชื่อเสียงเขียนถึงเราให้ได้ มันกลับตาลปัตรหมดเลยนะ จากที่กรุงเทพฯ แล้วเราดันมาเปิดช่วงเดือนธันวาคมซึ่งเป็นช่วงที่ทุกคนลาพักยาวกันแล้ว แต่ก็วิธีที่เราต้องเรียนรู้เจาะลึกขุดรายละเอียดกันเยอะมากกว่าจะเรียนรู้ว่าเราควรจะทำปัญหาที่กันอย่างไร ทุกอย่างคือใจหทัยที่ท้าทาย เป็นความรู้ใหม่ สิ่งแวดล้อมใหม่ และการตลาดใหม่ พวกนี้มันยากหมดเลยนะ แล้วมันใหม่ทุกอย่างเลยครับ

นอกจากที่คุณเล่าถึงเรื่องวัฒนธรรมการกินที่ลอนดอนแล้ว Dining Scene ที่ลอนดอนกับกรุงเทพฯ มีความแตกต่างกันอย่างไรบ้าง

วันนี้คนรุ่นใหม่กำลังลองของใหม่เยอะขึ้น เมื่อก่อนลอนดอนเป็นเมืองที่อาหารน่าเบื่อที่สุด ตั้งแต่สมัยที่ผมเรียนหนังสืออยู่ลอนดอนนะครับ ช่วงนั้นฝรั่งไม่กล้าลองอะไรเลย แต่วันนี้ไม่ใช่ ยุคนี้เส้นของวัฒนธรรมมันเปลี่ยน มันบางลงไปเยอะ ซ้ำมเส้นกินโน้นนี่ตลอดเวลา การเดินทางท่องเที่ยวก็ช่วยตอนนั้นคนใช้เงินเดินทางเยอะที่สุด ฉะนั้นการที่ได้แบกเป้มาที่นี้แล้วได้มาสัมผัสที่ต่างๆ มากขึ้นเป็นเรื่องดี ร้านที่ผมบอกว่าขายอาหารอีสานชื่อ ‘ส้มซ่า’ ผมก็ไปนั่งกิน มีแต่ฝรั่งที่นั่งนั่นเลย ผมอยากรู้ว่าฝรั่งกินปลาร้าได้อย่างไร เลยถามโต๊ะข้างๆ ได้ความว่าเคยหิวไปมาอีสานกันหมดแล้ว เคยได้สัมผัสอาหารอีสานอย่างจริงจังมาแล้ว ถึงได้กล้าพูดว่านี่แหละคือ Thai Authentic Food จริงๆ

เขาเริ่มจากการเป็นผู้นำทางความคิดที่ลอนดอนแล้วพวกนี้มักจะเป็นพวกฟู้ดดี ซ่างกิน มีแฟนคลับหรือสาวกกระกระจายออกไป ตรงนี้ถ้าเราทำให้พวกฟู้ดดีหรือแฟนคลับยอมรับเราก่อน มาทดลองแล้วยอมรับเราก่อนได้ ยอมรับว่าเราเป็นความจริง คำว่า ‘ตัวจริง’ เป็นสิ่งที่สำคัญมากสำหรับคนลอนดอนคุณจะเป็นเซฟอาหารที่ซันอะไรก็ได้ แต่คุณต้องเป็นตัวจริง ถ้าหากคุณพิสูจน์ให้เห็นได้ว่าคุณคือตัวจริง แสดงว่าคุณทำได้แล้ว ต้องทำให้เขาเห็นให้ได้ว่าเราไม่ได้มาเล่นๆ เราเป็นตัวจริง เอาจริงซีเรียสกับการมาที่นี้ เรามีของดีที่จะให้เขาจริงๆ

แต่ผมว่านี่ไม่ใช่แค่ลอนดอนอย่างเดียวแล้วที่เซียงไฮ้ ปักกิ่ง หรือฮ่องกง ก็เป็นอย่างนี้เหมือนกัน ฉะนั้นเราต้องทำให้พวกนี้รู้ว่า เราไม่ได้ทำตามใคร เรามีที่ไปที่ไปจริงๆ ☺





**BUILDING
GREYHOUND
CAFÉ
FROM A TOTAL BRAND
EXPERIENCE**



everything
is Nothing
O
with a Twist
∞

THE LEGACY OF GREYHOUND

หากย้อนกลับไปเมื่อปี 2523 เกรฮาวด์ภายใต้การ
กุมบังเหียนของ ภาณุ อิงคะวัต ได้เปิดตัวครั้งแรก
ในฐานะแบรนด์แฟชั่นสำหรับสุภาพบุรุษด้วยแนวคิด
Basic With A Twist เรียบแต่แฝงด้วยไอเดียสนุกๆ
เป็นสตรีทแฟชั่นที่จับต้องได้จริง นับเป็นปรากฏการณ์
ทางเลือกใหม่ของแฟชั่นที่เข้ามาเติมไลฟ์สไตล์ของ
คนรุ่นใหม่ให้สนุกสนานขึ้น ถัดมาอีก 10 ปี เสื้อผ้า
สำหรับสุภาพสตรี พร้อมด้วยเครื่องหนัง แอ็กเซซอรี
ต่างๆ ได้ถูกขยับเปิดตัวสู่โลกแฟชั่นเมืองไทย
และเช่นเคย ดีไซน์เอชของแบรนด์ที่ว่าด้วยความ
เรียบโก้แต่แฝงงานดีไซน์สนุกๆ ยังคงสะท้อนเต็มเปี่ยม
ในทุกองค์ประกอบ

จากความสำเร็จในวงการโฆษณาและข้ามสายมา
สู่การเป็นผู้ปลุกปั้นแบรนด์เสื้อผ้าสำเร็จรูปที่โดดเด่น
ในแวดวงแฟชั่นไทย ภาณุ ใช้ความชอบส่วนตัวในการ
เปิดตัว เกรฮาวด์ คาเฟ่ ที่ดิ เอ็มโพเรียม ในปี 2540
โดยไม่รู้ว่าจะบริหารอย่างไรจึงจะประสบความสำเร็จ
สิ่งหนึ่งที่ภาณุและทีมงานตระหนักดีคือ การสร้าง
ประสบการณ์แห่งแบรนด์ (Total Brand Experience)
เป็นสิ่งสำคัญยิ่งยวดยิ่งกว่าอาหารที่เสิร์ฟเสียอีก

ราวกับเวลาเพิ่งผ่านไปไม่นาน นับแต่ เกรฮาวด์ คาเฟ่
สาขาแรกเปิดประตูให้บริการ และสร้างปรากฏการณ์
ร้านอาหารรูปแบบใหม่ ที่มาพร้อมสไตล์ซึ่งไม่จำเพาะ
อยู่เพียงในจานอาหาร ตลอด 2 ทศวรรษ ที่เปิดให้
บริการ เกรฮาวด์ คาเฟ่ คงความทันสมัย เปี่ยมพลัง
ของคนรุ่นใหม่เสมอ เวลา 20 ปีที่เลยผ่าน เป็นเพียง
ตัวเลขที่เพิ่มขึ้น เพื่อตอกย้ำให้ดีเอ็นเอของแบรนด์
แข็งแกร่งมากขึ้นในทุกๆ วัน

จากยุคแฟชั่นคาเฟ่ยังเป็นของใหม่มาสู่ยุคดิจิทัล
ที่เจ้าของร้านอาหารรุกทางสู่ธุรกิจด้วยแนวคิด
สร้างสรรค์น่าตื่นตาตื่นใจ เกรฮาวด์ คาเฟ่ ได้ผ่าน
บททดสอบแห่งกาลเวลา และยืนหยัดในฐานะร้าน
อาหารในเครือเดียวกับแบรนด์แฟชั่นที่มีฐานแฟน
ทั้งในเมืองไทยและเอเชีย ซึ่งเกรฮาวด์ขยายตัวไปเมื่อ
6 ปีที่แล้ว

หากจะตั้งคำถามสำคัญว่า อะไรทำให้ผู้บริโภค
ยังคงเลือก เกรฮาวด์ คาเฟ่ เป็นจุดมุ่งหมายในการ
กินอาหารสักมื้อหนึ่ง ประสบการณ์ที่ผู้บริโภคได้จาก
การมาเยือนน่าจะเป็นคำตอบสั้นๆ แต่ได้ใจความ
จากปากของ ภาณุ อิงคะวัต ผู้อำนวยการฝ่าย
สร้างสรรค์ และกรรมการกลุ่มบริษัท เกรฮาวด์





เกอร์ฮาวด์ คาเฟ่ กำหนดตัวตนว่าเป็นพื้นที่คาเฟ่แห่งแรกของไทย สะท้อนจิตวิญญาณแห่งเมืองใหญ่อย่างกรุงเทพมหานคร ที่ศิลปวัฒนธรรมจากชาติต่างๆ หล่อเวียนแลกเปลี่ยนกันอย่างมีสีสัน และเมื่อผสมผสานด้วยแนวคิด Basic With A Twist ก็ทำให้เพียงไม่นาน เกร์ฮาวด์ คาเฟ่ ได้รับความนิยมอย่างรวดเร็ว

Total Dining Experience คือสิ่งที่ เกร์ฮาวด์ คาเฟ่ มอบให้ผู้มาเยือน โดยประสบการณ์กินอาหารที่แฝงรูปแบบการใช้ชีวิตที่น่าสนใจไม่ได้สะท้อนอยู่ในจานอาหารเท่านั้น หากแต่ถ่ายทอดผ่านทุกองค์ประกอบของร้าน การตกแต่ง บรรยากาศครั้น ดอกไม้ที่เลือกมาประดับ เครื่องแบบพนักงาน ตลอดจนคุณภาพของการบริการ

แน่นอนว่าเมื่อเป็นร้านอาหารองค์ประกอบหลักที่บอกตัวตนได้ดีที่สุดก็คงหนีไม่พ้นรายการอาหารที่น่าเสนอ เมนูของ เกร์ฮาวด์ คาเฟ่ มาพร้อมเรื่องราวที่ทำให้แต่ละจานน่าสนใจ คุณไม่สามารถเจอเมนูอาหารที่มีที่มาจากความหิวยามดึกจนต้องค้นตู้เย็นและนำสิ่งทีเจอมาปรุงอาหารแบบไม่มีสูตร หรือไม่อาจหาซื้อวัตถุดิบได้ง่ายๆ สูตรครอบครัวที่บ้าน รวมไปถึงเมนูที่พลิกแพลงจนอร่อยสุดๆ และอยากแบ่งปันให้คนอื่นได้กินบ้าง แต่เมนูแบบนี้คุณหาได้ที่ เกร์ฮาวด์ คาเฟ่ ความมีเอกลักษณ์ที่ชัดเจนนี้เองทำให้แบรนด์ เกร์ฮาวด์ เข้มแข็ง และนำไปสู่การขยายสาขาอย่างต่อเนื่อง

ไม่เพียงแต่การขยายสาขาภายใต้ชื่อ เกร์ฮาวด์ คาเฟ่ ตามย่านกลางเมือง เพื่อตอบสนองไลฟ์สไตล์คนเมืองเท่านั้น หากแต่ในปี 2548 ยังเปิดตัวแบรนด์น้องใหม่ในชื่อ 'Another Hound' ที่สยามพารากอน ตามมาด้วยสาขาที่ ดิ เอ็มโพเรียม และเซ็นทรัล เอ็มบาสซี ในเวลาต่อมา โดยนำเสนอกลิ่นอายเอเชียผสมเสน่ห์ความอร่อยแบบอิตาเลียนที่เครื่องเทศมีความจัดจ้านคล้ายคลึงกัน กลายเป็นเมนูพิเศษเสิร์ฟในบรรยากาศโก้หรู แต่ไม่ทิ้งอารมณ์เก๋ไก๋



Another Hound





*Life is a journey
full of gusts, glances, storms
and good tasting naps.*

ปี 2550 แบรินด์ที่สะท้อนถึงจิตวิญญาณของเมืองใหญ่เดินทางมาไกลถึงขอบปีที่ 10 ด้วย 7 สาขา ในกรุงเทพฯ และ เกาหลีใต้ คาเฟ่ หลงครบ 20 ปี ในปี 2561 ด้วยจำนวนร้านในเครือทั้งหมด 17 แห่ง คือ เกาหลีใต้ คาเฟ่ 14 สาขา และอนาเรอร์ ฮาวด์ อีก 3 สาขา ในจำนวนนี้เกาหลีใต้ คาเฟ่ 2 สาขา นอกกรุงเทพฯ คือ หัวหินและพัทยา ที่เหลือขยายปีกสู่ต่างประเทศ ซึ่งล้วนแต่เป็นมหานครใหญ่ที่เปี่ยมด้วยสีสันและความหลากหลายทางวัฒนธรรม

เกาหลีใต้ คาเฟ่ สาขาต่างประเทศเปิดตัวครั้งแรก ในปี 2554 ที่ไอเอฟซี มอลล์ ฮองกง และได้รับความนิยมอย่างรวดเร็ว ทำให้ต้องมีสาขาที่ 2 ณ ไทเป เซี่ยงไฮ้ และสาขาที่ 3 ณ เซี่ยงไฮ้ ฮ่องกง ตามมา นอกจากนี้ยังเปิดให้บริการที่เซี่ยงไฮ้, ปักกิ่ง, มาเลเซีย, สิงคโปร์ และอินโดนีเซีย อีกด้วย

เส้นทางการเติบโตของแบรนด์ร่วมสมัยเข้าใจโลกอย่างเกาหลีใต้ยังคงเดินทางต่อไป ปัจจุบันแบรนด์เกาหลีใต้อยู่ภายใต้การบริหารโดย Mudman Public Company Limited ผู้นำเข้าธุรกิจร้านอาหารและเครื่องดื่มระดับโลกหลายแบรนด์ อีกทั้งยังเข้าสู่ตลาดหุ้นอีกด้วย

ก้าวที่ยิ่งใหญ่ของเกาหลีใต้คาเฟ่เกิดขึ้นอีกครั้ง ในปี 2561 ด้วยการเปิดสาขาแรกที่ยุโรป ณ มหานครลอนดอน, Thai Food With Creative Twist เป็นความท้าทายที่เกาหลีใต้ตั้งใจนำเสนอเพื่อให้นักชิมลอนดอนได้สนุกกับการใช้ชีวิตมากยิ่งขึ้นด้วย Total Brand Experience ที่ครองใจคนไทยมาตลอด 20 ปี



Festival Walk





เกรฮาวด์บุคป์กรงในยุโรปที่ลอนดอนเป็นแห่งแรก

LONDON

การเกิดขึ้นของ เกรฮาวด์ คาเฟ่ สาขาแรกในกรุงเทพฯ เมื่อปี 2540 มีที่มาจากความชอบของเจ้าของและผู้ก่อตั้ง
ล้วนๆ แต่ก้าวสำคัญเพื่อฉลองวาระ 20 ปี เป็นความตั้งใจแน่วแน่ที่จะปักธงแบรนด์นี้ให้สำเร็จในยุโรป ด้วยการ
เปิดสาขาแรกในลอนดอน



CALLING

ในเมืองไทย เกรฮาวด์ คาเฟ่ ผ่านบททดสอบแห่งกาลเวลามาครบ 2 ทศวรรษ และกลายเป็นแบรนด์ที่มอบประสบการณ์ที่ลูกค้าชาวไทยและนักท่องเที่ยวชาวเอเชียคุ้นเคยกันดี แต่การไปเปิดตลาดใหม่ในยุโรปเป็นความท้าทายที่ บริษัท มัดแมน จำกัด (มหาชน) กล้าเติมฝันเพื่อมุ่งมั่นที่จะสร้าง เกรฮาวด์ คาเฟ่ ให้เป็นแบรนด์ระดับโลก





THE CONCEPT: MODERN BANGKOK CAFE

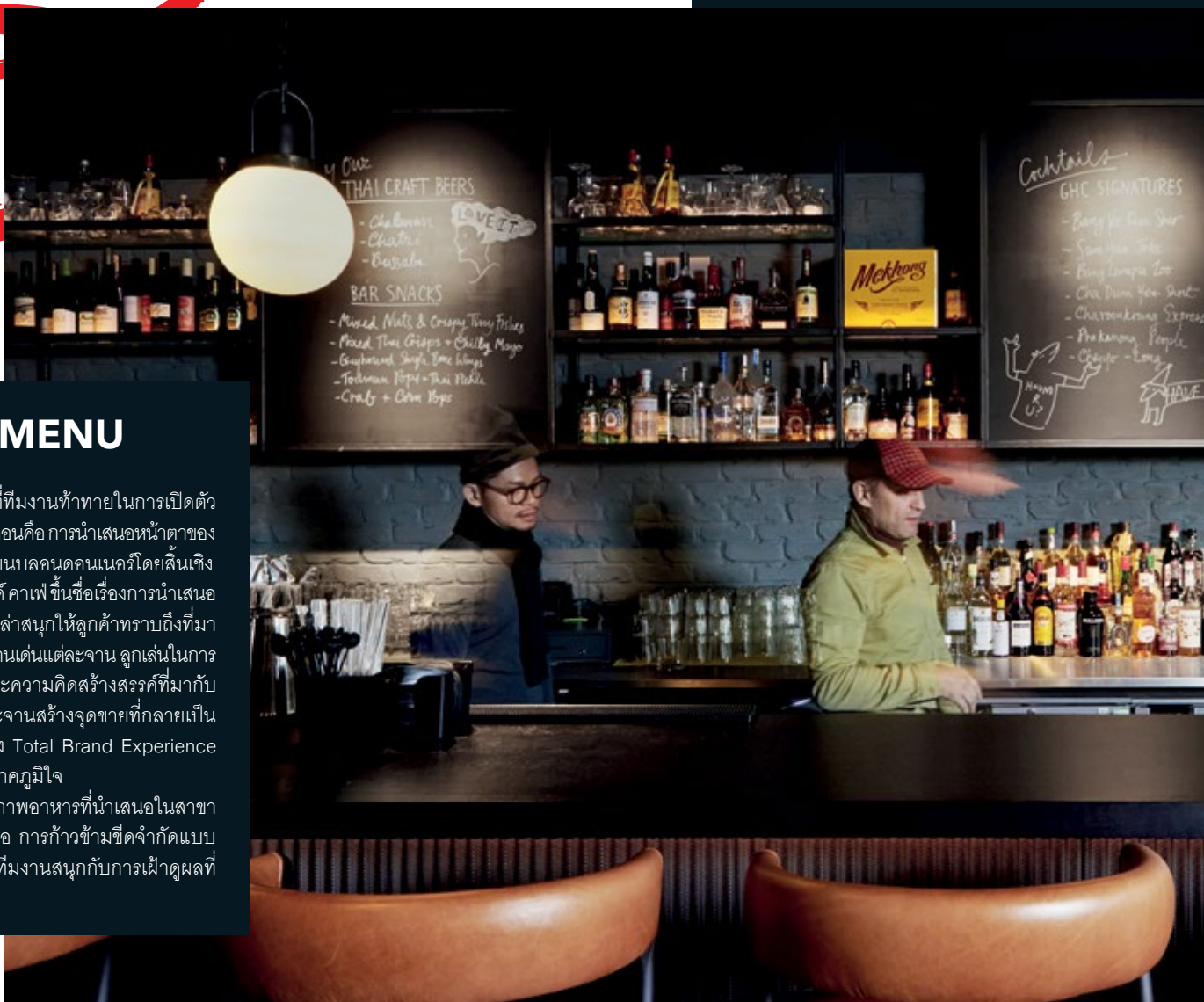
เกรสชาติในเมืองไทยเป็นแฟชั่นคาเฟ่ที่ไม่ได้เน้นแค่อาหารไทย แต่เน้นความเรียบง่ายและมีลูกเล่นแบบ Basic With A Twist ซึ่งสาขาแรกในยุโรปที่ลอนดอนทีมงานลงเอยกับแนวคิดในการเติมความเป็นไทยมากขึ้น โดยภาพรวมมีความเป็นร้านอาหารไทยเด่นชัดกว่าเดิม แต่เป็นไทยที่ทันสมัยแบบ Modern Bangkok Cafe ด้วยการยกความเป็นกรุงเทพฯ สมัยใหม่มาให้ชาวลอนดอนได้รู้จัก

THE FOOD: THAI WITH A MODERN TWIST & WESTERN WITH A THAI TWIST

โจทย์ที่ยากสำหรับเกรสชาติในการไปบุกอังกฤษคือ เรื่องอาหาร เนื่องจากที่กรุงเทพฯ เกรสชาติ คาเฟ่ ไม่ได้เป็นร้านอาหารไทยโดยเฉพาะ แต่การไปลอนดอนต้องการเอกลักษณ์ที่บ่งบอกความเป็นตัวตนจากเมืองไทยมากเป็นพิเศษ

ยุคที่ร้านอาหารไทยในอังกฤษผุดขึ้นเป็นดอกเห็ด และกลายเป็นอาหารที่ได้รับความนิยมเป็นอันดับ 2 ในจำนวนอาหารที่ไม่ใช่อาหารตะวันตก ทีมงานได้จุดยืนที่ลงตัวในการเสิร์ฟ Thai Food With A Modern Twist และ Western Food With A Thai Twist โดยอาหารไทยนำหน้า บ่งบอกสัญชาติที่มา ในขณะที่อาหารตะวันตกใส่ลูกเล่นแบบไทยเป็นส่วนเสริม ทั้งหมดจะได้รับการนำเสนอให้ออกมามากกลมกล่อมตามแบบฉบับของเกรสชาติ





THE MENU

เรื่องสำคัญที่ทีมงานทำหายในการเปิดตัวสาขาที่ลอนดอนคือการนำเสนอหน้าตาของเมนูที่แหวกชนบลอนดอนเนอร์โดยสิ้นเชิง เกรฮาร์ด คาเฟ่ ขึ้นชื่อเรื่องการนำเสนอเมนูที่มีเรื่องเล่าสนุกให้ลูกค้าทราบถึงที่มาของอาหารจานเด่นแต่ละจาน ลูกเล่นในการนำเสนอ และความคิดสร้างสรรค์ที่มากับอาหารแต่ละจานสร้างจุดขายที่กลายเป็นส่วนหนึ่งของ Total Brand Experience ที่เกรฮาร์ดภาคภูมิใจ

เมนูที่มีภาพอาหารที่นำเสนอในสาขาที่ลอนดอนคือ การทำข้าวข้ามซีตจำกัดแบบเกรฮาร์ด ที่ทีมงานสนุกกับการเฝ้าดูผลที่จะออกมา

THE LOCATION

เกอร์ฮาร์ด คาเฟ่ ลอนดอน ตั้งอยู่ในย่านฟิตซ์โรเวีย ไม่ไกลจากถนนสายหลักอย่างออกซ์ฟอร์ด แต่ตามธรรมเนียมของการจะเป็นร้านเก๋ที่ลูกค้าต้องมาลิ้มลอง แน่แน่นอนว่าที่ตั้งของร้านต้องหลบมาอยู่ในถนนสายรอง

ฟิตซ์โรเวียเป็นย่านที่อยู่อาศัยและย่านการค้าเหมาะสำหรับมือกลางวันแบบสบายๆ หรือการประชุมยามบ่าย รวมทั้งมือเย็นหรือสังสรรค์กับเพื่อนฝูงหลังเลิกงาน



THE CHALLENGE

เรื่องท้าทายใหญ่สำหรับทีมงานคือ การเข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย และสร้างการรับรู้เพื่อให้แบรนด์ที่สร้างขึ้นในเมืองไทยมานาน สามารถปักหลักในแผ่นดินยุโรปได้อย่างมั่นคง

สภาพแวดล้อมทางธุรกิจที่ผิดไปจากที่ไทย หมายถึงการต้องปรับกลยุทธ์ทางการตลาดให้เหมาะกับวัฒนธรรมแบบอังกฤษ และการพิสูจน์ให้ชาวลอนดอนทั้งหลายรับรู้ ว่าเกอร์ฮาร์ด คาเฟ่ คือตัวจริงในเรื่องธุรกิจร้านอาหาร เป็นบทพิสูจน์ครั้งใหญ่ในวาระฉลองครบ 20 ปี ว่าเกอร์ฮาร์ดจะปักธงสำเร็จอย่างไร





สมัครสมาชิกรายปีนิตยสาร
THE STANDARD
1 ปี 12 ฉบับ
ราคาเพียง 600 บาท

โทร. 0 2203 1142



SUB - SCRIBE NOW

FIND US AT: พบกับนิตยสาร THE STANDARD ได้ทุกวันจันทร์แรกของเดือน เวลา 17.00 น.

สถานีรถไฟฟ้า BTS 11 สถานี

- สยาม • ชิดลม • เฟลินจิต • อโศก • พร้อมพงษ์ • อนุสาวรีย์ชัยสมรภูมิ
- อารีย์ • หมอชิต • ศาลาแดง • ชองนนท์ • สะพานตากสิน

ร้านกาแฟสตาร์บัคส์
200 สาขา ทั่วกรุงเทพฯ

อ่าน THE STANDARD ออนไลน์ได้ที่เว็บไซต์ THESTANDARD.CO



บีทีเอสห่วงใยความปลอดภัยของผู้โดยสาร



ดร.อานัติ อากาภิรม ประธานกรรมการที่ปรึกษา รถไฟฟ้าบีทีเอส เป็นประธานในการติดตั้งเครื่องกระตุกหัวใจอัตโนมัติ **AED** ในระบบรถไฟฟ้าบีทีเอส ที่สถานีรถไฟฟ้ามหานคร โดยติดตั้งใน 10 สถานีที่มีผู้โดยสารหนาแน่น คือ **สถานีหมอชิต อนุสาวรีย์ชัยสมรภูมิ พญาไท สยาม ชิดลม อโศก พร้อมพงษ์ อ่อนนุช ช่อนนทรี และสถานีบางหว้า** จุดที่ติดตั้งเครื่องกระตุกหัวใจอัตโนมัติ **AED** สามารถมองเห็นได้ชัด คือหน้าห้องปฐมพยาบาล (First Aid) และ สถานีที่ติดตั้งจะมีสัญลักษณ์ **AED** ที่หน้าห้องจำหน่ายตั๋วโดยสารทั้งสองด้าน



คุณสุรชัย เสียงบุญเลิศชัย รองประธานสถานีบีทีเอสแห่งชาติ และ ดร. อานัติ อากาภิรม ร่วมเป็นประธานในการติดตั้งเครื่องกระตุกหัวใจอัตโนมัติ **AED** ในระบบรถไฟฟ้าบีทีเอส



การติดตั้งเครื่องกระตุกหัวใจอัตโนมัติ **AED** บริเวณหน้าห้องปฐมพยาบาล



การสาธิตการช่วยเหลือนักป่วยด้วยการทำ CPR และการใช้เครื่อง **AED** โดย แพทย์หญิงนิศยา พะวงษ์ หัวหน้าศูนย์อุบัติเหตุและฉุกเฉิน โรงพยาบาลวิภาวดี



จุดติดตั้งเครื่องกระตุกหัวใจอัตโนมัติ **AED** หน้าห้องปฐมพยาบาล



สัญลักษณ์ **AED** หน้าห้องจำหน่ายตั๋วโดยสาร แสดงว่ามีเครื่องติดตั้งในสถานีนี้



รถไฟฟ้าบีทีเอส



BTS_SkyTrain

