



67 ปี

28 เมษายน วันมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

ข่าวประชาสัมพันธ์

มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

114 สุขุมวิท 23 แขวงคลองเตยเหนือ เขตวัฒนา กรุงเทพฯ 10110 โทรศัพท์ 0-2649-5000

ภายใน 15666 โทรศัพท์/โทรสาร 02-259-6172

จากหนังสือพิมพ์โพสต์ทูเดย์ ฉบับประจำวันที 2 เดือนตุลาคม หน้า C2 มูลค่าข่าว 765,039.-

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



Notto Cactus Café

บ่อต๊ะ

อาชีพเก๋ๆ ของอีปสเตอร์

■ เรื่อง... วรรณภรณ์ ภาพ... วิมลศรี วงศ์ปรีดี, กิจจา อภิบาลธนชัย

อาชีพของกลุ่มคนที่พวกเราเรียกเขาว่าอีปสเตอร์ หรือเด็กแนวดูเหมือนไม่ได้มีเพียง 1 อาชีพเท่านั้นที่พวกเขาเลือกทำ แต่คนกลุ่มนี้ยังมีทางเลือกทำอีกหลายงานที่พวกเขารัก ทำแล้วมีความสุข และมีกำไรที่โตขึ้นเรื่อยๆ อย่างเช่น การถ่ายภาพ การท่องเที่ยว การปลูกต้นไม้ และพัฒนาจนกลายเป็นอาชีพเก๋ๆ บางคนจากเป็นเพียงงานอดิเรก แต่สามารถพัฒนาให้เป็นสังคมของคนรักกระบองเพชร เช่น การเปิด "Notto Cactus Café" ร้านสุดเก๋ต้นๆ ซอยลาดพร้าว 10 ของ นีต๊ะ-โตะ-พิมพ์ปวีณ์ พวงธนะสารที่ไม่คาดคิดว่าการเปิดคาเฟ่ใช้กระบองเพชรจะเป็นที่นิยมของเด็กๆ ในพื้นที่รอบๆ ภาพคู่ด้วย หรือจะเป็นร้าน MiniMSPACE ตลาดนัดรถไฟรัชดาที่ได้แรงบันดาลใจท่องเที่ยว

เกาหลี จึงเจอบิงซูเกาหลีและหลงใหลในรสชาติของมันของ 4 หมู่ม ช่างภาพสมัครเล่น ได้แก่ แชมป์-กฤตชัย งามอุษาวรรณ เอก-วรพจน์ น้อยเจริญ อัน-ประวิทย์ อิศรโรโร และหม่อม-ปริญญา ศิริภักกาญจน์ หรือจะเป็น www.go-graph.com การทำแพคเกจด้านการท่องเที่ยวของ 3 เพื่อนซี้ ได้แก่ พี่-สกลาเดือน งามศิริอุดม อิน-จุ-สิทธิพร ถูกฉกรรจ์มั่งคั่ง และ มีน-ณิศา ร่องไพฑูริย์ ซึ่งความคิดสร้างสรรค์ของพวกเขาทำให้เด็กรุ่นต่อๆ ไปสามารถนำไปเป็นแรงบันดาลใจในการใช้ชีวิตได้อีกด้วย

กระบองเพชร พันธุ์สีเขียวแปลกๆ ของเด็กเก๋ๆ

ต้นกระบองเพชรสำหรับเมืองไทยเพิ่งนิยมปลูกกันเมื่อ 2 ปีที่แล้ว แต่สำหรับ นีต๊ะ-โตะ-พิมพ์ปวีณ์ พวงธนะสาร วัย 35

ปี เธอชื่นชอบแคคตัสมานานกว่านั้นโดยเริ่มเมื่อ 7 ปีแล้ว ปัจจุบันนอกจากเปิดคาเฟ่เก๋ๆ ร้าน Notto Cactus Café สำหรับคนรักกระบองเพชรแล้ว เธอยังทำงานเพลงอยู่ควบคู่กับการเปิดบริษัทโปรดักชั่นเฮาส์ "อะเวค โปรดักชั่น" ผลิตรายการทีวีทั้งหมด รวมทั้งทำหน้าที่เป็นพิธีกรและโปรดิวเซอร์รายการเกมโชว์ อเวคพาเที่ยวพากันด้วย นีต๊ะโตะเล่าว่าเธอเปิดคาเฟ่แห่งนี้เพราะใจรัก ไม่คาดคิดว่าเมื่อได้ลงแมกกาซีนขวัญใจเด็กแนวแล้ว วัยรุ่นรวมทั้งคนรักกระบองเพชรก็แห่เข้ามานั่งเล่นมาถ่ายรูปที่ร้าน เรียกว่านั่งเป็นเก๊า

ดนตรีก็เลยที่เดียวโดยเฉพาะในช่วงเย็นของทุกวัน ร้านนีต๊ะโตะ แคคตัส คอนเสิร์ตของร้านคือ Hip Green House Slow life เป็นสถานที่ให้คนได้ "เลือก จัด ดัด" "ความนิยมปลูกกระบองเพชรในเมือง



ไทยเกิดจากคนชอบอะไรพร้อมๆ กัน ว่าจะเป็นเรื่องแฟชั่นก็ได้ แต่สำหรับน็อตโตะกับพี่สาวและน้องที่ทำงานที่บริษัทเรากันจริงๆ จัง ร้านเราตกแต่งด้วยกระบองเพชรและจำหน่ายด้วย แต่กระบองเพชรสำหรับคนอื่น ๆ อาจเป็นแฟชั่นเพราะเป็นเหมือนไอเท็มหนึ่งของเด็กยุคใหม่ต้องถ่ายรูป แต่สีของภาพ ถ่ายภาพให้เป็นสแควร์เหลี่ยมๆ แต่สำหรับน็อตโตะชอบถ่ายรูปกับกระบองเพชรเพราะสะท้อนความอิสระ บ่งบอกตัวตนและความคิดของเรา วิทยุรุ่นบางคนคิดว่าถ่ายรูปกับกระบองเพชรแล้วดูแนว เพราะภาพมันออกมาดูแล่นน่ารัก ตันเล็ก ๆ กลม ๆ แต่ถ่ายกับตันไม้ใหญ่ ๆ บางคนอาจคิดว่าดูไม่น่ารัก กระบองเพชรจึงดูเหมือนสัญลักษณ์ของผู้หญิงคิดบวก น็อตโตะคิดว่าน่าจะเป็นแบบนี้”

ความน่าเอ็นดูของกระบองเพชรที่ตั้งดูดูคน น่าจะมาจากด้วยขนาดของกระบองเพชรเหมาะกับไลฟ์สไตล์ของคนสังคมเมืองที่อยู่คอนโดไม่มีพื้นที่ในการปลูกต้นไม้ใหญ่ กระบองเพชรจึงเป็นคำตอบของการมีพื้นที่สีเขียว ซึ่งตรงกับไลฟ์สไตล์ของน็อตโตะคือมีช่วงหนึ่งเธอมีภาวะแท้งคุกคามต้องนอนนิ่งๆ ตั้งนั้นกิจกรรมที่สามารถทำได้ง่าย ๆ คือการปลูกต้นกระบองเพชรเล็กๆ ที่ระเบียงของคอนโด

“คนเมืองก็อยากมีสิ่งหนึ่งต้องดูแลเลี้ยงสัตว์เลี้ยงก็ไม่ได้ แต่กระบองเพชรเหมือนเป็นสิ่งมีชีวิตที่เติบโตหรือวางไว้ตรงไหนก็ได้ อีกทั้งดูแลง่าย น่าจะเป็นประเด็นหลักๆ แต่สำหรับน้องอีกกลุ่มหนึ่งอาจเลี้ยงไว้เพื่อถ่ายรูปคู่ด้วยก็มี อีกกลุ่มหนึ่งคือกระบองเพชรมีเสน่ห์ตรงมีสายพันธุ์ให้เล่นให้ศึกษาเยอะมาก ช่วงนี้เหมือนเป็นแฟชั่น คนก็ยิ่งนิยมราคาจากขายต้นละหลักร้อยแต่สามเดือนผ่านไปพันธุ์เดียวกันขนาดเท่ากันอาจขายไปถึงราคา 2 พันก็ได้ เช่น สายต่างสีแดงเหลืองส้มอยู่ในต้นเดียวกัน เห็นแล้วตกใจ มันคือการปั่นราคา มันเป็นไอเท็มหนึ่ง เหมือนเป็นเสื้อผ้า”

การถ่ายภาพกับกระบองเพชร จึงเป็นสัญลักษณ์ของความเก๋ไก๋ มีสไตล์ “กลุ่มเป้าหมายของร้านนี้คือ คนที่มีไลฟ์สไตล์รักธรรมชาติโดยเฉพาะคนที่ชอบกระบองเพชร เป็นคาเฟ่เล็กๆ ง่ายของว่างเครื่องดื่ม



เอก-วสุจน์ ITIMSPACE



ดื่ม ชา กาแฟ อาหารกินเล่นง่ายๆ และจัดเวิร์กช็อปให้คนสนใจปลูกกระบองเพชรได้มาลองปลูกลองเลี้ยงกระบองเพชร ก็ได้ รับเสียงตอบรับดีมาก ๆ เพราะยุคนี้คนอยากมีที่นั้งซิคๆ ถ้าขายต้นไม้ใหญ่เราคงไม่โอเค บางคนก็คงอินกับการซื้อต้นไม้กลับไป มีคนเข้ามาอยากถ่ายรูป”

น็อตโตะบอกว่าอาชีพเปิดคาเฟ่เป็นเรือนกระบองเพชรก็หรือเปล่าไม่รู้ แต่มันเป็นความฝันที่ทุกคนนำไลฟ์สไตล์ความชอบของตัวเองมารวมกัน

“บางคนคิดใจสลดผัก บางคนติดใจในเครื่องดื่มและต้นกระบองเพชรจึงมาถ่ายรูปเยอะมาก คือเด็กบางกลุ่มมีความเชื่อว่ามาถ่ายรูปกับกระบองเพชรแล้วจะดูเป็นเด็กแนว ซึ่งลูกค้าส่วนใหญ่เป็นเด็ก

มหาวิทยาลัย หรือไม่ก็โตไปเลย ขับรถหุมากก็มีเพราะเขาอยากปลูกกระบองเพชรมานั่งแลงเปลี่ยนเพราะเรามีเวิร์กช็อปสอนคนจัดสวน สอนการปลูกกระบองเพชร การขยายพันธุ์ แล้วเรานำกูรูด้านแคคตัสมาจริงๆ คือพีเอ็ดดี้ (เจ้าของร้าน Eddie Cactus) เพราะประสบการณ์ปลูกกระบองเพชร 7 ปี ของน็อตโตะคิดว่ายังไม่เพียงพอ เรามีกรวดให้เลือก ครบวงจรเลยเหมือนเป็นสังคมของคนรักแคคตัสเลยตะและไม่เคยคาดคิดว่าอีกอาชีพหนึ่งที่เรา รักและชอบมันเป็นไลฟ์สไตล์ของเราจะถูกใจเด็กวัยรุ่นเป็นสิ่งไม่คาดคิด ว่าเราจะ เป็นสถานที่เข็กอินของกลุ่มคนทำให้เรามีความสุขนะคะที่มีคนชื่นชอบเป็นจำนวนมาก”



บิงซู น้ำแข็งไสเกาหลี ที่จับต้องง่าย

การเปิดร้านน้ำแข็งไสดูเหมือนจะไม่

เข้ากับเพศชายสักเท่าไร แต่คำนี้ใช้ไม่ได้กับ 4 หนุ่ม วัย 34 ปี ได้แก่ แชมป์ กฤตธี เอก วรพจน์ อั้น ประวิทย์ และหนุ่ม ปรัชญา ที่อะไรที่กำลังได้รับความนิยม คนรุ่นใหม่ไม่พลาดที่จะนำมาต่อยอดทำธุรกิจ ดังเช่น บิงซู น้ำแข็งไสปั่นละเอียดสไตล์เกาหลี แต่ทำให้คนกลุ่มปานกลางสามารถจับต้องได้ ซึ่ง แชมป์ กฤตธี ได้แรงบันดาลใจการท่องเที่ยวที่ประเทศเกาหลี ที่พอได้ลองกินบิงซูที่ไม่เคยรู้จักมาก่อน รู้สึกติดใจในรสชาติ จึงชักชวนเพื่อนๆ มาเปิดเป็นร้านขายบิงซู โดยนำเข้าเครื่องปั่นน้ำแข็งแท้ๆ จากเกาหลีมาเลย โดยเงินลงทุนก้อนแรก 6 แสนบาททีเดียว เดิมใช้ชื่อว่า ไอศกรีมอวกาศ แต่ปัจจุบันเปลี่ยนชื่อเป็น MIMSPACE อยู่ที่ตลาดนัดรถไฟรัชดา

“บิงซูสไตล์เกาหลีตามห้างสรรพสินค้าราคาค่อนข้างแพง ซึ่งบิงซูเริ่มบูมในเมืองไทยเมื่อ 2 ปีที่แล้ว ถ้าขายในห้างคนฐานะปานกลางไม่สามารถสัมผัสได้ อีกทั้งมีขนาดใหญ่มากๆ ต้องกิน 2-3 คนจึงจะหมด เราจึงเอาแนวคิดที่ว่าทำไมเราไม่ลองเอาบิงซูมาทำให้อาหารขนาดเล็ก ราคาถูกลงเพื่อจับกลุ่มคนอีกกลุ่ม ส่วนการเลือกโลเกชั่นสำคัญมาก เราเล็งที่ตลาดนัดดอนเมืองเป็นช่วงเดียวกับที่ตลาดนัดรถไฟรัชดาบูม เราเข้าไปดูการกรรพฟักขายกลางคืนดีมาก และเราเห็นว่าบิงซูยังไม่มีในตลาดนัดพวกนี้ เราเลยลองเอามาลองที่ตลาดนัด และลดราคาจาก 200-300 มาเป็น 90 บาท ซึ่งเป็นราคาที่จับต้องได้ และหลีกเลี่ยงกับการแข่งขันกับร้านใหญ่ๆ ขายได้สิบเดือนได้รับผลตอบรับดีมาก รายได้เดือนละนับแสนบาท” เอก วรพจน์ เล่า

สำหรับลูกค้าบิงซู “ไอติมสเปซ” ของ 4 หนุ่ม ลูกค้าส่วนใหญ่เป็นผู้หญิงทั้งชาวไทยและต่างชาติได้แก่ จีน โดยจุดดึงดูดนอกจากเปิดในสถานที่ไปมาสะดวกใกล้เอ็มอาร์ทีศูนย์วัฒนธรรมแล้ว ยังขยันคิดลูกเล่นมาสร้างความตื่นตาตื่นใจให้ลูกค้าอยู่เสมอ วรพจน์ ยังเล่าอีกว่า

จุดเด่นของร้านของพวกเขา คือ การคิดเมนูแปลกๆ ที่ไม่พบในร้านดังๆ ทั่วไป จะมีเป็นรสเบสิกคือ สตรอเบอร์รี่ มะม่วง แต่พวกเขาคิดทำรสมะพร้าว ซึ่งต่างชาตินิยมมาก หรือคิดเมนูข้าวยาเกาหลี ซึ่งชื่อเป็นของหวานแต่พวกเขาทำให้เป็นของหวานใช้ผลไม้มาทำเป็นหน้าต่างๆ นี้คือความแปลกใหม่ที่ดึงดูดลูกค้า อีกทั้งพวกเขายังใช้ช่องทางสื่อสารกับลูกค้าผ่านแฟนเพจและไอจี นอกจากกระจายโปรโมชั่นแล้วยังทำให้แฟนๆ รู้จักร้านเป็นวงกว้างอีกด้วย

แฮร์รี่แหล่งท่องเที่ยวผ่าน www.go-graph.com

เว็บด้านการท่องเที่ยวที่ได้รับความนิยมหนึ่งก็คือ www.go-graph.com ที่ก่อตั้งเมื่อปี พ.ศ. 2011 ปัจจุบันมีฟอลโรวเวอร์ติดตามมากถึง 1.4 แสนคน ซึ่งก่อตั้งโดยสมาชิก 3 คน ได้แก่ หนุ่มสาวอายุ 27 ปี ฟ้า สภาวเดือน ครีเอทีฟ แพลนเนอร์

Go!Graph อลีนโกกราว

บริษัท Optimist อันजू สิทธิพร เจ้าของร้านอาหารโฮลดี ซิส และมินิ ณทิรา ทำงานด้านการวางกลยุทธ์ด้านการออกแบบบริษัทเอกชนแห่งหนึ่ง ฟ้า สภาวเดือน เล่าถึง 1 ใน 5 ที่ทำก็คือรับงานออกแบบผลิตภัณฑ์ ก๊อบบี้ โรเตอร์ บล็อกเกอร์เพจของตัวเอง และทำโปรเจกต์สตาร์ทอัพเกี่ยวกับดิจิทัล ก็คือการท่องเที่ยวแล้วนำประสบการณ์จากทริปต่างๆ มาแฮร์รี่ประสบการณ์ ซึ่งแม้ไม่ได้เป็นเงินทอง แต่ได้เป็นการดีไปโรมัน และการได้ไปเที่ยวยังสถานที่ต่างๆ ที่ไปยากด้วยราคาที่พิเศษ อีกทั้งยังมีโอกาสได้พาคณะพ่อคุณแม่ไปท่องเที่ยวในโลกของเธออีกด้วย

“แรงบันดาลใจทำเว็บเพจด้านการท่องเที่ยวของพวกเราเกิดจากตอนเราเรียนจบที่มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ สาขาออกแบบกราฟิกและโปรดักซ์ ซึ่งเราก็นำมาเป็นชื่อบล็อกคือ Go+Graphic กลายเป็น Go! Graph การเดินทางของพวกเราเริ่มต้นขึ้นในปี 2011 ในเส้นทางนักรถไฟไปหลังคาโลก โดยเริ่มต้นจากสถานีรถไฟหัวลำโพง เราตั้งใจนั่งรถไฟไปทีเบตใช้เวลาเดินทาง 1 เดือน เราเหมือนเป็นแพจ

วัยรุ่นแบ็กแพ็คไปเที่ยวด้วยเส้นทางเคยอ่านหนังสือ แต่ไม่เคยมีใครเคยลงรายละเอียด แต่พอเราไปเที่ยวกลับมาแล้วเราแนะนำทั้งทริปอย่างละเอียดคนสามารถตามรอยได้เลย ครั้งแรกเราลงในพื้นที่ปรากฏคนแฮร์รี่เยอะมาก สาเหตุที่เราทำเว็บขึ้นมาเพื่อเก็บเรื่องราวและรูปภาพเพื่ออวดเพื่อน พอลงเว็บเราจะได้สื่อสารกับคนอื่นได้ในวงกว้าง ซึ่งคนเข้าไปอ่านประมาณหลักแสนซึ่งเยอะมากแล้ว” ซึ่งแรงดึงดูดให้คนเข้าไปชื่นชมผลงานของพวกเขา คือ เป็นเส้นทางที่แปลกใหม่และไม่เคยมีใครรีวิวอย่างละเอียดแบบนี้มาก่อน เป็นเส้นทางที่หลายคนใฝ่ฝัน

3 ปีแรกแห่งการเปิดเว็บเพจยังไม่มีการทำออนไลน์มาร์เก็ตติ้ง พอเข้าปีที่ 4 เริ่มมีเอเยนซี บริษัททัวร์และจองโรงแรมต่างๆ ติดต่อเข้ามาเป็นพาร์ทเนอร์มากมาย แม้บางเจ้าไม่ได้เป็นตัวเงิน แต่ได้อิสระด้านการท่องเที่ยวจะไปไหนก็ได้ ซึ่งคละเคล้าไปกับการท่องเที่ยวด้วยงบประมาณส่วนตัว

“การทำเว็บท่องเที่ยวของตัวเองกว่าจะประสบความสำเร็จต้องผ่านอะไรมา

เยอะ เราต้องวินัย เพราะด้วย 5 จ็อบทำให้ฟ้าต้องทำงานตลอด ต้องรู้จักแบ่งเวลาดีๆ อย่างเลิกงานที่ออฟฟิศตอนเย็น ช่วงค่ำเราต้องกลับบ้านมาทำงานอื่นๆ เช่น เขียนวีวีวี แต่งภาพ นังจัดเพจ ตัดวิดีโอ พวกเราทำงานเกินสิบชั่วโมงต่อวัน เสาร์-อาทิตย์นั่งเครื่องบินไปเที่ยว เพื่อนำเรื่องราวมาเขียน ซึ่งวันลาพักผ่อนเราต้องจัดสรรให้ดี เพื่อทำงานประจำและทำงานอดิเรกที่เรารักไปด้วยกันได้พวกเรานับว่าโชคดี เพราะสิ่งที่เราชอบกับงานที่เราทำใกล้เคียงกัน การทำงานหลายๆ งานทำให้เรามีรายได้ที่มากขึ้น แต่เวลาชีวิตเราน้อยลง วันลาทั้งหมด ซึ่งพอโตมาทำให้เรารู้ว่าสิ่งที่มันแพงกว่าเงินคือเวลา ทำ 5 จ็อบแม้รู้สึกเหนื่อยแต่ก็สนุก อย่างคู่เคยบอกว่า ต่อให้คนอื่นไม่รู้ที่เราทำอะไรอยู่ แต่เรารู้ตัวเองว่าทุกวันเราเดินไปข้างหน้าเสมอ เพราะจริงๆ พอเราเลือกไปท่องเที่ยว เราเห็นโลกมากขึ้น เราเอาทุกอย่างมาปรับใช้ เลยเป็นเราในทุกวันนี้”