

**66** แนวโน้มของการเรียนการสอนยุคใหม่กำลังเปลี่ยนโฉมหน้าจากที่พลิกตำราอ่านเขียนอยู่แต่ในห้องสี่เหลี่ยมแคบๆ ไปสู่การหาโจทย์ และค้นหาประสบการณ์ใหม่ๆ เพื่อการพัฒนา “ความคิด” และ “ทักษะ” อยู่ตลอดเวลา

การเรียนรู้ในแนวทางนี้หลายมหาวิทยาลัยนำมาปรับใช้และเห็นผลอย่างเป็นรูปธรรม เช่นเดียวกับสมาคมการตลาดแห่งประเทศไทย หรือ MAT ที่เชื่อว่าการติดอาวุธความรู้ผ่านการปฏิบัติจะช่วยสร้างนักการตลาดรุ่นใหม่ที่มีพร้อมด้วยคุณสมบัติ “เก่ง” และ “ดี” เข้าสู่วงการตลาดของไทย

กิจกรรมยุวมหาชิกสมาคมการตลาดแห่งประเทศไทย (Junior Marketing Association of Thailand) เริ่มต้นครั้งแรกในปี 2528 ปัจจุบันเป็นการดำเนินการในรอบที่ 30 เป้าหมายเพื่อเป็นการแลกเปลี่ยนความคิดเห็นเห็นระหว่างนิสิตนักศึกษา จากต่างสถาบัน ได้เข้ามาร่วมกันทำกิจกรรมทางการตลาด อีกทั้งยังมุ่งส่งเสริมประสบการณ์ในการพัฒนาทรัพยากรบุคคลขั้นต้นให้กับองค์กรธุรกิจ

“หัวใจหลักของกิจกรรมนี้ก็คือ การติดอาวุธด้านการตลาดให้กับน้องๆ ในช่วงเวลาที่พร้อมเข้าสู่โลกการทำงานจริง รวมถึงการก้าวสู่การเป็นนักธุรกิจและเจ้าของกิจการ” **ชาคริต ดิเรกวัฒนชัย** กรรมการฝ่ายสมาชิกสัมพันธ์ของ MAT กล่าว

การติดอาวุธทางปัญญาแก่นักศึกษาดังแต่เพียงแห่งการเรียนรู้ ด้วยการเรียนรู้จากการทำงานจริง พร้อมรับคำแนะนำจากนักการตลาดรุ่นพี่ ถือเป็นหัวใจของการเรียนรู้เรื่องการตลาด โดยจะมี 3 กิจกรรมหลักๆ ภายใต้โครงการนี้ คือ หนึ่งในเส้นทางการตลาด สอง JMAT Awards และ นักการตลาดรุ่นเยาว์ สถาบันที่เข้าร่วมกิจกรรมในโครงการยุวมหาชิกสมาคมการตลาดแห่งประเทศไทย 21 โดยมีสถาบันการศึกษาที่เข้าร่วมโครงการประกอบด้วย มหาวิทยาลัยกรุงเทพ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต

มหาวิทยาลัยพายัพ มหาวิทยาลัยรามคำแหง มหาวิทยาลัยรังสิต มหาวิทยาลัยศรีปทุมมหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ มหาวิทยาลัยสยาม มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย มหาวิทยาลัยเอเชียอาคเนย์ มหาวิทยาลัยอัสสัมชัญ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพมหาวิทยาลัยเกริก มหาวิทยาลัยเซนต์จอห์น มหาวิทยาลัยหัวเฉียวเฉลิมพระเกียรติ

# เพ็ญหนักการตลาด ‘Smart J-MAT’

## นักการตลาดที่เก่งและดีในประเทศไทยจะมีจำนวนเพิ่มขึ้น

คิคลงยุคเพื่อแผนงานที่นำความยั่งยืนต่อธุรกิจ

ปฏิบัติตามแผนงาน เพื่อผลบรรลุที่ตั้งไว้

เรียนรู้และเตรียมพร้อมเป็นนักธุรกิจที่เก่งและดีในอนาคต

ผู้บริหารการตลาด วิทยากร ผู้ทรงคุณวุฒิ และเจ้าของธุรกิจที่ประสบความสำเร็จ

นักการตลาด ผู้บริหารระดับกลาง เจ้าของธุรกิจ

นักศึกษาที่จบใหม่ เริ่มทำงาน เริ่มต้นธุรกิจ

นิสิตนักศึกษาที่เรียนสายงานการตลาดเป็นวิชาเอก/รอง



มหาวิทยาลัยเกษมบัณฑิต มหาวิทยาลัยรัตนบัณฑิต และ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ในแต่ละปีสมาคมฯ จะทำกิจกรรมใน 3 ส่วนหลักๆ ที่กล่าวมา เริ่มจากในเดือนกันยายน-ตุลาคม 2557 เปิดรับนักศึกษาและคัดเลือกให้เข้ามาทำกิจกรรมเพื่อสร้างความรู้จักซึ่งกันและกัน

จากนั้นในพฤศจิกายน 2557 จะเริ่มเข้าสู่การจัดทำกิจกรรมสัมมนาการตลาด โดยหัวข้อการตลาดสปอนเซอร์ และการบริหารจัดการ โครงการจะเป็นหน้าที่ของน้องๆ ได้ร่วมกันคิดและพัฒนา

ในเดือนมกราคม-มีนาคม 2558 จะเข้าสู่กิจกรรม JMAT Awards โดยในแต่ละทีมช่วยกันคิดแผนการตลาด ภายใต้โจทย์ “ไอเดียให้ล้ำ ทำปัมให้เจ๋ง” เพื่อชิงเงินรางวัลกว่าแสนบาท ซึ่ง J-MAT Award ครั้งที่ 24 นี้จะเปิดรับไอเดียเจ๋งๆ จากน้องๆทั่วประเทศ ตั้งแต่วันนี้ ถึงวันที่ 30 มกราคม 2558

สุดท้ายเป็นกิจกรรม Marketing Trainee ที่จะเกิดในเดือนเมษายน-สิงหาคม 2558 โดยจะมีการอบรมนักการตลาดรุ่นเยาว์ ด้วยการคัดเลือกนักศึกษา 100-120 คนเข้าอบรมกับวิทยากรด้านการตลาด

ในฐานะที่เป็นนักการตลาดขององค์กรค้าปลีก กรรมการสมาคมการตลาดฯ และ J-MAT ในรุ่นที่ 4 มาก่อน ชาคริต กล่าวว่ายั่ว หลักการและหัวใจที่ต้องการติดอาวุธด้านการตลาดให้นักศึกษาไม่แตกต่างเมื่อเทียบสิ่งที่ดำเนินการในปัจจุบันกับในอดีต สิ่งที่แตกต่างกันออกไปอยู่ที่กระบวนการและวิธีการที่ใส่เข้าไป อาทิ โจทย์ และกิจกรรมที่ใส่เข้าไปจะมีความแตกต่าง

ขณะที่ **ชิตพล พันธุ์ไชยศรี** J-MAT รุ่น 18 ที่วันนี้นำสู่การเป็นเจ้าของกิจการเรียบริย่อยแล้วกับบริษัทคิว โปรดัคส์ พลัส จำกัด นำเข้าและจำหน่ายเครื่องดื่ม Giinter “การเข้าร่วมกิจกรรมนี้ได้ให้

ในสิ่งที่เราต้องการ นั่นคือ เครือข่ายได้รู้จักคน การมีความรู้ด้านการตลาด และที่สำคัญคือไหวพริบทางการตลาด ทั้งยังเป็นการสร้างความได้เปรียบจากโปรไฟล์ที่ได้แสดงกับบริษัทที่เราเข้าไปสมัครงานหลังจากจบการศึกษา”

เมื่อได้เรียนรู้กับการทำงานเป็นนักการตลาดในองค์กรก็คิดที่จะผันตัวเองมาเป็นเจ้าของกิจการ เริ่มต้นที่การนำเข้าเครื่องดื่ม Soft Drink มาจำหน่าย ใช้เวลาเพียง 3-4 ปี วันนี้นักการตลาดรายชื่อนี้ได้สูงเป็นหลักร้อยล้านบาท หนึ่งในนักศึกษาที่เข้าร่วมกิจกรรม J-MAT ในปีนี้ บอกว่า รู้สึกชอบมากที่สุดที่ได้เข้าร่วมทำกิจกรรมครั้งนี้ เพราะเมื่อเรียนถึงปี 4 แต่ยังมีความรู้สึกว่าความรู้ที่ได้จากมหาวิทยาลัยเพียงอย่างเดียวยังไม่เพียงพอที่จะก้าวทันตีความสามารถของตัวเองว่ามีมากน้อยแค่ไหน

อีกทั้งยังรู้สึกว่าตัวเองมีค่า ที่ได้ทำกิจกรรมต่างๆ พร้อมทั้งยังได้เพื่อนต่าง

# กรุงเทพธุรกิจ

Krungthep Turakij  
Circulation: 145,530  
Ad Rate: 2,400

Section: First Section/Live&Learn Business Experience

วันที่: อาทิตย์ 1 กุมภาพันธ์ 2558

ปีที่: 28

ฉบับที่: 9628

หน้า: 7(ล่างซ้าย)

Col.Inch: 56.41

Ad Value: 135,384

PRValue (x3): 406,152

คลิป: สีสี่

หัวข้อข่าว: เพื่อนานักการตลาด 'Smart J-MAT'

มหาวิทยาลัย เกิดเป็นความสัมพันธ์ในกลุ่ม  
เพื่อนที่กว้างขึ้น ได้แลกเปลี่ยน  
ความรู้ เพราะเพื่อนบางคนก็มาจากต่างคณะ  
อาทิ วิศวกรรมศาสตร์ เป็นต้น  
“ในความคิดของผม การตลาดก็คือ  
การส่งมอบคุณค่าให้กับลูกค้าและเป็น  
การทำการตลาดที่ไม่เอาเปรียบผู้บริโภค” ■