

## ถอดกลยุทธ์ Employee-Generated Content เมื่อ Starbucks จ่ายเงินให้พนักงานทำ TikTok

แม้ในโลกยุคใหม่ที่ AI กำลังจะเข้ามายึดครองพื้นที่ทำงาน แต่หากสังเกตให้ดีจะพบว่า ยิ่งเทคโนโลยีล้ำสมัยมากเท่าไรความต้องการใกล้ชิดกับคน (Human Touch) ก็มีมากขึ้น โดยเฉพาะธุรกิจที่มีพนักงานหน้าร้าน ซึ่งถือเป็นจุด Touch Point สำคัญที่เข้าถึงความเป็นมนุษย์ และมีส่วนอย่างมากในการสร้างประสบการณ์ที่ดีให้กับผู้บริโภค ชนิดที่สามารถให้คำแนะนำกับผู้บริโภคได้ แนวคิดที่ว่านี้กำลังถูกยกระดับให้กลายเป็นกลยุทธ์ทางธุรกิจระดับโลก เมื่อแบรนด์ยักษ์ใหญ่อย่าง Starbucks ประกาศความร่วมมือครั้งสำคัญกับแพลตฟอร์มระดับโลกอย่าง TikTok โดยมีเป้าหมายเพื่อปรับบาร์리스ต้าประจำร้าน ให้กลายเป็นอินฟลูเอนเซอร์แถวหน้าอย่างเป็นทางการ

สร้างระบบนิเวศรีเอเตอร์แบบเอ็กซ์คลูซีฟ การปรับบาร์리스ต้าให้กลายเป็นอินฟลูเอนเซอร์ อาจดูเหมือนเป็นเพียงแคมเปญกระตุ้นยอดขายทั่วไป แต่จริงๆ แล้วความร่วมมือระหว่าง Starbucks กับ TikTok ด้วยการเปิดตัวระบบ “Creator Network” สำหรับพนักงานของแบรนด์โดยเฉพาะ ซึ่งโปรเจกต์นี้เป็นการต่อยอดโครงการ “Green Apron Creators” ที่เคยทดลองไว้ตั้งแต่ปี 2024 โดยมีเป้าหมายหลักคือการเปลี่ยนพนักงานหน้าร้านให้กลายเป็นนักเล่าเรื่องที่ทรงอิทธิพลที่สุดบนแพลตฟอร์มโซเชียลมีเดีย สำหรับโปรแกรมนี้อาจเป็นการผสมผสานความอิสระของเหล่าครีเอเตอร์ ให้เข้ากับทิศทางธุรกิจของแบรนด์ แทนที่จะบังคับให้พนักงานต้องท่องสคริปต์เพื่อทำวิดีโอสั้น แต่ Starbucks เลือกลงปริศนาราวๆ ผ่านระบบหลังบ้านของ TikTok Content Suite เพื่อให้พนักงานนำไปสร้างสรรค์คอนเทนต์ในแบบฉบับของตัวเอง ไม่ว่าจะเป็นการแชร์สูตรลับ (Secret Menu) นำเสนอบรรยากาศสนุกๆ หลังร้าน หรือเทคนิคการชงกาแฟ โดยเน้นความเรียบง่ายที่หาไม่ได้จากสตูดิโอถ่ายทำ

ความจริงใจเอาชนะความสมบูรณ์แบบ จากข้อมูล Insight ของ Sprout Social ระบุว่า กว่า 61% ของผู้บริโภคกลุ่ม Gen Z และ 40% ของคนทุกเจนเนอเรชัน มักจะเรียนรู้และค้นพบสินค้าใหม่ๆ ผ่าน “Employee-Generated Content” หรือ EGC โดยข้อมูล Insight นี้สะท้อนให้เห็นถึงการเปลี่ยนแปลงของพฤติกรรมผู้บริโภคปัจจุบัน ที่เริ่มหันมาสนใจโฆษณาหลังจากที่ต้องเผชิญกับจำนวนโฆษณาอย่างมหาศาลบนโซเชียลมีเดีย ถอดรหัสกลยุทธ์ EGC ได้ใจคนได้ยอดขาย การขยับตัวของ Starbucks ในครั้งนี้ ชี้ให้เห็นว่า การที่ธุรกิจกล้าปล่อยให้พนักงานทำคอนเทนต์ได้อย่างอิสระ ธุรกิจต้องมีรากฐานของความปลอดภัยทางจิตวิทยาที่เข้มแข็ง ผู้บริหารต้องพร้อมที่จะปล่อยมือจากการควบคุมและเชื่อใจในตัวพนักงาน หากธุรกิจเน้นกดทับหรือมีวัฒนธรรมมองครีเอเตอร์ที่ทำให้พนักงานทำงานด้วยความอึดอัด การใช้กลยุทธ์ EGC ก็อาจกลายเป็นช่องทางให้พนักงานใช้ระบายความรู้สึก จนย้อนกลับมาทำร้ายภาพลักษณ์ของแบรนด์ได้

การจับมือกันระหว่าง Starbucks และ TikTok ในครั้งนี้ สะท้อนให้เห็นถึงการก้าวเข้าสู่ยุคที่ Employee-Generated Content (EGC) จะกลายเป็นกลยุทธ์หลักที่ธุรกิจต้องหันมาให้ความสำคัญ ท่ามกลางกระแสของ AI ที่สามารถสร้างโฆษณาได้ภายในเสี้ยววินาที แปรนตร์ที่จะชนะใจผู้บริโภคในยุคต่อไป จึงไม่ใช่ธุรกิจที่มุ่งงบซื้อสื่อโฆษณาหรือแพงที่สุด แต่ธุรกิจที่ให้พนักงานมาเล่าออกเรื่องราวที่อยากสื่อสารอย่างจริงใจและเป็นธรรมชาติที่สุดจะสามารถเข้าถึงใจผู้บริโภคมากที่สุด

( ที่มา : MarketingOops! )

บริษัท ธนกรเทรดดิ้ง 1789 จำกัด

วันที่ 06 กรกฎาคม 2569

เรื่อง ขอเชิญประชุมวิสามัญผู้ถือหุ้น ครั้งที่ 1/2569  
เรียน ท่านผู้ถือหุ้นของบริษัท

ด้วยคณะกรรมการของบริษัทได้มีมติให้เรียกประชุมวิสามัญผู้ถือหุ้น ครั้งที่ 1/2569 ในวันที่ 14 กรกฎาคม 2569 เวลา 13:30 น. ณ 62/4 หมู่ 2 ตำบลบ้านหลวง อำเภอเสนา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา เพื่อพิจารณาเรื่องต่างๆ ตามระเบียบวาระดังต่อไปนี้

1. รับรองรายงานการประชุมครั้งที่ผ่านมา
2. พิจารณาการอนุมัติการจ่ายเงินปันผลของบริษัท
3. พิจารณาเรื่องอื่นๆ (ถ้ามี)

ดังนั้น จึงขอเชิญท่านผู้ถือหุ้นไปประชุมตามวันเวลา และสถานที่ดังกล่าวข้างต้น โดยพร้อมเพรียงกันด้วย จักขอบพระคุณยิ่ง

ขอแสดงความนับถือ  
(นาย ธนกร ร่วมสมัคร)  
กรรมการผู้มีอำนาจลงนาม





แบบ พ.๒

หนังสือสำคัญแสดงการจดทะเบียน  
ตามพระราชบัญญัติจดทะเบียนการพิมพ์ พุทธศักราช ๒๕๕๐

เลขทะเบียน ๙๙๙ ๕๕๕ ๒๘๖๐

หนังสือสำคัญนี้ออกให้ไว้เพื่อแสดงว่า บริษัท ชัมเมอร์บี จำกัด โดย นางสาวพรพรรณ เตชานุกัตรี  
เลขประจำตัวประชาชน ๓ ๑๐๐๘ ๐๐๖๖๔ ๙๓ ๖ เชื้อชาติ ไทย สัญชาติ ไทย อายุ ๓๕ ปี อาชีพ นักธุรกิจ  
ถิ่นที่อยู่บ้านเลขที่ ๔๖๗/๔ หมู่ที่ - ซอย - ถนน บางแวก  
แขวง / ตำบล บางไผ่ เขต / อำเภอ บางแค จังหวัด กรุงเทพมหานคร  
เป็น เจ้าของ หนังสือพิมพ์ชื่อ Prakard365 ประกาศ365

มีวัตถุประสงค์ เพื่อเผยแพร่ข่าวสารข้อมูลเกี่ยวกับ ด้านเศรษฐกิจ ธุรกิจ บัญชี สังคม และลงประกาศ

ภาษาที่หนังสือพิมพ์จะออก ภาษาไทยชนิดของหนังสือพิมพ์ที่ออก เป็นแผ่นระยะเวลาที่ออกหนังสือพิมพ์ รายวันชื่อสำนักงานของหนังสือพิมพ์ บริษัท ชัมเมอร์บี จำกัดตั้งอยู่ ณ ที่ - เลขที่ ๔๖๗/๑ หมู่ที่ - ซอย -  
ถนน บางแวก แขวง / ตำบล บางไผ่ เขต / อำเภอ บางแค จังหวัด กรุงเทพมหานครชื่อสำนักงานของผู้โฆษณา บริษัท ชัมเมอร์บี จำกัดตั้งอยู่ ณ ที่ - เลขที่ ๔๖๗/๑ หมู่ที่ - ซอย -  
ถนน บางแวก แขวง / ตำบล บางไผ่ เขต / อำเภอ บางแค จังหวัด กรุงเทพมหานครชื่อโรงพิมพ์ที่พิมพ์ บริษัท ชัมเมอร์บี จำกัดตั้งอยู่ ณ ที่ - เลขที่ ๔๖๗/๑ หมู่ที่ - ซอย -  
ถนน บางแวก แขวง / ตำบล บางไผ่ เขต / อำเภอ บางแค จังหวัด กรุงเทพมหานคร

หนังสือพิมพ์ฉบับนี้ นางสาวพรพรรณ เตชานุกัตรี เป็นผู้พิมพ์  
นางสาวพรพรรณ เตชานุกัตรี เป็นผู้โฆษณา  
นางสาวพรพรรณ เตชานุกัตรี เป็นบรรณาธิการ  
บริษัท ชัมเมอร์บี จำกัด เป็นเจ้าของกิจการหนังสือพิมพ์

ออกให้ตั้งแต่วันที่ ๑๗ เดือน พฤษภาคม พุทธศักราช ๒๕๖๐

(ลงชื่อ)

นางสาวกนกอร ศักดาเดช

ผู้อำนวยการสำนักหอสมุดแห่งชาติ

พนักงานเจ้าหน้าที่จดทะเบียนการพิมพ์สำหรับจังหวัด กรุงเทพมหานคร