



114 สุขุมวิท 23 แขวงคลองเตยเหนือ เขตวัฒนา กรุงเทพฯ ๑๐๑๑๐ โทรศัพท์ ๐-๒๖๔๙-๕๐๐๐
ภายใน ๕๖๖๖ โทรศัพท์/โทรสาร ๐-๒๒๕๘-๐๓๑๑

ข่าวจากหนังสือพิมพ์โพสต์ทูเดย์ ฉบับประจำวันที ๕ เดือนพฤศจิกายน พ.ศ.๒๕๕๕ หน้า ๒๒

ศูนย์สารสนเทศและการประชาสัมพันธ์ ได้จัดระบบข่าวสื่อสิ่งพิมพ์ สนใจดูได้ที่ <http://news.swu.ac.th/newsclips/>

มาสก์หน้าใส ของหนุ่มหน้าใส อาร์ม รุกกี้ บีบี

เชื่อว่ามีแต่ศิลปินที่ต้องดูแลผิวหน้าให้สวยตั้งแต่อดกลั่งตลอดเวลา แต่คนหนุ่มสาวยุค 3จีแบบนี้ก็ไม่ละเลยกับการดูแลผิวหน้า เช่นเดียวกับหนุ่มน้อยอนาคตไกล อาร์ม-วิรัช จันท์สุข แห่งวงรุกกี้ บีบี ที่เพราะโชคดีที่ดูแลตัวเองได้ยอดเยี่ยม จนมีผิวหน้าที่เนียนๆ ใสๆ ถึงขนาดสาวๆ ยังอิจฉา

อย่างกระนั้นเลย หนุ่มอาร์มเลยไม่รอช้า ขอลุกขึ้นมาปลุกปั้นธุรกิจแรกในชีวิต ด้วยการลงขันกับหุ้นส่วน หันมาจับธุรกิจความงาม ด้วยการผลิตครีมมาสก์หน้า ภายใต้ชื่อแบรนด์ PiCO OK แשרความหล่อ (สวย) ซะเลย

หนุ่มหน้าใสวัย 20 ปี เจ้าของเพลง "ยิ่งใกล้ ยิ่งไกล" และ "Follow U Follow Me" เล่าถึงจุดเริ่มต้นในการหันมาจับธุรกิจตั้งแต่อายุยังน้อยกว่า ศิลปินที่เข้ามาโลดแล่นอยู่ในวงการบันเทิงต้องใช้หน้าตาและความสามารถประกอบกัน ดังนั้นการใส่ใจดูแลผิวหน้าจึงเป็นสิ่งที่ไม่อาจมองข้ามซึ่งโดยส่วนตัวแล้วหนุ่มอาร์มเองก็ให้ความสำคัญเรื่องของผิวหน้ามาตลอดเมื่อสบโอกาสจึงไม่รอช้าที่จะเริ่มต้นทำธุรกิจที่ตัวเองพอมีความรู้อยู่บ้าง

"คงเพราะโอกาสด้วยที่ทำให้ผมได้มาเจอกับพี่ที่เป็นหุ้นส่วน ซึ่งเขาค่อนข้างเชี่ยวชาญเกี่ยวกับเรื่องความงามและได้ชวนกันมาทำธุรกิจ ตอนแรกผมก็ยังลังเลนะ เพราะเห็นว่าเราอายุน้อย งานที่มีอยู่ตอนนี้ก็ค่อนข้างจะรัดตัว ไหนจะเรียนอีก ประสบการณ์เกี่ยวกับการทำธุรกิจก็ไม่มี ตอนแรกผมก็เลยปฏิเสธไป แต่พี่เขาก็ยังให้โอกาส ให้ลองเอาผลิตภัณฑ์ไปลองใช้ ปรากฏว่าผมใช้แล้วชอบมาก ในที่สุดเลยตกลงลงทำดู"

อย่างไรก็ตาม นักศึกษาหนุ่มคณะศิลปกรรมศาสตร์ เอกการแสดง และกำกับการแสดง มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ (มศว) บอกว่า ด้วยความที่ยังไม่มีความรู้เรื่องธุรกิจและด้านการตลาดมากนัก ภารกิจหลักๆ ของ

อาร์มในการผลักดันธุรกิจนี้ คือ เน้นงานด้านประชาสัมพันธ์ทำให้เป็นที่รู้จัก โดยอาศัยฐานเครือข่ายสังคมออนไลน์ เช่น เฟซบุ๊ก อินสตาแกรม ที่ตัวเองมีเป็นตัวช่วยในการประชาสัมพันธ์สร้างการรับรู้ในวงกว้าง

"ผมโชคดีที่พอมมีคนตาม (Follow) เราในอินสตาแกรมและเฟซบุ๊กอยู่จำนวนหนึ่ง ผมก็ใช้ตรงนี้เป็นตัวช่วยโฆษณาสินค้าไปในตัว ว่าผมใช้จริง ดีจริง แต่ถ้าถามว่าผมคาดหวังกับธุรกิจนี้ขนาดไหน ต้องบอกว่าผมไม่ได้ตั้งเป้าอะไร เพียงแต่อยากให้ครีมเป็นที่รู้จัก ลูกค้าซื้อไปใช้แล้วชอบ ซื้อกระเป๋าแรกแล้วกลับมาซื้อกระเป๋าที่สองอีก"

ส่วนชื่อแบรนด์สะดุดหูอย่างPiCO OK นั้น หนุ่มอาร์ม อธิบายว่า เป็นการเล่นคำ เล่นความหมาย เพราะในแง่หนึ่ง PiCO มีความหมายตรงตัวว่า เป็นหน่วยวัดสารที่มีขนาดเล็กที่สุด แต่ในอีกแง่ ยังสะท้อนถึงอนุภาคของครีมที่มีขนาดเล็ก ควบคู่ไปกับความใส่ใจที่ทางแบรนด์มีต่อลูกค้าอีกด้วย เช่นเดียวกับหลักการทำธุรกิจของหนุ่มหน้าใส ที่ไม่มีหลักการอะไรซับซ้อน แต่ถือคติชื่อตรง ชื่อสัตย์กับลูกค้า

"หลักการทำธุรกิจสำหรับผม คือ ใส่ใจลูกค้า มีจรรยาบรรณในการผลิตสินค้าดีๆ ออกมาให้ผู้บริโภค ผมเน้นเรื่องBrand Loyalty เพราะผมเชื่อว่าทุกอย่างมันเป็นวงจร ถ้าเราทำของไม่ดี ออกมาขาย ทำออกมาหลอกลวงลูกค้า คราวหน้าเขาก็ไม่กลับมาซื้อเราอีก แต่ถ้าเราทำของดีๆ ออกมาขาย ลูกค้าติดใจ ยังไงเขาก็ไม่หนีไปไหน ธุรกิจของเราก็จะดำเนินต่อไปได้เรื่อยๆ" สำหรับงานเพลงนั้น หนุ่มอาร์ม ยังยืนยันว่าไม่ทิ้งแน่นอน และจะขอทำให้ดีที่สุด อีกทั้งยังไม่รู้สึกเหนื่อยที่ต้องสวมหมวกหลายใบ หลายบทบาทในเวลาเดียวกัน

"ตอนนี้ธุรกิจครีมไปได้ดีมากครับ แต่ขณะเดียวกันเราก็ไม่ทิ้งงานวงการนะ งานเพลงก็ยังคงทำ ยังสนุก เหมือนเราได้ทำอะไรหลายอย่างก่อนคนอื่นซึ่งผมเองก็โชคดีที่รู้จักพี่ๆ ในวงการบันเทิงที่เขาประสบความสำเร็จในเรื่องธุรกิจเราเลยเอามาปรับใช้กับอนาคตเราในช่วงเวลาเพิ่งเริ่มต้นอย่างตอนนี้ เหมือนกับถ้าเราคิดได้ตอนนี้ อายุเพียง 20 กว่าๆ เราเริ่มสตาร์ทก่อนคนอื่นเราก็ไปได้เร็วก่อนคนอื่นครับ"

นอกจากจะเริ่มเข้ามาชิมलगธุรกิจแรกในชีวิตแล้ว หนุ่มอาร์มยังแอบแหย่ด้วยว่า โปรเจกต์ที่จะทำธุรกิจใหม่อย่างการเปิดสถาบันสอนร้องเพลงและเต้นนั้น เริ่มจะมีเป็นรูปเป็นร่างไม่ใช่แค่ฝันเลื่อนลอยโดยความคืบหน้าล่าสุด คือ ตอนนี้หนุ่มอาร์มมีหุ้นส่วนที่จะลงขันทำธุรกิจแล้ว แต่รายละเอียดยังอยู่ระหว่างพูดคุย

ขยันและมุ่งมั่นขนาดนี้ เห็นทีคำว่า "ถ้าแก่น้อย" จะอยู่ไม่ไกลเกินเอื้อม แล้ว... "ผมโชคดีที่พอมมีคนตาม (Follow) เราในอินสตาแกรมและ เฟซบุ๊กอยู่จำนวนหนึ่ง ผมก็ใช้ตรงนี้เป็น

ตัวช่วยโฆษณาสินค้าไปในตัว ว่าผมใช้จริง ดีจริง แต่ถ้าถามว่าผมคาดหวังกับธุรกิจนี้ขนาดไหน ต้องบอกว่าคุณไม่ได้ตั้งเป้าอะไร เพียงแต่อยากให้ครีมเป็นที่รู้จัก ลูกค้าซื้อไปใช้แล้วชอบ ซื้อกระปุกแรกแล้ว กลับมาซื้อกระปุกที่สองอีก”