

# SENA

E-Magazine



www.senadevelopment.com ● MARCH 2011

# PRIDE'S

MAGAZINE by SENA



Vol. 1



บริษัท เสนาดีเวลลอปเม้นท์  
มี vision ที่ focus การดำเนินกิจการ  
โดยยึดหลัก 4 core values  
Key to Success

Trust Customer Centric CSR  
Knowledge Sharing-Driven

3	MORNING TALK by CEO 30ปี 30th ANNIVERSARY "SENA PRIDE"	14	STYLIST GUIDE เลือกฟอร์มิเตอร์สวยให้เข้ากับคอนดิ
6	TRUST : เข้ากัน FAMILY BUSINESS	16	SENA NEW PROJECT The Niche Condo on TV
8	FINANCIAL GURU • การลงทุนในอสังหาริมทรัพย์ • เน้นทำก่อนตัดสินใจเลือกซื้อ "คอนโด"	18	ทำไป...? ต้องทำ CSR โครงการบ้านร่วมทางฝัน
12	CUSTOMER CENTRIC บ้านในฝันของ...คนตัว	20	WELCOME to • ขวัญจาก HR • ตอบรับสมาชิกใหม่
13	SENA GUIDE เล่นพาดบน...พาดบน	22	Knowledge BOX ปรับอารมณ์คุณได้อย่างง่าย ๆ
		23	PR News ข่าวกิจการรวมบริษัท

OWNER :  
บริษัท เสนาดีเวลลอปเม้นท์ จำกัด (มหาชน)  
524 ถนนสุขุมวิท ถนนสีลมตัดกัน แขวงสามยุคใหม่ เขตปทุมวัน กรุงเทพฯ 10330  
โทรศัพท์ 02 541 4642 โทรสาร 02 938 9873  
www.senadevelopment.com โทร.1775

หมายเหตุ  
- ภาพในนิตยสารภาพถ่ายจากกิจกรรมสาธารณะ  
- ภาพถ่ายศิลปินต่างๆ อาจเป็นเพียงตัวอย่างไม่ได้นำมาเผยแพร่บนนิตยสาร  
- กรุณาอย่าเผยแพร่ภาพในนิตยสารโดยไม่ได้รับอนุญาต

เสนา ครบรอบ 30 ปี ซึ่งทุกคนคงทราบดี ปีนี้เราจึงถือโอกาสดีนี้  
ปรับปรุงเปลี่ยนแปลง และถือเป็นจุดเริ่มต้นของการผลักดันให้แบรนด์  
เสนา แข็งแกร่งและมั่นคงขึ้น และคงไม่ช้าเกินไปที่จะเล่าถึงสิ่งที่เสนา  
กำลังขับเคลื่อนให้แบรนด์เสนา เป็นที่รู้จักกับ 4 Core Values to Success  
ที่เราได้วางเป็นกลยุทธ์ในการสร้างแบรนด์ที่มาจากการศึกษาองค์รวมกัน

คือต้องบอกถึงที่ผ่านมาที่ผ่านมา เราขาดการสร้าง Brand Awareness  
กับแบรนด์เสนาในหมู่นักธุรกิจ เราขายในโซนที่เราขายอยู่บ่อยๆ เพราะ  
ปกติคนซื้อบ้านก็จะซื้อใน Location เดิมๆ ของตัวเอง อย่างเช่นเดิมอยู่  
บ้านแถวไหน พอซื้อบ้านใหม่ก็ซื้อบ้านอยู่แถวๆ เดิม ที่ผ่านมามีการทำ  
โครงการใหญ่ ที่เริ่มที่เรารู้จัก เราทำเองขายได้ แต่มีข้าราชการสร้าง  
Brand Awareness ในหมู่คนที่กว้างขึ้น ถึงถ้าเราจะขายงานเยอะต้อง  
ไปใน Location ที่เราอาจจะมีไม่ได้อยู่ เราจำเป็นต้องสร้าง Brand  
Positioning สร้าง Brand Awareness ให้มากขึ้น และเรารู้สึกว่า การ  
จะสร้าง Brand Awareness นั้น จะสร้างโดยที่มันมีความเป็นไปได้  
มันเหมือนเราจะไปสร้างความรู้สึกว่ามันน่าเชื่อถือ เราต้องมีความน่าเชื่อ  
ที่มันจับต้องได้จริงๆ เราสร้าง Brand Awareness มาบ้างแล้ว  
แต่คิดว่าจะขอ Size บริษัท ขอ Product บริษัทที่ทีพอสมควร และขอ  
เมื่อขาดตลาดให้เรียบร้อยก่อน จะทำให้ดูดีที่จะทำให้น่าเชื่อถือ เพราะเรา  
มีของที่ทำให้น่าเชื่อถือจริงๆ

อันดับแรกคือ Trust ความน่าเชื่อถือ เราเข้าตลาดหลักทรัพย์แล้ว  
และทำธุรกิจมา 30 ปี เราไม่เคยมีประวัติในแง่เสีย ซึ่งใครก็สามารถ  
ทำให้เราสร้างความน่าเชื่อถือได้

นอกจากความดีคิดว่าความน่าเชื่อถือเป็นสิ่งสำคัญสำหรับบริษัท  
แล้ว ต้องมีการเอาลูกค้าเป็นตัวตั้งคือ Customer Centric การทำ  
Consumer Centric คือการไปหาข้อมูลมาให้ได้ว่าลูกค้าชอบอะไร  
แม้ถ้าไม่หาตรงนั้น แต่บางครั้งสิ่งที่ลูกค้ายังไม่เคยเจอ โดยตรงอย่าง  
คนที่ซื้อบ้านครั้งแรก ไม่เคยมีบ้าน เขาไม่หุ้หรือกว่าอะไรเป็นสิ่งที่ดี เหมือน  
เราให้เด็กไปเลือกของ ก็จะเลือกในสิ่งที่เราคิดว่าเหมาะสม

ดังนั้นการทำ Customer Centric ซึ่งไม่ได้หมายความว่า ถ้า  
เขาชอบอะไรก็ทำอันนั้น แต่เราคิดเมื่อให้เขาว่าสิ่งที่เขาจะชอบ มันน่า  
จะเป็นอย่างนี้ๆ นะ ตอนแรกเขาอาจจะไม่ได้ Appreciate ตอนเริ่มต้นซื้อ  
ก็ได้ เพราะเขายังไม่รู้ แต่เราเชื่อว่าประสบการณ์ของเรา ที่รู้ๆ ครองนี้  
สำคัญมาก เมื่อเขามาอยู่กับเราอาจจะเห็น ลูกน้องกับลูกค้าของเขา  
ไม่คิดเงินตามนั้น เรามองว่า "ไม่ได้" ความจริงลูกค้าที่ไม่เคยอยู่ก่อน  
อาจจะไม่เห็นภาพ แต่เราลองจะรู้ตัวเราทำให้ดี

การทำธุรกิจต้อง Give & Take ถ้ามีโอกาสเราจะไม่ให้ความรู้  
เกี่ยวกับอุตสาหกรรมหรือสิ่งหรือทรัพย์สิน เพราะเราเป็นอุตสาหกรรมที่มี  
ผลดีธุรกิจ เศรษฐกิจสูง เราคิดว่ากันว่าเราทำอะไรแล้วแต่ทำให้คน  
เข้าใจอุตสาหกรรมเราได้ดีขึ้นในที่สุดก็ Turn Back กลับมาหาเราเอง  
คนเข้าใจมากขึ้นก็ Participate อยู่ในอุตสาหกรรมได้ดียิ่งขึ้น ก็ Turn Out  
กลับมาเป็นสิ่งที่ดีคือคนในอุตสาหกรรม

ส่วน Knowledge Sharing ในแง่ที่ว่า เราเป็นองค์กรที่มีมานาน  
สั่งสมประสบการณ์ด้านอสังหาริมทรัพย์ 30 ปี ในทุกโครงการที่เราทำ  
เราใช้องค์ความรู้ที่สั่งสมมา ทั้งยังมีคนเข้ามาจากในแวดวงที่เข้ามา  
องค์กรอย่างต่อเนื่อง และมีการแชร์แบ่งปันความรู้ให้กับวงการเสมอๆ  
ด้วยความที่เราเป็นอาจารย์สอนด้วยเราก็จะได้รับเชิญเป็นวิทยากรที่นั่น  
ที่นี้ เราก็เริ่มใจที่จะบอกเล่าแบ่งปันประสบการณ์หรือความรู้

และสุดท้ายที่เสนาทำ CSR สำหรับเราไม่จำเป็นต้องทำอะไรมากกว่า  
การนำเงินไปใช้เพื่อการกุศล CSR คือการไปวิ่งไปในการทำงาน และการ  
คิดถึง Partners ทุกคน ซึ่งคิดว่าคนนั้นคือหัวใจที่หนักในการทำอะไรก็ตาม  
ซึ่งคิดว่าเราทำอยู่แล้ว เพียงแต่การให้เงินนั้นเป็นสิ่งจำเป็นซึ่งต้องได้ขึ้นมา  
ภายใต้ความธรรมะอื่นๆ

กิจการอื่นว่า เรายังคงโดยสิ่งที่เราทำนั้นก็ยึดตามกลยุทธ์  
4 Core Values Key to Success นั่นคือการบอกกันว่าเราดำเนินธุรกิจ  
อย่างไรจึงจะจริงใจ และวางเป้าหมายการเติบโตในหลายองค์ประกอบไป 54

# 30 ปีของเสนา

## ไม่مانเลยกับการสร้างความไว้วางใจ

เราไม่ได้จากบริษัทของเรา คุณพอ  
สนใจบ้างไหมครับในธุรกิจของเรา  
เรียนรู้อะไรบ้างครับ

เรื่องแรกคือ การจัดการของเสนา  
คือคุณต้องไป เข้าไปเยี่ยมเป็นงาน ทำให้  
เราผ่านวิกฤตเศรษฐกิจได้มา 5-6 ครั้ง  
มาในหลายปีที่ผ่านมา ในว่าสองปีหรือสาม  
สี่ปีแล้ว ก็ความของเสนา ไม่สนใจ  
อะไรแล้ว ก็ความของเสนาเป็นงาน  
วันนี้เราฟังจนแล้วขอเรียนกับเสนา  
ว่าเสนาแล้วครับ

แล้วที่เสนาที่ดูงานของเราน่าสนใจ  
คือคุณพอสนใจว่า การขายกับ  
ให้ขายกับในโรงงานที่เสนา ต้องดู  
เขาต้องไปอยู่ ที่งานที่เสนาอยู่ด้วย เพราะ  
เขาอยู่กับเรา ลูกหลานเขาอยู่กับ  
ครอบครัว ของเราน่าสนใจ คุณมีบ้าง  
แล้วว่ามีบ้างที่เสนาทำในเสนา มีบ้าง  
ที่ดูที่เสนาที่เสนา? คือว่าเสนาที่เสนา  
คือต้องไปอยู่ 30 ปี

“เราผ่านวิกฤตเศรษฐกิจใหญ่ๆ  
5-6 ครั้งมาได้ ไม่เคยเสียเครดิต”

เรื่องราวของเสนายังคงดำเนินต่อไปภายใต้การบริหารงานของ  
ดร.เกษรา ธัญลักษณ์ภาคย์ ที่วันนี้กลยุทธ์การบริหารที่เปลี่ยนไป  
และอยากจะทำบอกให้ทุกคนเข้าใจ นี่คือส่วนหนึ่งของบทสัมภาษณ์  
ในคอลัมน์พิเศษนิตยสาร GM Biz ฉบับเดือนมีนาคม ซึ่งสามารถ  
ติดตามฉบับเต็มได้ค่ะ



### GM Biz : Position ของ “เสนา” เป็นอย่างไร

**ดร.เกษรา:** คือต้องบอกถึงที่ผ่านมาว่าเราขาดการ  
สร้าง Brand Awareness กับแบรนด์เสนา ในคนหมู่มาก  
กว้าง เราขายในโซนที่เราอยู่บ่อยๆ เพราะปกติคือ  
บ้าน ก็จะมีชื่อใน Location เดิมๆ ของตัวเอง อย่างเช่น  
เดิมอยู่บ้านแถวไหน พอซื้อบ้านใหม่ก็ซื้อบ้านอยู่แถวๆ  
เดิม จากที่ผ่านมาเราทำโครงการใกล้ๆ ที่เดิมที่เราทำ  
มา เราก็เลยขยายได้ แต่ก็ยังขาดการสร้าง Brand  
Awareness ในหมู่คนที่กว้างขึ้น ยิ่งถ้าเราจะขยายงาน  
เยอะต้องไปใน Location ที่เราอาจจะยังไม่เคยไป เรา  
จำเป็นต้องสร้าง Brand Positioning สร้าง Brand  
Awareness ให้มากขึ้น และเรารู้สึกว่าเราจะสร้าง  
Brand Awareness นั้นจะสร้างโดยที่ไม่มีตัวคนไม่ได้  
มันเหมือนเราจะไปสร้างความรู้สึกว่าเป็นเราเอง เรา  
ต้องมีความน่าเชื่อถือกับคนที่ต้องได้ด้วยจริงๆ เราสร้าง  
Brand Awareness มาบ้างแล้ว แต่คิดว่าจะรอ Size  
บริษัท รอ Product บริษัทที่ตีพอสมควร และรอเข้า  
ตลาดให้เรียบร้อยแล้ว จะทำให้คนที่ต้องได้ที่น่าเชื่อถือ  
เพราะเราเองที่ทำได้ที่น่าเชื่อถือจริงๆ

ซึ่งถ้าถามว่า จุดที่เราจะสร้าง ณ ตรงนี้คือบริษัท  
เราเป็นบริษัท Size ขนาดกลาง ณ ปัจจุบัน และเรามี  
คำว่า Medium is Beautiful คือความสวยงามของที่อยู่  
ตรงกลาง คือจริงๆ แล้วมีคนบอกว่ายู่ตรงกลางไม่ได้  
เล็กก็จะมีจุดที่ลด Cost ของ Overhead ได้ ใหญ่ก็มีจุดที่  
ในแง่ว่ามี Economy of Scale แต่ที่เราว่าเราทำอยู่  
ตรงกลาง แล้วมันเป็นคนสวยงามคืออะไร อสังหาริมทรัพย์  
ถ้าจะทำได้ดีคือ Detail ต้องทำอะไรที่ Represent  
ตัวของเราได้ สร้างโครงการที่ไม่ใหญ่เกินไปนัก และมี  
ผลิตภัณฑ์ที่น่าเชื่อถือด้วย ซึ่งตรงนี้เป็นบริษัทขนาดกลาง  
อย่างเราทำได้ดี

**อันดับแรกคือความน่าเชื่อถือ** เราเข้าตลาดหลักทรัพย์  
แล้ว และทำธุรกิจนี้มา 30 ปี เราไม่เคยมีประวัติในแง่  
การไม่ส่งมอบบ้าน ซึ่งตรงนี้ก็ทำให้เราสร้างความน่าเชื่อถือได้  
ขณะที่เราจะต้องใส่ใจในรายละเอียด ทำโครงการหนึ่ง  
จะใส่ใจในรายละเอียด และเราจะทำโครงการไม่ใหญ่มาก  
เพราะเราทำการสำรวจมาได้ข้อมูลว่า ผู้บริโภคจะไม่ชอบ  
โครงการที่อยู่ติดกัน จะชอบโครงการเล็ก 200-300 หน่วย  
ก็พอ มันรู้สึกว่ามี Mass ข้างในไป บริษัทเราทำโครงการ  
ไม่ใหญ่จนเกินไป ไม่ใช่เป็นเรื่องของเงินหรืออะไร แต่  
เป็นความตั้งใจที่เราจะทำโครงการที่ไม่ใหญ่มาก ใน  
ขั้นของทุกด้านจะได้ Represent คนเป็นตัวแทนและ  
ความเป็นเจ้าของสูง และในแง่ของบริษัทที่ไม่เสียหน้าด้วย  
ซึ่งตรงนี้เป็นเรื่องของบริษัท Size กลาง เพราะถ้าเป็นบริษัท  
ใหญ่ทำโครงการเล็กก็จะไม่คุ้ม และบริษัทใหญ่มากการ

จะใส่ใจรายละเอียดอย่างวิธีที่เล็กกว่าจะทำให้  
เราดูว่าเราอยู่ในฐานะที่ทำได้ ขณะเดียวกันถ้าเป็นบริษัทเล็ก  
ซึ่งสร้างรายละเอียดได้เยอะ แต่เขาก็จะไม่มีความน่าเชื่อถือ  
ในแง่การเข้าตลาด ดังนั้นเราคิดว่าบริษัทที่ชื่อกลาง  
ก็มีข้อดีและเป็นสิ่งที่  
เราแสดงถึงความความเป็นเราในปัจจุบัน และขณะเดียวกัน  
เรามีหลักการการทำธุรกิจที่ค่อนข้างชัดเจน

นอกจากความคิดที่ว่าความน่าเชื่อถือเป็นสิ่งสำคัญ  
สำหรับบริษัทแล้ว ต้องมีการเอาลูกค้าเป็นตัวเอง หรือ  
Customer Centric การทำธุรกิจคือ Give & Take  
ถ้ามีโอกาส เราจะทำไปให้ความรู้เกี่ยวกับอุตสาหกรรม  
อสังหาริมทรัพย์ เนื่องจากว่าเป็นอุตสาหกรรมที่มีผลต่อธุรกิจ  
เศรษฐกิจสูง

เราคิดว่าสิ่งที่เราทำอะไรแล้วแต่ ที่ทำให้คนเข้าใจ  
อุตสาหกรรมเราได้ดีที่สุดในที่สุดก็จะ Turn Back กลับมา  
หาเราเอง คนเข้าใจมากขึ้น Participate อยู่ในอุตสาหกรรม  
ได้ดียิ่งขึ้น Turn Out กลับมาเป็นสิ่งที่ต้องคนในอุตสาหกรรม

“สำหรับเสนา เรายังมีคำว่า Medium is Beautiful  
คือความสวยงามของผู้ที่อยู่ตรงกลาง”

**อีกเรื่องคือ การตอบแทนคืนต่อสังคม** บริษัทเรา  
ให้ความสำคัญกับการตอบแทนคืนต่อสังคม  
เมื่อเรามองถึงจุดหนึ่ง เราเสมอว่าเราจะมีส่วนหนึ่ง  
ตอบแทนให้กับสังคมบ้าง อย่างเสนา เรามีโครงการหนึ่ง  
ชื่อ “โครงการบ้านร่วมทางฝัน” เป็นโครงการที่ไม่เอากำไร  
เข้ากระเป๋าตัวเองเลย กำไรที่ได้จากโครงการจะนำไป  
บริจาคทั้งหมดให้โรงพยาบาล เราทำมาเป็นโครงการที่ 2  
แล้ว โครงการแรกเราทำให้กับโรงพยาบาลศิริราชมอบไปแล้ว  
แล้ว 40 ล้านบาท โครงการ 2 เรามอบให้กับโรงพยาบาล  
ตำรวจที่เรามอบให้ไปแล้ว 30 ล้านบาทและ 26 ล้านบาท  
มอบให้อีก 10 ล้านบาทรวมเป็น 40 ล้านบาท ซึ่งเป็นการ  
ทั้งหมดที่เราได้จากการทำงานบ้านร่วมทางฝันมอบ  
บริจาคให้กับโรงพยาบาลดังกล่าว แล้วแต่เขาจะเอาไปจัดการ  
เราใช้คำว่า “เป็นเวลาส่วนเหลือเพื่อสังคม” เราบอก  
เราไม่ได้ให้เงินนะ แต่เราให้เวลาให้แรงให้ Management  
จนเป็นโครงการ และเมื่อได้กำไรมาก็มอบให้

### GM Biz: แผนการตลาดในปีนี้เป็นอย่างไรครับ

**ดร.เกษรา:** เราจะเน้นการสร้างภาพลักษณ์ให้มากขึ้น  
ที่สิ่งที่จะทำในเรื่องที่เราเป็นอยู่มาเป็น Communication  
ที่ดี เดือนมีนาคมนี้ครบรอบ 30 ปีของบริษัท ก็จะมีแผนบุญ  
อยู่ที่ 1 ปี อย่างมีแรงต้องจ่ายแสดงให้เห็นว่าจ่ายให้ไทย  
ติดตามความคืบหน้าของโครงการได้อย่างต่อเนื่อง  
กับเสนา 30 ปี...คือความภูมิใจครับ



# เข้าถึง FAMILY BUSINESS

ดร.พรทนะ นุชชวีญ ผู้อำนวยการหลักสูตร Global MBA ที่พูดถึงเรื่องธุรกิจครอบครัว Family Business ไว้อย่างน่าสนใจ เพราะธุรกิจภายในครอบครัวถือเป็นธุรกิจพื้นฐานที่สามารถพัฒนาได้อย่างต่อเนื่อง เพราะผู้ที่เข้ามาจับทอดธุรกิจก็คือคนที่อยู่ในครอบครัวเดียวกัน และในปัจจุบันนี้ธุรกิจครอบครัวก็มีอัตราการเติบโตที่สูงขึ้น ก้าวหน้าขึ้นจนเป็นธุรกิจที่ใหญ่โต เป็นที่รู้จักและมีผลต่อเศรษฐกิจในยุคปัจจุบัน

ธุรกิจครอบครัว ถือว่าเป็นตัวจักรสำคัญตัวหนึ่งในเศรษฐกิจโลกยุคปัจจุบัน ธุรกิจครอบครัวคิดเป็น 80-90% ของนักธุรกิจทั้งหมดในโลกเสรี

รศ.ดร.จิระ ฐิติวัฒน์ อธิการบดีมหาวิทยาลัยหอการค้าไทย ได้กล่าวถึงวิวัฒนาการของธุรกิจครอบครัวไว้ว่า วิวัฒนาการดังกล่าวแบ่งออกเป็น สามช่วงอายุ กล่าวคือ ช่วงที่หนึ่งเป็น **ช่วงของผู้ก่อตั้ง** (Founder) ช่วงที่สองคือ **ช่วงของพี่น้อง** (Sibling Partnership) หรือรุ่นลูกที่มาสืบทอดธุรกิจและขยายกิจการ และช่วงสุดท้ายเป็นช่วงที่เรียกว่า **สหพันธเครือญาติ** (Cousins' Confederation) หรือที่เราเรียกกันว่ารุ่นหลาน

ความท้าทายของธุรกิจครอบครัว (Family Business Dilemma) ในยุคของการแข่งขันไร้พรมแดนที่รุนแรงมากขึ้น หลายธุรกิจช่วงต่างๆ ต่อมักต้อง ผู้ก่อตั้งอาจต้องเน้นธุรกิจเป็นหลัก (Business Performance) เพื่อให้ธุรกิจของครอบครัวไม่ระส่ำระสายไปเรื่อยๆ ปล่อยให้กิจการอยู่ๆ มาช่วยงานในธุรกิจของครอบครัว เรื่องงานต่างๆ ในองค์กรเน้นกิจการขององค์กรมากกว่ากิจการของครอบครัว

แต่เมื่อเวลาเปลี่ยนไป มาสู่รุ่นที่สอง ธุรกิจเข้าที่เข้าทางใหญ่โตขึ้น มั่นคั่งขึ้น ลูกๆ ได้รับการศึกษาอย่างเต็มความรู้ความสามารถ

ของแต่ละบุคคล อาจช่วยงานที่บ้านหรือที่ทำงานข้างนอก จนเมื่อประสบความสำเร็จแล้วค่อยกลับมาช่วยงานที่บ้านภายหลัง เริ่มมีผู้บริหารมืออาชีพที่ไม่ใช่สมาชิกครอบครัวเข้ามาในองค์กร หรือนำระบบบริหารจัดการยุคใหม่มาปรับใช้

ช่วงนี้อาจจะเน้นธุรกิจเป็นหลัก (Business performance) แล้ว ยังต้องเน้นเรื่องความสัมพันธ์ในครอบครัว (Family Harmony) ด้วย

ท้ายสุดคือรุ่นที่สาม เรื่องความรักความสามัคคีปรองดองหรือความสัมพันธ์ในครอบครัว คงเป็นเรื่องต้นๆ ในการพิจารณา เนื่องจากหลานแต่ละคนจะรู้จักกันน้อยลง อาจมีหน้าที่การงานเป็นของตนเอง มีความรู้สูงจากต่างประเทศออกจากนี้ บางธุรกิจครอบครัวอาจเข้าตลาดหุ้นเป็นบริษัทมหาชน มีผู้บริหารที่ไม่ใช่คนในครอบครัวมากขึ้น มีการรวมการอิสระ ภาพรวมเป็นเจ้าของคนเดียวมีน้อยลง กลายเป็นผู้ถือหุ้น เรื่องเงินเรื่องทองต้องชัดเจนขึ้น มีหน่วยงานข้างนอกเข้ามาดูแล เช่น ก.ส.ท. เป็นต้น จึงต้องมีหน้าที่เน้นหนักเพิ่มเติมเข้ามาอีก เรื่องหนึ่งนอกจากที่ต้องเน้นธุรกิจ ในเรื่องความสัมพันธ์ในครอบครัวแล้วจึงต้องเน้นผู้ถือหุ้น (Share holders wealth) เป็นหลักเพิ่มเติมอีกด้วย มาถึงจุดนี้เองก็ต้องเน้นถึงขนาดใหญ่มากพอสมควรที่จะสามารถให้รางวัลบรรดูลูกหลานมาร่วมกัน

ผู้ทำกิจการ	ช่วงที่ 1 ผู้ก่อตั้ง (Founder)	ช่วงที่ 2 รุ่นพี่ของพี่น้อง (Sibling Partnership)	ช่วงที่ 3 สหพันธเครือญาติ (Cousins' Confederation)
อายุธุรกิจ	0-5 ปี	10-20 ปี	20-30 ปี
อายุของพ่อแม่	25-35 ปี	40-50 ปี	55-70 ปี
อายุของลูก	0-10 ปี	15-25 ปี	30-45 ปี
ลักษณะของธุรกิจ	โตเร็ว	รุ่นพี่หลากหลาย ธุรกิจเริ่มเข้าที่	ต้องปรับกลยุทธ์และทุนใหม่
ลักษณะขององค์กร	เล็กแต่คล่องตัว	ใหญ่และซับซ้อน	เริ่มคงที่
แรงจูงใจของเจ้าของ	ทำให้ธุรกิจประสบความสำเร็จ	ต้องการการควบคุมและมั่นคง	หาธุรกิจใหม่เพื่อเติบโต
การใช้จ่ายเงินของครอบครัว	ต้องการเพิ่ม	ต้องการความมั่นคงและค่าใช้จ่าย	ด้านสาธารณกุศล
เป้าหมายของครอบครัว	ธุรกิจจะประสบความสำเร็จ	การเติบโตของธุรกิจ ครอบครัวสามัคคีกัน	พัฒนาสู่รุ่นลูก
การตัดสินใจ	ตัดสินใจผู้เดียว	ตัดสินใจร่วมกับพี่น้อง	ตัดสินใจแบบเสียงข้างมาก
การบริหารดำเนินกิจการ	นำระบบการบริหาร	เน้นจิตสรวรวิทยาการ	การลงทุน
อย่างไรให้อยู่รอด	แบบมืออาชีพเข้ามาใช้	ใช้กลยุทธ์เจริญเติบโต	สร้างความสัมพันธ์กับผู้อื่น
กลยุทธ์ธุรกิจ		ปรับกลยุทธ์ใหม่	สร้างวัฒนธรรมองค์กร การสืบทอดผู้บริหาร ประเมินการลงทุน สร้างความสัมพันธ์กับผู้อื่น





# การลงทุนในอสังหาริมทรัพย์ ตอนที่ 1

## "การลงทุนมีความเสี่ยง ผู้ลงทุนควรศึกษาข้อมูล ก่อนการตัดสินใจลงทุน"

เป็นประโยคสุดฮิตที่ใครหลายคนเคยได้ยิน และก็นำเป็นประโยคที่ทำให้ใครหลายคนเกิดความลังเล เพราะในตอนแรกสมองเรามักจะแปลคำเตือนนี้เป็นความกลัว ซึ่งในความเป็นจริงแล้วไม่จำเป็น การลงทุนในธุรกิจประเภทใดๆ ก็ย่อมมีความเสี่ยงด้วยกันทั้งนั้นเพื่อแต่ว่ามากหรือน้อยแตกต่างกันไป

ในกรณีของธุรกิจการลงทุนในอสังหาริมทรัพย์ ถึงแม้ว่าจะเป็นธุรกิจการลงทุนทางเลือกหนึ่งที่มีความเสี่ยงไม่สูงมากนักก็ตาม แต่เราไม่ควรจะประมาท และควรระวังแผนการให้ผลตอบแทนก่อนการตัดสินใจลงทุน

ผมจึงอยากจะฝาก 5 ข้อคิดในการลงทุนไว้ดังต่อไปนี้

### ข้อคิดที่ 1:

#### ควรเลือกลงทุนในทำเลที่มีศักยภาพ

**ทำเล** ก็เปรียบเหมือนกับหัวใจของการลงทุน ในธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ ซึ่งควรจะเลือกทำเลที่มีความเจริญ และสะดวกในการเดินทางเข้าถึงแหล่งคมนาคมหลัก เช่น รถไฟฟ้า, ทางด่วน, สนามบิน เป็นต้น

### ข้อคิดที่ 2:

#### ควรเลือกลงทุนในอสังหาริมทรัพย์ที่ให้ผลตอบแทนสูง

เพราะว่าการลงทุนในธุรกิจอสังหาริมทรัพย์แต่ละประเภทย่อมให้ผลตอบแทนในการลงทุน (ROI) ที่แตกต่างกัน จึงควรที่จะเลือกจากการเปรียบเทียบข้อมูลการลงทุนในแต่ละประเภทให้ดีกว่าการตัดสินใจด้วย เช่น การเลือกระหว่างการลงทุนซื้อคอนโดมิเนียมหรือห้องชุด เพื่อให้เข้ากับการลงทุนซื้อบ้านเพื่อให้เช่า ซึ่งอยู่ในทำเลเดียวกัน ผลตอบแทนที่ได้ย่อมแตกต่างกัน เป็นต้น

### ข้อคิดที่ 3:

#### ควรเลือกลงทุนให้เหมาะสมกับเงินทุนที่มีอยู่

เริ่มต้นจากการลงทุนน้อยๆ โดยอาจจะเริ่มต้นจากการลงทุนซื้อห้องชุดหรือบ้านให้เช่าก่อน และเมื่อเริ่มมีเงินทุนที่มากขึ้นค่อยขยายการลงทุนไปสร้าง อพาร์ทเมนต์ให้เช่า คือค่อยๆ ลงทุนจากเล็กไปหาใหญ่ ไม่ลงทุนทำอะไรงั้นเกินตัว เพราะอาจจะขาดทุนจากการลงทุนได้

### ข้อคิดที่ 4:

#### ควรเลือกลงทุนซื้ออสังหาริมทรัพย์ที่มีต้นทุนต่ำ

เพราะการลงทุนเลือกซื้ออสังหาริมทรัพย์ที่มีต้นทุนต่ำที่สุดนั้นย่อมหมายถึง ผลตอบแทนที่สูง ที่จะกลับมาอย่างองกเงย ที่จะตามมาไม่ช้า ซึ่งการลงทุนอาจจะเป็นการลงทุนซื้อห้องชุดหรือบ้านมือสองที่ราคาไม่แพง หรือจะเป็นอสังหาริมทรัพย์ที่ขายทอดตลาดจากกรมบังคับคดี เป็นต้น

### ข้อคิดที่ 5:

#### ควรพิจารณาสัดส่วนการลงทุน และวงเงินของการกู้ยืมให้พอเหมาะ

เพราะโดยเฉลี่ยของการลงทุน เช่น การลงซื้อห้องชุดหรือบ้าน เพื่อให้เช่า สูตรสำเร็จของวงเงินในการลงทุน และวงเงินของการกู้ยืมจะอยู่ที่อัตราส่วน 20 : 80

แต่ถ้าเป็นการลงทุนเพื่อสร้างอพาร์ทเมนต์ เพื่อให้เช่าจะมีอัตราส่วนอยู่ที่ 40 : 60 ซึ่งไม่ว่าคุณจะคิดในการเลือกลงทุนในอสังหาริมทรัพย์ประเภทใดก็ตาม คุณจะต้องมีความสามารถในการชำระหนี้ หรือค่างวดในแต่ละเดือนได้

ดังนั้นคุณจึงควรที่จะคำนวณรายได้สุทธิต่อเดือนของคุณให้ดี เพราะถ้าคุณคำนวณผิดพลาด แทนที่การลงทุนของคุณจะก่อให้เกิดรายได้ให้คุณอย่างงดงาม จะกลับกลายเป็นการก่อกวนหนี้สินอย่างมากมายจากการลงทุนให้คุณแทน

สุดท้ายผมแค่เป็นอดีตรักก่อนจะคว่ำ ผมยังคงมีอีกหลายประเด็นเกี่ยวกับข้อมูลในการลงทุนในอสังหาริมทรัพย์ ซึ่งผมจะนำมาพูดคุยกันอีกในตอนต่อไป

# แนะนำก่อนตัดสินใจเลือกซื้อ "คอนโด" ตอนที่ 1

"ต้นตำรับ ออกจากบ้านพักโรงแรม"

รกรกติด น่านับถือแพง

กว่าจะถึงที่ทำงานก็เข้าป่าไปแปดเก้าโมง"

น่าจะเป็นประโยคความในใจ ที่สะท้อนภาพชีวิตของคนทำงานในเมือง ที่บ้านอยู่ไกลที่ทำงานได้อย่างชัดเจน ... "คอนโดไอเดีย" จึงเป็นทางเลือกที่น่าสนใจสำหรับชีวิตปัจจุบันในการตัดสินใจซื้อคอนโดใกล้ที่ทำงาน

แต่...ในการเลือกซื้อคอนโดเนียม หรือห้องชุด ทั้งในกรณีที่ต้องการซื้อไว้เพื่อการพักอาศัยเอง หรือการลงทุนที่ซื้อไว้เพื่อสร้างกำไรจากการปล่อยเช่าหรือแม้แต่การซื้อไว้เพื่อขายในอนาคต โดยยึดครองกรรมสิทธิ์ไว้ในช่วงระยะเวลาสั้นๆ แล้วจึงขายเพื่อทำกำไรก็ตาม

ซึ่งในปัจจุบันมีคอนโดเนียมโครงการต่างๆ เกิดขึ้นอย่างมากมายให้พิจารณาเลือกซื้อกันอย่างจุใจ โครงการคอนโดต่างๆ สามารถแบ่งออกได้อย่างชัดเจนเป็น 2 ประเภท คือ

1. **คอนโดเนียมที่สร้างเสร็จแล้ว** หลังจากซื้อแล้วสามารถย้ายเข้าอยู่ได้เลย
2. **คอนโดเนียมที่ยังสร้างไม่เสร็จ** ต้องรอรเวลาก่อสร้าง

ผลมีข้อแนะนำเบื้องต้นในการพิจารณาเลือกซื้อคอนโดมิเนียมแต่ละโครงการดังนี้

## 1. ทำเลที่ตั้งของโครงการ

ทำเลที่ตั้งของโครงการอยู่ในทำเลที่มีความสะดวกขยายใกล้ที่ทำงาน และแหล่งชุมชนที่มีความเจริญ ใกล้แนวรถไฟฟ้า หรือสถานีรถไฟฯ ซึ่งถึงแม้ว่าจะต้องจ่ายเงินซื้อแพงกว่า แต่ก็คุ้มกับเวลา และค่าใช้จ่ายที่เสียไปในการเดินทางที่เพิ่มสูงขึ้นตลอดเวลา

## 2. ราคาต่อตารางเมตร

ควรนำตัวเลขเมตรไปไว้เพื่อวัดขนาดของพื้นที่ห้อง เพื่อที่จะได้ทราบขนาดพื้นที่ว่าตรงกับความต้องการที่โครงการประกาศไว้หรือไม่ และยังมีขนาดเท่าการคำนวณราคาต่อตารางเมตรได้อีกด้วย

ซึ่งโครงการจะรับราคาต่างกันที่ความสูง คือ ชั้นยิ่งสูงราคายิ่งแพง โดยเฉพาะโครงการที่ใช้วิธี หรือสภาพแวดล้อมเป็นจุดขาย เช่น วิวของแม่น้ำเจ้าพระยา เป็นต้น

## 3. ราคาของห้องชุดไม่แพงเกินกำลังการผ่อนชำระกับสถาบันการเงิน

ควรประเมินจากรายได้ของตัวเอง และของครอบครัว ก่อนนำมาทำลิสต์ข้อข้อข้อได้ในราคาทำไหว และมีความสามารถในการผ่อนชำระได้เดือนละเท่าไร ซึ่งการประเมินกำลังซื้อและการตัดสินใจเลือกซื้อคอนโดเนียมได้ หรือสามารถประเมินเบื้องต้นได้ด้วยตัวเอง โดยการไปศึกษาคู่มือคอนโดเนียมที่ให้บริการอยู่ในเว็บไซต์

## 4. ค่าใช้จ่ายส่วนกลางของคอนโดเนียม

ค่าใช้จ่ายส่วนกลางมีการจัดเก็บเป็นรายเดือน ส่วนจำนวนเงินค่าใช้จ่ายส่วนกลางจะต้องจ่ายมากกว่าหรือน้อยนั้น จะคิดจากพื้นที่ตารางเมตรของห้องชุด นั่นหมายความว่า เจ้าของห้องชุดขนาดใหญ่หลายห้องนอน จะต้องจ่ายมากกว่าเจ้าของห้องชุดแบบห้องเดี่ยว

ค่าใช้จ่ายส่วนกลางเป็นเงินที่เจ้าของห้อง ทุกห้องจะต้องชำระให้กับนิติบุคคลอาคารชุด เพื่อที่จะนำเงินเหล่านี้ไปใช้จ่ายในการบริหารจัดการและบริการในส่วนต่างๆ ที่เป็นส่วนกลาง เช่น เงินเดือนยาม ค่าไฟที่ทางเดิน, ลิฟท์ และค่าบำรุงรักษาซ่อมแซมต่างๆ ซึ่งเป็นหน้าที่ตามกฎหมายของเจ้าของห้องชุดทุกห้อง ไม่ว่าจะดูแลเช่าอยู่หรือไม่ก็ตาม เมื่อซื้อแล้วทำการโอนกรรมสิทธิ์ห้องชุดแล้วก็ต้องมีหน้าที่จ่ายเดือนถัดออกทุกห้อง

## 5. ระบบสาธารณูปโภค

ระบบน้ำ ระบบไฟ เป็น อย่างไร หากเกิดไฟดับ มีระบบใหญ่เดินเพื่อพร้อมหรือไม่ ควรสอบถามมีการติดตั้งเครื่องตรวจจับ (Smoke detector) หัวฉีดน้ำ (sprinkler) ในตัวอาคารและห้อง บันไดหนีไฟมีขนาดได้มาตรฐานหรือไม่ นอกจากนี้ควรตรวจสอบดูว่าลิฟท์โดยสาร มีเพียงเพียงกี่ จำนวนคนที่กดอยู่หรือมีเวลาการเปิด-ปิดลิฟท์เป็นอย่างไร



## 6. ระบบรักษาความปลอดภัย

การรักษาความปลอดภัยที่ดีหรือไม่ มีจำนวนเจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัยหรือ ปรก.ที่เพียงพอ และสามารถดูแลได้ทั่วถึงตลอด 24 ชม.หรือไม่ เพราะการรักษาความปลอดภัยไม่ใช่แค่ ปรก. บังหน้าแต่หน้าคอนโดยางเดียว การเดินตรวจตราโดยรอบ และเดินขับเคียวด้วย

นอกจากนี้จะต้องมีกล้องวงจรปิดติดตั้งตามจุดสำคัญ เช่น ทางเข้าออก โถง ในตัวลิฟท์ เป็นต้น

## 7. ที่จอดรถ

ควรตรวจสอบดูว่าพื้นที่ที่จอดรถของคอนโดเนียมนั้นๆ ว่างมีเพียงพอกับจำนวนของห้องชุดทั้งหมดหรือไม่ เพราะกฎหมายไม่ได้บังคับให้สร้างที่จอดรถเท่ากับจำนวนของห้องชุด การอดจะต้องใช้หลักมาก่อนจองก่อนไม่มีที่จอดรถส่วนตัว แรกๆ อาจไม่มีปัญหาเพราะคนอยู่ไม่เต็ม แต่อยู่กันเต็มแล้ว การจองวันที่จอดรถย่อมไม่เพียงพออย่างแน่นอน บางทีต้องเอาเปรียบของคนมากกว่า 1 คันเสียอีก ต้องมาแย่งที่จอดรถกันภายหลัง

นี่เป็นเพียงข้อแนะนำ และข้อมูลเบื้องต้นเพียงบางส่วน ของการเลือกซื้อคอนโดเนียมหรือห้องชุด ที่จะช่วยให้การตัดสินใจต้องมากยิ่งขึ้น จะได้นับเสียใจภายหลัง ซึ่งหนวังว่าข้อแนะนำดังกล่าวจะเป็นประโยชน์ต่อท่านผู้อ่านบ้างไม่มากนักก็ยังมีหวังและยินดีในประเด็นอื่นๆ อีก คงต้องรออ่านกันในตอนหน้าแล้วละครับ



# เลือกเฟอร์นิเจอร์สวยให้เข้ากับคนโต

## Trend Design

**Trend Design** ของ Condo นอกจากทฤษฎีความถี่รูปแบบหรือ Style ในมูสอออกแบบแล้ว ยังหมายถึง Form Design พื้นที่ ซึ่งต้องอยู่อย่างจำกัดที่สละพื้นที่ใช้สอยได้อย่างลงตัวและสบายเหมือน **"บ้าน"**

ข้อแรกก่อนจะตัดสินใจที่จะซื้อคอนโด นอกเหนือจากการพิจารณาในเรื่องของทำเล ราคา สภาพแวดล้อม ฯลฯ สิ่งที่สำคัญคือ เราต้องคำนึงถึงรูปแบบการ**จัดวาง Plan** ของห้องเป็นหลัก เนื่องจากการออกแบบ Plan ของแต่ละโครงการนั้นความสำคัญในและส่วนแตกต่างกัน ซึ่งบางโครงการเน้นไปที่การแยก Function อย่างชัดเจน แยก Zoning ในการใช้งาน ซึ่งต่างกับบางโครงการ เน้นออกแบบให้มีความยืดหยุ่น บางโครงการก็ไม่เน้น Function แต่เน้นวิวและบรรยากาศเป็นจุดขาย ซึ่งก็อย่าตัดสินใจคร่าวคิดถึง **"พฤติกรรมการใช้สอยหรือการใช้งานของเราเอง"**

เมื่อเราผ่านการคิดในข้อแรกแล้ว ต่อมาเราควรคำนึงถึงการตกแต่งและเลือก Furniture อย่างไรให้กับพื้นที่ซึ่งมีอยู่ ให้ยืดหยุ่นและเหมาะสมกับการใช้งานครับ

1. **Space พื้นที่ใช้สอย** โดยมากเรามักจะจัดวาง Furniture โดยนำ Plan มาเพื่อดูขนาดของห้องกว้าง x ยาว (2 มิติ) แต่จริง แล้วยังมีอีกเรื่องนามคือ ความสูงถือเป็นอีก 1 Layer ที่เราสามารถจัดวางได้ เช่น พื้นที่เหนือชั้นวาง TV หรือเหนือโต๊ะทำงาน สามารถเสริมชั้นแขวนหรือชั้นวางของสำหรับเก็บอุปกรณ์เพื่อเพิ่ม Function เก็บของให้เป็นระเบียบได้อีกด้วย หรือตู้เสื้อผ้าอาจใช้รูปแบบ Built-in เพื่อเพิ่มช่องเก็บของเหนือตู้เสื้อผ้า เพื่อสามารถใช้พื้นที่ให้เกิดประโยชน์สูงสุด และช่วยลดปัญหาเรื่องพื้นที่อยู่หลังตู้ด้วยครับ

2. **Furniture** สามารถเลือกรูปแบบที่มีคุณสมบัติ Multi Function หรือมีความยืดหยุ่นในการใช้งาน เช่น เตียงบางรุ่นที่มีการออกแบบให้มีลิ้นชักในการเก็บของหรือผ้าปูที่นอน โดยมีที่รุ่นที่มีลิ้นชักด้านหน้าหรือด้านข้าง เพื่อให้เข้ากับห้องของคุณว่ามีพื้นที่ด้านใด สามารถเปิดลิ้นชักออกมาได้ (ต้องดู Plan รวมของห้องบนประกอบ)



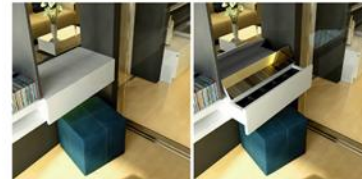
"การเพิ่มพื้นที่รับที่นอนของโซฟาไว้ในมูสอแบบที่โฟลด์อินจึงใช้งานได้หลากหลาย"

"พื้นที่ว่างที่เคยถูกซ่อนไว้กับโซฟาแบบใหม่"



**โซฟา** บางรุ่นทำหน้าที่ยื่นแขก และยังสามารถปรับเป็นชุดพักนอนได้ เช่น โซฟาเบด ที่ปรับหนักดีและโซฟาบางรุ่นยังถูก Design ให้มีช่องใส่หนังสือด้านข้างหรือมีช่องเก็บของด้านล่างที่นั้ง แต่ควรเช็คความแข็งแรงของโครงที่รองรับให้สัมพันธ์กับน้ำหนักของเราด้วย ไม่ถึงขั้นซัดอาจเปิดไม่ได้ครับ

**ชั้นเก็บของ** หรือตู้คิดผนังแบบ Built-in อาจออกแบบให้สามารถติดหน้าบานออกมา แล้วใช้งานเป็นที่โต๊ะเครื่องแป้งได้ และเวลาที่เลิกใช้งานก็สามารถพับเก็บเข้าที่ไป เพื่อประหยัดเนื้อที่ห้อง



"พื้นที่ที่จำกัด ไม่ดีถ้าใช้ทำห้องนั่งเล่นถูกจำกัดไปด้วยเลย"

3. **ฉากกั้นห้องนอนแบบ Slide** เป็นรูปแบบ Design ที่มีความยืดหยุ่นสูงในการใช้พื้นที่ เนื่องจากในเวลากลางวันเราสามารถเลื่อน Slide เก็บเพื่อสามารถรับแสงสว่างและการระบายอากาศภายนอกได้ ส่วนเวลากลางคืนสามารถ Pull ปิด เพื่อแยกให้ห้องนอนเป็นสัดส่วน และช่วยช่วยประหยัดแอร์ ประหยัดพลังงานอีกด้วยครับ

4. **ราวแขวนผ้าแบบพับเก็บ** บริเวณระเบียง ในพื้นที่ห้องขนาดเล็กลงมากระเบื้องจะเป็นส่วนพื้นที่ที่เล็กที่สุด (ลองสังเกตดูครีบลีกรกว่าห้องน้ำอีก) ราวแขวนผ้า แบบพับเก็บได้ ก็เป็นอีกรูปแบบหนึ่งที่น่าสนใจ เนื่องจากในขณะที่ไม่ได้ตากผ้า เราสามารถพับเก็บเข้าข้างผนังได้ ทำให้สามารถเหลือพื้นที่ในการใช้งาน และช่วยรักษาทัศนียภาพของภาพรวมโครงการให้ดูสวยงามด้วยครับ



"มูสอแบบที่สละงบลดขนาดตู้เสื้อผ้าไปใช้งานที่สละงบไปใช้พื้นที่ที่จำกัดได้คุ้มค่ายิ่งขึ้น"

ตามทฤษฎีที่กล่าวมาข้างนี้ หากเราเลือกรูปแบบ Furniture รูปแบบการตกแต่งห้อง รวมถึงจำนวนชิ้นควรให้เหมาะสมกับการใช้งานของเรา และลักษณะห้อง เพื่อให้ดูสบาย style **"Less is more."** เพราะหากใส่ Furniture มากเกินไปหรือไม่เหมาะสมกับการใช้งาน จะเสียพื้นที่ในการใช้สอย แล้วยังไม่เกิดประโยชน์อีกด้วยครับ

**สุดท้ายก่อนจะวางแผนในการตกแต่งอะไรควรคำนึงถึงงบประมาณที่มีอยู่ เพื่อเฉลี่ยลงแต่ละส่วนได้อย่างเหมาะสม อย่าลืมครับ ...**



"การใช้งานเนื้อที่เหนือโต๊ะและตู้เสื้อผ้าที่จับคู่กัน"



"นอกจากเนื้อที่บนผนังแล้ว ยังนิยประโยชน์ในการทำให้พื้นที่ความยืดหยุ่นขึ้นด้วย"





# ทำไม..? ต้องทำ CSR โครงการบ้านร่วมทางฝัน

ก่อนอื่น...ถ้าผมพูดถึงคำว่า **"บรรษัทภิบาล"** คุณผู้อ่านคงจะไม่ค่อยจะชินหูชินตากับคำนี้สักเท่าไรหรอกใช่ไหมครับ? แต่ถ้าเปลี่ยนจากคำว่า **"บรรษัทภิบาล"** มาเป็นคำว่า **"CSR"** ถ้าเป็นคำนี้ คงจะเป็นคำที่คุ้นหูกันหลายๆ ท่านคงจะรู้จักคำนี้กันดีอยู่แล้ว ซึ่งผมจะตีความหมายและที่มาของคำศัพท์ 2 คำนี้

- "CSR"** เป็นคำย่อของภาษาอังกฤษที่มาจากคำเต็มว่า Corporate Social Responsibility
- "Corporate"** หมายถึง องค์การธุรกิจหรือกิจการที่ดำเนินงานไปเพื่อหาผลกำไร
- "Social"** หมายถึง กลุ่มคนที่มีความสัมพันธ์กันหรือมีวิถีร่วมกันโดยธรรมชาติหรือโดยเจตนา ซึ่งรวมถึงสิ่งมีชีวิตอื่นๆ และสิ่งแวดล้อม
- "Responsibility"** หมายถึง การยอมรับทั้งผลดี และผลที่ไม่ดีในกิจการที่ได้ทำลงไปหรือที่อยู่ในความดูแลของกิจการนั้นๆ ตลอดจนการรับภาระหรือเป็นธุระในการดำเนินการป้องกันและปรับปรุงแก้ไขผลที่ไม่ดี รวมถึงการสร้างสรรค์และบำรุงรักษาผลที่ดี ซึ่งจะมีผลส่งกระทบไปถึงผู้มีส่วนได้ส่วนเสียกลุ่มต่างๆ ด้วย

ซึ่งถ้าเป็นคำในภาษาไทยของเราก็คือคำว่า **"บรรษัทภิบาล"** ที่มาจากคำว่า **"บรรษัท"** + คำว่า **"ภิ"** ที่แปลว่า ทั้งหมด ออกไป โดยรวม + กับคำว่า **"บาล"** ที่แปลว่า การปกครอง การรักษา ดังนั้นความหมายของคำว่า **"บรรษัทภิบาล"** หมายถึง การดูแลรักษาไม่เฉพาะในส่วนที่เป็นกิจการ แต่ยังมีแผ่ขยายกว้างออกไปครอบคลุมในส่วนที่เป็นผู้มีส่วนได้เสียทั้งหมดที่อยู่โดยรอบกิจการ ด้วยเจตนาของคุณธรรม และการดำเนินถึงผู้มีส่วนได้เสียทั้งในและนอกกิจการอย่างเท่าเทียมกัน ในอันที่จะทำให้อยู่ร่วมกันในสังคมได้อย่างเป็นปกติสุข

ในช่วงระยะเวลา 2-3 ปีที่ผ่านมา ได้เกิดกระแสการตื่นตัวในเรื่องของการทำ CSR ซึ่งนับวันจะยิ่งได้รับความนิยมและขยายวงกว้างมากขึ้นเรื่อยๆ **โครงการบ้านร่วมทางฝัน** ถือเป็นตัวอย่างของแนวความคิดใหม่ ในการสร้างสรรค์บ้านที่มีคุณภาพควบคู่ไปกับการทำประโยชน์เพื่อสังคมไทยให้เข้มแข็งขึ้น ซึ่งการพยายามทำเพื่อสังคมของพวกเราคุณนั้นย่อมเป็นการลงทุนที่ไม่ให้มีสูญเปล่า และผลกำไรตอบแทนที่คืนกลับมา อาจมิใช่เพียงการยอมรับนับถือจากสังคมเท่านั้น แต่เป็นการสร้างคุณภาพชีวิตที่เท่าเทียมกัน และก่อให้เกิดสังคมที่อบอุ่นขึ้น จุดเริ่มต้นโครงการนี้เกิดจากประสบการณ์ตรงของ **คุณธีรวัฒน์ มีอุทัยกัญญาณี** ที่ได้สังเกตเห็นความต้องการของโรงพยาบาลรัฐซึ่งขาดแคลนงบประมาณ ในการพัฒนาด้านการรักษาพยาบาลให้กับผู้ป่วย ซึ่งจะเห็นได้ว่าจำนวนผู้ป่วยที่เข้ารับการรักษาที่โรงพยาบาลของรัฐนั้น มีจำนวนสูงขึ้นทุกปี ซึ่งเป็นภาระหนักยิ่งหนักหน่วยงานของ



โรงพยาบาล และบุคลากรในการให้บริการผู้ป่วยอย่างทั่วถึง แต่ยังมีอุปสรรคและข้อจำกัด ในการให้บริการของโรงพยาบาลอีกหลายประการ ด้วยปัญหาด้านขาดแคลนงบประมาณสนับสนุนอย่างเพียงพอ ซึ่งส่งผลให้การให้บริการของโรงพยาบาลรัฐมีค่าเช่าค่าไม่ทันต่อความต้องการของผู้ป่วย สำหรับเงินสนับสนุนที่มอบให้กับโรงพยาบาลรัฐนั้น มีแนวโน้มให้เกิดประโยชน์สูงสุดต่อประชาชนที่มาเข้ารับการรักษา โดยจัดสรรไปใช้ในการจัดซื้ออุปกรณ์ และเครื่องมือทางการแพทย์ ตลอดจนพัฒนากระบวนการให้บริการของโรงพยาบาล ให้ดี รวดเร็ว และสามารถรองรับความต้องการอันหลากหลายของผู้ป่วยของโรงพยาบาลต่อไป และเป็นการทำ CSR ที่เป็นแนวทางใหม่ที่ประสบความสำเร็จอย่างดีในโครงการแรก ซึ่งรายได้หลังจากหักค่าใช้จ่าย บริษัtleoเลือกที่จะมอบให้กับ**โรงพยาบาลศิริราช** โดยมียอดเงินรวมทั้งสิ้น 40.05 ล้านบาท ไปแล้ว และ **บ้านร่วมทางฝัน โครงการที่ 2** ได้มอบผลกำไรจาก การดำเนินงานให้กับ **โรงพยาบาลสุราษฎร์** ไปแล้วจำนวน 30 ล้านบาทเมื่อวันที่ 4 ก.ย. 53 ที่ผ่านมา และจะทำการมอบอีกครั้งในวันที่ 26 มี.ค. นี้จะมอบอีก 10 ล้านบาท

ซึ่งยังมีแผนที่จะเดินหน้า**โครงการบ้านร่วมทางฝัน โครงการ 3** ที่ได้เห็นผลบุญที่มอบเงินให้กับ**โรงพยาบาลรามอินทรี** ไปแล้ว โดยขณะนี้กำลังอยู่ในระหว่างการเตรียมการทำโครงการอยู่

**บริษัท เสนาดีเวลลอปเม้นท์ จำกัด(มหาชน)** ถือเป็นอีกหนึ่งองค์กรของภาคเอกชน ที่ได้ผลักดันโครงการบ้านร่วมทางฝัน ให้เป็นโครงการเพื่อสาธารณประโยชน์ โดยมีแนวความคิดเดียวกันคือ **บ้านเราต่างดีเพื่อเพื่อนสังคม** ซึ่งเกิดจากปณิธานของกลุ่มผู้บริหาร

นี่เป็นเพียงแต่ตัวอย่างหนึ่งเรื่องราวของการทำ CSR อย่างมีคุณค่า ที่เริ่มมาจากใจ เพื่อคืนกำไรสู่สังคมของบริษัท เสนาดีเวลลอปเม้นท์ จำกัด (มหาชน) ซึ่งทำให้เห็นภาพตามสโลแกนใหม่ของบริษัท คือ **"เสนา คือ ความภาคภูมิใจ"** โดยอาศัยเจตนา ซึ่งผมจะเล่าเรื่องราวดีๆ ที่น่าสนใจและเป็นประโยชน์ให้กับท่านผู้อ่านอีก เกี่ยวกับเรื่องของ CSR ในตอนต่อไป ...



Morning Talk

เป็นที่กิจกรรมที่พนักงานมีโอกาสได้พบปะพูดคุยกันอย่างไม่เป็นทางการ โดยฝ่ายทรัพยากรบุคคลเป็นผู้ดำเนินกิจกรรม หัวข้อในปี 54 เริ่มตั้งแต่ต้นเดือน ก.พ.54 คือการพูดถึงความภาคภูมิใจในตนเอง จะเป็นเรื่องส่วนตัว เรื่องงาน หรืออื่นๆ ที่เสริมการเปิดโอกาสให้แต่ละแผนก/ฝ่าย ที่ต้องการฝากข่าวประชาสัมพันธ์ที่สามารถฝากข่าวแจ้งให้พนักงานทราบได้ทันที

พื้นที่จัดกิจกรรมส่วนมากเป็นบริเวณห้องโถงด้านล่างสำนักงานใหญ่ คัดตามกิจกรรมดัง นี้ได้ ทุกวันจันทร์ เวลา 8.30- 9.00 น. โดยประมาณ

สัมมนาประจำปี

เป็นที่กิจกรรมภายในให้จัดขึ้นปีละครั้ง วัตถุประสงค์เพื่อสร้างความสามัคคีกันในองค์กร และยังมีโอกาสแบ่งปันเวลาเพื่อสิ่งมหัศจรรย์ชีวิต ทำนุบำรุงศาสนา และมีกิจกรรมพัฒนาทีม งานนี้ที่สนุกสนานและได้ความรู้อีกด้วย ในในช่วงพิธีการผู้บริหารบริษัทโดย คร.เกษรา แลงงนโยบายประจำปี ทิศทางการดำเนินงานของบริษัท กิจกรรมดังกล่าวจัดที่ ทิวาดี รีสอร์ท จ.พระจันทร์



โครงการเล่าสู่กันฟัง

เป็นที่กิจกรรมหนึ่งใน Knowledge Sharing จัดโดยฝ่ายทรัพยากรบุคคล เพื่อสร้างเสริมทัศนคติ ความคิดและแรงบันดาลใจ เริ่มจากการอ่านผ่านหนังสือเล่ม 2 เดือน โดยจัดกลุ่มพนักงานออกเป็นคู่และประมาณ 10 คน ใช้เวลาประมาณ 2 เดือน ในเวลาช่วงพักกลางวันด้วยการรับประทานอาหารร่วมกัน และเลือกหัวข้อเสวนาที่น่าสนใจในหนังสือแต่ละบท อ่านและสรุปให้กันเพื่อนฟังและ Share ความคิดเห็นของแต่ละคนออกมาในมุมมองแตกต่างกันเช่นว่า  
- เริ่มครั้งแรก เมื่อวันที่ 17 ก.พ. 54  
- เริ่มครั้งที่ 2 เมื่อวันที่ 28 ก.พ. 54



อบรม "ทักษะบริหารหัวหน้างานยุคใหม่"

เสนาจัดอบรมหลักสูตรเพื่อการบริหารงาน โดยวิทยากร ดร.ศรินทร์ จารุกติศัพท์ เพื่อให้ความรู้ความเข้าใจในหลักการบริหารคนและบริหารงาน แก่บุคลากรระดับหัวหน้างานและผู้จัดการขึ้นไป เมื่อวันที่ 24-25 ก.พ. 54 เวลา 09.00-16.00 น. ณ ห้องประชุมชั้น 6 สำนักงานใหญ่ ของงานนี้มีผู้บริหารเก่งๆ เพิ่มขึ้นและเผยแพร่นำความรู้ที่ได้พัฒนาองค์กรต่อไป



ต้อนรับสมาชิกใหม่

 อเวศ วงษ์ (นาง) ฝ่ายงานการตลาด	 พิชญ์ ดิเรก (นาง) ผู้จัดการฝ่าย	 พิชญ์ ดิเรก (นาง) ผู้จัดการฝ่าย	 พิชญ์ ดิเรก (นาง) ผู้จัดการฝ่าย	 พิชญ์ ดิเรก (นาง) ผู้จัดการฝ่าย	 พิชญ์ ดิเรก (นาง) ผู้จัดการฝ่าย
 พิชญ์ ดิเรก (นาง) ผู้จัดการฝ่าย	 พิชญ์ ดิเรก (นาง) ผู้จัดการฝ่าย	 พิชญ์ ดิเรก (นาง) ผู้จัดการฝ่าย	 พิชญ์ ดิเรก (นาง) ผู้จัดการฝ่าย	 พิชญ์ ดิเรก (นาง) ผู้จัดการฝ่าย	 พิชญ์ ดิเรก (นาง) ผู้จัดการฝ่าย
 พิชญ์ ดิเรก (นาง) ผู้จัดการฝ่าย	 พิชญ์ ดิเรก (นาง) ผู้จัดการฝ่าย	 พิชญ์ ดิเรก (นาง) ผู้จัดการฝ่าย	 พิชญ์ ดิเรก (นาง) ผู้จัดการฝ่าย	 พิชญ์ ดิเรก (นาง) ผู้จัดการฝ่าย	 พิชญ์ ดิเรก (นาง) ผู้จัดการฝ่าย
 พิชญ์ ดิเรก (นาง) ผู้จัดการฝ่าย	 พิชญ์ ดิเรก (นาง) ผู้จัดการฝ่าย	 พิชญ์ ดิเรก (นาง) ผู้จัดการฝ่าย	 พิชญ์ ดิเรก (นาง) ผู้จัดการฝ่าย	 พิชญ์ ดิเรก (นาง) ผู้จัดการฝ่าย	 พิชญ์ ดิเรก (นาง) ผู้จัดการฝ่าย
 พิชญ์ ดิเรก (นาง) ผู้จัดการฝ่าย	 พิชญ์ ดิเรก (นาง) ผู้จัดการฝ่าย	 พิชญ์ ดิเรก (นาง) ผู้จัดการฝ่าย	 พิชญ์ ดิเรก (นาง) ผู้จัดการฝ่าย	 พิชญ์ ดิเรก (นาง) ผู้จัดการฝ่าย	 พิชญ์ ดิเรก (นาง) ผู้จัดการฝ่าย
 พิชญ์ ดิเรก (นาง) ผู้จัดการฝ่าย	 พิชญ์ ดิเรก (นาง) ผู้จัดการฝ่าย	 พิชญ์ ดิเรก (นาง) ผู้จัดการฝ่าย	 พิชญ์ ดิเรก (นาง) ผู้จัดการฝ่าย	 พิชญ์ ดิเรก (นาง) ผู้จัดการฝ่าย	 พิชญ์ ดิเรก (นาง) ผู้จัดการฝ่าย
 พิชญ์ ดิเรก (นาง) ผู้จัดการฝ่าย	 พิชญ์ ดิเรก (นาง) ผู้จัดการฝ่าย	 พิชญ์ ดิเรก (นาง) ผู้จัดการฝ่าย	 พิชญ์ ดิเรก (นาง) ผู้จัดการฝ่าย	 พิชญ์ ดิเรก (นาง) ผู้จัดการฝ่าย	 พิชญ์ ดิเรก (นาง) ผู้จัดการฝ่าย



## ปรับอารมณ์บูตอย่างง่ายใน 5 นาที

ในเวลาที่ต้องเผชิญเรื่องน่าเบื่อหรือต้องแก้ไขข้อผิดพลาดต่างๆ อาจทำให้หลายอารมณ์ไม่ดีขึ้นได้ง่ายๆ แต่จะคิดว่าหากจะมีวิธีรับมือกับอารมณ์นั้นให้หายไ้จากชีวิตเร็วๆ ซึ่งในวันนี้เรามีข้อมูลในการรับมือกับอารมณ์นั้นๆ มาฝากกันค่ะ ...

ลองด้วยเทคนิคง่ายๆ ก่อนเลยนะคะ คุณลองนั่งเขียนบันทึก เพราะการเขียนจะทำให้คุณอารมณ์คล่องในสมองได้อารมณ์ หรือบนมือส่วนหัวของคุณเป็นอีกหนึ่งวิธีระบายความโกรธที่ดีทีเดียว ที่สำคัญมันสามารถช่วยได้โดยไม่ต้องรบกวนเพื่อนญาติ ให้มากรังรังของคุณอีกด้วย

เคล็ดลับข้อต่อไป ให้คุณลองคิดถึงจากภายนอกนะค่ะ หรือเรื่องราวประทับใจเหตุการณ์ในชีวิตอารมณ์ไม่ดี หรือจะฟังเพลงที่ชอบก็ได้ อาจจะช่วยให้ทางนี้ค่ะ

หรือถ้ายังไม่ดีขึ้น ให้ลองเข้าหาธรรมชาติ อาจจะออกไปสูดลม ชมต้นไม้ ปลูกต้นไม้ ดอกไม้ หรือออกไปเดินหากแดดอุ่นๆ เดินชมแสงจันทร์ หรือหมู่ดาวยามค่ำคืนหรือแม้กระทั่งเขยิบตัวไปขีดหน้าต่างที่เปิดตัวออกมาภายนอกก็ยังได้ อารมณ์ดีจะช่วยให้อึดใจสงบ และผ่อนคลายลงจนทำให้คลายอารมณ์ได้ในะ

อีกวิธีหนึ่งที่จะช่วยให้ คุณลองหันมาดูแลตัวเองและหันมาหัว หัวใจรัก 1 นาที จากนั้นค่อยๆ ยกตัวขึ้นขึ้นมา จะรู้สึกว่าการอารมณ์ดีขึ้น เป็นเพราะร่างกายได้เบียดบีบ ความตึงเครียดตามอวัยวะต่างๆ จะหายไป ทำให้อารมณ์สดใสขึ้นได้

หรือถ้าคุณมักจะอยู่ในบ้าน ก็ให้ลองแบ่งภาพที่ให้ความรู้สึกดี ๆ ไว้บนประตูตู้เย็น อาจจะเป็ภาพถ่ายประทับใจของครอบครัวก็ได้ อาจช่วยให้เราระลึกได้ถึงช่วงเวลาดี ๆ เพื่อให้ความรู้สึกดี เหล่านี้เข้ามาช่วยอารมณ์ของคุณ ออกไปได้อีกต่อไป ให้คุณวางแผนสัปดาห์ก่อน เหนื่อยนักก็พักผ่อนบ้าง ว่างปฏิบัติงานเฉพาะๆ ว่างแน่นอนก็รีบไปเที่ยวกับครอบครัว และหากมีปฏิทิน ก็วันวันด้วยปากกาสีสันสดใส ให้ตัวดี เวลาเดินผ่านจะได้มีถึงช่วงวันหยุดที่กำลังจะมาถึง จิตใจจะได้ผ่อนคลาย

นอกจากนี้ ให้ลองเอื้อเฟื้อเผื่อแผ่คนรอบข้าง ทำให้คนอื่นขำๆ โดยไม่หวังผลตอบแทน เช่น นำหนังสือนิทานดีๆ มาแบ่งปันให้เด็กๆ ในซอยพ่ หรืออาจจะซื้อกาแฟอร่อยๆ มาฝากเพื่อนบ้านหรือเพื่อนร่วมงาน หรือลุกดูข่าวเมื่อเจ้าคุณหน้าปากซอยก็เดินนะ แต่หากหากลองทำเจตคติดีตามที่กล่าวมาแล้วมันไม่มีรู้สึกดีขึ้น ในทางพุทธศาสนาก็มีแนวทางปฏิบัติที่ช่วยให้ ๓๑-ละ-เลิก ความยึดมั่นถือมั่น ต้นเหตุของการเกิดอารมณ์ไม่ดี ช่วยขยับสติกสันหันมาด้วยการทำสมาธิ กำหนดจิตไว้กับลมหายใจ ปล่อยวางอดีต-อนาคต สิ่งภายนอก อยู่กับความรู้สึก พอใจในสิ่งที่มี เข้าใจในอารมณ์ และรู้ว่าการมีนี่ไม่ใช่ของเรา สุดท้ายจะช่วยให้ปล่อยวาง และทำให้จิตใจสบายขึ้นได้ค่ะ

ขอขอบคุณข้อมูลจาก : สำนักบริการวิชาการ มหาวิทยาลัยบูรพา



### ก้าวสู่ปีที่ 30 "เสนา คือความภูมิใจ"

คุณธีรวัฒน์ อัญญาเกษมรักษ์ ประธานกรรมการบริหาร (ตรงกลาง) และ ดร.เกษรา อัญญาเกษมรักษ์ กรรมการและกรรมการบริหาร พร้อมคณะผู้บริหาร บริษัท เสนา ดีเวลอปเม้นท์ จำกัด (มหาชน) หรือ SENA ถ่ายภาพร่วมกับ คุณสมิลา คัดสิน ผู้อำนวยการศูนย์ข้อมูลสิ่งทอ รมทพรีย์ และ คุณพัทริยา บุญพุทธชัย อดีตผู้จัดการตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย และท่าน ธนกฤต ในโอกาสที่ บมจ.เสนา ดีเวลอปเม้นท์ ก้าวเข้าสู่ปีที่ 30 "เสนาคือความภูมิใจ" ประกาศสร้าง Brand Awareness เพื่อให้แบรนด์ "เสนา" อยู่ในใจของทุกคน วางเป้าหมายเติบโตได้อย่างมั่นคง ปูทางสู่การขยายธุรกิจในอนาคตที่ใหญ่กว่าเดิม

### เสนาร่วมออกบูธบนทรานส์มัน และคอนโด ครั้งที่ 24

เมื่อวันที่ 10-13 มี.ค.ที่ผ่านมา เสนา ร่วมออกบูธงานมหกรรมบ้านและคอนโด ครั้งที่ 24 ที่ศูนย์ประชุมสิริกิติ์ บางพระนครนอกโลกทางเมืองคุณภาพ เดอะ ซิตี้ และเดอะ แดท รวมถึงเสนาแแกนดิโธ และเสนาวิลล่า มอญแคมเปญออกเบย์พิเศษสุด 0% 30 เดือน แทนค่าชดเชยคุณเมืองโลกตามครบรอบ 30 ปี บริษัทเสนาดีเวลอปเม้นท์ จำกัด (มหาชน) ท่ามกลางบรรยากาศแห่งความภาคภูมิใจ งานนี้มีผู้สนใจในแคมเปญ 0% 30 เดือนแห่งอยู่ในมากกว่า 20 บูธ

