Assumption University

Public Relations Department

Press Clipping

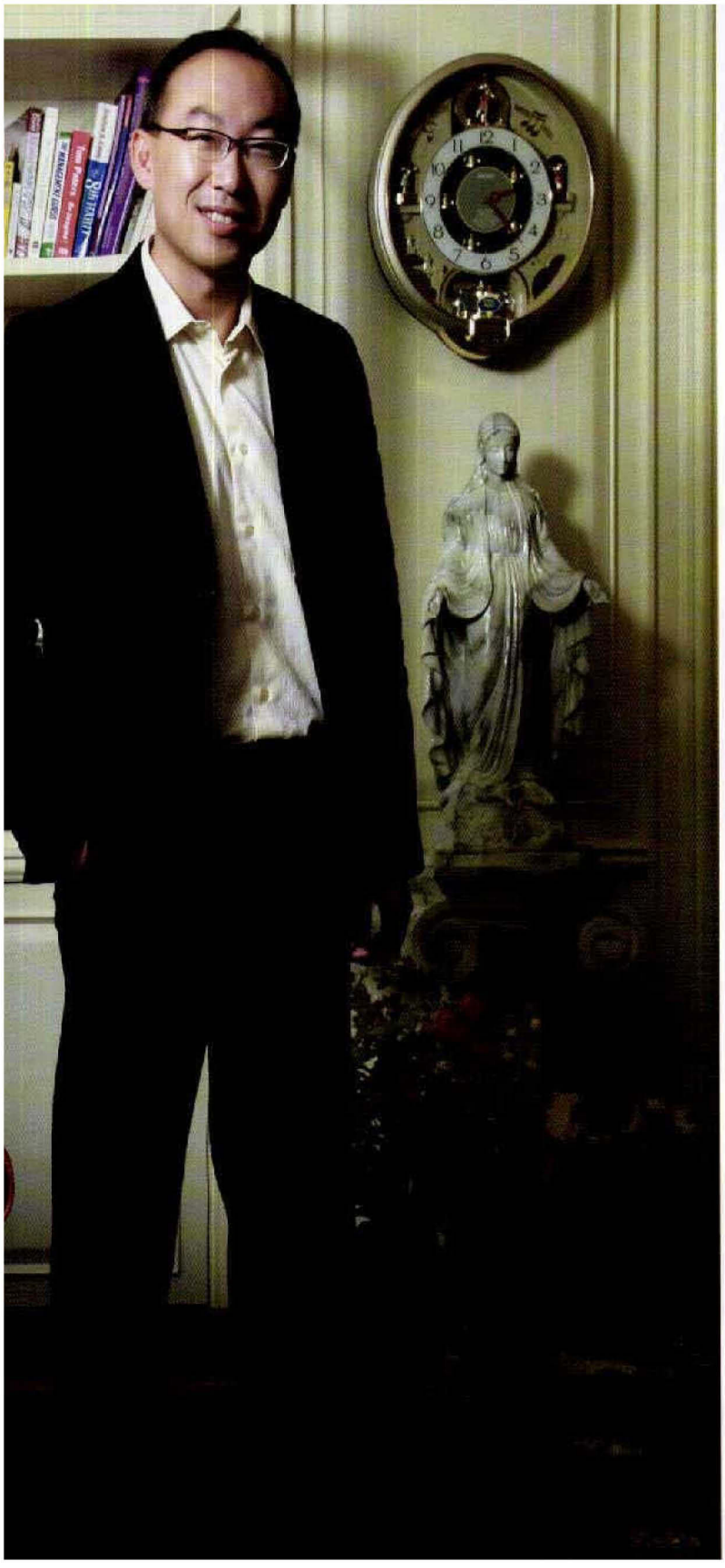
Date : September 26, 2011

Media Title : MBA Magazine

Page : No.56-59

The Entrepreneur

Assumption University
Public Relations Department
Press Clipping
Date : September 26, 2011
Media Title : MBA Magazine
Page : No.56-59



Labor Omnia Vincit

'อุปสรรคทั้งปวง สามารถเอาชนะได้ด้วยความอุตสาหะ'

สถาบันที่เปรียบประดุจบ้านเกิด ผู้เรียนทุกคนประหนึ่งเป็นสมาชิกในครอบครัวเดียวกัน

สถาบันที่เป็นแสงประทีปแห่งปัญญา เป็นดวงประทีปส่องนำชีวิตไปสู่จุดหมายด้วย "ปัญญา" และ "คุณธรรม"

สถาบันที่เปรียบเป็น "นาวาชีวิต" ที่ต้องฝ่าคลื่นลมไปจนถึงฝั่ง โดยให้คิดอยู่เสมอว่า "ชีวิตคือการต่อสู้"

สถาบันที่สอนให้คนทำงานทุกอย่างเพื่อเป็นสิริมงคลแก่พระเจ้าและให้มุ่งแสวงหาความรู้อยู่เสมอ

สถาบันที่พร่ำสอนให้กระทำความดีเพื่อเชิดชูและจรรโลงไว้ซึ่งเกียรติยศ

จะเป็นที่ไหนไปไม่ได้อีกแล้ว

.....

มหาวิทยาลัยอัสสัมชัญ (ABAC)

Assumption University
Public Relations Department
Press Clipping
Date : September 26, 2011
Media Title : MBA Magazine
Page : No.56-59

กราดา ดร.บัญชา แสงศิริรัญ

"ปรัชญาการศึกษาของ ABAC ไม่เปลี่ยนเพราะถือเป็นสถาบันการศึกษาคาทอลิก ต้องยึดมั่นต่ออุดมการณ์ของผู้ก่อตั้งคือนักบุญ หลุยส์ มารี กรีญอง เดอ มงฟอร์ต (Saint Louis Marie Grignion de Montfort) ที่เชื่อว่า การศึกษาจะเป็นตัวสร้างคนให้มีปัญญา"

ABAC
The Land of Tradition and Innovation

ของเก่าดีๆ เก็บไว้ ของใหม่มา ใช้อย่างรู้ทัน ใช่ว่า *"เก่าไป ใหม่มา"* ซะทีไหนกัน ถ้าจะให้ดีทั้งสองอย่างต้องผสมกลมกลืนให้ลงตัวที่สุด ความคิด วิธีการ คุณค่า ค่านิยม ที่เติบโตมาพร้อมกับความงอกงามของมหาวิทยาลัยแห่งนี้ประสานกับองค์ความรู้ที่เชื่อมต่อด้วยเทคโนโลยี เพราะโลกศตวรรษที่ 21 เปลี่ยนแปลงชนิดที่ต้องจับตาทุกขณะ มหาวิทยาลัยอัสสัมชัญจึงเป็นผู้นำแห่งการเปลี่ยนแปลงเสมอมา

@ABAC สถาบันการศึกษาที่เกิดขึ้นจากการออกแบบมาตั้งแต่ต้น (Born by Design) โดยมีปรัชญาการศึกษาที่พัฒนาศักยภาพของบุคคลทุกมิติ ทั้งด้านร่างกาย สติปัญญา อารมณ์ และจิตวิญญาณ เพราะแต่ละส่วนที่ผสานเป็นหนึ่งเดียวนั้นไม่อาจแยกออกจากกันได้เด็ดขาด ถึงจะเรียกว่า *"สมบูรณ์แบบ"*

Assumption University
Public Relations Department
Press Clipping
Date : September 26, 2011
Media Title : MBA Magazine
Page : No.56-59

ดัง *"จิตตารมณ์"* ที่ได้รับการทบทวนจากคณะภราดาเสมอเหมือนอัตลักษณ์อย่างหนึ่งของมหาวิทยาลัยที่มุ่งมั่น ทุ่มเท ทำงานหนัก (Operated by Commitment) เพื่อผลิตผู้เรียนออกสู่ตลาดแรงงานได้อย่างมีคุณภาพ พร้อมสรรพวิชาด้วยบรรยากาศที่เอื้อต่อการเรียนรู้ภายในมหาวิทยาลัย ตลอดจนความหลากหลายทางเชื้อชาติและศาสนาของผู้เรียนยิ่งเปิดโลกทัศน์และมุมมองทางความคิดให้กับผู้เรียนได้เห็นมุมมองของการใช้ชีวิตมากยิ่งขึ้น

"การให้การศึกษากับคน ต้องให้การศึกษาให้ครบไม่ใช่ให้ส่วนเดียวของร่างกาย เพราะคนนี่มีหลายมิติ (Dimensions) ซึ่งจับแยกกันไม่ได้" **ภราดา ดร.บัญชา แสงหิรัญ อธิการบดี มหาวิทยาลัยอัสสัมชัญ** กล่าว หากร่างกาย (body) ไม่แข็งแรงก็ย่อมเป็นอุปสรรคต่อการเรียนรู้และประกอบกิจการงานต่างๆ ขณะเดียวกันสติปัญญาต้องได้รับการพัฒนาโดยให้การศึกษา ให้คนรู้จักคิด รู้จักสร้างงานด้วยตัวเอง และสร้างสรรค์งานอย่างมีคุณธรรม

ปณิธานเมื่อแรกก่อตั้งจวบจนวันนี้ยังคงความเข้มแข็งในการทำหน้าที่เป็น *"ผู้ให้"* การศึกษาอันเป็นเลิศของคณะภราดาและคณาจารย์ เพื่อบ่มเพาะความรู้ให้กับผู้เรียน พร้อมกับคุณธรรมที่ดำรงไว้ซึ่งความเป็น *"คนดี"* ของสังคม ดังที่ **ภราดา ซีเมออน (Simeon) อัคราธิการองค์ที่ 2 (ค.ศ.1852-1862)** เคยกล่าวไว้ว่า ***"...จะอย่างไรก็ตาม ภราดาที่รัก พวกเราต้องพยายามทำตนให้เหมาะสมกับการเป็นครู มิใช่ทางด้านศาสนาและคุณธรรมเท่านั้น แต่ในด้านวิชาโลกด้วย..."*** (4 สิงหาคม 1855)

พัฒนาการของมหาวิทยาลัยก้าวไปพร้อมกับความเปลี่ยนแปลงในด้านต่างๆ ทั้งในเรื่องสภาพแวดล้อม ผนวกกับการสร้างสรรค์นวัตกรรม (Innovation) ปรับรูปแบบวิธีการบริหารงานให้คล่องตัว (Adapting itself to the changes) และนำนวัตกรรมกลับมาใช้ใหม่ (Re-innovation) ผ่านหลักสูตรที่ปรับเปลี่ยนให้ทันสมัย เทคโนโลยีการสอนที่ตามทันกระแสนำมาใช้เพื่อให้เกิดความคิดริเริ่มและตื่นตัวต่อการเรียนรู้ของผู้เรียน ตลอดจนไม่ได้ละเลยเทคนิคการสอนของคณาจารย์แม้จะเป็นคณาจารย์รุ่นเก่าแต่มีความทันสมัยที่ปรับตัวไปพร้อมกับผู้เรียนทุกย่างก้าว

ทว่า สิ่งหนึ่งที่เอแบคยังคงยึดมั่นไม่เสื่อมคลายแม้ความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีจะล้ำหน้าไปมากแค่ไหนก็ตาม คือ การขัดเกลาผู้เรียนให้มีคุณธรรม ซึ่งสะท้อนผ่านวิชา **Professional Ethics** ที่แม้จะไม่มีหน่วยกิตไม่สามารถวัดผลเป็นคะแนนได้อย่างเป็นรูปธรรม แต่ความสำคัญกลับเป็นเครื่องมือหล่อหลอมคุณธรรมและจริยธรรมซึ่งเป็นพื้นฐาน *"ความดี"* ของความเป็นมนุษย์ให้กับผู้เรียนที่ซึมลึกอยู่ในจิตวิญญาณ

ความรอบรู้ที่จำเป็นในยุคโลกาภิวัตน์จำเป็นอย่างยิ่งต่อการเรียนรู้เพื่อเข้าสู่เส้นทางการประกอบอาชีพ โดยเฉพาะอย่างยิ่งการแข่งขันในโลกยุคใหม่ที่ต้องมองให้รอบด้าน บริหารจัดการให้เป็นระบบ สามารถวิเคราะห์สิ่งแวดล้อมภายใน ภายนอกอย่างเท่าทัน และรู้จักปรับตัวให้เข้ากับสถานการณ์ ซึ่งเป็นทักษะที่จำเป็น

"เราฝึกเด็กของเราให้เป็นผู้นำในศตวรรษที่ 21 ต่างจากผู้นำในอดีต และจะนำอย่างไร เราจึงต้องรู้จักสร้างคนให้เป็นผู้นำโดยมีลักษณะเป็นคนที่ Think Globally and Act Locally ต้องรู้จักประชาคมโลก มีนิสัยที่เรียกว่าคิดกว้าง เรียนรู้วัฒนธรรมต่างประเทศ เมื่อรู้วัฒนธรรมคนอื่นก็รู้จักเขาดีขึ้นและทำธุรกิจก็ง่าย"

จากปี 1969 ถึง 2011 เอแบคก้าวขึ้นแท่นผู้นำด้านการศึกษา เพราะเมื่อคิดจะลงทุนใน *"คน"* แล้ว ก็ต้องทำให้อย่างสมบูรณ์ที่สุด แม้ผลสะท้อนที่ได้กลับมาไม่ได้ออกมาเฉพาะแต่บุคลากรที่จบออกไปเป็นส่วนหนึ่งในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจให้กับประเทศ แต่ความงอกงามและคุณธรรมที่ติดตัวพร้อมกับทักษะการใช้ชีวิตจะเป็นเครื่องมือและเกราะป้องกันที่ดีที่พร้อมให้พวกเขาเหล่านั้นรู้ทันและปรับตัวเข้ากับโลกได้อย่างองอาจนั่นเอง

Assumption University

Public Relations Department

Press Clipping

Date : September 26, 2011

Media Title : MBA Magazine

Page : No.56-59

ดร.กิตติ โพธิกิตติ

"การทำธุรกิจจะล้มเหลวหรือ success ไม่ได้ขึ้นอยู่กับการเรียน 100% เราไม่ได้คุยว่าถ้าคุณเข้ามาแล้วจะทำธุรกิจประสบความสำเร็จ เพราะคนเราก่อนจะยืนได้ก็ต้องมีล้ม แต่ที่นี่เราสร้างคนให้มีหลักการคิดนำไปต่อยอดทำธุรกิจ"

MBA-ABAC ตอบโจทย์ผู้ประกอบการ

หากเปรียบ *"Entrepreneur"* ก็เหมือนกับ *"Conductor"* ที่ควบคุมวงดนตรีให้เล่นไปตามจังหวะจะโคนท่วงทำนองที่ส่งต่อให้นักดนตรีแต่ละคนผสานบทเพลงและบรรเลงเพลงได้อย่างไพเราะ ผิดกันตรงที่ว่า ผู้ประกอบการเป็นพวกที่มือต้องเปื้อนดิน เปื้อนโคลนใช้ทั้งลง *"ทุน"* และลง *"แรงงาน"* แต่ผลสำเร็จอาจไม่ได้มาง่ายเพราะนอกจากปัจจัยหลักที่มาจากตัวผู้ประกอบการแล้วสถานการณ์ภายนอกเป็นเรื่องที่ยากต่อการควบคุมไม่น้อย

จะว่าไปแล้วเศรษฐกิจทุกวันนี้ร้อยละ 90 ขับเคลื่อนด้วยผู้ประกอบการทั้งนั้น ความบ้าบิ่น ความทะเยอทะยาน ความมุ่งมั่น ที่มีอยู่ในคนๆ เดียวกัน เพื่อที่ว่าเป็นบทพิสูจน์บทหนึ่งของการขึ้นแท่นผู้ประกอบการที่จะต้องก้าวข้ามอุปสรรคการทำธุรกิจและไปถึงเป้าหมายที่วาดไว้

แน่นอนว่าไม่ใช่เรื่องง่ายนักในสมัยนี้ เพราะไม่เพียงแต่ต้องมีทักษะรอบรู้ในสายธุรกิจที่ทำอยู่แล้ว ยังต้องพัฒนาสินค้าตลอดเวลาเพื่อตอบโจทย์ลูกค้าที่ความต้องการหลากหลายและเปลี่ยนแปลงทุกวัน อย่าลืมว่าวงจรสินค้า (Product life cycle) มันก็ระยะเวลาสั้นนัก

เหมือนที่ครั้งหนึ่ง *The Economist* เคยเขียนเรื่อง *"Entrepreneurs"* ไว้ว่า ผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จส่วนใหญ่คิดว่าตัวเองต้องไม่ใช่เป็นแค่คนที่คิดค้นนวัตกรรมอย่างเดียว แต่ต้องเป็นคนที่แทบจะไม่เคย *"หยุดคิด"* ช่างสรรหาสารพัดวิธีการดำเนินธุรกิจใหม่ๆ ทุกวันนี้ผู้ประกอบการที่จะสำเร็จและอยู่ตลอดรอดฝั่งได้ต้องเป็นแบบนั้นจริงๆ

Assumption University
Public Relations Department
Press Clipping

Date : September 26, 2011
Media Title : MBA Magazine
Page : No.56-59

ที่เอแบคแม้ไม่ได้มีหลักสูตรที่เฉพาะเจาะจงด้านผู้ประกอบการเพียวๆ แต่ในความเป็น MBA ของเอแบคทุกหลักสูตรไม่ว่าจะแขนงไหนก็ตาม ล้วนสอนให้ผู้เรียนคิดต่างและสามารถผันตัวออกไปสู่การเป็นผู้ประกอบการ หรือแม้ขณะเป็นลูกจ้างในหน่วยงานแนวคิด วิธีการทำงานต้องนำมาปรับใช้และทำตัวประหนึ่งเหมือนเป็นผู้ประกอบการอย่างสร้างสรรค์ให้กับองค์กรนั้นเสียเอง

"โปรแกรมต่างๆ ที่เราดีไซน์ขึ้นมาทุกตัวของมันซึมเข้าไปเอง สอนให้เขาเป็นเถ้าแก่น้อย โดยปรัชญาตัวเองเราสร้างผู้ประกอบการอยู่แล้ว ถ้านึกถึงเอแบคก็นึกถึงผู้บริหาร ผู้ประกอบการ แม้ว่าจะเรียน School of Arts มาก็ตาม ก็ต้องมีความรู้ด้านผู้ประกอบการ" **ดร.กิตติ โพธิกิตติ คณบดีบัณฑิตศึกษา** กล่าว

"สำเร็จ" หรือ *"ล้มเหลว"* จึงไม่ใช่คำตอบสำเร็จรูปของผู้เรียนหลังจบการศึกษา แต่ระหว่างทางคือร่องรอยของการเรียนรู้การทำธุรกิจต่างหากที่จะช่วยให้เข้าใจภาพการทำธุรกิจและมองเห็นทิศทางแนวโน้ม หลักสูตรเป็นส่วนเสริมให้ผู้เรียนมีทักษะและความรู้ที่พร้อมให้ต่อยอดไปสู่กระบวนการคิด วิธีการจัดการ การบริหารเงินในกระเป๋า ตลอดจนการรับมือกับความเสี่ยงและท้ายสุดแล้วความสำเร็จที่ได้รับยังต้องบริหารจัดการกับความมั่งคั่ง (Wealth management) ให้เม็ดเงินเป็นตัวต่อยอดการลงทุนในอนาคต

"ถ้าคุณจบจากที่นี่แล้วเรื่องปุ๋นและปู้ต้องมี และเรื่องการตัดสินใจ Analytical thinking คิดวิเคราะห์ไม่ใช่นั่งเทียนว่ามันต้องดีแน่ มีวิธีว่าถ้าเราต้องการเป็นแบบนี้มันต้องคิด 1 2 3 4 แม้ว่าจะข้ามขั้นไปบ้าง เราสอนเรื่องกรอบแนวคิด ชั้นเชิง กลยุทธ์ และพยายามเปลี่ยนแนวคิดของคน"

"Talent" ของคนจึงเป็นสิ่งที่โหยหาอย่างมากสำหรับเวทีการประกอบการ เพราะการผลิตผลทางการศึกษาที่ออกมาในรูปแบบแพทเทิร์นเดียวกันไม่อาจตอบโจทย์กับความต้องการของอุตสาหกรรมต่างๆ ได้ครบถ้วน ความได้เปรียบทางการแข่งขัน (Competitive Advantage) ในกลไกตลาดโลกต้องการคนที่ผันตัวเองเข้ามาเล่นในตลาดและสร้างนวัตกรรมใหม่ที่สะดุดตาและใช้ได้จริง เป็นความได้เปรียบที่สร้างความมั่งคั่งให้กับประเทศ และนั่นหมายถึงการปั้นคนให้เป็นผู้ประกอบการที่เลี้ยงตัวเองได้ หล่อเลี้ยงระบบเศรษฐกิจของประเทศให้เติบโตและแข็งแกร่ง

อย่างน้อยที่สุด การปรับตัวให้ทันกระแสที่กำลังมาในอีกไม่กี่ปีข้างหน้า (2558) ทิศทางการศึกษาของสถาบันการศึกษาจะเป็นกลุ่มอุตสาหกรรมดาวเด่นที่จะปั้นคนให้สู้กับคนนอกประเทศเพื่อต่อกรกับ *"พันธกิจ"* ที่สมาชิกทั้ง 10 ประเทศมีให้แก่กัน หลักสูตรที่ผลิตบัณฑิตได้ตอบโจทย์มากที่สุดจะเข้าไปเสริมทัพบุคลากรของประเทศให้รู้ทัน ปรับตัวเร็ว ไม่ประหวั่นต่อความท้าทายใหม่ๆ เพราะต้องไม่ลืมว่านอกจากการแข่งขันกับอุตสาหกรรมที่อยู่ในไลน์เดียวกันแล้ว ประชาคมอาเซียนกำลังเป็นรูปเป็นร่าง ต้องแข่งกับประเทศกลุ่มอาเซียน ความรู้ในการทำธุรกิจระหว่างประเทศ และความสามารถในการปรับตัวได้เร็วจะยิ่งทำให้เป็นต่อและเปิดโอกาสทางการแข่งขันได้อย่างไม่ต้องยี่หระต่อบริบทที่ทวีความยากลำบากขึ้น

Assumption University

Public Relations Department

Press Clipping

Date : September 26, 2011

Media Title : MBA Magazine

Page : No.56-59

ก็จะให้ไปเปรียบเทียบการศึกษากับการทำธุรกิจที่เน้น "กำไร" หรือไม่ก็ "ขาดทุน" ได้อย่างไรกันล่ะ ในเมื่อการศึกษาคือการศึกษา การศึกษาที่สร้างคนให้ไปสร้างชาติอีกต่อหนึ่ง หากคิดว่าการศึกษาเป็นเรื่องธุรกิจ เพราะการศึกษาไม่ใช่การทำธุรกิจที่ต้องจัดลำดับให้เป็นอุตสาหกรรมดาวรุ่ง (Growth Industry) อุตสาหกรรมที่อิ่มตัว (Mature Industry) หรืออุตสาหกรรมที่กำลังตกต่ำ (Declining Industry) เหมือนไม้ใกล้ฝั่ง แต่การศึกษาเป็น

อย่าว่าแต่วงการธุรกิจทั่วโลกที่จำเป็นต้องสร้างสรรค์นวัตกรรม ในภาคการศึกษาเองเช่นกัน การก่อเกิดกระบวนการคิดอย่างสร้างสรรค์ได้จำเป็นต้องเริ่มจากจุดนี้ หากมัวแต่ตีกรอบให้ผู้เรียนหรือไม่มีเครื่องมือช่วยทางการศึกษา ความก้าวหน้าคงไม่อาจเกิดขึ้น นวัตกรรมทางการศึกษาเป็นแรงขับเคลื่อนช่วยกระตุ้นให้ผู้เรียนตื่นตัว อยากที่จะแสวงหาองค์ความรู้ใหม่ๆ เพิ่มขึ้น มิใช่อะไร ก็เพื่อที่จะโดดตัวเองไปสร้างงาน ก้าวขึ้นแท่นผู้ประกอบการหน้าใหม่อย่างเต็มตัว

มหาวิทยาลัยอัสสัมชัญ สถาบันการศึกษาที่พร้อมเปลี่ยนแปลงตัวเองอยู่ตลอดเวลาอยู่แล้ว แต่ไม่ละเลยปณิธานเมื่อแรกก่อตั้งในฐานะเป็นสถาบันการศึกษาที่มุ่งสู่ความเป็นเลิศ เมื่อเห็นแนวโน้มทิศทางการเคลื่อนไปของโลกเช่นนี้ มีหรือที่จะหยุดนิ่งอยู่กับที่ กลับยิ่งต้องเพิ่มความเร็วและปรับเปลี่ยนให้ทันกับความก้าวหน้าให้มากขึ้น ซึ่งสะท้อนผ่านระบบการให้บริการทางการศึกษาที่มีหัวคิดล้ำหน้าไปมาก เห็นง่ายๆ หลักสูตรที่ปรับเปลี่ยนเข้ากับยุคสมัย ซึ่งมิใช่เพิ่งเกิดขึ้นหรือเพื่อ

Education Service

ไม่ใช่แค่ 1+1=2

ดร.สุนทร พิมลย์เจริญสิทธิ์

"เรื่อง Education คงไม่ใช่เป็นสินค้าที่จะแข่งขันกันเหมือนกับธุรกิจโดยเฉพาะทางด้านของราคาค่าเล่าเรียน เราต้อง maintain เรื่องคุณภาพการศึกษาการบริการ สิ่งที่จะให้นักศึกษา เราต้อง focus ในสิ่งที่เราเป็นไม่อยากให้มอง มหาวิทยาลัยเป็นเรื่องของ commercial เป็นเรื่องการแข่งขัน"

อุตสาหกรรมที่ไม่มีวันอิ่มตัวต่างหาก จริงไหม?

โลกกำลังเน้นไปที่นวัตกรรม "Most of today's innovation is not in product, but in services and software" คนเขียนที่ชื่อว่า Prof. James Brain Quinn ท่านว่าไว้อย่างนั้นในตำรา The Strategy Process เดี๋ยวนี้อะไรต่อมิอะไรต้องรังสรรค์ออกมาเป็นนวัตกรรมด้วยกันทั้งนั้น ไม่อย่างนั้นการดำเนินธุรกิจมีหรือที่จะไปตลอดรอดฝั่งได้ เพราะคู่แข่งต่างไม่นิ่งนอนใจคิดค้นสินค้าใหม่ๆ รูปแบบการให้บริการแปลกๆ ขึ้นเพียบ

Date : September 26, 2011
Media Title : MBA Magazine
Page : No.56-59

รองรับกระแสเปิดเสรีอาเซียนอย่างที่หลายหน่วยงานต่างเริ่มกระวีกระวาดจัดสัมมนาให้ความรู้กับผู้ประกอบการยุคใหม่ แต่เอแบคเตรียมคนมานานแล้ว และพร้อมเข้าสู่ระบบการค้าเสรีอย่างเต็มกำลัง

"สิ่งที่เอแบคกำลังจะมุ่งไปคือมองในระดับ Global มากขึ้น โดยเอาหลักสูตรของเราออกไปข้างนอก และไม่ใช่เป็นแค่มหาวิทยาลัยที่เรียกตัวเองว่าเป็น First International เท่านั้น แต่ต้องการเปิดตัวเองไปสู่ความเป็น Real Global University" **ดร.สุนทร พิบูลย์เจริญสิทธิ์ ผู้อำนวยการสำนักงานบัณฑิตศึกษา** บอกเล่าความเป็นเอแบคและทิศทางการให้บริการทางการศึกษา

นวัตกรรมทางการศึกษาโดยเปิดตัวเองไปสู่ภายนอก เผยแพร่องค์ความรู้ให้ขยายอาณาปริมณฑล ยิ่งตอกย้ำความเข้มแข็งด้านวิชาการให้กับมหาวิทยาลัย *"Double Degree"* ที่ผลิตองค์ความรู้จากภายในมหาวิทยาลัยเพื่อถ่ายโอนไปสู่ต่างประเทศเท่ากับการันตีว่า *"เอแบค"* กำลังสร้างตัวเองให้เป็นผู้ *"ขายความรู้"* หรือเป็นผู้ *"ผลิตองค์ความรู้"* ได้เอง

ความรู้ที่ไร้พรมแดนเดินทางสู่ประเทศเพื่อนบ้านแถบอินโดจีนเป็นเพียงแค่จุดหมายหนึ่งของการผลิตนวัตกรรมทางการศึกษาของเอแบคเท่านั้น แต่ ณ วันนี้ ขอบข่ายความรู้เลยไกลไปถึงอีกฝั่งหนึ่งของโลก Double Degree ผ่านหลักสูตรอย่างหลักสูตรบริหารธุรกิจที่เมื่อเรียนแล้ว ผู้เรียนนำไปเทียบโอนวิชาและต่อยอดเพิ่มเป็นอีก 1 ดีกรีได้จากมหาวิทยาลัยชั้นนำในต่างประเทศ เช่น London South Bank University (UK), University of the Mainz (Germany), University of Wollongong (Australia), Pepperdine University (USA) เป็นต้น สิ่งที่มหาวิทยาลัยอัสสัมชัญทำในเรื่องของ Double Degree ไม่ใช่แค่การร่วมมือกัน 1 ต่อ 1 กับมหาวิทยาลัยต่างประเทศ แต่นักศึกษาเรียน MBA แล้วสามารถเลือกที่จะไปต่อที่มหาวิทยาลัยต่างประเทศดังกล่าวข้างต้นได้ ซึ่งเป็นการตอกย้ำถึงมาตรฐานและการยอมรับของหลักสูตร MBA ของเอแบคในสายตาของมหาวิทยาลัยในต่างประเทศ และในปีนี้จะมีการเพิ่มทางเลือกของมหาวิทยาลัยในต่างประเทศให้นักศึกษามากขึ้นไปอีก ในหลักสูตร MBA Double Degree ดังนั้นสิ่งที่เราทำอยู่ไม่ใช่แค่การร่วมมือกันแบบ 1 ต่อ 1

นอกจากนวัตกรรมในส่วนของสายวิชาการโดยมีพาร์ทเนอร์ร่วมกับมหาวิทยาลัยต่างๆ หลายแห่งทั่วโลกสะท้อนให้เห็นคุณภาพทางการศึกษาและการยอมรับความเป็น International ของเอแบค การนำเทคโนโลยีมาเป็นเครื่องมือให้กับผู้เรียนเป็นอีกหนึ่งนวัตกรรมที่ให้บริการทางการศึกษาอย่างต่อเนื่อง เพราะการศึกษาอย่างเป็นระบบโดยมีเทคโนโลยีล้ำๆ จะยิ่งช่วยให้ผู้เรียนตามทันความรู้ใหม่ให้ทันสมัยอยู่ตลอด

ในทางกลับกัน ความรู้กลับเป็นสิ่งที่ล้าสมัยเร็วมาก คนที่เรียกตัวเองว่าเป็น Knowledge Worker จึงต้องเรียนรู้อยู่เสมอ โดยมีเทคโนโลยีคอยอำนวยความสะดวก เพราะความต่อเนื่องทางการศึกษานับจากนี้ไปจะกลายเป็นอุตสาหกรรมที่เติบโตมากในสังคม และการสอนแนวใหม่จะเป็นลักษณะของการนำเทคโนโลยีเข้ามาเสริมมากขึ้น

"สิ่งที่เราพยายามสร้างนอกเหนือจาก Academic เรามองในสิ่งที่จะอำนวยความสะดวก เราเอาเทคโนโลยีเข้ามาใช้ ช่วยผู้เรียนให้เรียนรู้ได้มีประสิทธิภาพมากขึ้น" นำร่องไปก่อนกับหลักสูตรบริหารธุรกิจ ผู้เรียนสามารถเข้าเรียนในชั้นเรียนและฟังเลคเชอร์สดๆ ผ่าน smart phone รวมไปถึงดาวน์โหลดเนื้อหา (content) เอาไปทบทวนที่บ้านหรือที่ไหนในโลกนี้ได้ด้วยเทคโนโลยีของทาง Apple ซึ่งได้พัฒนาเป็นแห่งแรกของประเทศไทย และในอนาคตอันใกล้นี้เอแบคกำลังจะมี E-Magazine หรือ แม้แต่ E-Textbook ให้กับนักศึกษาแบบฟรีๆ เพื่อให้นักศึกษาเข้าถึงแหล่งข้อมูลความรู้ทุกที่ทุกเวลาแบบครบวงจร

การศึกษาที่สร้างคนให้ก้าวไปเป็นผู้ประกอบการ ทักษะ องค์ความรู้ การเข้าถึงเทคโนโลยี นวัตกรรมต่างๆ ล้วนมีความจำเป็นทั้งหมดเพื่อนำมารังสรรค์ธุรกิจให้เติบโตและแข่งขันได้ในโลกที่ไร้พรมแดนเช่นทุกวันนี้ เพราะ *Our success depends on how well we exploit our most valuable assets: our knowledge, skills and creativity...they are at the heart of a modern knowledge-driven economy.* (British Government, 1998)

Assumption University
Public Relations Department
Press Clipping

Date : September 26, 2011
Media Title : MBA Magazine
Page : No.56-59

ดร.อุดม หงส์ชาติกุล

ABACA รวมพลคนเอแบค

"ผมเคยพูดและยังคงยืนยันความคิดเดิมที่ว่า ถ้าวันนั้นผมไม่เลือกที่จะเรียนเอแบค ผมไม่มีทางรู้เลยว่าวันนี้ชีวิตผมจะเป็นอย่างไร มันคงจะต่างไปจากนี้เยอะมาก"

มีเรื่องราวดั้งมากมายในชีวิตของคนเราที่จะหวนให้ระลึกถึง และหนึ่งในเรื่องดีๆ เหล่านั้นของใครหลายคนคงหนีไม่พ้นประสบการณ์ในช่วงศึกษาเล่าเรียนโดยเฉพาะอย่างยิ่งช่วงที่อยู่ในร้วมหาวิทยาลัยที่ความคิดกำลังงอกเงยและมีพลังหนุ่มสาวอย่างแรงกล้าพร้อมที่จะก้าวสู่โลกแห่งการทำงานอย่างเต็มตัว

ที่ "เอแบค" สังคมใหญ่ที่ไม่ได้มีเฉพาะแต่นักศึกษาไทยเท่านั้น ความหลากหลายของผู้เรียนที่มาจากต่างเชื้อชาติ ศาสนา ยิ่งทำให้สังคมของที่นี่แปลกและพิเศษออกไปทั้งในแง่การดำเนินชีวิตและการติดต่อสื่อสารระหว่างผู้เรียนด้วยกันเอง แต่ใครจะคิดว่าความหลากหลายนี้กลับทำให้เกิดความสมดุลและความกลมกลืนอย่างที่สุด กลายเป็นสังคมที่เอื้อให้เกิดการเรียนรู้ทั้งในด้านภาษาวัฒนธรรมการแลกเปลี่ยนความคิดเห็น

หนึ่งในศิษย์เก่าจากเอแบค ดร.อุดม หงส์ชาติกุล ซึ่งปัจจุบันนอกจากจะเป็นกรรมการผู้จัดการ บริษัท ไทย 3 บีไซแอนทิฟิค จำกัด ซึ่งเป็นบริษัทร่วมทุนกับบริษัทจากเยอรมนีแล้ว ยังดำรงตำแหน่งผู้อำนวยการสถาบันพัฒนาองค์กร (Organization Development Institute) และนายกสมาคมศิษย์เก่า มหาวิทยาลัยอัสสัมชัญ (ABACA) ลูกหม้อสถาบัน รุ่นที่มหาวิทยาลัยยังเรียกตัวเองว่าเป็นวิทยาลัยเห็นความเปลี่ยนแปลงมา

โดยตลอด ภาพลักษณ์มหาวิทยาลัยเมื่อมองผ่านสายตาคือการพัฒนาอย่างต่อเนื่องทั้งในด้านหลักสูตรการศึกษา สภาพแวดล้อมทางกายภาพ จนถึงความหลายหลายของผู้เรียนต่างชาติที่เพิ่มขึ้นด้วยกันถึง กว่า 80 ชาติเข้าไปแล้ว

เหมือนต่อจิ๊กซอว์หรือเลโก้ที่ภาพแต่ละภาพค่อยๆ ผุดขึ้นมา แต่งเติมให้ครบและสมบูรณ์แบบที่สุด โดยเฉพาะอย่างยิ่งความเป็นสถาบันการศึกษาที่ถ่ายโอนความรู้กระบวนการคิด หล่อหลอมผู้เรียนให้มุ่งไปสู่ความเป็นเลิศทางวิชาการ แต่ไม่ได้ละเลยทักษะการใช้ชีวิตในโลกสมัยใหม่ให้สอดคล้องกับบริบทที่ทวีความซับซ้อนมากขึ้นทุกที

เพราะเมื่อบริบทเปลี่ยน โลกเปลี่ยน คนเอแบคพร้อมที่เปลี่ยนตามเช่นกัน

โดยเฉพาะอย่างยิ่งยุคสมัยที่แข่งขันกันด้วยปัญญาและชูธงเรื่องความคิด

Date : September 26, 2011
Media Title : MBA Magazine
Page : No.56-59

สร้างสรรค์เป็นหลัก การบริหารจัดการความรู้ (Knowledge Management) กลายเป็นหัวจักรที่สำคัญไปแล้วสำหรับธุรกิจที่มีพลวัตในตัวของมันเอง การบ่มเพาะผู้เรียนให้กล้าแกร่งได้นอกจากให้เชี่ยวชาญด้านความรู้สายวิชาการหรือทฤษฎีที่จะนำไปประยุกต์ใช้จริงกับการทำงานแล้ว การได้ลงมือทำต่างหากที่เป็นตัวชี้วัดผลงาน

สิ่งที่ดร.อุดมได้รับจากการเรียนรู้นอกเหนือจากความรู้ด้านบริหารธุรกิจ (การตลาด) คือการได้ลงมือทำจริงเป็นอีกเรื่องที่สำคัญของการนำความรู้ไปใช้ ก็เหมือนกับสำนวนที่ว่า *"สิบปากว่าไม่เท่ามือคลำ"* การฝึกปรือวิทยายุทธ์ให้กับผู้เรียนได้สัมผัสทำธุรกิจจริงบ่มเพาะผู้เรียนให้ก้าวไปสู่การเป็นผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จโดยเริ่มต้นค้นหาความเป็นตัวตน

"Dummy Company" กิจกรรมธุรกิจฝึกให้ผู้เรียนรับผิดชอบและคิดต่อยอดทำการค้าขาย เริ่มตั้งแต่การคิดผลิตภัณฑ์ออกแบบกลยุทธ์การตลาด ช่องทางการจัดจำหน่ายขายสินค้า ตลอดจนบริหารจัดการให้เหมือนเป็นบริษัทของตนเอง ได้มีโอกาสทำงานร่วมกันเป็นทีม ภายใต้สภาวะกดดันจากการแข่งขันจริง กิจกรรมดีๆ แบบนี้ที่มีส่วนช่วยเกื้อหนุนให้เด็กเอแบครู้จักคิดและริเริ่มที่จะก้าวไปสู่การเป็นผู้ประกอบการในอนาคต

"หลายคนมีโอกาสนำความรู้ไปประยุกต์ใช้ในกิจการก็มีโอกาสสูง มีความรู้ในมุมที่เป็น Academic และชีวิตจริง อันนี้เป็นพื้นฐานมาแต่ต้นสมัยที่ผมเรียน ความรู้เฉพาะในห้องเรียนไม่พอ ก็จะมีกิจกรรมจริงที่ส่งเสริมความรู้นักศึกษาอย่าง Dummy Company งานนี้ถือเป็นส่วนหนึ่งที่สำคัญอย่างมากทีเดียวสำหรับต่อยอดการเป็นผู้ประกอบการให้กับผู้เรียน"

"ยิงปืนนัดเดียวได้นกสองตัว" เพราะนอกจากจะได้ทำธุรกิจจริงแล้ว ในกระบวนการทำงานเช่นนี้เองที่เอื้อให้เกิดบรรยากาศของการติดต่อสัมพันธ์ทั้งกับผู้เรียนด้วยกันเองและบุคคลภายนอก ความสำคัญหนึ่งที่จะขาดไม่ได้คือเรื่อง *"Networking"* มนุษย์ยุคนี้จึงต้องทำงานกันแบบพันธมิตรมีการร่วมทุนกันในลักษณะ joint-venture มากกว่าที่จะอยู่แบบตัวใครตัวมัน ตัวอย่างง่ายๆ เห็นชัดว่าเอเชียกำลังย่างเข้าสู่การเปิดเสรีการค้าอาเซียน ความร่วมมือเป็นพันธมิตรทางธุรกิจที่ต่างฝ่ายต่าง win-win ไม่ได้มองว่าใครได้เปรียบ-เสียเปรียบ และไม่ได้มองแค่ภายในประเทศอีกต่อไป แต่กำลังเปิดประตูไปสู่ระดับภูมิภาค *"เน็ตเวิร์กกิ้งเป็นเรื่องสำคัญสำหรับธุรกิจตลอดมาและจะเป็นแบบนี้ตลอดไป เช่นเดียวกับเครือข่ายของเอแบค ขณะนี้เรามีสมาชิกประมาณ 6 หมื่นคนซึ่งใหญ่มาก ศิษย์เก่าเอแบคไปอยู่ทุกวงการ สร้างชื่อเสียงและประสบความสำเร็จมากมาย"*

สิ่งที่ได้ไม่ต่างกันนักคือองค์ความรู้ในแต่ละสาขาวิชา ทักษะการบริหารจัดการชีวิตความรับผิดชอบที่เพิ่มขึ้น และที่สำคัญเครือข่ายที่ติดต่อกันระหว่างเพื่อนฟ้อง แต่สุดท้ายแล้วต่างกันก็ตรงที่เมื่อได้เรียนรู้ไปแล้วอยู่ที่ว่าจะนำไปใช้อย่างไรให้ชาญฉลาดและเหมาะสมกับการดำเนินชีวิตของแต่ละคน สิ่งนี้ต่างหากที่เป็นหัวใจสำคัญของกระบวนการเรียนรู้ทั้งหมด

"เราเชื่อมั่นในคณะผู้บริหาร คณะภราดาได้สร้างพื้นฐานการศึกษาไว้อย่างดี เราต้องการจะเป็นนักธุรกิจที่มีความสามารถในการทำธุรกิจระดับนานาชาติได้ แล้วเราก็ได้ในสิ่งที่เราคาดหวัง หลักสูตรได้ออกแบบมาอย่างดี บ่มเพาะเรา ให้ความรู้ ความคิด ท่านจะให้เรามองในหลายมุม ไม่ใช่เป็นผู้ได้รับอย่างเดียว แต่ให้มองเรื่องคุณธรรมด้วย เพื่อให้เราสามารถเข้าใจชีวิต ดำรงชีวิตเป็นประโยชน์ต่อคนอื่น คิดถึงสังคมและคนที่เขายังขาดแคลน"

Assumption University
Public Relations Department
Press Clipping

Date : September 26, 2011
Media Title : MBA Magazine
Page : No.56-59

การวางรากฐานให้กับความคิดหนึ่งสำคัญเพราะเป็นตัวต่อยอดผลของการกระทำ ความคิดที่สะท้อนผ่านศักยภาพของคนที่ได้ส่งสมมาตั้งแต่วัยเยาว์ การบ่มเพาะให้ความคิดนั้นเติบโตและงอกงามไปตามวิถีที่ควรเป็น ไม่ว่าจะผันตัวเองเป็นผู้ประกอบการมือใหม่สืบทอดกิจการครอบครัว หรือแม้แต่อยู่ใต้ร่มเงาขององค์กรก็ตาม

สำหรับ **ปพนธ์ รัตนชัยกานนท์ ผู้ช่วยกรรมการผู้จัดการใหญ่ และรองหัวหน้ากลุ่มคณะผู้บริหารด้านการพาณิชย์ บริษัท ทรู คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน)** ชัดเจนกับเส้นทางที่เลือกและได้ลองทำทั้งสองเส้นทางเพื่อค้นหาความชอบของตัวเอง ทั้งการสืบทอดกิจการครอบครัวเป็นทายาท Entrepreneur ตัวจริงในสายอุตสาหกรรมสิ่งพิมพ์ และสายงาน Professional ที่ใช้หลักการบริหารจัดการอย่างมืออาชีพ บริษัท ทรู คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) ความโชคดีจึงนับเป็นโชคสองเด้งที่เห็นมุมมองการทำธุรกิจทั้งสองด้าน ซึ่งนั่นสะท้อนให้เห็นว่า ความรู้ความสามารถที่ได้รับจากมหาวิทยาลัย

ปพนธ์ รัตนชัยกานนท์

บริหารชีวิตอย่างมีสไตล์

"สิ่งที่ผมรับทราบมาคือครรลองแห่งความคิด ความอดทนและความรับผิดชอบที่ปลูกฝังให้เราเป็น Entrepreneur ที่ดี จบออกไปเราจะเป็น Entrepreneurship หรือ Professional ทำให้ผมเริ่มคิดตั้งแต่แรก"

Assumption University
Public Relations Department
Date : September 26, 2011 Press Clipping
Media Title : MBA Magazine
Page : No.56-59

อัสสัมชัญ ไม่เพียงแต่สร้างตัวตนของเขาในอดีตให้ก้าวเป็นผู้ประกอบการที่ดีสืบต่อธุรกิจครอบครัวที่บ้านเท่านั้น แต่ ณ วันนี้ ยังสร้างเขาให้ก้าวขึ้นเป็นผู้นำองค์กร และนำหลักการที่เรียนมาบริหารงาน บริหารคนอย่างชาญฉลาด

เป้าหมายที่เลือกไว้ตั้งแต่แรกของการเป็นผู้ประกอบการ ทำธุรกิจครอบครัวเป็นเหตุผลหลักที่เลือกเรียนที่มหาวิทยาลัยอัสสัมชัญ เพราะเอแบคสร้างคนให้เป็นผู้ประกอบการและที่สำคัญองค์ความรู้ด้านบริหารธุรกิจสายการบริหารจัดการที่เรียนมานำมาปรับใช้บริหาร *"ธุรกิจ"* และ *"ชีวิต"* ได้อย่างลงตัว ทั้งความคิดอ่านและหัวก้าวหน้าของปพนธ์ พื้นฐานด้านการตลาดที่เรียนมาเป็นตัวต่อยอดให้เขาเรียนด้านบริหารจัดการ (management) เพื่อใช้บริหารงานและคนในองค์กร

"การเรียน Marketing เป็นลักษณะ creativity เป็นวิธีการที่เราสามารถนำ strategy มาใช้ implement เพื่อให้มันเกิด buzz ที่ดี แต่ management เป็นเรื่องของการ manage เพื่อที่จะทำให้เราเป็น leadership ที่ดี ตอนนั้นผมเลยเลือก management มันสร้างให้เราเป็นผู้นำ"

และเมื่อรักที่จะทำบางสิ่งและหลงไหล อารมณ์มักจะพัดพาเราเข้าไปหาสิ่งเหล่านั้น นี่จึงเป็นความท้าทายที่ผู้ประกอบการต้องพบเจออย่างเลี่ยงไม่ได้ การหล่อหลอมความรู้จากสถาบันเป็นพื้นฐานต่อยอดที่จะช่วยให้เข้าใจหลักการและใช้ศาสตร์ที่เป็นทั้ง *"ศาสตร์"* และ *"ศิลป์"* ครองงาน ครองคน

"ที่ ABAC สอนให้เรามี goal และทางที่จะเดินไปเราสามารถเดินได้หลายอย่าง ระหว่างทางที่เราขับเรือไปสู่ Iceland เราไม่ได้ขับเรือไปตรงๆ นะ คุณต้องอ้อม เส้นทางที่เดินไปไม่มีเส้นทางตรง ต้องเบี่ยงเรือไป ซ้ายบ้าง ขวาบ้างนี่คือ management ที่เรียนเลยนะ"

ในฐานะผู้นำธุรกิจสื่อสารโทรคมนาคม สิ่งที่แสวงหาคงไม่ใช่แค่ชัยชนะของการทำธุรกิจหรือการหาเงินก้อนโตเข้าองค์กรเท่านั้น แต่ยังรวมถึงการพัฒนาการสื่อสารให้เข้าสู่ชีวิตของผู้คน เกิดไลฟ์สไตล์ของคนรุ่นใหม่ที่มีเทคโนโลยีอยู่ในมือแล้วนำมาใช้ให้เกิดประโยชน์ เปิดโลกทัศน์ และเห็นความต่างทางความคิดของคนทั่วโลก สิ่งนี้คือคุณค่าของทรูที่สร้างขึ้นมาและส่งผ่านไปยังผู้บริโภคนับล้านคนในประเทศ

"ผมใช้เรื่อง management ทั้งชีวิต ตั้งแต่สมัยเรียนเราคิด Entrepreneur กับ professional ทุกวันนี้ผมเป็นสาย professional ผมได้ลองเป็น entrepreneur มาแล้ว แต่ผมมีความรู้สึกว่า สิ่งหนึ่งที่ management สอนให้ผมเห็นคุณค่าที่ผมได้ วันหนึ่งถ้าผมตายไป ถ้าผมทิ้งคุณค่านี้ไว้ในโลกนี้สักอย่างได้ ผมว่าผมเกิดมาแล้วคุ้ม"

ทฤษฎีที่เรียกว่า *"Navigation Approach"* ที่ปพนธ์บอกนั้น สื่อว่าเส้นทางที่เขาสืบเสาะเป็นเส้นทางที่เหมาะสม แต่ในระหว่างทางต้องผ่านอุปสรรคและความยากลำบากเป็นของธรรมดาควบคู่ไป ไม่ว่าจะเลือกทางสายไหน ไปซ้าย หรือ ขวา ไม่มีอะไรเป็นเส้นตรง ไม่มีอะไรถูก-ผิด และไม่มีอะไรได้มาง่ายๆ แต่หลักการดำเนินชีวิตที่ได้รับ การบริหารจัดการและวางแผนมาเป็นอย่างดีจากสถาบันการศึกษาที่จะสร้างคนให้ก้าวไปสู่การแข่งขันที่ไม่มีมิตรและศัตรูถาวร และคงไม่ต้อง *"ขลาดกลัว"* ต่อปัญหาหรือความท้าทายใหม่ๆ ที่ถาโถมสู่ชีวิตเพราะ *"ทุกอย่างมาตามครรลอง ถ้าเราไม่มีการศึกษาที่ได้รับมา ก็จะทำให้เราไม่สามารถวางแผนชีวิตเราเองได้"*

Assumption University
Public Relations Department
Press Clipping

Date : September 26, 2011
Media Title : MBA Magazine
Page : No.56-59

ปรียาภรณ์ วงศ์ศิริมานะ: 'ป้าย่า'ใจนำธุรกิจ

"พื้นฐานความรู้ของเด็กเอแบคคงไม่กระจอก ขณะเดียวกันเขาสอนจริยธรรมทุกเทอม ตรงนี้เป็นข้อดี เป็นศาสนาที่สัมพันธ์กับการศึกษามีส่วนช่วยมาก อย่างน้อยก็ได้ถูกสอน ต้องระลึกถึงได้บางส่วน เวลาประกอบการในอนาคต ก็ไม่น่าจะเป็นลบเกินไป"

คำพูดของเธอคนนี้ **ปรียาภรณ์ วงศ์ศิริมานะ** ตัวแทนศิษย์เก่าเอแบคที่สะท้อนมุมมองทางความคิดและคุณภาพทางการศึกษาของมหาวิทยาลัย และไม่ใช่เฉพาะความรู้ที่เธอได้รับจากการเรียนด้านการตลาดเท่านั้น แต่สิ่งสำคัญคือเรื่องคุณธรรมที่นำมาใช้ในการประกอบธุรกิจ

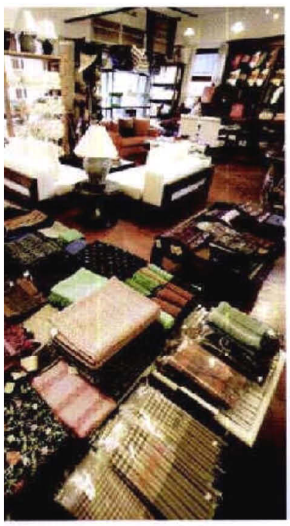
ถ้าให้พูดถึงลักษณะเด่นหรือความพิเศษของพวกที่เรียกตัวเองว่าผู้ประกอบการ คงต้องขอโค้ดคำพูดของ *Braham Zaleznik (Harvard Business School Professor)* เพราะให้ภาพชัดเจนของการทำความเข้าใจลักษณะนิสัยและความบ้าบิ่นของผู้ประกอบการ *"I think if we want to understand the entrepreneur, we should look at the juvenile delinquent"* ไม่เชื่อลองสังเกตตัวคุณเองว่ามีนิสัยเกกมะเหรกเกเร ทำอะไรนอกกรอบแหวกแนว แหกกฎเกณฑ์ แบบนี้แหละที่เรียกว่า *"อัตลักษณ์"* ของผู้ประกอบการ เพราะความคิด *"นอกกรอบ"* นี่เองที่จะทำให้คุณแตกต่าง

ใครที่ผ่านไปผ่านมาแถวเอกมัยซอย 5 มักสะดุดตากับร้านหัตถกรรมเล็กๆ ที่อยู่ติดถนน *"ป้าย่า"* หรือ *"Paya"* ชื่อร้านไทยๆ ที่ฟังแล้วแปลกหู แต่ดูอินเตอร์ ที่มาของชื่อเกิดจากกลุ่มคนทอผ้า ซึ่งเป็นชาวบ้านในกลุ่มอุตสาหกรรมทอผ้าสร้างงานหัตถกรรมชิ้นสวยออกสู่ร้านป้าย่า

"ป้าย่า" เกิดขึ้นจากความชอบของปรียาภรณ์ ลักษณะนิสัยที่ไม่ชอบงานอยู่กับที่ และความหลงใหลเส้นใยธรรมชาติ ผ้าไทยตั้งแต่เด็ก สังเกตจากเมื่อสมัยเป็นนักศึกษาเอแบคเธอมักจะถือย่ามไปมหาวิทยาลัย ภาพลักษณ์เป็นสาวเชอร์ผมหยิก หลังจบการศึกษาทำงานสายการเงินการธนาคาร เธอว่าที่นั่น

Assumption University
Public Relations Department
Press Clipping

Date : September 26, 2011
Media Title : MBA Magazine
Page : No.56-59



เป็นโรงเรียนอีกแห่งหนึ่งได้เรียนรู้เรื่องเงินๆ ทองๆ

แต่ยังไม่ใช่ตัวเธอ การมีธุรกิจของตัวเองต่างหากที่อยู่ในความคิด

"ชื่อป้าย่า ตัวอักษรภาษาอังกฤษ 4 ตัว (Paya) พูดง่ายมาก เราสังเกตตอนที่เราเปิดร้านใหม่ๆ ใครผ่านหน้าร้าน ทุกคนจะพูดคำว่า ป้าย่า น่าจะเป็นชื่อไทยง่ายๆ ให้ตรงกับร้านของไทย โดนใจแล้วกับชื่อนี้"

เมื่อคิดลงทุนทำธุรกิจและเห็นความชอบของตัวเองชัดเจนขนาดนี้แล้ว ขั้นตอนจากนี้เป็นกระบวนการที่ผู้ประกอบการทุกคนต้องฟันฝ่าให้ได้เพราะการเรียนรู้ทำธุรกิจในแต่ละอุตสาหกรรมความรู้ ความเชี่ยวชาญในเรื่องนั้นสำคัญ ต้องเข้าใจและนำความรู้ด้านบริหารธุรกิจมาประยุกต์ใช้ได้อย่างถูกจังหวะ

ความตั้งใจแรกของเธอคือเข้าไปทำตลาดต่างจังหวัดและขายให้กับชาวบ้าน แต่เมื่อธุรกิจคือธุรกิจ เรื่องกำไร ขาดทุนเป็นตรรกะที่ชัดเจนอยู่ในตัว โอกาสตลาดของคนกลุ่มนี้จึงไม่เติบโต เธอจึงตัดสินใจเบนเข็มมาตั้งร้านที่กรุงเทพฯ เรียนรู้ ศึกษาเรื่องผ้าไปพร้อมกัน

"เราเข้าไปต้องการทำเป็นธุรกิจ แต่แนวคิดแบบนี้มันได้มาจากพวกเขานี่แหละ เขาถึงยากได้รายได้ เพียงแต่เราเข้าไปแล้วเห็นปัญหาหลายๆ อย่าง อีกอย่างงานจะออกมาสวยต้องมีใจรักทำ ข้อนี้เป็นข้อจำกัดที่จะทำเยอะไม่ได้ และขัดกับความรู้สึกตัวเองที่ต้องเกณฑ์คนมานั่งทอ ขัดแย้งกับความเป็นอยู่ของชาวบ้าน ทำไปแล้วมันจะเข้าใจธุรกิจของเรา"

นี่คือจิตวิญญาณของการเป็นผู้ประกอบการตัวจริง กิจการของเธอจัดเป็น Small Business เป็นความตั้งใจแต่เริ่มแรก และเมื่อใช้ใจทำงานเช่นนี้แล้ว แนวคิดการตลาดที่สมัยนี้เรียกว่า การตลาด 3.0 นั้น เธอก้าวหน้าไปมากจริงๆ เพราะนอกจากเข้าใจความชอบของตัวเองและศึกษาอย่างถ่องแท้แล้ว เธอยังเข้าไปสัมผัส คลุกคลีกับวิถีความเป็นอยู่ของชาวบ้าน *"การตั้งโรงงานทำไม่ยาก หรอก ใครก็ทำเยอะแยะ แต่ยังเอิญแล้วไม่ได้จิตใจชีวิตของเขาด้วย"*

หรือแม้กระทั่งหลักการตลาดที่เรียนนำมาประยุกต์จับกับธุรกิจ กลยุทธ์ทางการตลาดของป้าย่าจึงไม่ได้ตั้งราคาสูง (premium price) หรือตั้งราคาตามท้องตลาด (on going price) หรือทุ่มโฆษณา เพราะด้วยความเป็น Small Business เธอใช้ลักษณะการตลาดแบบ viral marketing และตั้งราคาเท่ากันหมด (one pricing) ซึ่งกลยุทธ์นี้ใช้ได้ผลกับร้านป้าย่าและเหมาะกับบริบทของงานที่สัมพันธ์กับชาวบ้าน

"สิ่งที่พี่ทำมันเป็นงานหัตถกรรมจริงๆ แล้วตลาดคนชอบสินค้าไม่ได้กว้างขวาง เป็นตลาดกลุ่มเล็กๆ มีคนชอบอะไรที่เป็นธรรมชาติ สินค้าเราต้องทำให้ได้ดี ตั้งราคาให้เหมาะสม มีลูกค้าคนไทย ญี่ปุ่น มาซื้อ เป็นลักษณะอย่างนั้น แนะนำปากต่อปาก ตอนนี้มีฐานลูกค้าอยู่พอสมควร"

ค้นหาความชอบของตัวเองเจอแล้ว ลงมือทำได้ชัยไปกว่าครึ่งทาง *"เราทำผ้าขึ้นมาจากใจที่เราชอบขึ้นมาก่อน"* ประกอบกับจริยธรรมในวิชาชีพยิ่งเป็นสิ่งหนุนให้กิจการของเธอประสบความสำเร็จ เครื่องมือหล่อหลอมพื้นฐานความเป็นมนุษย์ที่ได้รับจากเอแบค Professional Ethics ไม่ได้หายไปไหนแต่ฝังอยู่ในจิตวิญญาณของเธอ *"เราเรียนคาทอลิก เห็นเจตนาของ บราเดอร์ ท่านเป็นกันเองมาก คิดว่าเด็กเอแบคหลายๆ คนได้พบเห็นในสภาพเดียวกัน บราเดอร์สอนจริยธรรมลงไปในหลักสูตร ก็ดีมาก ทำการค้าหรืออะไรต้องมีจริยธรรม"*