



มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร

ร่วมกับ



สมาคมศิษย์เก่าพลศึกษาพระนคร

บรรยาย

การวางแผนธุรกิจ

นายวิวัฒน์ ทุตยภาค

โครงการ Start up

ปูพื้นฐานการวางแผนธุรกิจ

บรรยายพิเศษ

Work shop

นศ.แบ่งกลุ่ม 6 คน

นศ.แบ่งกลุ่ม 6 คน

นศ.แบ่งกลุ่ม 6 คน

นศ.แบ่งกลุ่ม 6 คน

นศ.แบ่งกลุ่ม 6 คน

มอบจุดบัตรให้นักศึกษา
กลุ่มผ่านการคัดเลือกทุกคน

เสนอโครงการ Start up

คณะกรรมการที่ปรึกษา - พิจารณาโครงการ

คัดเลือกโครงการที่เป็นไปได้

เสนอเข้าร่วมโครงการ
Start up กับ สสว.

Present ให้นศ. ทุกคนฟัง

ปฏิบัติ (Action)

อันดับ 1 -3

เท2พันล.ช่วยSME

พิเศษ บอร์ด สว.อัดฉีดงบ หนุน เอสเอ็มอีเกือบ 2,000 ล้าน ลุยเปิดร้านค้าประชารัฐ 148 แห่งทั่วประเทศ

นางสาลิณี วังตาล ผู้อำนวยการสำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (สสว.) เปิดเผยภายหลังการประชุมคณะกรรมการส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (เฉพาะกิจ) ครั้งที่ 1/2559 ที่มี พล.อ.ประยุทธ์ จันทร์โอชา นายกรัฐมนตรี เป็นประธาน ว่า การประชุมในครั้งนี้นับอร์ด สว.มีมติให้ความเห็นชอบการจัดสรรเงินกองทุน 1,977.645 ล้านบาท เพื่อบูรณาการงานส่งเสริมเอสเอ็มอีของประเทศให้เติบโต

ทั้งนี้ แบ่งเป็นงบกองทุนพลิกฟื้น เอสเอ็มอี 1,000 ล้านบาท จัดสรรงบ 100 ล้านบาท ให้กระทรวงอุตสาหกรรมยกระดับผลิตภัณฑ์เอสเอ็มอีสู่ตลาดโลก และโครงการแปลงเครื่องจักรเป็นทุน

จัดสรรให้กระทรวงพาณิชย์สร้างนักค้ามืออาชีพ โครงการกฎหมายหลักประกันทางธุรกิจ และแฟรนไชส์ไทยสู่ตลาดโลก 187.17 ล้านบาท ให้กระทรวงวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี ดำเนินโครงการคู่มือนวัตกรรมและโครงการพัฒนาเทคโนโลยีของอุตสาหกรรมไทย 150 ล้านบาท

งบประมาณ 40.475 ล้านบาท สุดท้าย จัดสรรเงินกองทุน 100 ล้านบาท จัดตั้งร้านค้าประชารัฐ 148 แห่งทั่วประเทศ เพื่อสนับสนุนผู้ผลิตสินค้าโอท็อปและวิสาหกิจชุมชนให้มีที่ขายสินค้าถาวร

“ผลการบูรณาการความช่วยเหลือเอสเอ็มอีในปีนี้ สว.คาดการณ์ว่า

นอกจากนี้ จัดสรรเงินกองทุน 200 ล้านบาท พัฒนาผู้ประกอบการใหม่ (Start-up) โดยบูรณาการความร่วมมือกับมหาวิทยาลัยราชมงคล 9 แห่ง โดยมีเป้าหมายสร้างผู้ประกอบการใหม่ 3-4 หมื่นราย และจัดสรรงบ 200 ล้านบาท ส่งเสริมกิจการเอสเอ็มอีที่มีอยู่แล้วให้เติบโตยิ่งขึ้น (SME Strong)

จะไม่ต่ำกว่า 4.7% สูงกว่า” นางสาลิณี

ชอบในหลัก
การบริหาร
ขนาดกลาง
การปฏิบัติงาน
โดยมี นาย
21:53
.อุตสาหกรรม
บริหาร

2016/01/07 21:54

SCB
IEP
#10

โครงการ SCB IEP
ต่อยอดธุรกิจ SME
ให้เติบโตยิ่งขึ้น

SCB
ไทยพาณิชย์



ธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) ร่วมกับ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย เปิดรับสมัคร SCB IEP รุ่นที่ 10

- **Business Network** เครือข่ายธุรกิจเข้มแข็ง จากเจ้าของธุรกิจ SME ตัวจริง
- **Experience Sharing** แบ่งปันประสบการณ์จากวิทยากร และนักธุรกิจที่ประสบความสำเร็จ
- **Business Workshop** เรียนรู้จากเคสธุรกิจจริง
- ฟรี ไม่มีค่าใช้จ่าย

สอบถามข้อมูลเพิ่มเติม และสมัครได้ที่ www.scbsme.com
Call Center 02-232-2222



ทำไมต้อง วางแผนธุรกิจ

- เพื่อบริหารธุรกิจอย่างเป็นระบบ
- เพื่อบริหารให้เจริญก้าวหน้า มั่นคง
- เพื่อแข่งขันได้อย่างมีประสิทธิภาพ
- เพื่อแก้ไขปัญหาอย่างเป็นรูปธรรม

- เพื่อเสนอขอกู้เงินกับสถาบันการเงิน

- เพื่อเตรียมข้อมูลสมัครงาน
- เพื่อสรรหาผู้บริหารองค์กรต่าง ๆ



รายย่อยลอบตักยักเงิน แผนธุรกิจ-การเงินไม่ชัด

จัดตั้งกอง

งานา “ถอดรหัส เอสเอ็มอี วาระแห่งชาติ”
เอสเอ็มอี เอ็กซ์โป 2014 จัดโดยบริษัท เพน
แอลโซซิเอทส์ วิทยาการได้ออกมาระบุถึง
าของผู้ประกอบการขนาดกลางและขนาด
เอสเอ็มอีไทย ที่ยังไม่ถึงดวงดาวจาก
ย ซึ่งทุกภาคส่วนทั้งรัฐและเอกชนจะต้อง
ในเชิงบูรณาการ เพื่อขับเคลื่อนกองทัพมด
ชุนานกับเศรษฐกิจประเทศไปพร้อมกัน
เด่น นิคมบริรักษ์ ผู้อำนวยการวิจัย ด้าน
รจัดการระบบเศรษฐกิจ สถาบันวิจัยเพื่อการ
ะเทศไทย (ทีดีอาร์ไอ) กล่าวว่า จากสัดส่วน
% ของวิสาหกิจทั้งหมด ผู้ประกอบการ
งและขนาดย่อม หรือเอสเอ็มอี ราว 2.7
จำเป็นต้องแยกกลุ่มหรือนิยามประเภทของ
ให้ชัดเจน อาทิ กลุ่มเริ่มต้นกิจการ กลุ่ม
รมาระยะหนึ่ง เป็นต้น เพื่อให้หน่วยงาน

เกี่ยวข้องให้การสนับสนุนหรือช่วยเหลือได้ตรงจุด
ทั้งนี้ จากการวิจัยศึกษากลุ่มเอสเอ็มอีไทยในช่วงที่
ผ่านมา พบว่าปัญหาหลักและปัญหาใหญ่ของ
เอสเอ็มอีที่ไม่รอด หรือ “ลอบตัก” ส่วนใหญ่เกิด
จากการเขียนแผนธุรกิจไม่ชัดเจน โดยเฉพาะแผนการ
เงิน ด้านการบัญชีเพื่อแสดงประกอบการพิจารณาขอ
อนุมัติวงเงินเพื่อนำไปลงทุนขยายกิจการ ที่แม้ว่าจะมี
บริษัทประกันสินเชื่ออุตสาหกรรมขนาดย่อม (บสย.)
เข้ามาช่วยเหลือด้านค้ำประกันกับเอสเอ็มอีแล้วก็ตาม

“การขออนุมัติเงินกู้จากธนาคารพาณิชย์ของ
เอสเอ็มอี จะมีสองปัญหาหลักที่พบมากที่สุด คือ
ขาดแผนธุรกิจและรายงานแผนการเงินและบัญชี ที่
ธนาคารจะตีตกไม่ให้ไปต่อทันที แม้ว่าจะมี บสย.มา
ช่วยค้ำประกันแล้วก็ตาม ซึ่งเป็นเรื่องที่เอสเอ็มอีไทย
ตักแล้วตักอีก ควรจะมีหน่วยงานทั้งรัฐและเอกชน
เข้ามาช่วยเหลือผู้ประกอบการอย่างครบวงจร”
เดือนเด่น กล่าว

ศักดิ์ชัย อุ่นจิตติกุล ประธานคณะกรรมการ

สถาบันวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม
อุตสาหกรรมการผลิต (เอสเอ็มไอ) สถาบันอุตสาหกรรม
แห่งประเทศไทย (ส.อ.ท.) กล่าวว่า หลายประเทศทั่ว
โลก อาทิ สหรัฐอเมริกา เกาหลีใต้ สหภาพยุโรป
และประเทศในกลุ่มอาเซียน ได้วางยุทธศาสตร์ผลัก
ดันให้เอสเอ็มอีเป็นวาระแห่งชาติ แต่ในประเทศไทย
ช่วงที่ผ่านมาให้ความสำคัญแต่ชื่อ ซึ่งนับจากนี้ไทยจะ
ต้องดำเนินการเชิงรุกอย่างจริงจัง

ทั้งนี้ ส.อ.ท.ได้เสนอให้เอสเอ็มอีเป็นวาระแห่งชาติ
พร้อมผลักดันให้เดินหน้าอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้
เอสเอ็มอีไทยแข่งขันได้ในระดับสากล เช่นเดียวกับใน
ประเทศที่พัฒนาแล้ว โดยเฉพาะประเทศในกลุ่ม “ไฮ
อินคัม อีโคโนมี” ที่พบว่าเอสเอ็มอีสามารถสร้างอัตรา
การเติบโตเศรษฐกิจ (จีดีพี) ได้ถึง 50% ขณะที่ไทยมี
สัดส่วนอยู่ที่ 37% ซึ่งแนวทางนับจากนี้ไทยควรจ
ต้องเร่งขยับการเติบโตทางเศรษฐกิจจากกลุ่มชนชั้น
กลาง (มิดเดิล อีนคัม อีโคโนมี) ไปสู่ชนบน พร้อม
บูรณาการแผนขับเคลื่อนเอสเอ็มอีจากทุกภาคส่วนที่
เกี่ยวข้อง

เอสเอ็มอี วาระแห่งชาติ”
014 จัดโดยบริษัท เพน
การได้ออกมาระบุถึง
ขนาดกลางและขนาด
ปไม่ถึงดวงดาวจาก
รัฐและเอกชนจะต้อง
อขับเคลื่อนกองทัพมด
ประเทศไปพร้อมกัน
อำนาจการวิจัย ด้าน
กิจ สถาบันวิจัยเพื่อการ
) กล่าวว่า จากสัดส่วน
หมด ผู้ประกอบการ
เอสเอ็มอี ราว 2.7
หรือนิยามประเภทของ
เริ่มต้นกิจการ กลุ่ม
น เพื่อให้หน่วยงาน

เกี่ยวข้องให้การสนับสนุนหรือช่วยเหลือได้ตรงจุด
ทั้งนี้ จากการวิจัยศึกษากลุ่มเอสเอ็มอีไทยในช่วงที่
ผ่านมา พบว่าปัญหาหลักและปัญหาใหญ่ของ
เอสเอ็มอีที่ไปไม่รอด หรือ “สอบตก” ส่วนใหญ่เกิด
จากการเขียนแผนธุรกิจไม่ชัดเจน โดยเฉพาะแผนการ
เงิน ด้านการบัญชีเพื่อแสดงประกอบพิจารณาขอ
อนุมัติวงเงินเพื่อนำไปลงทุนขยายกิจการ ที่แม้ว่าจะมี
บรรษัทประกันสินเชื่ออุตสาหกรรมขนาดย่อม (บสย.)
เข้ามาช่วยเหลือด้านค้ำประกันกับเอสเอ็มอีแล้วก็ตาม

“การขออนุมัติเงินกู้จากธนาคารพาณิชย์ของ
เอสเอ็มอี จะมีสองปัญหาหลักที่พบมากที่สุด คือ
ขาดแผนธุรกิจและรายงานแผนการเงินและบัญชี ที่
ธนาคารจะตีตกไม่ให้ไปต่อทันที แม้ว่าจะมี บสย.มา
ช่วยค้ำประกันแล้วก็ตาม ซึ่งเป็นเรื่องที่เอสเอ็มอีไทย
ตกแล้วตกอีก ควรจะมีหน่วยงานทั้งรัฐและเอกชน
เข้ามาช่วยเหลือผู้ประกอบการอย่างครบวงจร”

เดือนเด่น กล่าว

ศักดิ์ชัย อุ่นจิตติกุล ประธานคณะกรรมการ

สถาบันวิสาหกิจขนาด
อุตสาหกรรมการผลิต
แห่งประเทศไทย (ส.อ.
โลก อาทิ สหรัฐอเมริ
และประเทศในกลุ่มอ
ต้นให้เอสเอ็มอีเป็นว
ช่วงที่ผ่านมาให้ความ
ต้องดำเนินการเชิงรุก
ทั้งนี้ ส.อ.ท.ได้เส
พร้อมผลักดันให้เดิน
เอสเอ็มอีไทยแข่งขัน
ประเทศที่พัฒนาแล้ว
อินคัม อีโคโนมี” ที่
การเติบโตเศรษฐกิจ
สัดส่วนอยู่ที่ 37%
ต้องเร่งขยับการเติบโต
กลาง (มิดเดิล อินค
บูรณาการแผนขับเคลื่อน
เกี่ยวข้อง

คุณหญิงชฎา

วิวัฒนาการ อุตสาหกรรม การ
จัดการ ธนาคารไทยพาณิชย์
ภายใต้บทบาทใหม่ในฐานะ
ประธานกรรมการและคณะ
กรรมการบริหาร สถาบัน
ค้ำประกันเอเชีย กล่าวถึง
ทิศทางและนโยบายของ
สถาบันค้ำประกันในปี 2558 ว่า
สถาบันจะมุ่งเน้นการพัฒนา

โครงการ 4 ด้าน คือ การพัฒนา

เศรษฐกิจ ที่มุ่งเน้นการเสริมสร้างความรู้

ด้านการเงินให้กับกลุ่มบุคคลต่างๆ รวมทั้งผู้

ประกอบการขนาดกลางและขนาดย่อม (เอสเอ็มอี)

สนับสนุนนวัตกรรมด้านการศึกษา การให้ความรู้ด้าน

สาธารณสุข และโครงการความรับผิดชอบต่อสังคม

ของภาคธุรกิจ เพื่อส่งเสริมภาคธุรกิจให้ดำเนินธุรกิจ

อย่างเป็นมิตรกับชุมชนและสิ่งแวดล้อม

นอกจากนี้ ในปี 2558 เป็นปีที่กลุ่มประเทศ

อาเซียนจะมีการรวมตัวเป็นกลุ่มประชาคมเศรษฐกิจ

อาเซียน (เออีซี) ซึ่งค้ำประกันมองว่าการรวมกลุ่ม

ดังกล่าวไม่ใช่การแข่งขันกันของแต่ละประเทศ

แต่จะเป็นการสร้างเครือข่าย หรือเน็ตเวิร์ก

ระหว่างกลุ่มประเทศอาเซียนให้แข็งแกร่ง และพัฒนา

ทรัพยากรมนุษย์ในอาเซียนให้แข็งแกร่งได้อย่างไร

เพื่อสร้างการเติบโตไปด้วยกัน แนวทางที่วางไว้จึง

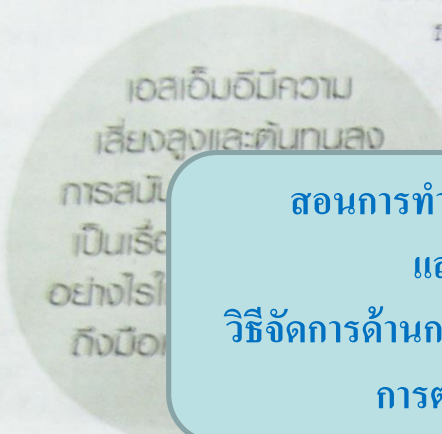
เน้นการพัฒนาด้านเศรษฐกิจผ่านผู้ประกอบการ

เอสเอ็มอี ที่จะเป็นปัจจัยสำคัญในการขับเคลื่อน

เศรษฐกิจ

ทั้งนี้ ไม่ว่าจะเป็นเอสเอ็มอีในไทย หรือในกลุ่ม

ประเทศอาเซียน ต่างมีปัญหาดียวกัน คือ ไม่ได้รับ



สอนการทำแผนธุรกิจ และวิธีการจัดการการเงินและบัญชี การตลาด

ใหม่ๆ จึงจะมีการผลักดัน ASEAN SME Regional Development Fund ให้เกิดขึ้นได้เป็นรูปธรรม เพื่อเป็นแหล่งเงินทุนต่ำให้ผู้ประกอบการเอสเอ็มอีในอาเซียน

รัฐบาลและหน่วยงานต่างๆ จะดำเนินโครงการสนับสนุนเอสเอ็มอี แต่ปัญหาคือขาดความต่อเนื่อง จึงทำให้การพัฒนาเอสเอ็มอีไม่คืบหน้ามากนัก" คุณหญิงชฎา กล่าว ■

คุณหญิงชฎา กล่าวว่าการสนับสนุนแหล่งเงินทุนต้นทุนต่ำ ถือเป็นส่วนสำคัญในการแก้ความเสียหายด้านการแข่งขันของเอสเอ็มอี ขณะเดียวกันก็ต้องส่งเสริมด้านอื่นๆ ไปพร้อมกัน โดยเฉพาะเรื่ององค์ความรู้ในด้านต่างๆ อาทิ สอนการวางแผนธุรกิจ วิธีการจัดการด้านการเงิน การทำบัญชี และการตลาด รวมถึงสนับสนุนให้เอสเอ็มอีนำเทคโนโลยีมาช่วยเพิ่มประสิทธิภาพการทำงานให้เกิดประโยชน์สูงสุด

"เอสเอ็มอีมีความเสี่ยงสูงและต้นทุนสูง การสนับสนุนเอสเอ็มอีจึงเป็นเรื่องจำเป็น แม้ว่าไทยจะมีการพัฒนาเอสเอ็มอีภายใต้โครงการของหน่วยงานต่างๆ แต่เอสเอ็มอีที่เข้าถึงความช่วยเหลือต่างๆ มีไม่มาก ประเด็นจึงอยู่ที่ จะทำอย่างไรให้การช่วยเหลือไปถึงมือเอสเอ็มอี



ออมสิน จาก ร้อยสู่เงินล้าน ปี 2

ถ้าคุณอายุ 16-25 ปี ส่งคลิปไอเดีย 100 วินาที* ร่วมชิง เงินล้าน กับ ออมสิน

เปิดรับสมัคร วันที่ 30 ก.ย. 57

สุดยอด 3 ล้านมาก พร้อมดูงานต่างประเทศ

Young Creative Business Contest

เงินรางวัลจากรถจักรยานออมสิน

1. พลาดชนะเลิศอันดับที่ 1 เงินทุน 1,000,000 บาท
2. พลาดรองชนะเลิศอันดับที่ 1 เงินทุน 500,000 บาท
3. พลาดรองชนะเลิศอันดับที่ 2 เงินทุน 200,000 บาท
4. พลาดรางวัลชมเชย 7 รางวัล เงินทุน 30,000 บาท
5. พลาดงานที่ห้ามเข้าร่วม 100 ทีม ที่เข้าร่วมชมรม เงินทุนพาดละ 5,000 บาท

รางวัล Popular Vote (คิดเลือกจากพาดงานที่ห้ามเข้าร่วม 100 ทีม)

- 6.1. รางวัลที่ได้มีการ Vote เงินทุน 15,000 บาท
- 6.2. รางวัลที่ร่วม Vote 10 รางวัล รวมทั้งหมด 140,000 บาท

รางวัล "ออมสินแถมของ" เงินทุน 10,000 บาท

พาดงานที่ห้ามเข้าร่วม 10 ทีมสุดท้าย จะได้เงินรางวัลพร้อมดูงานต่างประเทศ

รางวัลค่ารถทัวร์ 3 ล้านบาท

สมัครก่อนเที่ยงคืนของวันปิดรับสมัคร

คุณสมบัติและเงื่อนไขการสมัคร

- ✔ มีอายุระหว่าง 16 - 25 ปี ไทยถือพาสปอร์ตปี พ.ศ. 2532 - พ.ศ. 2541
- ✔ ไม่เป็นตัวแทนของธุรกิจที่ตนเองเป็นพนักงานบริษัทออมสิน
- ✔ สมัครได้ครั้งไม่เกิน 3 คน ต่อ 1 แนวคิดธุรกิจ
- ✔ สามารถส่งอีเมล และเอกสารแนวคิดธุรกิจขอเสนอ SPIDER MODEL พร้อมคลิป 5 วิต่อพาดงาน "อย่าอาย 100 วินาที" เข้าไปไม่เกิน 3 นาที ได้ที่อีเมล admin@gsb100million.com หรือไปรษณีย์ตามที่แจ้ง

โครงการ "ออมสิน จากร้อยสู่เงินล้าน"

914 อาคารเฉลิมราชกุมารี ถนนพระราม 5 แขวงถนนนครไชยศรี เขตดุสิต กรุงเทพฯ 10300

Contest
เสนอผลงาน
ชิงชัยอย่างไร ???

Creative Business
ได้อย่างไร ???

การวางแผนธุรกิจ

Business Plan

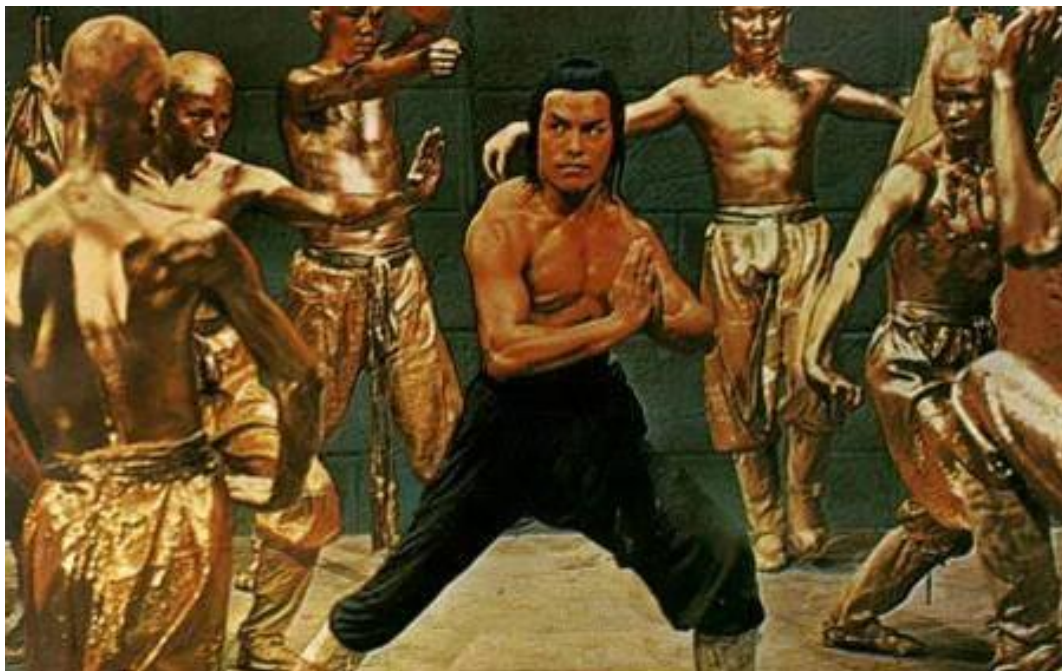
05/1/2

STARBUCKS
COFFEE



ปรมาจารย์ตั๊กม้อ





วิทยายุทธ์ - สิบแปดมนุษย์ทองคำ

**องค์กร
วางแผนธุรกิจ**

รัฐวิสาหกิจ

บริษัทขนาดใหญ่

ธุรกิจขนาดกลาง

ธุรกิจรายย่อย

ถ้าแก่น้อย

ขั้นตอนการวางแผนธุรกิจ

SWOT

Strategy

Mission

Vision

Policy

Objective

Target

**Action
Plan**

Evaluation & Control

KPI

ขั้นตอนการวางแผนธุรกิจ

วิเคราะห์

กลยุทธ์

ภารกิจ

วิสัยทัศน์

นโยบาย

วัตถุประสงค์

เป้าหมาย

แผนปฏิบัติ

ประเมินผล และควบคุม

วัดผลดำเนินงาน

ระดับการวางแผนธุรกิจ

ผู้บริหารระดับสูง - คณะกรรมการ

ผู้บริหารระดับกลาง - ฝ่ายอำนวยการ

ผู้บริหารระดับล่าง - สาขา

SWOT วิเคราะห์สภาพแวดล้อม

SWOT



ชนะคู่แข่ง ... รู้เขารู้เรา
รบร้อยครั้ง ชนะร้อยครั้ง

SWOT

วิเคราะห์
สภาพแวดล้อมภายนอก

- โอกาส Opportunity
- อุปสรรค Threat

วิเคราะห์
สภาพแวดล้อมภายใน

- จุดแข็ง Strength
- จุดอ่อน Weakness

SWOT

วิเคราะห์
สภาพแวดล้อมภายนอก

คู่แข่ง

**วิเคราะห์
สภาพแวดล้อมภายนอก**

- **โอกาส Opportunity**
- **อุปสรรค Threat**

ปัจจัย

- **สังคม วัฒนธรรม**
- **เศรษฐกิจ**
- **การเมือง**
- **เทคโนโลยี**
- **คู่แข่งชั้นในธุรกิจเดียวกัน**

วิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายนอก

เศรษฐกิจ

- แนวโน้มเศรษฐกิจภายในประเทศ
- การปล่อยสินเชื่อของสถาบันเงิน
- รายได้ประชาชาติ
- รายจ่ายประชาชาติ
- อัตราแลกเปลี่ยน
- แนวโน้มเศรษฐกิจต่างประเทศ
- ระดับค่าจ้างและเงินเดือน
- การออมทรัพย์
- การว่างงาน
- อัตราดอกเบี้ย
- ภาษีอากร

วิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายนอก

สังคมวัฒนธรรม

- ค่านิยมและทัศนคติของสังคม
- วิธีการดำรงชีวิต
- ลักษณะของประชากร
- ทัศนคติของสังคมต่ออุตสาหกรรม
- สัญลักษณ์สถานภาพ
- การนับถือศาสนา
- จรรยาบรรณทางการทำงาน

การเมือง

- อุดมการณ์ทางการเมืองของรัฐบาล
- กฎหมายและข้อบังคับของรัฐบาล
- ทัศนคติของพรรคการเมืองต่ออุตสาหกรรม

วิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายนอก

เทคโนโลยี

- การค้นพบทางวิทยาศาสตร์
- การพัฒนาทางเทคโนโลยีของอุตสาหกรรมทดแทน
- การพัฒนาทางเทคโนโลยีของอุตสาหกรรม

คู่แข่งชั้น

- คู่แข่งชั้นอุตสาหกรรมเดียวกัน
- คู่แข่งชั้นอุตสาหกรรมทดแทน

ความรู้รอบตัวจากปัจจัยต่าง ๆ

นโยบาย กระทรวงเศรษฐกิจ

พาณิชย์

- + ตั้งเป้าส่งออกปี 2558 โต 4%
- + ดูแลราคาสินค้า ลดค่าครองชีพให้ประชาชน
- + เร่งทุกพาณิชย์ภาคส่งออกใหม่
- + ดูแลราคาข้าวตั้งเป้าราคาข้าวเปลือก 8,500-9,000 บาท/ตัน พร้อมระบายข้าวต่อเนื่อง



เกษตรและสหกรณ์

- + 1 ปี แก้ปัญหาราคาพืชผลการเกษตรตกต่ำได้แก่ ยางพารา ข้าว
- + สำรองการบูรทุกที่ตินรัฐทั่วประเทศ
- + แก้ไขปัญหาที่ดินชุมชนที่อยู่ในเขตส.ป.ก.



การคลัง

- + ปรับโครงสร้างภาษี
- + ดันเศรษฐกิจโต 2%
- + ขึ้นภาษีมูลค่าเพิ่ม (VAT)



อุตสาหกรรม

- + เร่งพัฒนาเขตเศรษฐกิจพิเศษชายแดน
- + รองรับการค้าขายโรงงานไปประเทศเพื่อนบ้าน
- + เพิ่มความเข้มงวด เพื่อดูแลควบคุมมลพิษของเสียจากโรงงานอุตสาหกรรม
- + เพิ่มขีดความสามารถของผู้ประกอบการเอสเอ็มอี
- + ผลักดันอุตสาหกรรมไปสู่การเป็นเศรษฐกิจฐานดิจิทัล (Digital Economy)



การท่องเที่ยวและกีฬา

- + ปี 2558 ชูการท่องเที่ยววิถีไทย ดันไทยเป็นเป้าหมายการท่องเที่ยวในอาเซียน
- + จัดตลาดนัดท่องเที่ยวคุณภาพและกลุ่มเฉพาะ เช่น ทัวร์เพื่อสุขภาพ เสริมความงาม
- + ทำหนังสือ Lost in Thailand 4 เรื่อง
- + ดันท่องเที่ยวปี 2557 2.2 ล้านล้านบาท ตามเป้าหมายเดิม



ไอซีที

- + แก้กฎหมายค้างท่อ 400 ฉบับ และแก้กฎหมายทับซ้อนกับกสทช.
- + จัดระบบข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับน้ำ
- + เร่งโครงการไวไฟฟรีในโรงเรียน
- + ปรับปรุงเว็บไซต์ผิดกฎหมาย



คมนาคม

- + เร่งรัดลงทุนโครงสร้างด้านขนส่ง
- + เร่งศึกษานิตมอุตสาหกรรมการบินภายในปี 2558



ลัดรื้อ เขต ดก. พิเศษ

การประกาศเศรษฐกิจไทยให้ครอบคลุมถึงในขณะนี้ถึงเหลือคือเลือกอีกไม่มากนัก ด้วยเหตุหลักจากภาค "การส่งออก" จากเดิมที่เคยเป็นเส้นเลือดใหญ่หล่อเลี้ยงเศรษฐกิจให้เติบโต...แต่ปัจจุบันกลับโดนพิษเศรษฐกิจโลกที่หดตัวต่อเนื่อง เช่นงานเสด็จนอการโคม่าและที่ไม่ว่าจะใช้วลีชื่อนามแต่ไหนกับการถือการให้ถ้อยคำมาคิดถึงปกติจนทำให้รัฐบาลเอง...ต้องเร่งหาตัวยามารงับโรคเพื่อให้ผลด้วยกลอุบายกระทบกับระบบเศรษฐกิจไปมากกว่าที่กำลังเกิดขึ้นอยู่

หนึ่งในแนวทางการแก้ไขคือการผลักดันของใหม่อย่าง "เขตเศรษฐกิจพิเศษ" บริเวณแนวชายแดนเพื่อแก้ปัญหาเพราะรัฐบาลเห็นว่า หลังจากได้ต้องดูอย่างถี่ถ้วนแล้ว พบว่า การค้าระหว่างโลกที่หดลงไปในช่วงไม่กี่ปีมานี้สวนทางกับการค้าระหว่างชายแดนและการค้าระหว่างประเทศรอบบ้านที่เริ่มขยายตัวทุกปีแม้ว่าจะเทียบไม่ได้กับการค้าการส่งออกในภาพใหญ่แต่ก็มีมูลค่าคิดเป็นสัดส่วนไม่น้อยกว่า

ดังนั้นเพื่อฉายภาพให้เห็นถึงความสำคัญของการลงมือพัฒนา "เขตเศรษฐกิจพิเศษ" อย่างจริงจัง และถือเป็นผลงานชิ้นโบว์แดงเม็ดเงินของรัฐบาล "พล.อ.ประยุทธ์ จันทร์โอชา" นายกรัฐมนตรี ว่า รายละเอียดต่าง ๆ ของแผนการพัฒนาในภาพรวมเป็นอย่างไร ทีมข่าวเศรษฐกิจ "เคเอ็นบีทีวี" จึงได้รวบรวมมานำเสนอโดยในคอนเทนต์ จะขอเสนอให้เห็นในภาพรวมของที่มาที่ไปก่อนว่าแท้จริงแล้วเขตเศรษฐกิจพิเศษที่ว่านี้มากค่าเป็นอย่างไร



เปิดนโยบายเขตศก.พิเศษ ผลงานใหญ่รัฐบาล 'บิ๊กตุ'



สร้างความเชื่อมโยงกับประเทศในภูมิภาคเพื่อความมั่นคงทางเศรษฐกิจและสังคม ด้วยการพัฒนาเขตเศรษฐกิจพิเศษขึ้นโดยเร็วเพราะจะช่วยให้เกิดการกระจายความเจริญสู่ท้องถิ่นและเป็นประโยชน์ในแนวทางการปฏิรูปเศรษฐกิจของประเทศ

พร้อมกับการประกาศเขตเศรษฐกิจพิเศษในระยะแรก 5 แห่งที่เชื่อมโยง 3 ประเทศเพื่อนบ้าน ทั้งเวียดนาม, กัมพูชา และมาเลเซีย คือเขตเศรษฐกิจพิเศษจังหวัดนครราชสีมา, เขตเศรษฐกิจพิเศษจังหวัดน่าน, เขตเศรษฐกิจพิเศษจังหวัดสระแก้ว, เขตเศรษฐกิจพิเศษจังหวัดตราด และเขตเศรษฐกิจพิเศษจังหวัดสงขลา รวมทั้งกว่า 1.83 ล้านไร่

ถ้อยแถลงจากแนวคิดสู่การปฏิบัติ

อย่างไรก็ตามการที่รัฐบาลหันมาจับเขตเศรษฐกิจพิเศษนี้เพื่อหวังให้เป็นตัวเลือกหนึ่งของการขับเคลื่อนเศรษฐกิจไทยเพราะช่วยคลายเซชคิวเลชันการส่งออกที่ค่อย ๆ ลดลงตามทิศทางการค้าของโลก แม้ว่าเรื่องนี้จะเห็นทุกลดถึงในครึ่งไม่ถึง 10 ปีมานี้ โดยแรกๆหน่วยงานหลักที่เกี่ยวข้องคือกระทรวงพาณิชย์ นั่นก็คือสำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ หรือ ศสช. แต่ที่เพิ่งแต่เตรียมแผนไว้ในไม่กี่กระดาดยังไม่ถูกหยิบมาปรุงแต่งจนเกิดเป็นรูปเป็นร่างอย่างจริงจังจนเมื่อมาถึงรัฐบาล "พล.อ.ประยุทธ์" ได้เห็นถึงความสำคัญ เผยให้ทั่วโลก

ประกาศเขตเศรษฐกิจพิเศษแรก

รัฐที่มีอยู่พยายามผลักดันแนวคิดนี้จนในที่สุดก็กล้าเรียกออกมาได้ พลันคณะรักษาความสงบแห่งชาติ หรือ คสช. เข้ามาบริหารประเทศไม่กี่เดือนต่อจากนั้น "พล.อ.ประยุทธ์" ก็ได้ออกคำสั่งให้ทุกภาคส่วนเร่งรัดการดำเนินงานนโยบายเขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษ (กทพ.) ขึ้น มีหน่วยงานรัฐและเอกชนร่วมเป็นกรรมการซึ่งการเร่งเรื่องดังกล่าว ก็ถือเป็นหนึ่งในยุทธศาสตร์ 5 ด้านของ คสช. เรื่องของการ

ประกาศพัฒนาเขตเศรษฐกิจระดบ

หลังจากที่ได้ประกาศเขตเศรษฐกิจพิเศษระยะแรกไปเป็นที่เรียบร้อย ไม่นานจากนั้น กทพ. ฤกษ์ประกาศเขตเศรษฐกิจพิเศษในระยะที่ 2 อีก 5 จังหวัด คือเขตเศรษฐกิจพิเศษจังหวัดกาญจนบุรี เขตเศรษฐกิจพิเศษจังหวัดศรีสะเกษ เขตเศรษฐกิจพิเศษจังหวัดนครพนม เขตเศรษฐกิจพิเศษจังหวัดนครราชสีมา และเขตเศรษฐกิจพิเศษจังหวัดหนองคาย แต่ภายหลังหนองคายได้ถูกยกระดับไปอยู่ในระยะแรกแล้ว ครอบคลุม 83 ตำบลใน 18 อำเภอและยังวางแผนกำหนดเขตเศรษฐกิจพิเศษในพื้นที่ตอนในเมืองคันทันเล็งไว้บริเวณพื้นที่ในอีสต์ริมนริบอร์ค เช่น จังหวัดฉะเชิงเทรา ปราจีนบุรี และนครราชสีมา โดยเน้นการพัฒนาอุตสาหกรรมเป้าหมาย

กำหนดกิจการเป้าหมายในพื้นที่

หลังจากประกาศพื้นที่แล้ว ที่ตามมาคือการกำหนดกิจการเป็

ให้สิทธิประโยชน์จูงใจลงทุน

ขณะที่การจูงใจให้เขตเศรษฐกิจพิเศษเกิดขึ้นอย่างจริงจัง รัฐบาลได้ตั้งให้คณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน หรือบีโอไอไปจัดการสิทธิประโยชน์จูงใจเอกชนให้เข้ามาลงทุนในพื้นที่ดังกล่าว และได้ประกาศออกมาเป็นที่เรียบร้อยโดยให้สิทธิประโยชน์กับนักลงทุนตามกิจการเป้าหมายสูงสุด แบ่งเป็นค่าภาษี คือยกเว้นภาษีเงินได้นิติบุคคลเป็นเวลา 8 ปี และลดหย่อนสำหรับกำไรสุทธิที่ได้จากการลงทุน 50% เป็นเวลา 5 ปี สามารถหักค่าขนส่ง ค่าไฟฟ้า และค่าประปา 2 เท่าของค่าใช้จ่ายเป็นเวลา 50 ปี นับตั้งแต่เริ่มมีรายได้จากการประกอบกิจการที่เงินลงทุนในการคิดค่าหรือก่อสร้างแล้ว อำนวยความสะดวก 25% ของเงินลงทุน นอกเหนือไปจากการที่ค่าเสื่อมราคาค่ามรดกพร้อมกันกับขอเว้นอากรขาเข้าสำหรับเครื่องจักร เว้นอากรขาเข้าวัตถุดิบและวัสดุจำเป็นสำหรับส่วนที่ผลิตเพื่อส่งออก 5 ปี อีกทั้งยังอนุญาตให้ใช้แรงงานต่างชาติให้มีอยู่ในโรงงานที่รับการลงทุนด้วย

ทั้งหมดนี้คือภาพรวมของ "เขตเศรษฐกิจพิเศษ" ที่รัฐบาลกำลังเดินหน้าเพื่อหวังให้เป็นตัวเลือกหนึ่งในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจ ส่วนรายละเอียดของเขตเศรษฐกิจในแต่ละแห่งจะเป็นอย่างไรนั้น ต้องติดตามกันต่อไป

กันเศรษฐกิจ

กลยุทธ์ปฏิรูปเศรษฐกิจ

สมคิด จาตุศรีพิทักษ์ รองนายกรัฐมนตรี กล่าวในงานโพสต์ ฟอรัม 2015 ว่า ที่เรากำลังในช่วงเดือนเศษที่ผ่านมาเป็นการปูทางเพื่อการปฏิรูปเศรษฐกิจ ซึ่งเป็นจุดประสงค์ใหญ่ที่ทำนายกรัฐมนตรีต้องการแก้ไขฐานรากของประเทศ ไม่ใช่เพียงการกระตุ้นเศรษฐกิจเท่านั้น จากนั้นไปเราจะเห็นการกระตุ้นเศรษฐกิจน้อยลง เพราะระยะต่อไปจะเข้าสู่การปฏิรูปเศรษฐกิจที่สำคัญใน 4 กลุ่มงาน

ภารกิจแรก คือ การปรับโครงสร้างการเติบโตของเศรษฐกิจไทยให้มีความสมดุล ซึ่งเป็นนโยบายที่สำคัญอย่างมากในการปฏิรูปเศรษฐกิจ

นโยบายที่จะออกมา คือ ทำอย่างไรจะสร้างความเข้มแข็งให้เกิดขึ้น นโยบายหลักๆ ที่จะออกไปจะให้ความสำคัญกับการสร้างการเติบโตจากภายใน ต้องเพิ่มความสำคัญต่อเศรษฐกิจภายใน จากเดิมที่นโยบายอยู่ที่กระทรวงเป็นตัวตั้งต้น แต่ต่อไปจะมีจังหวัด อำเภอ ตำบล หมู่บ้านเป็นตัวตั้ง ต้นนโยบายที่ออกมาจะไปยังจุดที่ประชาชนอยู่ ไม่ว่าจะเป็นนโยบายส่งเสริมการผลิต การท่องเที่ยวชุมชน วิสาหกิจชุมชน

เส้นทางของการขับเคลื่อนนโยบายนี้ลงไปจะมีอยู่ 2 เส้นทาง เส้นทางแรกคือ เส้นทางเดิมผ่านกลไกของคณะกรรมการร่วมภาครัฐและเอกชน เพื่อแก้ไขปัญหาทางเศรษฐกิจ (กรอ.) ที่จะฟื้นกลับมาใช้อีกครั้ง โดย กรอ.จะเป็นข้อต่อกับนโยบายของรัฐ

อีกเส้นทาง คือ การขับเคลื่อนแบบแนวราบด้วยโมเดลประชารัฐ ซึ่งเป็นความร่วมมือจากท้องถิ่นทั้ง อบจ. อบต. และ



สมคิด จาตุศรีพิทักษ์

ต่างๆ เช่น การท่องเที่ยวท้องถิ่น การผลิต ซึ่งเหล่านี้หากทำจริงจึงมีการขับเคลื่อนที่ดีพอจะสามารถเพิ่มรายได้ให้กับชุมชนได้

กลุ่มที่ 2 การแปรสภาพการผลิต จากที่เน้นต้นทุนถูก เน้นปริมาณไปสู่การเพิ่มประสิทธิภาพการผลิต ซึ่งที่ผ่านมาผู้ผลิตของไทยชินกับการผลิตของแบบง่ายๆ จะต้องเพิ่มความสำคัญกับการเพิ่มประสิทธิภาพมากขึ้น นำการวิจัยและพัฒนานวัตกรรมเข้ามาขับเคลื่อนเศรษฐกิจ การสร้างผู้ประกอบการขนาดเล็กรวมขึ้นมาให้ได้จำนวนมาก เหมือนการปลูกป่าขนาดใหญ่ จะได้เป็นฐานการจ้างงานที่สำคัญ เปลี่ยนจากเดิมที่เศรษฐกิจขับเคลื่อนจากธุรกิจขนาดใหญ่ไม่กี่ราย

นอกจากนี้ การเพิ่มประสิทธิภาพการผลิตยังจะดำเนินการผ่านนโยบายการส่งเสริมอุตสาหกรรมเป็นคลัสเตอร์ มี

ความเข้มแข็งให้กับภาคบริการ จากแต่เดิมที่มีการส่งออกเพียงอย่างเดียว และจะเน้นในภาคการท่องเที่ยวต่อไปจะต้องพัฒนาภาคบริการ ทั้งในส่วนของรัฐวิสาหกิจและภาคการเงิน

เรื่องสุดท้ายของการเพิ่มประสิทธิภาพการผลิต คือ การสร้างการเชื่อมโยง (Connectivity) ของประเทศ เพื่อรับการเป็นประชาคมอาเซียน ให้ประเทศไทยเป็นฮับของภูมิภาคทั้งภาคการท่องเที่ยว การผลิต และขนส่งได้อย่างแท้จริง โดยในอีก 4-5 ปีข้างหน้า จะเห็นการลงทุนที่เชื่อมโยงกับภูมิภาคจำนวนมาก

นอกจากนี้ ยังมีการเชื่อมโยงด้านไอที ซึ่งเป็นการกิจที่กระทรวงไอซีทีต้องดูแลภารกิจสำคัญคือการทำให้ประเทศไทยเป็นดิจิทัลไทยแลนด์และต้องลงมือทำได้แล้วอย่ามัวแต่ปล่อย

นโยบายกับผู้อำนวยความสะดวกประมาณไปแล้วว่าต่อไปนี้การจัดทำงบประมาณจะต้องลดความซ้ำซ้อนในภารกิจเดียวกัน เช่น การพัฒนาเอสเอ็มอี การพัฒนาชุมชนที่เคยมองกระจายอยู่หลายหน่วยงานจะต้องทำงานประมาณไม่ให้ซ้ำซ้อน และต้องทำให้สอดคล้องกับนโยบายของรัฐบาล ซึ่งระบบงบประมาณนี้จะต้องได้รับการริฟอร์มแน่นอน

ขณะที่ส่วนของตลาดทุน ต้องมีการพิจารณาว่าบทบาทของตลาดทุนขณะนี้ ได้ทำหน้าที่สอดคล้องกับอุตสาหกรรมที่เปลี่ยนไปหรือไม่

กลุ่มสุดท้ายเป็นกลุ่มรัฐวิสาหกิจที่มีขนาดของทรัพย์สินเท่ากับจีดีพีประเทศ รายจ่ายของลงทุนสูงกว้างประมาณประเทศ ไม่รู้ก็เท่า หากทำทรัพย์สินเหล่านี้เข้มแข็งขึ้นมาได้ก็ถือเป็นความเข้มแข็งของประเทศ ซึ่งจะต้องมีการปรับปรุงให้รัฐวิสาหกิจสามารถสร้างรายได้ให้ได้มากกว่านี้ เพื่อให้มีรายได้มาพัฒนาประเทศ

“ถ้าบอกว่าเหล่านี้มันเป็นความฝันผมก็ฝันมานานแล้ว ผมไม่รู้ว่าจะมีเวลาทำแค่ไหน การที่จะปฏิรูปได้ไม่ใช่พวกผมอย่างเดียว พวกผมไม่ใช่เทวดา จะทำได้หรือไม่ได้อยู่ที่พวกคุณด้วย ผมเชื่อว่าถ้าทำแบบนี้ยังโง่ก็ดีกว่าเดิมแน่นอน ผมไม่อยากให้พวกเราตื่นตื้นกับการทำนายเศรษฐกิจ วันนี้ความมั่นใจเพิ่มขึ้น วันนี้ลดลง แต่ให้มั่นใจว่า เราจะทำในสิ่งที่ควรจะทำ และถ้ามีเวลามากพอเมืองไทยดีขึ้นแน่นอน ท่านอาจารย์วิรัชพงษ์ (รามวงษ์) บอกว่า เราจะค่อยๆ เป็น ยูเชฟ แต่ผมบอกว่า ถ้าเราทำตั้งแต่วันนี้ เราจะเป็น

ปฏิรูปคือปฏิรูป

USSRB พ... (คนร.) กล่าวว่าการเพราะมีสินทรัพย์ 12 ล้านล้านบาท ส่วนชนแผ่นดินหลายเท่า จากมีงบลงทุนรัฐวิสาหกิจ 1 ล้านล้านบาท

อย่างไรก็ตาม แม้จะมีขนาดใหญ่ แต่มีผลตอบแทน (ROA) เมื่อเทียบกับสากลที่โดยรัฐวิสาหกิจที่มีธุรกิจที่ผูกขาด ชนแข่งขันกับเอกชน และแยกการะไว้หม

นอกจากนี้ รัฐวิสาหกิจอย่างไรที่จะทำให้ปรกติอยู่ภายใต้ทุนที่มีพนักงานกว่า 2.0 ล้านคน โดยไม่ต้องเสียค่า

สำเนาหมายเลข ที่ไอทีไม่มีการปรับโครงสร้างปรับทั้งระบบการบริหารเพื่อให้การดำเนินงานประเด็นที่สังคมตั้งค

บรรยาย กล่าวว่ามีมากกว่า 1 ปีครึ่ง ตั้งร่างกฎหมาย ซึ่งผู้รัฐมนตรี รวมทั้ง รัฐมนตรี (กรม) และมิผลเป็นรูป

รณว.คลังโชว์โมเดลกระตุ้นเศรษฐกิจ

อภิศักดิ์ ต้นติวรวงศ์ รณว.คลัง กล่าวว่ามีเป้าหมายที่จะทำให้ประเทศไทยอยู่ได้อีก 10-20 ปี โดยจะต้องทำ 3 แนวทางการขับเคลื่อนนโยบายเศรษฐกิจ คือ

แนวทางแรก คือ การกระตุ้นเศรษฐกิจ 3 ระยะ โดยระยะแรกทำโดยการเติมเงินกองทุนหมู่บ้าน การเร่งเบิกจ่ายงบลงทุน วงเงินต่ำกว่า 1 ล้านบาท การสร้างความเข้มแข็งระดับตำบล เป้าหมาย คือ เติมเงินระยะสั้นเพื่อไม่ให้เศรษฐกิจทรุดไปกว่านี้

ระยะที่ 2 คือ การดึงเอกชนเข้ามาลงทุนมากขึ้น โดยระหว่างนี้เตรียมหรือหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เช่น กระทรวงคมนาคม กระทรวงอุตสาหกรรม เพื่อหากลุ่มอุตสาหกรรมที่เป็นอนาคตของประเทศไทย คาดว่าได้ข้อสรุปภายใน 1 เดือนหลังจากนี้ในการให้สิทธิประโยชน์แก่ผู้ที่สามารถเร่งลงทุนในเวลา



อภิศักดิ์ ต้นติวรวงศ์

ที่กำหนดได้

เบื้องต้นมีอุตสาหกรรมเป้าหมายได้แก่ ไบโอบีโอดีคอล การยกระดับอุตสาหกรรมผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ เป็นผู้ออกแบบได้ด้วย การยกระดับอุตสาหกรรมการบินของไทยให้เป็นศูนย์กลางการบินในภูมิภาค รวมถึงการส่งเสริมภาคเอกชน พัฒนาเทคโนโลยีเพื่อลดต้นทุนการผลิต

ระยะที่ 3 คือ การเร่งลงทุนใน

โครงสร้างพื้นฐาน หรือเมกะโปรเจกต์ โดยมีเป้าหมายลงทุนปีหน้ากว่า 1.3 แสนล้านบาท

สำหรับแนวทางที่ 2 คือ การปรับโครงสร้างภาษี ซึ่งนอกจากการลดภาษีนิติบุคคลเหลือ 20% เป็นการถาวรแล้ว เป้าหมายต่อไป คือ การลดภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา ที่มีอัตราขั้นสูงถึง 35% สูงกว่าภาษีนิติบุคคลมาก แต่จะทำให้รัฐสูญเสียรายได้มาก รัฐบาลจึงต้องหารายได้จากภาษีอื่น และทำให้การจ่ายภาษีสะดวกขึ้น อาจรวมกลุ่มให้เหลือประเภทภาษีน้อยลง ลดการใช้วิจารณญาณเจ้าหน้าที่เพื่อป้องกันการคอร์รัปชัน

ส่วนภาษีที่ดินและสิ่งปลูกสร้าง อยู่ระหว่างทบทวน เพราะผู้ที่ได้รับผลกระทบมีจำนวนมาก

แนวทางที่ 3 คือ การปรับปรุงโครงสร้างพื้นฐานทางการเงิน โดยตั้งเป้าวางระบบ เนเชอรัล อี-เพย์เมนต์

จากการใช้เงินสด มาเป็นการใช้จ่ายผ่านบัตร เมืองต้นมีแนวคิดใช้บัตรประชาชนเป็นบัตรเติมเงินจากแบงก์ และอนาคตให้ร้านสะดวกซื้อหรือเซเว่นอีเลฟเว่นรับเติมเงินได้ และให้ร้านค้าขนาดเล็กมีเครื่องรูดบัตร และให้คนถือบัตรใช้จ่ายค่าโดยสารได้ โดยจะให้ผู้ถือบัตรต้องลงทะเบียนเพื่อให้รัฐออกมาตราการช่วยเหลือได้ตรงจุด แนวคิดนี้จะมีความชัดเจนมากขึ้นภายใน 1 เดือนจากนี้

ทั้งนี้ การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานทางการเงินจะทำให้คนหลีกเลี่ยงภาษีน้อยลง เพราะทุกครั้งที่มีการจ่ายเงินผ่านเข้าระบบจะมีการหักภาษีมูลค่าเพิ่มทันที และยังป้องกันการทุจริตจากการเอาใบกำกับมูลค่าเพิ่มมาขายต่อกันได้ และเมื่อทุกอย่างถูกเชื่อมโยงกับกรมสรรพากร และเมื่อรัฐมีรายได้มากขึ้น เมื่อนั้นก็จะสามารถปรับลดภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาได้

เร่งเชื่อมโครงข่ายคมนาคม

อาภากร เต็มพิทยาไพสิฐ รณว.คมนาคม
เป็นเขตฯ คมนาคมได้รับการบ้านจากสมคิด



เพิ่มสิทธิประโยชน์

อรรถกานา สันบุญเรือง รณว.อุตสาหกรรม กล่าวว่

อุตสาหกรรมเป้าหมาย

5 อุตฯ เดิมที่มีศักยภาพ

- 1 ยานยนต์สมัยใหม่
- 2 อิเล็กทรอนิกส์อัจฉริยะ
- 3ท่องเที่ยวกลุ่มรายได้ดี/เชิงสุขภาพ
- 4เกษตรและเทคโนโลยีชีวภาพ
- 5แปรรูปอาหาร



5 อุตฯ ใหม่

- 1 หุ่นยนต์
- 2 การบินและโลจิสติกส์
- 3 เชื้อเพลิงชีวภาพและเคมีชีวภาพ
- 4 ดิจิทัล
- 5 การแพทย์ครบวงจร



สิทธิประโยชน์เพิ่มเติมนอกเหนือจากบีไอโอ

มาตรการการเงิน

- จัดตั้งกองทุนส่งเสริมการลงทุนอุตสาหกรรมเป้าหมาย โดยให้เงินสนับสนุน (Grant) ชดเชยดอกเบี้ยเงินกู้ (Loan)

มาตรการการคลัง

- ยกเว้นภาษีเงินได้นิติบุคคลเป็น 10 ปี หรือ 15 ปี (เพิ่มเติมจากบีไอโอที่ให้ 8 ปี)
- ลดภาษีรายได้นิติบุคคลเหลือ 0% หรือไม่เกิน 15% ให้กับผู้เชี่ยวชาญ/นักลงทุน/ผู้บริหารระดับสูง
- ปรับอัตราภาษีศุลกากรชิ้นส่วน วัตถุดิบ และสำเร็จรูป

มาตรการอื่นๆ

- ให้ถือหุ้นเกิน 50% โดยเฉพาะกิจการวิจัยและพัฒนาให้ต่างชาติถือครองที่ดินได้ 99 ปี
- อำนวยความสะดวกในการเข้าประเทศและทำงานของผู้เชี่ยวชาญ/ผู้บริหาร/นักลงทุนต่างชาติ ในโครงการที่ได้รับส่งเสริม



หมายเหตุ : การลงทุนกิจการเป้าหมายในเขตเศรษฐกิจพิเศษ 23 จังหวัด วนภาษีสูงสุด 8 ปี ลดหย่อนภาษี 50% อีก 5 ปี กรมสิทธิถือครองที่ดิน วนภาษีนำเข้าเครื่องจักร ฯลฯ

ที่มา : Iwacjoideas

ลงทุนในไทย แต่สิทธิประโยชน์ค่อนข้างจำกัด เมื่อเทียบกับสิงคโปร์ มาเลเซีย ที่ให้สิทธิประโยชน์ตรง

เอกชนขยายตัวต่ำแค่ 2% จากเดิม 9% จึงทำให้เศรษฐกิจขยายตัวแค่ 3.4% โดยมีเป้าหมายให้เพิ่มขึ้น

เกี่ยวข้องต้องทำงานเชิงรุกมากขึ้น โดยไปเจรจากับบริษัทขนาดใหญ่ให้เข้ามาลงทุนในอุตสาหกรรม

ส่งเสริมสวัสดิ์



กลางปี

เฟดเสี่ยงแตก ล้มขึ้นดอกเบี้ยปีนี้



ปลายปี

วเคราะห์
พฤษภาคม วันพุธที่ 18 พฤษภาคม พ.ศ. 2558

**แบงก์ชาติเตือนหนี้พื่อนคลาย
เม้นเฟดขึ้นดอกเบี้ย**

ธมลวัลต์

การขึ้นอัตราดอกเบี้ยใน
กลางสหรัฐ (เฟด) เพิ่ม
จากที่ เจเน็ต เบลเลน ผู้
ที่ขึ้นดอกเบี้ยขึ้นอัตรา

สาเหตุที่บรรดานักกลางตลาดเกิด
ใหม่ต่างออกมาเรียกร้อง เป็นเพราะช่วงนั้น
ดัชนีเอ็มเอสซีอีตลาดเกิดใหม่ปรับร่วงลงไป
ถึง 9.3% ตลอดเดือน ส.ค.ที่ผ่านมา ต่ำที่สุด

มอร์แกน ปรับตัวเพิ่มขึ้น 0.5% เมื่อเดือน
ต.ค.ที่ผ่านมา น้อยกว่าช่วงการอ่อนค่าเงินของ
จีนในเดือน ส.ค. ซึ่งเป็นช่วงเดียวกับความไม่
แน่นอนของเฟดเสียอีก

ด้านอินโดนีเซีย ประเทศเศรษฐกิจ
ใหญ่ที่สุดของภูมิภาค ขยายตัว
ไตรมาส 3 ที่ผ่านมา อย่างไรก็ดี
ผลมาจากการใช้จ่ายของภาครัฐ

การเงิน

ฉบับที่ 14 ฉบับ พ.ศ. 2558

A12

www.innnews.com

■ กับข่าวการเงินโลกสุดทึ่ง แบงก์ไนต์ งานใหม่

วันที่ 1 พ.ย.นี้ ธนาคารอาคารสงเคราะห์ (ออส.) นอกจากจะไร้เอ็มดี เพราะ อังคณา ปิลาสนีโอวาท โฆษกมีผล จะครบวาระแล้ว เกริก วณิชกุล ก็จรดปากกาเซ็นใบลาออกจากตำแหน่ง

ประธานบอร์ดเรียบร้อยแล้ว และหลังจากนี้คงได้เห็น เกริกไปเป็นกรรมการธนาคารไทยพาณิชย์ แทน อภิศักดิ์ ตันติวรวงศ์ ที่ไปเป็น รร.ค.ลิ่ง



เกริก วณิชกุล

โดย อาพันธ์ ปันยารชุน นายกรัฐมนตรีของไทยพาณิชย์ ทาบตามตั้งแต่ครั้งเกริกเป็นรองผู้ว่าแบงก์ชาติ โดยวันที่ 1 พ.ย. ก็ครบ 1 ปี ที่เกริกออกจากแบงก์ชาติตามกฎหมายพอดี

■ มินนี้ทุเคย

ธปท.ชี้ส่งออกไทยไปจีนเริ่มกระเหือ

นายวิฑูรย์ เลี่ยนหัด ณ อยุธยา โฆษกธนาคารแห่งประเทศไทย (ธปท.) เปิดเผยว่า แม้ว่ากาารนำเข้าของจีนหดตัวต่อเนื่องเป็นเดือนที่ 11 แต่ข้อมูลการส่งออกของไทยล่าสุดในเดือน ส.ค. 2558 ชี้ว่า การส่งออกของไทยไปจีนเริ่มปรับดีขึ้นจากสินค้าเพื่อการอุปโภคบริโภคและสินค้าเกษตร ซึ่งเป็นผลจากนโยบายภาครัฐของจีน เช่น การห้ามใช้ข้าวโพดผลิตเอทานอล ผู้ผลิตจึงหันมานำเข้ามันสำปะหลังทดแทน และการที่รัฐบาลจีนเก็บภาษีนำเข้าอย่างค้อมปรวดซึ่งส่งผลดีต่อยางพารา และน้ำตาลได้อานิสงส์จากการลดพื้นที่ ประกอบกับอุปสงค์ที่เพิ่มขึ้นตามรายได้

ธปท.เตือนเอกชนรับมือ เฟดขึ้นดอกเบี้ยสิ้นปีนี้

■ ศุภลักษณ์ เอกกิตติวงศ์

การประชุมครั้งล่าสุดของธนาคารกลางสหรัฐ หรือเฟด ในเดือน ก.ย. ที่ตัดสินใจคงดอกเบี้ยนโยบายไว้ ทำให้ตลาดเงินต่างประเทศมีการปรับคาดการณ์การปรับขึ้นดอกเบี้ยของเฟด ส่วนใหญ่ไม่เชื่อว่าจะปรับขึ้นในปีนี้อย่างไรก็ตาม ธนาคารแห่งประเทศไทย (ธปท.) เชื่อว่าเฟดจะปรับขึ้นดอกเบี้ยในเดือน ธ.ค.นี้ และเดือนให้ภาคธุรกิจใช้เครื่องมือทางการเงินลดความเสี่ยงจากอัตราแลกเปลี่ยน



ยสสอ ไทยอริส

ยรรยง ไทยเจริญ ผู้อำนวยการสำนักนโยบายการเงิน ธปท.ระบุว่า เศรษฐกิจไทยยังเผชิญความเสี่ยงจากความผันผวนของตลาดเงินต่อเนื่องไปถึงปีหน้า เห็นได้จาก การที่เงินบาทที่มีทิศทางอ่อนค่าอยู่ แต่ในช่วง 1-2 สัปดาห์ที่ผ่านมา พบว่ามีเงินไหลกลับเข้ามางเงินบาทแข็งค่าขึ้น แต่จะเป็นเพียงระยะสั้น ในช่วงที่ตลาดรอเฟดขึ้นดอกเบี้ย ทั้งนี้ ธปท.ประเมินว่า เฟดจะขึ้นดอกเบี้ยในเดือน ธ.ค.นี้ และแม้เฟดจะขึ้นดอกเบี้ยแล้ว ความไม่แน่นอนของตลาดเงินก็จะยังมี

อยู่ในช่วงรอยต่อที่ดอกเบี้ยสหรัฐจะเข้าสู่สมดุลงั้น ธปท.จะติดตามสถานการณ์ทุนเคลื่อนย้ายอย่างใกล้ชิด

อย่างไรก็ดี การขึ้นดอกเบี้ยของสหรัฐมีผลกับไทยค่อนข้างจำกัด เพราะไทยมีฐานะต่างประเทศเข้มแข็ง มีการเกินดุลบัญชีเดินสะพัด 4% ของจีดีพี มีการพึ่งพาเงินทุนต่างประเทศน้อย โดยสัดส่วนักลงทุนต่างชาติที่ถือพันธบัตรรัฐบาลมีเพียง 8-9% เทียบบางประเทศมีสัดส่วนถึง 20-30% ซึ่งลดความ

เสี่ยงความผันผวนค่าเงินบาทได้ ขณะที่ภาคธุรกิจยังคงเผชิญกับต่างประเทศอย่างดี มีการใช้เครื่องมือทางการเงินมาลดความเสี่ยง ทำให้ผลกระทบต่อตลาดเงินไทยไม่มาก อย่างไรก็ตาม ในภาวะที่ตลาดเงินยังผันผวนสูง ธปท.แนะนำให้ธุรกิจที่ใช้เงินตราต่างประเทศ รวมทั้งผู้ส่งออกทำการป้องกันความเสี่ยงค่าเงิน ซึ่งธนาคารพาณิชย์มีเครื่องมือที่หลากหลาย โดยขณะนี้เห็นสัญญาณที่ดี ภาคธุรกิจมีการป้องกันความเสี่ยงมากขึ้น โดย

เฉพาะผู้นำเข้าและผู้หนีต่างประเทศที่เสี่ยงว่าต้นทุนเพิ่มจากบาทอ่อน สำหรับมาตรการกระตุ้นเศรษฐกิจของรัฐบาลที่เน้นช่วยเหลือเกษตรกรและเอสเอ็มอีเป็นเรื่องที่ดี แต่สิ่งที่ต้องเฝ้าระวัง คือ หลักเกณฑ์การปล่อยสินเชื่อให้ผู้มีรายได้น้อย ที่สถาบันการเงินต้องพิจารณาถึงภาระหนี้ครัวเรือนที่จะเพิ่มขึ้นด้วย เพื่อไม่ให้ภาระหนี้สูงเกินไปจนกลายเป็นปัญหาต่อเนื่องในอนาคต ด้าน กอบสิทธิ์ ศิลปชัย ผู้

บริหารงานวิจัยเศรษฐกิจและตลาดทุน ธนาคารกสิกรไทย ประเมินว่าทิศทางค่าเงินบาทในระยะปานกลางและระยะยาวยังคงอ่อนค่าต่อเนื่องไม่ทำเฟดขึ้นหรือขึ้นดอกเบี้ย โดยคาดว่าสิ้นปีนี้เงินบาทจะอยู่ที่ 36.75 บาท/เหรียญสหรัฐ และสิ้นปี 2559 อยู่ที่ 38 บาท/เหรียญสหรัฐ ขณะที่บาทจะแข็งค่าระยะสั้นถึงราวกลางเดือน ส.ค. และจะอ่อนค่าอีกครั้งก่อนการประชุมเฟดวันที่ 27-28 ส.ค.นี้

นอกจากนี้ ธนาคารกสิกรไทยมองต่างจากนักวิเคราะห์สำนักอื่น โดยเชื่อว่าเฟดจะปรับขึ้นดอกเบี้ยในการประชุมเดือน ส.ค.นี้ เพราะภาพรวมเศรษฐกิจสหรัฐค่อนข้างดี มีโอกาสเติบโต 2.8% ประกอบกับช่วงสิ้นปีมีความเสี่ยงหยุดชะงักทางการคลัง (Government Shutdown) ที่ถ่วงการตัดสินใจขึ้นดอกเบี้ยให้ช้าเกินไป ซึ่งหากเฟดขึ้นดอกเบี้ยเร็วเดือน ส.ค.จริง อาจทำให้ตลาดแตกคืนพอสมควร เงินบาทอาจจะไหลมาอ่อนค่าแรงในระยะสั้น เพราะเซอีโพรฟิตตลาด เนื่องจากกระแสในตลาดส่วนใหญ่ขณะนี้เริ่มมีมุมมองว่าเฟดจะขึ้นดอกเบี้ยในปีหน้า



จับตา 'จีน' กลุ่มอัดฉีด เติมพันธมิตรไทยเป็นค้ำค.

คอลัมนิสต์ อังนปัทมญา

ประเทศให้สามารถขับเคลื่อนต่อไปข้างหน้าได้

กรุงปักกิ่ง ยอมรับว่าปฏิริยาของพีบีไอซีครั้งนี้
แสดงท่าทีที่ชัดเจนที่สุดและรวดเร็วที่สุด

พูดให้เข้าใจง่ายขึ้นก็คือ จีนกำลังวาง
เดิมพันครั้งใหญ่ระหว่างการกระตุ้นเพื่อให้

หมายถึงเส้นทางของยุคทองตามแบบฉบับ
นับประสาเหล็กถล่มหรือพายุพิบัติภัย
ธุรกิจเกี่ยวกับการเดินทางจึงได้เข้าสู่ทำเนียบผู้สร้าง
เศรษฐกิจของชาติต่างๆ อย่างพาดเหยียด
ชนชั้นกลางรุ่นใหม่เติบโตขึ้นมากในชาติกำลัง
พัฒนา และได้กลายเป็นผู้เดินทางของโลกซึ่งมีปริมาณ
ภายในเวลาอันรวดเร็ว เช่น จีน (+26%) รัสเซีย
(+12%) บราซิล (+8%) เป็นต้น ทำให้ปริมาณ
ผู้เดินทางเติบโตขึ้นอย่างคึกคัก จนบางครั้ง นักวิจัยค้น
พบว่า

ภาวะเศรษฐกิจชะลอตัวไปโลกตะวันตกที่ค่อยๆ
คืนชีพกลับขึ้นมา (ยกเว้นกรีซ) ได้ทำให้ "บิกทรี" ในการ
ส่งออกนักท่องเที่ยว คือ เยอรมนี สหรัฐอเมริกา และ
สหราชอาณาจักร ยังคงยืนหยัดอยู่ใน "ท็อปไฟว์" ต่อไปได้
ที่หลุดจากลำดับ 5 ไปเป็นลำดับที่ 6 7 บ้างแล้วคือ
ฝรั่งเศส และแคนาดา
แต่ก็ยังเดินทางกันทุกหนอยู่ดี และเพิ่มขึ้นด้วย ชุด
ต่างๆ นักเดินทางคนไทยที่ทะยานไม่หยุด ส่วน
นักเดินทางท่องเที่ยวจากจีนก็ไม่น้อยกำลังแล้วในการออกเที่ยว
สำรวจ หรือพักผ่อน

สถาบัน IPK International บริษัทวิจัยทางการตลาด
ด้านการท่องเที่ยวระดับนานาชาติ ซึ่งติดตามทำข้อมูล
World Travel Monitor พบว่า ปัจจุบันพื้นที่ปลายทาง
ของการเดินทางท่องเที่ยวของโลกเปลี่ยนไป
ที่หมายอันดับ 1 คือ ไปเยือนเมืองหรือมหานคร
เพิ่มมากขึ้นถึง 47% ส่วนที่วางเป้าหมายไปหาทิว
ชายทะเล โดเพียง 12% แต่ที่น่าคิดเลยได้แก่ การห
ตัวของกาไปเที่ยวย่านชานเมืองนอกเมือง ซึ่งหดลง
ไป 10%

นี่เป็นภาพรวมระดับโลกของการเดินทางท่องเที่ยว
ที่เปลี่ยนไป คนชั้นกลางเพ็ญรายดัดที่จะไปแหล่งคว
เจริญทางวัตถุมากกว่า
มาดูข้อมูลและแนวโน้มด้านที่พักแรมบ้าง
ใน 3-4 ปีมานี้ แม้โรงแรมยังคงสร้าง
เดินทางราว 60% อยู่ แต่นักท่องเที่ยว 40% ซึ่ง
ไปเช็กอินบ้านพักสุดสัปดาห์ 20% ถึงไป
ประเภทอื่นๆ อีก 20% เช่น อพาร์ตเมนต์
ที่เจ้าของห้องปล่อยเช่าราย มีทางอื่นพอใช้
หลังนี้เองที่กำลังโตอย่างรวดเร็วถึง 3 เท่า
จากโรงแรมไปมากขึ้น โรงแรมจึงขายดีสุดที่
จำใจเดิมๆ ไปสู่ที่พักชนิดหัวหา ซึ่งโตขึ้นถึง
อีกเช็กเมนต์ของโรงแรมโลกที่โตขึ้น คือ
โรงแรมโลว์คอสต์ ซึ่งโตอีก 15% ที่ประเทศ
3 ดาวทั่วๆ ไป ให้เหลือการเติบโตเพียง 8%
แต่ 8% ก็โตเยอะกว่าเศรษฐกิจเฉลี่ย
ทั้งหลายเท่าละ

นี่จึงทำให้อุตสาหกรรมท่องเที่ยวมาดเป็น
ดาวรุ่งเศรษฐกิจที่สายอุตสาหกรรมต้องยอมรับ
World Travel & Tourism Council (WTTC)
ว่า ในปี 2013 อุตสาหกรรมท่องเที่ยวเป็น 2.9% ของ GDP โลก และว่าการลงทุน
ชะลอตัวจากเศรษฐกิจโลก แปลว่าถ้าเศรษฐกิจ
ตกสะเก็ด ปานนี้โลกจะได้รับความเสียหาย
มากกว่านี้ด้วยซ้ำ

อเมริกาที่... เศรษฐกิจ

วันศุกร์ 19 กันยายน พ.ศ. 2557



ลักษณะ อัจฉริยะ

ไปไปตามการคาดการณ์ บรรดานักวิเคราะห์และเหล่านักข่าวจากหลายสำนัก สำหรับรัฐบาลประชุมคณะกรรมการนโยบายการเงิน (เอฟโอเอ็มซี) ธนาคารกลางสหรัฐ (เฟด) ที่จะเดินปรับลดวงเงินการซื้อพันธบัตรรัฐบาลลงอย่างต่อเนื่องอีก 1 หมื่นล้านเหรียญสหรัฐ (ราว 3.2 แสนล้านบาท) ส่งผลทำให้ปริมาณเงินซื้อพันธบัตรรายตามนโยบายผ่อนคลายทางการเงิน (คิวอี) เฟดที่นำมาใช้อย่างต่อเนื่องหลายปีจะลดลง 1.5 หมื่นล้านเหรียญสหรัฐ และเห็นว่าหากทุกอย่างดำเนินไปตามเวลาที่คณะกรรมการเฟดวางกรอบไว้ก่อนหน้านี้ รวมถึงสถานการณ์การฟื้นตัวทางธุรกิจภายในสหรัฐ ทั้งอัตราการว่างงานที่เริ่มและส่วนเงินเฟ้อที่อาจจะขยับขึ้นตามเป้าไว้ที่ 2% ทั่วโลกและสหรัฐก็อาจจะได้ถูกปรับการซื้อพันธบัตร หรือเลิกคิวอีภายใน 6 ส.ค.ที่จะถึงนี้แน่นอน แม้จะถือเป็นข่าวดีสำหรับเศรษฐกิจสหรัฐก็ตามแต่ความเคลื่อนไหวข้างต้นคือหลักฐานที่จับได้ว่าพยานอิทธิพลที่กำลังคั่งอยู่ๆ ขึ้น แต่สืบเนื่องจากความเคยชินต่อสภาพของสิ้นระบบการเงินมานาน ทำให้นักเศรษฐศาสตร์และนักวิเคราะห์หลายฝ่ายออกตัวชี้คำตามด้วยความกังวลระคนกึ่งขำไม่ได้จะเกิดอะไรขึ้นกับเศรษฐกิจโลกดังขลุ่ยตี

ขลุ่ยตีควฮีไม่ระคายพิวคค. ทับการดริบเฟดขึ้นดอกคาเบีย

การ
โอกาสให้นัก
ทั้งในรูปของ
อย่างไร
อาศัยข้อมูล
เสียงที่มาก
ของประเทศ
ทำให้ภาค
ได้มีการไป
ตอน เริ่มจ
2543 ได้
สามารถชื้อ
ธนาคารพา
สำหรับ
ต่างประเทศ
Fund) ได้
ได้ผ่อนคล
กองทุนส่วน
หน้าหรือชาย
นิติบุคคลที่
ไม่สามารถ
นอกจาก
วิธีปฏิบัติ
หลักทรัพย์
ต่อเนื่อง
จาก
ต่างประเทศ
อย่างต่อเนื่อง
จึงควรให้
รวมถึงอง
สหรัฐ ใ
ปี 2551
แวดวงกา
พันธบัตร
นั่นเอง
เชื่อว
ลงทุนผ่าน
ลงทุนใน
สาธารณะ
กองทุน
ต่างประเทศ
บริการ
Service ที่
ใหม่ใช้
เกาหลีใต
พันธบัตร
จำนวน
เกาหลีจาก
ขนาดโต
ที่เดียว ส่วน
ประเทศก่อน
ต่างประเทศ
แล้วกา
เสียงหรือ
และ
เพียงได้
น้อยขึ้น
บางครั้ง
ส่งผล
สิ่งนี้

ภาวะแผนคืนชีพคค.ยุโรป เดิมพันสุดท้ายก่อนพุ่มขาว

โจนกว ทอดจอร์จ

ถ้าภาวะเศรษฐกิจยุโรปกำลังเป็นที่จับตามองกันทั่วโลก เพราะกำลังเสี่ยงอย่างมากต่อการเกิดเศรษฐกิจซบเซายาวนาน เช่นเดียวกับที่เคยเกิดขึ้นมาแล้วในญี่ปุ่น

ก่อนหน้านี้เศรษฐกิจทั้งยุโรปเสี่ยงเข้าสู่ภาวะซบเซาอย่างหนัก โดยภายหลังวิกฤตหนี้ยุโรปปี 2010 ยอดเงินเพื่อแทบไม่โตขึ้น สัดส่วนการบริโภคยังทรงๆ เท่านั้น เมื่อการบริโภคลด การลงทุนก็ลดตาม สุดท้ายก็จะกลายเป็นวงจรถดถอยทางเศรษฐกิจในที่สุด

สหภาพยุโรป (อียู) ในฐานะกลไกขับเคลื่อนของภูมิภาค จึงพยายามระดมสรรพกำลังทางเต็มที่ เพื่อพลิกฟื้นเศรษฐกิจยุโรปให้พ้นภาวะดังกล่าว

นำทัพโดยธนาคารยุโรป (อีซีบี) ซึ่งขณะนี้ได้มาตรการผ่อนคลายทางการเงินต่างๆ มาอย่างเต็มที่ โดยหวังให้บรรดาสถาบันการเงินในภูมิภาคสามารถปล่อยกู้ได้มากขึ้น เริ่มจากการปรับลดอัตราดอกเบี้ยเงินต่ำที่สุดประวัติศาสตร์ โดยอัตราดอกเบี้ยรีไฟแนนซ์ที่ 0.05% ขณะที่อัตราดอกเบี้ยเงินฝากติดอยู่ที่ 0.20%

พร้อมกันนี้ยังเสริมทัพด้วยมาตรการอัดฉีดเงินเข้าสู่เศรษฐกิจ โดยเริ่มจากโครงการพลิกชีพสำหรับรีไฟแนนซ์สำหรับสถาบัน



ของสหรัฐไหลเทสู่ตลาดหุ้นมากกว่ากรณีดังกล่าวนับว่าเป็นผลลัพธ์ที่ไม่ใช่เป้าหมายอีซีบีอย่างแน่นอน ช้ำร้ายจะกลายเป็นตัวจุดชนวนให้เกิดฟองสบู่ในตลาดหุ้นเสียอีก ดังนั้น การอัดฉีดเม็ดเงินของอีซีบีก็อย่าง

เข้าสู่ภาวะถดถอยเป็นที่เรียบร้อยแล้ว ฉะนั้น ผ่อนคลายมาตรการรัดเข็มขัดของแต่ละประเทศ ทั้งการปรับลดอัตราภาษีและการเพิ่มปริมาณการลงทุนจากภาครัฐจะกลายเป็นนโยบายที่สอดคล้องไปกับการเทเม็ดเงินลงสู่

เฉพาะธุรกิจขนาดย่อมที่ไม่มีสินทรัพย์ในการค้ำประกันมากนัก แต่สำคัญยิ่งในฐานะภาคส่วนที่ขับเคลื่อนเศรษฐกิจยุโรป โดยมีสัดส่วนคิดเป็น 2 ใน 3 ของธุรกิจยุโรปทั้งหมด มาตรการกระตุ้นเศรษฐกิจต่างๆ ของ

ดิจิทัลแห่งชาติ

ประยุทธ์นั่งประธานสั่งการเอง
ดึงบีโอไอออกมาตรการส่งเสริม
หม่อมอุ๋ยการ์นตี1ปีเห็นผลแน่

โพสต์ทูเดย์ พล.อ.ประยุทธ์ ขอ
งเองคุมบอร์ดพัฒนาเศรษฐกิจ
ดิจิทัลแห่งชาติ

ม.ร.ว.ปรีดิยาธร เทวกุล รอง
นายกรัฐมนตรีด้านเศรษฐกิจ เปิด
ยว่า รัฐบาลจะมีการตั้งคณะ
รรมการพัฒนาเศรษฐกิจดิจิทัล
งชาติ (National Digital
nomy Committee) โดย พล.อ.
บุรินทร์ จันทร์โอชา นายกรัฐมนตรี
งเป็นประธานคณะกรรมการ
ห้วยตัวเอง เพื่อขับเคลื่อน
ยให้ประสบความสำเร็จ

ร.ว.ปรีดิยาธร กล่าวว่
ศไทยจำเป็นต้องสร้าง
กิจดิจิทัลขึ้นมาเพื่อแก้ไข
ลดต้นทุนธุรกรรมและ
ล็กทรอนิกส์เพื่อให้ประเทศ
ื่อเข้าสู่เศรษฐกิจสมัยใหม่
มามีความพยายามตั้ง
่างๆ มาดำเนินการ เช่น

กองทุนเพื่อส่งเสริมด้าน
ต่าง
"เศรษฐกิจดิจิทัล
กว้างขวางมาก อยู่ในระบบ
ธนาคาร อุตสาหกรรมการผลิต
สามารถนำไปใช้ในอุตสาหกรรม
เกษตรได้ด้วย แต่ต้องทำให้ดิจิทัล
เป็นฐานก่อน จะมีกองทุนเพื่อ
ส่งเสริมด้านต่างๆ ซึ่งจะทำให้เห็นใน
1 ปี แต่ตอนนี้ขอร่างกฎหมายก่อน
ปรับบทบาทกระทรวงไอซีทีให้เป็น
องค์การกลางประสานองค์กรอิสระทั้ง
หลาย" รองนายกรัฐมนตรี กล่าว

นายบุญทักษ์ หวังเจริญ
ประธานสมาคมธนาคารไทย กล่าว
ว่า มีจจุบันระบบการชำระเงินอยู่
บนระบบเศรษฐกิจดิจิทัลหมด
แล้ว คิดเป็น 4-5% ของผลิตภัณฑ์
มวลรวมในประเทศ แต่จะต้อง
แก้ไขกฎหมายมารองรับ เช่น ไม่
ต้องใช้เอกสารตัวจริงในกระบวนการ

แผน3ขั้นกู้เศรษฐกิจ รัฐบาล พล.อ.ประยุทธ์

3 เดือนแรก

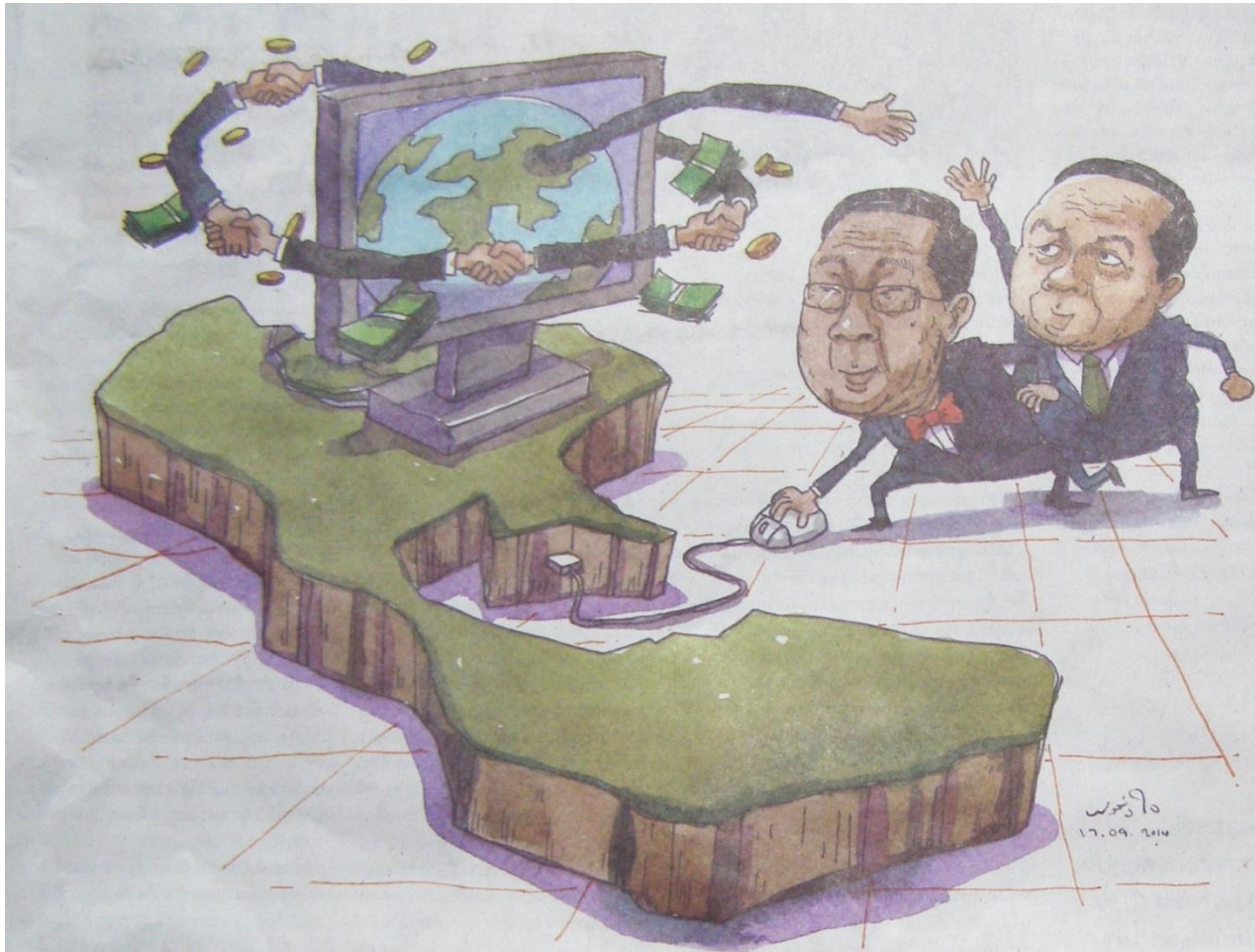
- + ทำรายได้เกษตรกรให้ดีขึ้น
- + กระตุ้นการท่องเที่ยวเป็นเดือนละ 2.3 ล้านคน
- + แรงให้เกิดการจ้างงาน
- + แรงอนุมัติโครงการที่ขอยบีโอไอ
- + แรงประมวลโครงการที่มีความพร้อมทันที

ระยะกลาง

- + แก้ไขจุดอ่อนประเทศ
- + ปรับโครงสร้างภาษีการค้า-ที่ดิน
- + ปรับโครงสร้างพลังงาน
เน้นพลังงานทดแทน
- + ปรับโครงสร้างหนี้ภาครัฐ
7 แสนล้านบาท เป็น 30 ปี

ระยะยาว

- + ลงทุนในโครงสร้างพื้นฐาน



เศรษฐกิจดิจิทัล ยาก...แต่ต้องทำ

เทียบกับการใช้ LPG เป็นเชื้อเพลิงในภาคส่วนต่างๆ 4.8 ล้านตัน ได้แก
 ครัวเรือน 2.4 ล้าน 1.8 และอุตสาหกรรม 0.6 ล้านตัน แต่การผลิตใน
 ประเทศมีเพียง 5.5 ล้านตัน จึงต้องมีการนำเข้า 1.9 ล้านตัน ในราคาสูง
 จะว่าใครใช้ยากเกินไป เป็นธรรมหรือไม่ คงต้องดูเหตุผลความเป็นมา
 และการใช้ทรัพยากร ว่าให้ผลประโยชน์โดยรวมดีที่สุดในประเทศหรือไม่
 บทความภาค 1 ได้อธิบายโครงสร้างภาษีและกองทุนน้ำมันฯ ที่แตก
 ต่างกัน เพราะการใช้ LPG ที่ต่างกันโดยสิ้นเชิง แม้ว่าค่า LPG ที่ปีโตรเคมี
 จ่ายโดยรวมจะแพงกว่าภาคครัวเรือน แต่มีข้อสงสัยว่าภายในกลุ่ม
 ปีโตรเคมีเองก็มีบริษัทในเครือ ปตท.จะได้ราคาถูกว่านอกเครือ
 ปีโตรเคมีที่ผลิตสารโพลีเอทิลีนได้เป็น 2 แบบ คือ โรงงาน Gas-
 based มีวัตถุดิบเป็นก๊าซอีเทนร่วมกับ LPG และโพรเพน ซึ่งส่วนมากจาก
 โรงแยกก๊าซ ใช้ LPG 1.4 ล้านตัน กับโรงงาน Liquid-based มีวัตถุดิบ
 เป็นเนฟทาและ LPG ใช้ LPG 1.2 ล้านตัน ซึ่งส่วนใหญ่ซื้อจากโรงกลั่น
 ในราคาเนื้อก๊าซ 30.2 บาท/กก. แพงกว่าที่โรงแยกก๊าซขาย 19.2 บาท/กก.
 มาก!
 ในอดีตประเทศไทยผลิต LPG ได้จากโรงกลั่นน้ำมัน แต่พอใช้คือ
 นำเข้า หลังจากการค้นพบก๊าซธรรมชาติในอ่าวไทย และมีก๊าซสำรอง
 ก๊าซมาที่ระยอง รัฐบาลเปรมฯ ได้วางแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคม
 ชาตินฉบับที่ 5 ให้ ปตท.สร้างโรงแยกก๊าซเพื่อผลิต LPG ทดแทนการนำเข้า
 และให้เอกชนพัฒนาอุตสาหกรรมปิโตรเคมี โดยใช้ผลผลิตจากโรงแยก
 เกิดโครงการ Eastern Seaboard มีแผนแม่บทอุตสาหกรรม
 ปีโตรเคมี ให้มีบริษัท ปีโตรเคมีแห่งชาติ (NPC) เพื่อใช้ก๊าซธรรมชาติ
 ให้เกิดประโยชน์สูงสุด ด้วยการใช้อีเทน LPG และโพรเพน เป็นวัตถุดิบ
 ในการผลิตเม็ดพลาสติกเพื่อป้อนอุตสาหกรรมแปรรูป ทดแทนการ
 เข้าสินค้าสำเร็จรูป ทำให้เกิดมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจประมาณ 10
 โดยเฉลี่ยเทียบกับการใช้เป็นเชื้อเพลิง
 NPC เป็นการร่วมทุนระหว่าง ปตท. ในฐานะผู้ผลิตวัตถุดิบ กับ
 ผู้รับซื้อสารโพลีเอทิลีน ได้แก่ บริษัท ปูนซิเมนต์ไทย TPI HMC TF
 เป็นผู้ลงทุนผลิตเม็ดพลาสติก PE PP และ PVC
 เนื่องจากเป็นการลงทุนสูงที่มีความเชื่อมโยงแบบตายตัว จึงมี
 สัญญาซื้อขายระยะยาว กำหนดสูตรราคาอิงตลาดโลกเพื่อให้ช่วง
 ผลิตเม็ดพลาสติกนอกประเทศได้ โดยการพึ่งพิงตลาดห่วงโซ่อุปทาน
 มีข้อตกลงราคาทำให้ผลตอบแทนการลงทุนเท่าเทียมกัน ระหว่าง
 ก๊าซ โรงงานโพลีเอทิลีน NPC และเอกชนผู้ผลิตเม็ดพลาสติกที่ปี
 โรงงานโพลีเอทิลีนในส่วนนี้เป็น Gas-based ซึ่งได้ลงทุน
 ผลิตเพื่อรองรับ LPG ที่เหลือจากการขายโรงแยกก๊าซใน
 เพราะจะได้ LPG เกินความต้องการในประเทศที่รวมสิ่งการ
 เพลิงแล้วด้วย
 หลังวิกฤตปี 2540 รัฐบาลเปรมฯเข้าไปมีส่วนร่วมในการ
 ปีโตรเคมีและโรงกลั่นที่ประสบปัญหาขาดทุน ทำให้ ปตท.เพิ่ม
 ไม้ถือหุ้นในหลายกิจการ เกิดบริษัท ปตท. เซมิคอนดักเตอร์ เอช
 หุ่น NPC ภายหลังได้มีการขายหุ้นเพื่อทำกำไรแต่ยังถือสารโ
 สัญญาแบบเดิมอยู่
 โรงโพลีเอทิลีนแบบ Liquid-based ที่ใช้เนฟทาเป็นวัตถุดิบ
 เอกชนเกิดขึ้นได้ภายหลังการเปิดเสรีอุตสาหกรรมปิโตรเคมีใน
 นำโดยกลุ่มปูนซิเมนต์ไทยและ TPI (IRPC ในปัจจุบัน) สามารถ
 เป็นวัตถุดิบทางเลือก หากช่วงไหนราคาวัตถุดิบตัวใดสูงกว่า
 มาใช้วัตถุดิบชนิดนั้น โดย LPG ใช้สูตรราคาอิงเนฟทาในตลาด
 ด้วยมูลค่าผลิตผลที่น้อยกว่า ซึ่งโรงกลั่นไทยขาย LPG ให้
 ช่วยลดการขาดทุนจากการขายเป็นเชื้อเพลิงในราคาความ



เบอร์ริคเกอร์

เทสโก้

สหพัฒน์

เพื่อให้เข้าใจภาพรวมและปัจจัยของปัญหาแล้ว...
 ตาม OECD Guidelines for Fighting Bid Rigging in Public Procurement...
Web.site
• อีเปย์
• อเมซอน
• แอปเปิล เปย์
• อาลีบาบา
• ลาซาด้า
• ฯลฯ

ปี 2558
2.1 ล้านล้านบาท

ศึกอีคอมเมิร์ซเดือด เค้กชิ้นใหญ่ที่จะมีแค่ โตะ...โตะ...โตะ!

กับขนาดและความชอบของเบงกอต (เช่น คุณสมบัต...
เกี่ยวกับประสบการณ์ทำไปรษณีย์ คุณสมบัต...
ไม่เคยเบียดเบียน) จะเรียกเงินการันตีที่เอาสต็อค...
สองความเสี่ยง อย่างเอาเสียจนกลายเป็นการกระทำ...
ให้รายเล็กขายน้อยเข้ามาประมูลราคาไม่ได้ นอก...
จากนั้นกระบวนการคัดเลือกสมบัตินี้ ถ้าเป็นไปได้คว...
ดำเนินไปพร้อมกับการประกวดราคา อย่าไปคัดค้าน...
ไม่เช่นนั้นมันจะเหมือนการสุราษฎร์ให้คนที่จะสู้ว่า...
จะต้องมีคนและกับใครบ้าง จะสู้กับฝ่ายเข้าไปอีก...
มาตรการที่สาม การวาง TOR ให้ชัดเจนและลด...
ไม่ได้ ขึ้นตอนนี้อาจเป็นจุดตายของการประกวดราคา...
คอร์รัปชันหรือมีส่วนใหญ่ที่กำกับดูแลนี้ เป็นทนายของ...

ดิจิทัลมาร์เก็ตติ้งเติบโตพุ่ง ฉีกเป็นศึกการตลาดออนไลน์

การเติบโตของสมาร์ทโฟนและการใช้งาน 3จี ที่พุ่งสูงถึง 43 ล้านคน ทำให้องค์กรธุรกิจต่างต้องการเสนอสินค้าและบริการผ่านช่องทางนี้ ซึ่งแน่นอนว่าการทำตลาดนับจากนี้ไป ต้องให้ความสำคัญกับดิจิทัลมาร์เก็ตติ้งมากขึ้นเช่นกัน แต่ปัญหาของประเทศไทยขณะนี้คือ ยังขาดแคลนบุคลากรเฉพาะด้านมารองรับ โดยเฉพาะนักการตลาดดิจิทัล

พรทิพย์ กองชุน หัวหน้าฝ่ายการตลาด กูเกิล ประเทศไทย กล่าวว่า ปัจจุบันการใช้งานอุปกรณ์เพื่อเชื่อมต่อออนไลน์มีสูงมาก แต่บุคลากรที่จะมีความรู้ความเข้าใจในการทำงานด้านนี้กลับมีไม่เพียงพอ ทั้งที่ธุรกิจทุกขนาดต่างก็มีความต้องการทรัพยากรบุคคลเหล่านี้มาช่วยเป็นกลไกสำคัญในการพัฒนาธุรกิจสู่ตลาดใหม่ๆ ให้มากขึ้น

ทั้งนี้ ในปี 2556 องค์กรธุรกิจใช้งบการตลาดในช่องทางออนไลน์สูงถึง 4.248 ล้านบาท เติบโตจากปี 2555 ถึง 53% ส่งผลให้นักการตลาดต้องปรับตัวและมีความพร้อมด้านข้อมูลเกี่ยวกับการตลาดออนไลน์ เพื่อตอบสนองให้ทันต่อความต้องการของลูกค้าองค์กรมากขึ้น ซึ่ง 86% ของบริษัทเอเยนซีกำลังเกิดปัญหาด้านบุคลากรที่มีความสามารถด้านตลาดดิจิทัล

ดังนั้น ความต้องการบุคลากรทางการตลาดสำหรับช่องทางออนไลน์ถือเป็นอีกสิ่งสำคัญที่เร่งด่วน ซึ่งไม่ใช่เฉพาะในไทยเท่านั้น แต่ทั่วโลกก็กำลังประสบปัญหาดังกล่าวเช่นกัน เพราะค่านิยมเรื่องการศึกษาด้านการตลาดออนไลน์หรือทำงานด้านเทคโนโลยียังถูกมองว่าเป็นเรื่องยากและไกลตัว ส่งผลให้ตลาดแรงงานด้านนี้ขาดแคลน

กูเกิลจึงได้เปิดหลักสูตร Google Ignite ขึ้นมาเพื่ออบรม

ภาพรวมการตลาดออนไลน์

ปัญหาของนักการตลาดในการหาบุคลากรด้านดิจิทัล



ธุรกิจที่เข้ามาทำตลาดออนไลน์เพิ่มขึ้น

- ธุรกิจทั่วไปขนาดกลางและเล็ก
- รถยนต์
- ธนาคาร

การใช้จ่ายสื่อออนไลน์ยอดนิยมในปี 2013



อุปกรณ์ที่ใช้งานอินเทอร์เน็ตมากที่สุด



โพสต์กราฟฟิค

สอนด้านดิจิทัลมาร์เก็ตติ้งอย่างแท้จริง เพราะเป็นเทรนด์ใหม่ ที่เพิ่งเกิดขึ้นใน 2-3 ปีนี้

ขณะที่แนวโน้มในปีหน้า เกือบทุกอุตสาหกรรมจะใช้งานดิจิทัลเพิ่มขึ้นอีก 50-100% หากเป็นผู้บริหารองค์กรธุรกิจที่มีความเข้าใจด้านดิจิทัลดีพอ จะใช้คำว่า "Go Digital" ในแผนการตลาดใหม่ในปี 2558 เพราะคนกลุ่มนี้จะเข้าใจว่าช่องทางทางการตลาดออนไลน์นั้นมีต้นทุนที่ถูก เข้าถึงลูกค้าได้ทุกกลุ่ม และมีการส่งต่อกันอย่างรวดเร็ว หากนักการตลาดไม่สามารถ

ต่อยอดธุรกิจ

ทางด้านการศึกษา **พีรยา หาญพงศ์พันธุ์** คณบดีคณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยกรุงเทพ กล่าวว่า ในปี 2555 มหาวิทยาลัยได้ปรับหลักสูตรการเรียนการสอนด้วยการเพิ่มเนื้อหาเกี่ยวกับดิจิทัลมาร์เก็ตติ้งมากขึ้น เพื่อทดลองตลาดว่าเป็นไปในทิศทางใด จากนั้นในปี 2556 จึงเปิดหลักสูตรระยะสั้นขึ้นสำหรับนักศึกษาปริญญาโทที่ต้องการนำไปใช้ในการทำงาน และพัฒนาองค์ความรู้ให้ครอบคลุมในการ



ดันให้สะเด็ดน้ำ

ใบเมื่อรัฐบาลอาจต้องสูญรายได้จากมาตรการกระตุ้น
อสังหาริมทรัพย์ 1.5 หมื่นล้านบาท ในช่วง 6 เดือนที่จะใช้
มาตรการตามที่ประชุมคณะรัฐมนตรีมีมติเพื่อไม่ให้ค่าธรรมเนียม
รายได้ของรัฐดูเปล่า จึงอยากให้เห็นหน้ามาตรการอื่นที่
เป็นการแก้ตรงจุดเพิ่มขึ้น จากมาตรการกระตุ้นอสังหาริมทรัพย์
จะได้คุ้มกับรายได้รัฐที่หายไป

เป็นที่ทราบกันว่ามาตรการกระตุ้นอสังหาริมทรัพย์ ซึ่ง
เดิมไม่ได้เป็นมาตรการเร่งด่วนของรัฐบาลมากเท่ากับการเพิ่ม
กำลังซื้อกลุ่มรากหญ้า เช่น งบ 1.3 แสนล้านบาท ที่เร่ง
เบิกใน 3 เดือนก่อนสิ้นปี หรือมาตรการช่วยเหลือเงินกู้
ผู้ประกอบการรายกลางรายย่อยหรือเอสเอ็มอี

อย่างไรก็ตาม จากที่มีข่าวหลุดออกไม่ว่ารัฐบาลเตรียม
จะออกมาตรการกระตุ้นอสังหาริมทรัพย์ ส่งผลให้ธุรกิจ
อสังหาริมทรัพย์โดนกระทบจากกระแสลบชื้อ ยี่สิบเอ็ด
เพราะผู้ซื้อต้องการรอมาตรการที่คาดว่าจะมีการลดค่า
ธรรมเนียมการโอน ลดค่าจดทะเบียน รวมมากถึง 2-3%

ดังนั้น เพื่อให้ไม่ไหวถึงอสังหาริมทรัพย์ซึ่ง รัฐบาลจึง
ต้องออกมาตรการกระตุ้นอสังหาริมทรัพย์โดยจัดออกมาเป็น
แพ็คเกจ เป็น 3 เรืองใหญ่ คือ การเพิ่มโอกาสให้ผู้ถูก
ธนาคารพาณิชย์ปฏิเสธการปล่อยสินเชื่อซึ่งบ้าน สามารถขอ
กู้จากธนาคารอาคารสงเคราะห์ (ออส) โดยมีวงเงินเบื้องต้น
1 หมื่นล้านบาท ที่จะต้องมีการใน 1 ปี ซึ่งหากไม่เพียงพอ
ยังสามารถเพิ่มวงเงินได้

สอง การลดค่าธรรมเนียมการโอนจาก 2% เหลือ 0.01%
ของราคาประเมินค่าจดทะเบียนจาก 1% เหลือ 0.01% ของ
เงินกู้ ให้กับผู้ที่ซื้อบ้านทั้งเก่าและใหม่ในช่วง 6 เดือนหรือถึง
เดือน เมษายน เพื่อประหยัดเงินให้กับประชาชน และสาม
ให้ผู้ซื้อบ้านต่ำกว่า 3 ล้านบาท สามารถนำวงเงิน 20% ของ
มูลค่าบ้านไปหักลดหย่อนในการคำนวณภาษีเงินได้บุคคล
ธรรมดา ในช่วง 5 ปีภาษี

จากภาพรวมของมาตรการกระตุ้นอสังหาริมทรัพย์ของ
รัฐบาลครั้งนี้ จะเห็นได้ว่ามีการขยายวงกว้างของอสังหาริมทรัพย์
ซึ่งที่ผ่านมาโดยธนาคารพาณิชย์ปฏิเสธเงินกู้มากถึงกว่า 30%
ของจำนวนผู้ยื่นขอ เพราะปัญหาหนี้ครัวเรือนไทยสูงถึงกว่า
80% และมีการเพิ่มกำลังซื้อให้กับผู้ซื้อด้วยมาตรการค่าธรรมเนียม
ต่างๆ และหากเป็นหนี้ครัวเรือนได้ไม่น้อยกว่าหนึ่งล้านหลังต่ำกว่า 3 ล้าน
บาทจะได้เงินคืนในรูปของภาษี

เมื่อเป็นเช่นนี้ เมื่อรัฐบาลจะกระตุ้นอสังหาริมทรัพย์
ให้ได้ผล เป็นหัวหอกช่วยขับเคลื่อนเศรษฐกิจ รัฐบาลควร
ช่วยเหลือมากับปัญหาหลักด้วยการสร้างความเชื่อมั่น ที่หลาย
ฝ่ายเรียกร้องมาต่อเนื่อง นั่นคือการใช้จ่ายภาครัฐ ลงทุน
สาธารณูปโภคต่างๆ เช่น รถไฟฟ้า รถไฟทาง รือมอเตอร์เวย์
ภาครัฐเห็นหน้าโครงการใช้จ่ายให้เงินเป็นรูปธรรม จะเรียก
ความเชื่อมั่นให้ประชาชนว่าจะมีการจ้างงาน มีรายได้ใน
อนาคต จะกล้าใช้จ่าย จากนั้นเอกชนจะกล้าลงทุนผลิตเพื่อ
รับคำสั่งซื้อ ดังนั้นจึงอยากให้อำนาจรัฐบาลช่วยให้โครงการได้
ผลตอบแทนที่คุ้มค่า

กสทช.กับการขับเคลื่อนเศรษฐกิจดิจิทัล



และระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ตให้เข้ามามี
บทบาทอย่างมีจากหลักเสียงได้
ดังนั้น จึงเกิดความจำเป็นในการสร้าง
องค์กรแห่งการเรียนรู้ การมีจิตสำนึกองค์กร
เพื่อจะได้กระทำในสิ่งที่ต้องการ ซึ่งเกิดจาก
การวางตัวที่เป็นที่เห็นจะต้องมีการแข่งขัน
การสร้างวิสัยทัศน์ ตลอดจนการเรียนรู้ร่วม
กันอย่างพร้อมเพรียง

โดยสรุปการสื่อสารแนวใหม่ในปัจจุบัน
สามารถเปลี่ยนแปลงระบบการศึกษา ทำให้
เกิดโครงสร้างพื้นฐานด้านสารสนเทศ เพื่อ
ใช้ประโยชน์ในการทำงานและการเรียนรู้ไป
พร้อมๆ กัน

ส่วนเศรษฐกิจในยุคดิจิทัลนี้ พื้นฐานด้าน
สารสนเทศและนวัตกรรมที่สร้างขึ้นโดยมนุษย์
กำลังกลายเป็นสิ่งที่พบได้ในทางด่วน ข้อมูล
ช่วยให้สามารถฝึกอบรมความสามารถทักษะ
ใหม่ๆ ในที่สุด

ด้วยเหตุนี้เศรษฐกิจดิจิทัลจึงมีความ
สำคัญต่อชีวิตในการดำรงชีพและศึกษาการ
เรียนรู้ของผู้คนในสังคมยุคใหม่ ในการช่วย
พัฒนาทั้งระบบเศรษฐกิจและการศึกษาของ
ชาติอย่างมีนัยสำคัญ ตามที่นายกรัฐมนตรี
พล.อ.ประยุทธ์ ผลักดันและมีนโยบายที่แถลง
ต่อรัฐสภาดังกล่าวอย่างนำขึ้นเสมอ

พล.อ.อ.เรศ ประธาน กสทช. ผู้มีส่วน
ในการพัฒนาระบบเศรษฐกิจดิจิทัลที่ตาม
นโยบายแห่งรัฐและมีหน้าที่บริหารกำกับดูแล
คลื่นความถี่เป็นปัจจัยเสริมสร้างให้เกิด
ประสิทธิภาพและประสิทธิผลในการนี้ได้กล่าว
ไว้ตอนหนึ่งว่า...

ปัจจุบันรัฐบาลได้ผลักดันนโยบาย
“เศรษฐกิจดิจิทัล” ให้เกิดขึ้นอย่างเต็มรูปแบบ
โดยแนวคิดหลักของนโยบายก็คือต้องนำ
เทคโนโลยีดิจิทัลเข้าสร้างศึกษาของทุก
ภาคส่วน ไม่ว่าจะเป็นภาครัฐบาล ภาคเอกชน
และภาคประชาชน ตลอดจนต้องนำไปเป็น
เครื่องมือในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจ
โดยเฉพาะเอสเอ็มอี (SMEs) ซึ่งเป็นวิสาหกิจ
ที่สำคัญของประเทศที่สามารถแข่งขันกับ
นานาประเทศได้

กสทช.ซึ่งรับผิดชอบบริหารคลื่นความถี่
ตลอดจนกำกับดูแลกิจการกระจายเสียง
กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคม

ปีก่อน (7 ต.ค.ศ.ค) ผู้เขียนได้รับ
เชิญเข้าร่วมงานทำบุญเลี้ยงพระฉลองครบ
รอบ 4 ปี ของสำนักงานคณะกรรมการกิจการ
กระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการ
โทรคมนาคมแห่งชาติ (กสทช.) ณ สำนักงาน
ใหญ่ และมีโอกาสได้พบกับท่าน พล.อ.อ.
อ.เรศ ปุณศรี ประธาน กสทช. กับท่าน สุภากร
 ตันตพิสัย เลขาธิการ ได้สนทนากันถึงเรื่อง
เกี่ยวกับภาระหน้าที่ขององค์กร กสทช. ที่
มีหน้าที่ก่อนว่าคณะกรรมการใหม่ของโลก คือ
ระบบเศรษฐกิจดิจิทัล ตามที่ พล.อ.ประยุทธ์
 จันทร์โอชา นายกรัฐมนตรี ได้แถลงต่อรัฐสภา
เมื่อวันที่ 18 ก.ย. 2557

กล่าวถึงในส่วนของนโยบายการสร้าง
ศักยภาพทางเศรษฐกิจ โดยรัฐบาลเน้น
กำหนดให้มีการส่งเสริมและวางรากฐาน
เศรษฐกิจดิจิทัลของประเทศไทยอย่างจริงจัง ด้วย
การจัดเตรียมมาตรการเช่นเซอร์ขนาดใหญ่นโยบาย
ที่จะรวบรวมข้อมูลที่เกิดจากการวิเคราะห์
จากหน่วยงานต่างๆ มารวมเป็นหนึ่งเดียวกัน
เพื่อการพัฒนาระบบดิจิทัล ซึ่งได้ทราบว่า
ขณะนี้ภารกิจดังกล่าวนี้ โดยความร่วมมือของ
องค์กร กสทช.ได้ศึกษาตามเป้าหมายไป
มากแล้ว

ในวันเดียวกันนั้น ต้องขอขอบคุณที่
สำนักงาน กสทช. โดยท่านเลขาฯ สุภากร ได้

การที่จะสามารถผลักดัน
ให้เศรษฐกิจเข้าสู่ยุคดิจิทัล
ได้อย่างแท้จริงมีความจำเป็น
อย่างยิ่งที่ทุกภาคส่วน
โดยเฉพาะประชาชนจะต้องมี
ความรู้ความเข้าใจที่ถูกต้อง
เกี่ยวกับเรื่องดังกล่าว เพื่อให้
สามารถเป็นพลังขับเคลื่อน
เศรษฐกิจดิจิทัลให้บรรลุ
เป้าหมายโดยเร็ว

ได้อย่างรวดเร็ว มีประสิทธิภาพมากกว่าใน
อดีต ทั้งสามารถส่งได้ในหลายรูปแบบโดย
ไม่ถูกจำกัดอยู่กับสถานที่และเวลา
นอกจากนี้ ยังเป็นเศรษฐกิจของผู้มี
รู้ทางเทคโนโลยีสารสนเทศนับเป็นยุคสมัยที่
ทำงานโดยผู้มีความรู้และบริโภคโดยคนมี
ความรู้ พร้อมกับการเสริมสร้างการแข่งขัน
ด้านการประดิษฐ์ คิดค้นสิ่งใหม่ๆ เพื่ออนาคต
หรือการให้บริการที่เหมาะสมกับสถานการณ์
ในโลกปัจจุบัน

ระบบการคิดที่แตกต่างไปจากเดิมอย่าง
สิ้นเชิงและมีขอบเขตกว้างขวางมากขึ้น อีก
ทั้งเกิดความสัมพันธ์ระหว่างการศึกษากับการ
ทำงานมากขึ้น เกิดเป็นสาระแบบใหม่ที่สำคัญ
กล่าวคือ... การทำงานและการศึกษากลาย
เป็นสิ่งเดียวกัน

เนื่องเพราะเศรษฐกิจดิจิทัลเป็นระบบ
เศรษฐกิจที่อยู่บนพื้นฐานของการทำงานที่
ต้องอาศัยความรู้และสิ่งประดิษฐ์ใหม่ๆ อัน
มีผลให้เกิดการรวมกันระหว่างการทำงานกับ
การศึกษา เพื่อให้การทำงานเป็นไปอย่างมี
ประสิทธิภาพที่ต่างกับระบบเก่าซึ่งมีความ
จำเป็นในการเรียนรู้สิ่งใหม่ๆ น้อยมาก

ในยุคเศรษฐกิจแบบเท่าชีวิตจะถูกแบ่ง
เป็นสองช่วง คือช่วงเวลาที่ศึกษากับช่วง
ทำงาน ทว่าในระบบเศรษฐกิจแบบใหม่ผู้
ทำงานจะต้องทนทานความถี่ที่มีอยู่ตลอดเวลา
การศึกษาจึงกลายเป็นกระบวนการที่ต้อง
ศึกษาติดตามตลอดชีวิต เพื่อให้เกิดความ
เชี่ยวชาญทั่วทั้งโลกต่อไป

ระบบเศรษฐกิจแบบใหม่จำเป็นต้องอาศัย
ความรู้ เอกชนจึงต้องแบกรับภาระความรับ
ผิดชอบมากขึ้นกว่าเดิม จะเห็นว่ามีสื่อ
เรียนกันในวัด ต่อมาเป็นที่มาของโรงเรียน
ที่สังกัดกำลังจะเปลี่ยนไปอยู่ในมือของภาค
ธุรกิจที่ต้องอาศัยความรู้ เพื่อให้การทำงานมี

เป็น
หลาย
ภาค
ที่จะ
หรือ
รับ
และ
กำลัง
คาด
ไม่
ก
โลก
วาค
ผล
จะ
เอส
เรีย
ใ
ออส
ชณะ
2 พ
ศ
ออก
กำลัง
แต่
กำลัง
อย่าง
ดิจิทัล
จาก
แห่ง
เห็น
เช่น
ราย
ใจ
จาก
เอส
ที่
พล
เม
ว่า
สิ่ง

เออี-คอมเมิร์ซไทย

สื่อใหญ่กว่าร้านค้าปลีก

หน้า ธุรกิจค้า
คอมเมิร์ซใน
ก 4 หมื่นล้าน
บาท จาก
จจุบัน 5 ล้าน
ขึ้นทำให้แม้
รายย่อยต้อง
ลดการค้าใน
กิจกรรมของ
ง
ลภพ รอง
ซีพี ออลล์
เวเนอเลฟเว
การ บริษัท
เปิดเผยว่า

กลยุทธ์ท่าตลาดอี-คอมเมิร์ซ

- 🛒 แยกแพลตฟอร์มอี-คอมเมิร์ซกับเอ็ม-คอมเมิร์ซ
- 🛒 การแข่งขันจะชนะกันที่ส่งสินค้าได้รวดเร็ว
- 🛒 การบริการเป็นเครื่องมือที่ช่วยสร้างความแตกต่าง
- 🛒 การค้าในรูปแบบไฮบริดผสมระหว่างออนไลน์กับออฟไลน์
- 🛒 เป็นนักจัดซื้อที่เก่งเลือกสินค้าได้ถูกกับตลาด
- 🛒 ตลาดที่มีศักยภาพจีนและตะวันออกกลาง

กลุ่มสินค้าที่มาแรงบนออนไลน์

- 🛒 สินค้ากลุ่มแม่และเด็ก
- 🛒 ผลิตภัณฑ์สำหรับผู้สูงอายุ
- 🛒 ผลิตภัณฑ์เพื่อความงามและสุขภาพ
- 🛒 สินค้าไอทีอุปหรือท้องถิ่นที่ผลิตเฉพาะที่
- 🛒 กลุ่มสินค้าอุปโภคบริโภค

3 ไตรมาส	B2B	1.23	ล้านล้านบาท
	B2C	4.10	แสนล้านบาท
	B2G	2.90	แสนล้านบาท

ตลอดปี 2558 2.1 ล้านล้านบาท



ความคิด คนคน |

■ จะเยี่ยม ส่าอว

สินค้าต้องพร้อม

กำลังซื้อของผู้บริโภคยังไม่ฟื้นตัวเป็นปกติ ส่งผลให้ห้างค้าปลีกต้องหันมาปรับกลยุทธ์ในการทำตลาด ด้วยการทำกิจกรรมส่งเสริมการขายที่ตรงกับความต้องการของกลุ่มลูกค้ามากขึ้น เช่นเดียวกับศูนย์การค้าสยามพารากอน แม้ว่าจะไม่ได้รับผลกระทบเหมือนกับห้างค้าปลีกอื่นๆ ก็ตาม

ชำนาญ เมฆบริษฏกุล รองประธานกรรมการบริหาร บริษัท เดอะมอลล์ กรุ๊ป กล่าวว่า แนวทางการทำตลาดของศูนย์การค้าสยามพารากอนนับจากนี้ คือ การเสริมสินค้าให้ตรงกับความต้องการและ



ชำนาญ เมฆบริษฏกุล

เพียงพอับความต้องการของลูกค้า โดยเฉพาะกลุ่มลูกค้านักท่องเที่ยวต่างชาติ เนื่องจากปัจจุบันศูนย์การค้าสยามพารากอนมีลูกค้านักท่องเที่ยวต่างชาติเข้ามาใช้บริการเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง

นอกจากนี้ ยังต้องมีการทำกิจกรรมส่งเสริมการขายอย่างต่อเนื่องควบคู่ไปกับการจัดโปรโมชั่นที่มีอิมแพคแรงๆ ผ่านแคมเปญการตลาดในรูปแบบต่างๆ เพื่อกระตุ้นความสนใจของลูกค้าให้ยอมควักเงินซื้อสินค้ามากขึ้น เพราะจากจำนวนลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการภายในศูนย์การค้าสยามพารากอนที่มีค่อนข้างมากเฉลี่ยที่วันละประมาณ 2 แสนคน คงไม่สามารถเพิ่มจำนวนลูกค้าที่จะเข้ามาใช้บริการไปได้มากกว่านี้ได้อีกนัก

ดังนั้น การเสริมสินค้าและบริการที่ตรงกับความต้องการของลูกค้า จึงมีความสำคัญมากที่สุดสำหรับศูนย์การค้าสยามพารากอน

ไอเดียโฆษณา |

■ วันพิชญ พุทธอนันต์



อาณาจักรยุคใหม่

■ ธนิย์พร ศรีวัฒนชัย

การนำธุรกิจออนไลน์ แฟรนไชส์ และธุรกิจเอสเอ็มอี ยิงนับวันธุรกิจเหล่านี้จะเกิดขึ้นเป็นจำนวนมาก ทั้งจากผู้ประกอบการจากต่างประเทศและภายในประเทศ ที่ต้องการจะเป็นเจ้าของกิจการของตัวเอง หากจะประกอบธุรกิจให้ประสบความสำเร็จ สร้างเม็ดเงินให้เพิ่มขึ้น ยุคนี้ต้องใช้เทคโนโลยีเป็นเครื่องมือในการทำตลาด

ภาว พงษ์วิทย์กานู กรรมการบริหาร ผู้ก่อตั้ง Tarad.com และ Efrastucture Group เปิดเผยว่า ขณะนี้เริ่มเกิดการทำองสปูธุรกิจอี-คอมเมิร์ซในไทยแล้ว ซึ่งหากภาพรวมการเข้าถึงของไทยยังคงใช้กลยุทธ์ว่าลด แลก แจก แถมกันอย่างต่อเนื่อง เชื่อว่าในปี 2560 อี-คอมเมิร์ซในไทยจะเริ่มล้มหายตายไป ทั้งผู้ประกอบการจากต่างประเทศและรายย่อยในสัดส่วนถึง 10% จากมูลค่าตลาดธุรกิจค้าปลีกผ่านทางออนไลน์ปัจจุบัน 1.8 แสนล้านบาท เช่นเดียวกับธุรกิจอี-คอมเมิร์ซในจีนที่เกิดฟองสบู่และผู้ประกอบการหายไปจากตลาดรวม 30% ในปีนี้

ทั้งนี้ การจะทำธุรกิจอี-คอมเมิร์ซให้ประสบความสำเร็จ ผู้ประกอบการต้องดำเนินการภายใต้ 5 กลยุทธ์ ได้แก่ 1.การวิเคราะห์ตลาด (Analysis Market) ว่าตลาดในภาพรวมเป็นอย่างไร 2.ฟังเสียงผู้บริโภคโซเชียลมีเดีย (Listening Insight) เพื่อหาความต้องการที่แท้จริง 3.ลงมือปฏิบัติตามแผนที่วางไว้ (Action) 4.ต้องอยู่ในกระแสและโม้ล่าสุด (Real-time Trends) และ 5.การประเมินผลต้องถูกต้อง สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของกิจกรรม (Measurement)

“การค้าขายบนโลกออนไลน์จากนี้ไป ผู้ประกอบการต้องเจาะตลาดนิชมาร์เก็ตหรือขายสินค้า

หวั่นฟองสบู่อี-คอมเมิร์ซ แนะทางรอดแก้แค้นใหม่



กลยุทธ์ เพิ่มรายได้ ด้วยเทคโนโลยี

- **ดูภารกิจแฟรนไชส์** ต้องจับกับตัวใช้สื่อเทคโนโลยีตั้งแต่จุดตั้งหน้าร้านถึงลูกค้า
- **ดูภารกิจเอสเอ็มอี** ควรนำซอฟต์แวร์มาใช้วิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค
- **ดูผู้ประกอบการ** เลือกใช้ซอฟต์แวร์ให้ถูกต้อง
- **การไอชองทีวี** ติดตั้งหน้าร้านหรือยื่นวางสินค้า กระตุ้นให้ซื้อสินค้า
- **ทำธุรกิจอี-คอมเมิร์ซ** ต้องเชื่อมโยงระหว่างออนไลน์กับออฟไลน์ เข้าด้วยกัน
- **ใช้โซเชียลมีเดีย** เฟซบุ๊ก อินสตาแกรม เป็นเครื่องมือในการทำตลาด

ที่มา : โพสต์ทูเดย์รวบรวม

โพสต์ทูเดย์

เฉพาะกลุ่มเป้าหมาย มากกว่าจะ เป็นลักษณะของการหว่านแหหรือขายสินค้าทุกประเภท อีกทั้งยังต้องเชื่อมโยงประสบการณ์ของผู้บริโภค จากทั้งหน้าร้านจริง เว็บไซต์ บนหน้าจอสมาาร์ทโฟน และแอปพลิเคชัน เพื่อดึงดูดและอำนวยความสะดวกให้กับลูกค้า หรือเป็นการเชื่อมโยงช่องทางทั้งออนไลน์และออฟไลน์แบบไร้รอยต่อ ทำให้สามารถโต้ตอบลูกค้าได้ทุกความต้องการที่ทุกเวลา”

ด้าน มณฑล มังกรกาญจน์ ผู้อำนวยความสะดวกลูกค้าองค์กร บริษัท ไทยซัมซุง อิเลคโทรนิคส์ กล่าวว่า ผลสำรวจพฤติกรรมผู้บริโภคที่มีการใช้อินเทอร์เน็ตในการหาซื้อและยืนยันวีวลินค้าก่อนซื้อ จะมียอดการใช้จ่ายในการซื้อสินค้าในวันเพิ่มขึ้นมีสัดส่วนถึง 82% และจำนวน

นักซื้อ 61% อินดีซื้อสินค้าบนเว็บไซต์ นอกจากนี้พบว่าผู้บริโภค 80% รู้สึกถูกโน้มน้าวและกระตุ้นให้ซื้อสินค้าจากภาพและการจัดแสดงผลิตภัณฑ์ที่สวยงามสะดุดตา สำหรับหนึ่งในกลยุทธ์ช่วยดึงดูดให้ลูกค้าเข้าร้านก็คือ การจัดดีเทลล์หน้าร้านให้มีความน่าสนใจ ซึ่งผู้ประกอบการเอสเอ็มอีสามารถทำได้ตั้งแต่การใช้หน้าจอทีวีมาโฆษณาประชาสัมพันธ์หน้าร้าน ติดตั้งจอตามชั้นวางสินค้า และการใช้หน้าจอลงเมนูอาหาร สำหรับร้านอาหาร

ในส่วนของธุรกิจแฟรนไชส์ใน

ไทย ปัจจุบันมีผู้ประกอบการ 9 หมื่นราย และเกิดใหม่วันละ 20 แห่ง โดยในปี 2560 คาดว่าจะมีผู้ประกอบการแฟรนไชส์เพิ่มเป็น 850 บริษัท และตลาดแฟรนไชส์มูลค่า 2 แสนล้านบาท ดังนั้นผู้ประกอบการจะต้องหันมาให้ความสำคัญกับการใช้เทคโนโลยีเพื่อสร้างความแตกต่าง

ชัยยุทธ วรวิโรจน์ไพศาล ผู้ก่อตั้งเว็บไซต์ TheFranchiseCenter.com กล่าวว่า กลยุทธ์หลักการทำแฟรนไชส์ให้ประสบความสำเร็จ ไม่ใช่แค่การมีหน้าร้านอีกต่อไป แต่ต้องใช้สื่อหน้าร้านยุคใหม่ อาทิ การมีจอทีวีเพื่อสร้างประสบการณ์ที่ดีให้กับลูกค้า จุดสัมผัสของลูกค้า ที่ช่วยดึงดูดลูกค้าใหม่ๆ นอกจากนี้ผู้ประกอบการต้องให้ความสำคัญกับเทคโนโลยีเพื่อการทำตลาด อาทิ การใช้โซเชียลมีเดีย เพื่อเข้าถึงผู้

บริโภคใหม่ๆ โดยเทรนด์ธุรกิจ แฟรนไชส์ในปีหน้าธุรกิจที่คาดว่าจะ เป็นอาหาร ซึ่งเป็นตลาดใหญ่ สัดส่วน 21.8% ตามด้วยธุรกิจ เครื่องดื่มไอศกรีม สัดส่วน 20.27%

วริศสิทธิ์ เรืองรุ่งอนสาร ผู้จัดการทั่วไป Thaiware.com กล่าวว่า หากผู้ประกอบการต้องการเพิ่มขีดความสามารถแข่งขัน การขายสินค้าหรือบริการเพียงอย่างเดียวจะไม่เพียงพอ เพราะประสบการณ์ของลูกค้าตั้งแต่รู้จักสินค้า จนถึงบริการหลังการขาย จะเข้ามามีบทบาทอย่างมากต่อการตัดสินใจซื้อ ในขณะที่ซอฟต์แวร์จะเป็นเครื่องมือวิเคราะห์พฤติกรรมลูกค้า

“วิธีการเลือกซอฟต์แวร์ ต้องเลือกให้ถูกต้องตามความต้องการของธุรกิจ ไม่ใช่แค่เป็นการวางแผนผลิต การตลาด ปัจจุบันการใช้ซอฟต์แวร์องค์กรใหญ่มีความสำคัญเพิ่มมากขึ้น จากการสำรวจพบว่าโรงพยาบาลใช้ซอฟต์แวร์ถึง 99.96% ตามด้วยผู้ดำเนินธุรกิจโรงแรมภาคข้อมูลข่าวสาร 96.13% ขณะที่ธุรกิจอาหารหรือผู้ดำเนินธุรกิจเอสเอ็มอีใช้เพียงกว่า 20% เท่านั้น”

แนวโน้มคนไทยที่หันมาทำธุรกิจของตัวเองมากขึ้น และเริ่มมีอายุไม่น้อยลง 20-25 ปี ขณะที่ทิศทางการแข่งขัน นับวันสินค้าจะยิ่งสร้างความคาดหวังของยอดขาย ผู้ประกอบการต้องปรับตัวให้ทัน เ่งสร้างความสะดวกต่าง เทคโนโลยีถือว่าเป็นหัวใจสำคัญ ช่วยสร้างรายได้และทำให้ธุรกิจก้าวไกลทันกับโลกยุคดิจิทัล

ส่องความคิด |

■ เกที

เพื่อนพุดริโภค |



10 ทำเลร้อน ลงทุนคอนโดปลายปี

สุกัญญา สันธิรศักดิ์

ตลาดคอนโดมิเนียมเริ่มกลับมาร้อนฉ่าในช่วง 4 เดือนสุดท้าย หลังจากอันการเปิดตัวโครงการใหม่มาตั้งแต่เกิดความวุ่นวายทางการเมืองเมื่อปลายปีที่แล้ว กำลังทยอยเปิดโครงการใหม่กันอย่างคึกคัก

นลินรัตน์ เจริญสุพงษ์ กรรมการผู้จัดการ บริษัท เน็กซ์ พรอพเพอร์ตี้ มาร์เก็ตติ้ง ที่ปรึกษาด้านอสังหาริมทรัพย์ กล่าวว่า ในช่วง 4 เดือนสุดท้ายของปีนี้ คาดว่าจะมีคอนโดมิเนียมเปิดใหม่เฉพาะของผู้ประกอบการรายใหญ่ไม่ต่ำกว่า 50 โครงการ คิดเป็นมูลค่ารวมๆ แล้วกว่า 5 หมื่นล้านบาท ยังไม่นับรวมโครงการของผู้ประกอบการรายเล็กอีกจำนวนไม่น้อย ส่งผลให้หลายๆ พื้นที่จะกลับมาคึกคักรอบใหม่เป็น 10 ทำเลทองในช่วงโค้งสุดท้ายของปี ประกอบด้วย

โซน A สาทร-บางรัก

เป็นทำเลศูนย์กลางธุรกิจที่มีความต้องการทั้งจากคนไทยและต่างชาติ โดยอุปทานห้องชุดของย่านนี้มีเพียง 5% ของห้องชุดทั้งหมดในกรุงเทพฯ และเป็นอีกหนึ่งทำเลที่ดินเพื่อพัฒนาคอนโดมิเนียมหายากขึ้น โดยปัจจุบันราคาขายเฉลี่ยในย่านนี้อยู่ที่ 1.44 แสนบาท/ตารางเมตร (ตร.ม.) ซึ่งปรับขึ้น 11% ในช่วง 5



ที่มา : ฝ่ายวิจัยเน็กซ์ ก.ค. 2557

โพสต์กราฟฟิก

เนื่องจากเป็นบริเวณส่วนต่อขยายของรถไฟฟ้า ราคาที่ดินยังไม่สูงมาก และมีที่ดินให้พัฒนาโครงการขนาดใหญ่จำนวนมากในช่วง 5 ปีที่ผ่านมา แต่การที่โซนนี้มีอุปทานห้องชุดจำนวนมาก ทำให้การแข่งขันสูงและ

มีจำนวนห้องชุดมาก รองรับกลุ่มเป้าหมายระดับกลาง ลुक้าหลัก คือ คนท้องถิ่นที่อยู่อาศัยในย่านนั้น ราคาขายเฉลี่ย 5.9 หมื่นบาท/ตร.ม. ซึ่งราคาขายยังไม่สูงมาก แต่มีโอกาสที่ดีในอนาคตจากโครงการรถไฟฟ้าสายสีชมพู

วเคราะห์

วิเคราะห์เศรษฐกิจ

WSR ภูเก็ต

วันศุกร์ที่ 16 ตุลาคม พ.ศ. 2558



มาตรการกระตุ้นอสังหาฯ เร่งหนี้ครัวเรือน

ศูนย์วิจัยกสิกรไทย ระบุว่า ณ สิ้นไตรมาส 3/2558 สินเชื่อเพื่อที่อยู่อาศัยของ

กรรมโดยเร็ว ไม่เช่นนั้นจะทำให้เศรษฐกิจซบเซาลงและใช้เวลานานกว่าจะฟื้นตัว

ประมาณเกือบ 30% ของหนี้ครัวเรือนทั้งหมดดังกล่าว จะได้รับการดูแลจากนโยบายการ

ธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อย

SME



ดับฝันเอสเอ็มอีใหม่

เจออกหมายคำประกันใหม่แบ่งชะงักให้กู้ เตรียมส่งหนังสือถึงรปท.ปลดล็อกปัญหา

โพสต์ทูเดย์ กฎหมายคำประกันดับฝันเอสเอ็มอีสตาร์ทอัพ แบ่งรับปล่อยกู้ยากขึ้น

นางกรรณิกา ชลิตอาภรณ์ กรรมการผู้จัดการใหญ่ ธนาคารไทยพาณิชย์ เปิดเผยว่า พ.ร.บ.แก้ไขเพิ่มเติมประมวลกฎหมายแพ่งและพาณิชย์ ว่าด้วยเรื่องการค้าประกันและจำนอง (ฉบับที่ 20) พ.ศ. ... ส่งผลกระทบต่อสถาบันการเงินแน่นอน เพราะต้องปรับเปลี่ยนกระบวนการปล่อยสินเชื่อใหม่หมด ตั้งแต่เอกสารสัญญาเงินกู้จนถึงรูปแบบการติดตามหนี้

ทั้งนี้ กฎหมายดังกล่าวส่งผลให้ธนาคาร

พิจารณการให้สินเชื่ออย่างระมัดระวังยิ่งขึ้นกว่าเดิมจากข้อจำกัดที่มากขึ้นในการเรียกร้องจากผู้ค้าประกัน ซึ่งเป็นห่วงว่าอาจจะทำให้การขยายสินเชื่อชะลอ เพราะเมื่อธนาคารไม่แน่ใจก็จะไม่ปล่อย ทั้งนี้ธนาคารอยากปล่อยสินเชื่อแก่ลูกค้า

นายอดิศร เสริมชัยวงศ์ รองกรรมการผู้จัดการใหญ่ สายธุรกิจรายย่อย ธนาคารซีไอเอ็มบี ไทย กล่าวว่า เป็นห่วงธุรกิจเอสเอ็มอีหน้าใหม่ที่ไม่มีประสบการณ์ (สตาร์ทอัพ) ที่อาจได้รับผลกระทบจากกฎหมายดังกล่าว เพราะก่อนหน้านี้ธนาคารมั่นใจในการให้กู้ เพราะมีผู้ค้าประกัน แต่

ถ้ามีความเสี่ยงเรียกร้องจากผู้ค้าไม่ได้ ก็ต้องกลับไปพิจารณาปล่อยกู้จากตัวธุรกิจซึ่งกลุ่มสตาร์ทอัพไม่มีข้อมูล

อย่างไรก็ดี เมื่อกฎหมายมีผลบังคับใช้แล้ว ธนาคารคงต้องปรับตัวไปวางแผนธุรกิจใหม่ ภายใต้กติกาใหม่ และระมัดระวังการปล่อยกู้ให้สอดคล้องกับความเสี่ยงของผู้กู้

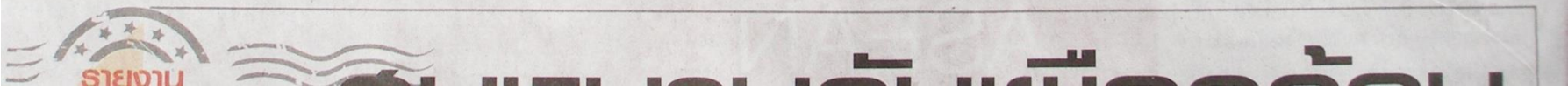
“เมื่อก่อนลูกค้าขอู้ 1 ล้านบาท ธนาคารจะปล่อยให้ โดยแบ่งเป็นความสามารถของธุรกิจ 5 แสนบาท และคนค้าประกัน 5 แสนบาท แต่ถ้าววันนี้ธนาคารเรียกร้องชำระคืนจากผู้ค้าประกันได้ยาก ก็อาจจะพิจารณาให้กู้้น้อยลงเหลือ 5 แสนบาท” นายอดิศร กล่าว

รายงานข่าวจากสมาคมธนาคารไทยเปิดเผยว่า ในวันที่ 18 พ.ย.นี้ สมาคมธนาคารไทยจะไม่มีการส่งตัวแทนเข้าพูดคุย

หารือกับทางธนาคารแห่งประเทศไทย (ธปท.) ถึงปัญหาข้อติดขัดในการปฏิบัติต่อ พ.ร.บ.แพ่งและพาณิชย์ว่าด้วยเรื่องการค้าประกันและจำนองแล้ว แต่จะใช้การส่งหนังสือชี้แจงข้อสรุปปัญหาข้อติดขัดต่างๆ ของธนาคารสมาชิกเพื่อเสนอ ธปท.แทน

ทั้งนี้ ก่อนหน้านั้นธนาคารพาณิชย์ได้พูดคุยหารือกับ ธปท. ถึงข้อติดขัดด้านการปฏิบัติต่างๆ ของกฎหมายฉบับนี้แล้ว แต่เมื่อกฎหมายมีผลบังคับใช้ก็ต้องปฏิบัติตามเพียงแต่ธนาคารพาณิชย์ต้องการชี้แจงให้ ธปท.รับทราบปัญหาต่างๆ ด้วย เพื่อว่าจะสามารถปรับแก้ผลกระทบที่อาจจะเกิดในส่วนของงานในหลักปฏิบัติได้บ้าง

“หากรวบรวมสรุปผลกระทบต่างๆ ของสมาชิกเรียบร้อยแล้ว จะส่งเป็นหนังสือรายงานต่อ ธปท.อีกครั้งแทน” แหล่งข่าวจากสมาคมธนาคารไทย ระบุ ■



เข็นSMEเพิ่มประสิทธิภาพ ใช้เทคโนโลยีขั้นสูงช่วยงานผลิต

กสอ.กระตุ้นผู้ประกอบการ
ภาคผลิต ลงทุนเครื่องจักรใหม่
สู่เทคโนโลยีขั้นสูง

นายอาทิตย์ วุฒิคะโร อธิบดี
กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม (กสอ.)
เปิดเผยว่า ได้สั่งการให้หน่วยงาน
ในสังกัด เร่งกระตุ้นให้
ผู้ประกอบการในอุตสาหกรรม
ภาคการผลิต และ SME มุ่งเพิ่ม
ประสิทธิภาพการผลิต หันมาลงทุน
เครื่องจักรใหม่ ให้มีเทคโนโลยี
ขั้นสูง (Hi-Technology)

ทั้งนี้ จะส่งผลดีให้อุตสาหกรรม
เติบโตแบบก้าวกระโดดใน
ระยะยาว รวมทั้งได้ส่งเสริมให้
ผู้ประกอบการมุ่งสร้างนวัตกรรม



อาทิตย์

สำหรับการผลิตเครื่องจักรและ
สินค้า รวมทั้งได้ทำโครงการ ดิจิตอล
เอสเอ็มอี (Digital SME) ภายใต้
งบประมาณ 100 ล้านบาท ผ่าน 5
โครงการหลัก ได้แก่ 1.ผู้ประกอบการ
ใหม่ด้านดิจิตอล 2.SME อัจฉริยะ
3.ดิจิตอลเพื่อวิสาหกิจชุมชน 4.สังคม
แห่งการเรียนรู้ด้วยดิจิตอล และ
5.ที่ปรึกษาธุรกิจโลกโซเบอร์

“อยากกระตุ้นให้ผู้ประกอบการ

เร่งปรับปรุงการผลิต ลงทุน
เครื่องจักรใหม่ให้มีเทคโนโลยีสูง
ขึ้น รองรับการพัฒนาตัวของเศรษฐกิจ
ในปีหน้า ซึ่งเทคโนโลยีผลิตใหม่จะ
ทำให้การผลิตดีขึ้น ลดต้นทุน ทำให้
ประเทศก้าวสู่การใช้เทคโนโลยี
ระดับสูง” นายอาทิตย์ กล่าว

อย่างไรก็ตาม อยากให้บริษัท
ต่างๆ ที่อยู่ในอุตสาหกรรมภาค
การผลิต และผู้ประกอบการ SME
เข้ามาปรึกษากับ กสอ. โดย
การลงทุนเพิ่มเครื่องจักรใหม่
จะช่วยเพิ่มศักยภาพในการแข่งขัน
เพื่อใช้ฐานการผลิตร่วมกันรองรับ
การเปิดประชาคมเศรษฐกิจ
อาเซียน (AEC)

SME

โดย... ทีมข่าว นสพ.

พจนานุกรม

รัฐกระตุ้น SME ไทยต้องเรียนรู้มาตรการ
กีดกันการค้า ทรูปลูกตัดออร์เดอร์

น.ส.ชุติมา บุญยประภัศร ปลัดกระทรวง
พาณิชย์ เปิดเผยในงานเสวนา "SMEs ผู้ผลิต
พบผู้ซื้อ" ถึงทิศทางการธุรกิจการค้าในปี 2558 ว่า



ชุติมา

สิ่งที่ผู้ประกอบการ SME
จะต้องเรียนรู้และปรับตัว
คือมาตรการกีดกัน
ทางการค้าที่จะมาใน
ลักษณะเรื่องของการ
รักษาสิ่งแวดล้อม
หรือมาตรการสิทธิ
มนุษยชน แม้จะ
เป็นมาตรการที่ใช้
ในต่างประเทศ
แต่ถ้าสินค้าที่
ส่งไปประเทศ
เหล่านี้มี

แนะ SME ไทย หูตาไว เรียนรู้ต่างชาติ กีดกันการค้า

ขั้นตอนการผลิตที่ผิดกฎเกณฑ์ที่กำหนดไว้
ก็อาจถูกยกเลิกออร์เดอร์สินค้าได้

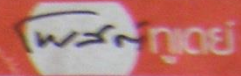
ทั้งนี้ ควรติดตามและศึกษามาตรการ
ดังกล่าวอย่างต่อเนื่อง เพื่อพิจารณาว่า
มาตรการนี้ยุติธรรมหรือไม่ หากพบว่า
เป็นมาตรการที่กีดกันทางการค้ามากเกินไป
ทางหน่วยงานภาครัฐมีหน้าที่ในการยื่นเรื่อง
ฟ้องร้อง อย่างกรณีการจับปลาที่อ้างว่าใช้
แรงงานทาสหรือแรงงานเด็ก ดังนั้น การผลิต
สินค้าในแต่ละขั้นตอนจะต้องปฏิบัติให้ถูกต้อง
นอกจากนี้ ธุรกิจในปีหน้าจะมีการแข่งขัน

มากขึ้น โดยใช้เทคโนโลยีใหม่ๆ ซึ่ง SME จะ
ต้องมองหาจุดเด่นของสินค้า มีการออกแบบ
หาเอกลักษณ์ของตัวเองเพื่อเสริมสร้างสินค้า
ให้เป็นที่สนใจ การผลิตสินค้าจะต้องออกมา
เป็นมาตรฐานเดียวกันด้วย

ด้านนายฉัตรชัย บุญรัตน์ รองประธาน
กรรมการหอการค้าไทย กล่าวว่า หอการค้าไทย
มีนโยบายสนับสนุนผู้ประกอบการ SME
อย่างต่อเนื่อง เพื่อเพิ่มศักยภาพและ
ขีดความสามารถในการแข่งขัน โดยให้
ความสำคัญในการพัฒนาธุรกิจ

SME

โดย...ทีมข่าว นสพ.



ชง 3 สูตรเก็บภาษี SME หวังดึงให้เข้ามาอยู่ในระบบ

ส.อ.ท.เสนอแนวทางเก็บภาษี 3 ชั้น ดึงผู้ประกอบการ SME ให้เข้ามาในระบบ

นายสุพันธุ์ มงคลสุธี ประธานสภาอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย (ส.อ.ท.) เปิดเผยว่า ส.อ.ท.เตรียมหารือกับกระทรวงการคลัง ถึงการกำหนดอัตราภาษีของผู้ประกอบการ SME ใหม่ โดยเตรียมเสนอแนวทางการเสียภาษีของ SME ต่อที่ประชุมคณะกรรมการร่วมภาครัฐและเอกชน เพื่อแก้ไขปัญหาเศรษฐกิจ (กรอ.) ที่มีนายกรัฐมนตรีเป็นประธาน

ทั้งนี้ ได้แบ่งการเสียภาษีของผู้ประกอบการ SME ออกเป็น 3 ระดับ ตามรายได้และผลกำไร คือ 1.ผู้ประกอบการ SME ที่มีรายได้ปีละ 50 ล้านบาท และมีกำไรปีละ 5 ล้านบาท เสียภาษีได้ปีละ 100 ล้านบาทขึ้นไป และ



สุพันธุ์

มีกำไรปีละ 10 ล้านบาท เสียภาษี 10% และ 3.ผู้ประกอบการ SME ที่มีรายได้ 200 ล้านบาท และมีกำไรปีละ 15 ล้านบาทขึ้นไป เสียภาษี 15%

“ตามข้อเสนอนี้การเสียภาษีสำหรับ SME นี้จะไม่มีผลย้อนหลังและไม่มีการบังคับเอาผิดกับผู้ประกอบการ SME ที่เสียภาษีมาก่อนหน้านี้ ซึ่งการที่ดึง SME เข้ามาอยู่ภายใต้ระบบภาษีอย่างถูกต้องตามกฎหมาย จะช่วยให้หน่วยงาน

ของรัฐทำงานร่วมกับผู้ประกอบการ SME ในการพัฒนาด้านต่างๆ ได้มากขึ้น” นายสุพันธุ์ กล่าว สำหรับปัญหาสำคัญของ SME จำนวนมากคือ เมื่อมีการพัฒนาธุรกิจมาถึงระดับหนึ่ง จะประสบปัญหาในการขยายธุรกิจ เนื่องจากขาดความเชี่ยวชาญและความรู้ที่จำเป็น เช่น การขยายตลาด การลดต้นทุนด้วยการเพิ่มเครื่องจักรที่มีประสิทธิภาพ เพื่อปรับปรุงระบบการผลิต ซึ่งในส่วนนี้ รัฐอาจปรับปรุงกลไกของกองทุนร่วมทุน (Venture Capital) ของรัฐที่มีอยู่ปัจจุบัน เพื่อเข้าไปดูแล SME อย่างใกล้ชิดมากขึ้น

โดย... ชัยวัฒน์ นุต...



SME ญี่ปุ่น ทะลักเข้าไทย นำร่อง 28 โรง. แห่มาร่วมลงทุน

กสอ.ทำ MOU กับญี่ปุ่นสร้างเครือข่ายความร่วมมือ SME ไทย-ญี่ปุ่น นายอาทิตย์ วุฒินันท์ อธิบดีกรมส่งเสริมอุตสาหกรรม (กสอ.) เผยภายหลังลงนามบันทึกความเข้าใจช่วยความร่วมมือกับ จ.ฟุกุอิ ประเทศญี่ปุ่นว่า ความร่วมมือครั้งนี้จะส่งผลให้ผู้ประกอบการ SME จากญี่ปุ่น ขยายฐานการผลิตเข้ามาในประเทศไทยมากขึ้น เป็นไปความนโยบายของรัฐบาลญี่ปุ่น ที่ต้องการส่งเสริมให้ผู้ประกอบ

การในประเทศออกไปลงทุนในต่างประเทศ ทั้งนี้ กสอ.ได้ลงนาม MOU ร่วมกับหลายจังหวัดในญี่ปุ่น เพื่อสร้างความร่วมมือด้านอุตสาหกรรมอย่างต่อเนื่อง โดยจังหวัดที่มีการลงนามความร่วมมือกันแล้ว ได้แก่ จ.ชิมาเน่ จ.ไซตามะ จ.ไอจิ จ.ยามานาชิ จ.อะคิตะ จ.โทโทริ จ.คาวาซากิ และ จ.ฟุกุอิ โดยตั้งเป้าว่าภายในต้นปี 2558 จะดำเนินการลงนามความร่วมมือกับอีก 2 จังหวัดคือ

จ.ฟุกุโอกะ และ จ.มินามิไซไซ นายยิสเทอิ นิชิอิว่า พว.ฟุกุอิกล่าวว่า ขณะนี้มีบริษัท SME ใน จ.ฟุกุอิ เข้ามาร่วมลงทุนในไทยแล้วประมาณ 28 โรงงาน คิดเป็นมูลค่าเงินลงทุนประมาณ 10,000 ล้านบาท ส่วนใหญ่เป็นกลุ่มอุตสาหกรรมสิ่งทอ ดึงลมนิรภัย และเบาะนั่งรถยนต์ และยังสนใจเข้ามาลงทุนในธุรกิจด้านอาหารและการท่องเที่ยวในไทยด้วย



ข่าวไทย

SME



ผนึกกำลังคลอเคลหลักสูตร หวังพัฒนาSMEไทยแบบครบวงจร

ภาครัฐ-เอกชน-การศึกษา จับมือ
ร่วมกันจัดทำหลักสูตรพัฒนา
ศักยภาพ SME ไทยแบบครบวงจร

น.ส.ผ่องพรรณ เจียรวิริยะพันธ์
อธิบดีกรมพัฒนาธุรกิจการค้า เปิดเผย
ว่า กรมพัฒนาธุรกิจการค้าได้ร่วมกับ
ภาครัฐ ภาคธุรกิจ และภาคการศึกษา
จัดทำหลักสูตรเพื่อพัฒนาศักยภาพ
และสร้างความเข้มแข็งแก่ผู้ประกอบการ
ธุรกิจ SME ไทยอย่างครบวงจร



ผ่องพรรณ

เนื่องจากปัจจุบันมีผู้ประกอบการธุรกิจ
ขาดองค์ความรู้ยังเป็นจำนวนมาก
ทั้งนี้ หลักสูตรใหม่จะเป็น
การพัฒนาทั้งด้านมาตรฐานทางธุรกิจ

กลยุทธ์ทางการตลาด การสร้าง
ความได้เปรียบทางการแข่งขัน รวมทั้ง
การยกระดับผู้ประกอบการสู่การเป็น
นักธุรกิจมืออาชีพ เพื่อเป็นแรง
ผลักดันให้ธุรกิจ SME ของไทยเป็น
กลไกหลักขับเคลื่อนเศรษฐกิจของ
ประเทศให้เจริญเติบโตในระยะยาว

พร้อมกันนี้ กรมพัฒนาธุรกิจ
การค้าเตรียมจัดทำแผนผลักดันธุรกิจ
SME ไทยให้มีความเข้มแข็งอย่าง

ยั่งยืน เพื่อเตรียมพร้อมแก่ภาค
ธุรกิจ สำหรับการแข่งขันในการเปิด
ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนในปีนี้

ขณะที่ นายสนธิรัตน์ สนธิจิรวงศ์
ประธานสมาคมพันธ์เอสเอ็มอีไทย กล่าว
ว่า ขณะนี้ 3 องค์กรหลัก คือ สมาพันธ์
เอสเอ็มอีไทย หอการค้าไทย และสภา
อุตสาหกรรมไทย อยู่ระหว่างทำงาน
ร่วมกัน เพื่อวางโครงสร้างเศรษฐกิจ
ด้านต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับ SME

S&Pบุกออนไลน์ เป้าหมาย58ยอดขายทะลุ6พันล.

ธุรกิจเมกเกอร์แข่งขันดุ รายย่อย เริ่มใช้ออนไลน์ทำตลาดมากขึ้น S&P เร่งปรับตัวผนึกเอ็นโซโก้ กระตุ้นยอดขาย

นางชนิกา ตั้งธนาพร ผอ.สายการตลาด บริษัท เอสแอนด์พี ซินดิเคท ผู้ดำเนินธุรกิจร้านอาหาร และเมกเกอร์ "S&P" เปิดเผยว่า ปัจจุบันธุรกิจเมกเกอร์ เด็ก และคุกกี้ มีมูลค่ากว่า 10,000 ล้านบาท และเติบโตเป็นตัวเลขสองหลักต่อปี ขณะที่มิได้ผู้ประกอบการหน้าใหม่ โดยเฉพาะรายเล็กๆ เข้ามาทำตลาดจำนวนมาก และเน้นขายผ่านออนไลน์เป็นหลัก โดยไม่มีต้นทุนหน้าร้าน

ทั้งนี้ในปี 2558 บริษัทวางแผน



เข้าสู่ตลาดออนไลน์ เพื่อรักษา ส่วนแบ่งในธุรกิจนี้ และมุ่งเจาะกลุ่มเป้าหมายที่มีอายุน้อยลง จากเดิม กลุ่มเป้าหมายหลักของ S&P จะเป็นผู้หญิงวัย 35 ปีขึ้นไป ปัจจุบันบริษัทดำเนินกิจการมา 41 ปี

สำหรับแผนการตลาดดิจิทัล บริษัทจะดำเนินการตามระยะ (เฟส) โดยเฟสแรกจะเริ่มตั้งแต่การใช้ บริการคำค้นข้อมูล (SEO) การ ทำตลาดผ่านสื่อสังคมออนไลน์ต่างๆ เช่น เฟซบุ๊ก อินสตาแกรม และ

ไลน์แอปพลิเคชัน S&P เป็นต้น เพื่อเข้าถึงกลุ่มลูกค้ารุ่นใหม่ที่ใช้ เทคโนโลยีเป็นส่วนหนึ่งในชีวิตประจำวัน เฟส 2 จะใช้เทคโนโลยี บิตคอยน์ติดตั้งในร้าน เพื่อทำโปรโมชั่น สำหรับสมาชิกเก่า 400,000 ราย

พร้อมกันนี้ ได้ร่วมกับบริษัท เอ็นโซโก้ ผู้ให้บริการดีลิเวอรี่บริการ ออนไลน์ เพื่อกระตุ้นยอดขายร้านอาหาร S&P และขยายฐานลูกค้า กลุ่มใหม่ อาทิ นักศึกษา เจ้าของ ใช้บริการมากขึ้น

อย่างไรก็ตาม ในปีนี้คาดว่าจะ มีรายได้รวม 5,000 ล้านบาท และ ไม่ขยายตัวเนื่องจากกำลังซื้อในประเทศชะลอตัว แต่ปี 2558 คาดว่าจะมียอดขาย 6,000 ล้านบาท

งหลายพันล้านบาทตั้งโรงงาน
พัฒนาพลังงานชีวมวลและจัดการ
เรื่องขยะเป็นพลังงานสะอาด โดย
ด้วยการนำขยะมูลฝอยแปรูปเป็น
พลังงานไฟฟ้า ซึ่งชาวบ้านจะมิรายได้
จากนำขยะมาขายให้กับโรงงาน

เตรียมพร้อมรับมือ

เกษตรกรในพื้นที่ อ.บ้านสร้าง จ.ปราจีนบุรี รีบทำการเก็บเกี่ยวข้าว และจัดเตรียมพื้นที่ทำนา ก่อนที่ปริมาณน้ำที่
ไหลมาจาก อ.กบินทร์บุรี จะเข้าท่วมพื้นที่เกษตร

ทริสาฟันธง 4 ธุรกิจรุ่งปีหน้า

ห่วงลงทุนรัฐช่วยจีดีพีโต 3% ราคาสินค้าเกษตรแนวโน้มดีขึ้น

www.kob.com ทริสา ชี้ลงทุนรัฐช่วย
จีดีพี ห่วงเศรษฐกิจโต 3% ชี้มี
4 อุตสาหกรรมแนวโน้มดี

น.ส.วัฒนา ภิธานชิต กรรมการ
ผู้จัดการ บริษัท ทริส เรตติ้ง เบ็ด
เผยแนวโน้มเศรษฐกิจในปี 2559
ว่า ประเมินว่าจะขยายตัว 2.5-3%
โดยการลงทุนโครงสร้างพื้นฐาน
ขนาดใหญ่ของภาครัฐจะเป็นปัจจัย
หลักที่จะกำหนดว่าเศรษฐกิจไทย
ขยายตัวได้หรือไม่เพียงใด สามารถ
ดำเนินการได้ตามแผนที่วางไว้หรือ

ไม่ รวมทั้งไม่เกิดปัญหาทางการ
เมืองภายในประเทศปะทุขึ้นมา
อีก ซึ่งจะส่งผลกระทบต่อเศรษฐกิจ
โดยรวมมากขึ้น

นอกจากนี้ ยังมีปัจจัยบวกมา
จากราคาสินค้าเกษตรดีขึ้น หลัง
แนวโน้มผลผลิตในหลายประเทศ
ลดลงจากภัยธรรมชาติ รวมทั้งปัญหา
เศรษฐกิจในประเทศผู้ผลิตและส่งออก
สินค้าเกษตรหลักที่เป็นคู่แข่ง
ของไทย เช่น บราซิลที่อาจต้องลด
การผลิตและส่งออกสินค้าลง

อย่างไรก็ตาม ปัจจัยเสี่ยง
เศรษฐกิจปีหน้ายังคงถูกกดดันจาก
ภาคการส่งออกที่ฟื้นตัวไม่เต็มที่
โดยการชะลอตัวของเศรษฐกิจจีน
ซึ่งเป็นผู้นำเข้าสินค้าอันดับ 1 ของ
ไทย ยังส่งผลกระทบต่อไทย
ยังมีภารกิจด้านการค้าของประเทศไทย
ใหญ่ สิทธิประโยชน์ทางการค้าลดลง
และการปรับตัวของผู้ส่งออกที่
ส่งผลให้การส่งออกที่มีสัดส่วนต่อ
ผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศ (จีดีพี)
มากกว่า 40% ยังชะลอต่อเนื่อง
ในระยะกลางถึงระยะยาว

การลงทุนและการใช้จ่ายภาครัฐที่
เป็นตัวขับเคลื่อนหลัก พร้อมทั้ง
อานิสงส์ฤดูกาลท่องเที่ยวปลายปี
เข้ามาสนับสนุน โดยอัตราการขยาย
ตัวดังกล่าวต่ำกว่าระดับ 3-3.5% ที่
เคยคาดไว้เมื่อต้นปี เนื่องจากการ
ส่งออก 8 เดือนติดลบเกือบ 5%
ขณะที่การบริโภคชะลอตัวจากหนี้
ครัวเรือนที่สูงกว่า 80% รวมทั้งการ
ลงทุนขนาดใหญ่ภาครัฐที่ล่าช้ากว่า
ที่คาดการณ์ไว้

ทั้งนี้ ทริส เรตติ้ง ยังให้มุมมอง
อุตสาหกรรมกลุ่มที่มีแนวโน้มดี มี
4 กลุ่ม ได้แก่ โรงพยาบาลและ
บริการด้านสุขภาพ ที่ยังมีแนวโน้ม
เติบโตต่อเนื่องจากปัจจัยบวก สัดส่วน
ประชาชนสูงวัยเพิ่มขึ้น และความ
นิยมของต่างชาติเข้ามาใช้บริการ
มากขึ้น เช่นเดียวกับอุตสาหกรรม
ท่องเที่ยวเป็นกลุ่มที่มีศักยภาพ
ในการเติบโตที่ดี

ด้านธุรกิจรับเหมาก่อสร้าง แม้
ในปี 2558 จะลดตัวลงบ้าง แต่แนวโน้ม
ในปี 2559 ธุรกิจรับเหมาก่อสร้าง
จะกลับเนติคักจากโครงการลงทุน
ภาครัฐที่จะทยอยออกมา และธุรกิจ
โทรศัพท์เคลื่อนที่ได้อานิสงส์จาก
ต้นทุนส่วนแบ่งรายได้ที่ให้แก่ภาค
รัฐลดลงจาก 20-30% เหลือ 5%
และการเปิดประมูล 4จี จะทำให้เกิด
ความคึกคักในการลงทุนโครง
ข่ายอย่างต่อเนื่อง

โรงพยาบาล ธุรกิจสุขภาพ
ธุรกิจการท่องเที่ยว
ธุรกิจรับเหมาก่อสร้าง
ธุรกิจโทรศัพท์มือถือ

อัมบุญ อัมใจ เสริมสุขภาพกาย
ต้อนรับเทศกาลกินเจ กับ

16 เมนู



เมนูเด็ดไก่บ้านอกอัญชัน
จาก ร้านเจ็ชเชียมเยาวราช
เจ้าเก่าตำนาน 20 ปี ส่งตรง
จากเยาวราชกิน ที่ปรุงรสไทย
รสกลมกล่อมเด็ดด้วยเส้นแสม
น้ำอัญชัน ให้อิ่มประโยชน์และสวยงามจริง

ทริสจับตา 4ธุรกิจเสี่ยง

Iwacguide ทริส เรตติ้ง มอง 4 ธุรกิจเสี่ยงสูง อสังหาฯ เข้าชื่อ เกษตรอุตสาหกรรม และอาหารทะเล

น.ส.วิดา ประทุมสุวรรณ รองกรรมการผู้จัดการสายงานจัดอันดับเครดิต บริษัท ทริส เรตติ้ง เปิดเผยว่า ธุรกิจพัฒนาอสังหาริมทรัพย์ได้รับผลกระทบโดยตรงจากภาวะเศรษฐกิจซบเซาลง รวมถึงประชาชนขาดความมั่นใจถึงแหล่งรายได้ในอนาคต เมื่อชะลอการใช้จ่ายใช้สอย บ้านที่มีมูลค่าสูงและการผ่อนชำระหนี้ ก็จะถูกเลื่อนการตัดสินใจซื้อออกไปก่อน

สำหรับผู้ประกอบการอสังหาฯ ที่ได้รับผลกระทบมากน้อยแค่ไหนจะต้องพิจารณาถึงความเข้มแข็งของแบรนด์ ยอดขาย และการขยายการลงทุน หากออกไปลงทุนในต่างจังหวัดที่มีสินค้าในตลาด เช่น จ.ขอนแก่นและภูเก็ต ก็จะเหนื่อยหน่อย

“อสังหาฯ ที่อ่อนแอไม่จำเป็นต้องเป็นบริษัทขนาดกลางหรือขนาดเล็กเท่านั้น ปัญหาของนักผู้ประกอบการรู้จักวิธีถอยและตัดสินใจเร็ว เช่น บริษัท พุดกษา เร็วเอสเตท และบริษัท แอสสิริ ที่คืนเงินค่างานไม่สำเร็จต่อ เมื่อมีคณมาของซื้อน้อย” น.ส.วิดา กล่าว

ปัจจุบันผู้ประกอบการอสังหาฯ ที่ได้รับการจัดอันดับเครดิตโดยทริส เรตติ้งมีทั้งสิ้น 19 ราย ซึ่งมีอันดับเครดิตตั้งแต่ระดับ BB+ ถึง A+ ซึ่งผู้ประกอบการส่วนใหญ่มีอัตรากำไรจากการดำเนินงานลดลง เนื่องจากสัดส่วนค่าใช้จ่ายในการขายและบริหาร เพื่อกระตุ้นยอดขายเพิ่มขึ้น นอกจากนี้สัดส่วนเงินกู้ต่อทุนเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องจาก 1.04 เท่าในปี 2556 เป็น 1.22 เท่า ณ สิ้นเดือน มิ.ย.ที่ผ่านมา มีสัดส่วนค่าง้างคิดเป็นมูลค่า 4.3 แสนล้านบาท เพิ่มขึ้น

จากสิ้นปีที่แล้วที่มีมูลค่า 4.05 แสนล้านบาท ถือเป็นต้นทุนต้องใช้เวลาระบายถึง 3 ปี

นอกจากนี้ ธุรกิจเข้าซื้อก็ยังมีความเสี่ยงเรื่องหนี้ที่ไม่ก่อให้เกิดรายได้ (เอ็นพีแอล) และการชะลอตัวของอุตสาหกรรมจากผลกระทบจากโครงการรถยนต์คันแรก ทำให้ราคารถยนต์มือสองลดลงต่อเนื่อง โดยสิ้นเดือน มิ.ย. เอ็นพีแอลอยู่ที่ 2.4% จากระดับปกติอยู่ที่ 1.2% แม้เอ็นพีแอลเริ่มชะลอตัวแล้วก็ตาม แต่จะต้องติดตามอย่างใกล้ชิดต่อไป เพราะหากเพิ่มขึ้นจะเป็นภาระการตั้งสำรองและกระทบต่อกำไรของผู้ประกอบการ

ขณะที่อุตสาหกรรมเกษตรยังเป็นปีที่ท้าทายจากราคาสินค้าโภคภัณฑ์ตกต่ำทั่วโลก รวมทั้งผลผลิตสินค้าลดลง ทำให้ราคาสินค้าหลายตัวลดลง เช่น ราคากาแฟ หมู รวมถึงราคาน้ำตาลที่เริ่มดีขึ้น แต่ราคากุ้งที่ตกต่ำมานาน 2 ปีเศษ ก็ยังไม่ฟื้น จึงต้องติดตามสถานการณ์ราคาและความต้องการบริโภคอย่างใกล้ชิด

สำหรับธุรกิจอาหารทะเลที่ต้องให้ความสำคัญกับการถูกทรงแดงจากยุโรป ซึ่งจะกระทบผลในสิ้นปีนี้ เพราะหากถูกใบแดงจริง จะส่งผลกระทบต่อประเทศไทยอย่างหนัก เพราะไม่สามารถส่งอาหารทะเลไปขายในยุโรปได้เลย ไม่ว่าประเทศไหน แตกต่างจากปัญหาของสหรัฐอเมริกาที่เอกชนยังซื้อสินค้าได้

ด้านธุรกิจรับเหมาก่อสร้างยังต้องลุ้นว่างานของภาครัฐจะออกมาตามคาดการณ์หรือไม่ แต่ปัจจุบันต้นทุนที่ลดลงมาก เช่น น้ำมันและเหล็ก ทำให้รับเหมามา ผ่อนคลายได้ รวมถึงรายได้ที่รับงานภาคเอกชนในงานคอนกรีตมีแนวโน้มออกมามากอย่างต่อเนื่อง

นายกระทิง & ทรูนิ่งพาวเวอร์

หนังสือพิมพ์พิเศษทุกฉบับ 1
ทศวรรษที่ยั่งยืน ฉบับวันพุธที่ 14 ต.ค. 2558
●● ดัชนีตลาด วันที่ 13 ต.ค. ว่างตามตลาดต่างประเทศ ระหว่างวันหลุด 1,400 จุด ก่อนตั้งขึ้นมาปิดที่ 1,406.69 จุด ว่าง 5.80 จุด มูลค่าการซื้อขาย 47,394.84 ล้านบาท
●● ต่างชาติขายเล็กน้อย 80.78 ล้านบาท สถาบันในประเทศถล่มต่อ

สตาร์ทอัพ

ชั่วโมงนี้ ธุรกิจที่เนื้อหอมสำหรับนักลงทุนให้ Tech Startup หรือกลุ่มไอทีหน้าใหม่ ที่มาแรงและโตเร็ว สังคมดิจิทัลที่เทคโนโลยีกลายเป็นส่วนอย่างขาดไม่ได้ ฟากภาครัฐและเอกชนหันมาผลักดันกันเต็มที่

ปรีธนา ลีลาพันธ์ รองกรรมการสายงานการตลาด เอไอเอส กล่าวมองเห็นเทรนด์การเติบโตของ Tech มาตั้งแต่เมื่อ 5 ปีก่อน จึงได้ร่วมภูมิภาค เครือสิงคโปร์ นำแนวคิดการสนับสนุนกลุ่มสตาร์ทอัพ เข้ามารัฐเป็นรูปธรรม เป็นรายแรกในปี 2554 คนรุ่นใหม่ นักคิด นักพัฒนาที่มีร่วมพัฒนาผลิตภัณฑ์ดิจิทัล ออกสู่

ปีนี้ ถือเป็นปีทองของสตาร์ทอัพที่เบิกกว้างมากขึ้น ผู้บริโภคเข้าถึงง่าย ทำให้เกิดความเคยชินกับการดิจิทัลก็ให้การยอมรับและเชื่อว่า สิ่งนี้คือเครื่องมือในการทำธุรกิจ ช่วยสร้างและเพิ่มประสิทธิภาพในการทำธุรกิจเป็นแรงส่งเสริมให้เหล่า Startup ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่หลากหลายทุกอุตสาหกรรม”

ครั้งแรกกับ StartUp Expo ตลอด 5 ปีผ่านมาก เราได้เปิดกว้างกว่า 1,000 ทีม เข้ามาร่วมโครงการของการแข่งขัน และนับถอยหลังเข้ามาได้ทุกช่วงเวลา เมื่อเร็วๆ นี้ เราจัด AIS The StartUp Expo เป็นครั้งแรก

อสังหาริมทรัพย์

เข้าชื่อ

เกษตร

อุตสาหกรรมและอาหารทะเล



**“ท่องเที่ยว-ก่อสร้าง-ไอที-สุขภาพ”
จะเป็น “ธุรกิจมาแรง” ในปี 2559**



**สภาพเศรษฐกิจในปัจจุบันธุรกิจ SME ควรดำเนินการ
เรื่องหลัก ๆ คือ**

- **มีวินัยทางการเงิน**
- **ทำธุรกิจที่ชำนาญ อย่าออกนอกกรอบ เช่น
ทำอุตสาหกรรม แล้วย้ายไปทำอสังหาริมทรัพย์
เพราะมีความเสี่ยงสูง**
- **ต้องเร่งบริหารต้นทุนให้เกิดประสิทธิภาพ**
- **เพิ่มมูลค่าสินค้า**
- **นำคู่แข่งเป็นพันธมิตรเพื่อผลักดันให้ธุรกิจเติบโต**
- **ต้องบริหารจัดการคน**

จะทำให้ธุรกิจประสบความสำเร็จอย่างแน่นอน

Asean Economic Community



Asean Economic Community



สิบประเทศรวมเป็นหนึ่ง

ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน : AEC (ASEAN Economic Community)

หนึ่งวิสัยทัศน์ หนึ่งเอกลักษณ์ หนึ่งประชาคม : One Vision, One Identity, One Community



Hello อาเซียน

ภาษาและคำทักทายในประเทศประชาคมอาเซียน



“อินดีที่ได้รู้จัก”
"Nice to meet you"

ภาษาไทย/อาเซียนวันละคำ	สวัสดี
ขอบคุณ	Hello
ขอโทษ	Thank you
กรุณา	Sorry
ลาก่อน	Please
	Good Bye



“อินดีที่รู้จัก”
"Nice to meet you"

ภาษาลาววันละคำ	สวัสดี
ขอบคุณ	สวัสดี
ไม่เป็นไร	ขอบคุณ
ขอโทษ	ไม่เป็นไร
ลาก่อน	ขอโทษ
	โชคดี



“ฮุ๊ยยาด่า ทรันสาป่าแด”
"Nice to meet you"

ภาษาพม่าวันละคำ	မိန့်ကလေး
สวัสดี	ကျေးဇူးတင်
ขอบคุณมาก	ဟေး ဝမ်းပါး
ขอโทษ	ဧည့် ချီးမြှင့်
ลาก่อน	မာမာမိမိ
ไม่เป็นไร	မာမာမိမိ



“เจมปิรา ลาปัด เบอเตมุ อันดา”
"Nice to meet you"

ภาษามลายูวันละคำ	สวัสดี
ขอบคุณ	ซาলামัต ดาลัง
ขอโทษ	เทริมา กาลิ
กรุณา	มาอาฟ
สวัสดีใหม่	ฮิดา
	อาปา กาวา



“เซลามัน เบอรัจัมพา เลนกัน อันดา”
"Nice to meet you"

ภาษาอินโดนีเซีย วันละคำ	ซาলামัต
สวัสดี	เซียง
ขอบคุณ	เดซีมา กะซิห์
ขอโทษ	มาอาฟ
กรุณา	ฮิดากัน
ลาก่อน	ซาลามัน จาลัน



“เหิ่น เกา ฮัง เจิ่น ฮือ หนี”
"Nice to meet you"

ภาษาสิงคโปร์ (จีน) วันละคำ	สวัสดี
ขอบคุณ	หนีเห่าว
ขอโทษ	เซี่ยเซี่ย
ไม่เป็นไร	ฮุ๊ยฮุ๊ย
ลาก่อน	เหมยกวานฮือ
	จ้ายเซี่ยน



“เจมปิรา ลาปัด เบอเตมุ อันดา”
"Nice to meet you"

ภาษาบรูไนวันละคำ	สวัสดี
ขอบคุณ	ซาลามัต ดาลัง
ขอโทษ	เทริมา กาลิ
กรุณา	มาอาฟ
สวัสดีใหม่	ฮิดา
	อาปา กาวา



“เฮิน ทัน เตือก กลับ แอม”
"Nice to meet you"

ภาษาเวียดนามวันละคำ	สวัสดี
ขอบคุณ	ซินจ่าว
ขอโทษ	ก่ามเฮิน
กรุณา	ซินโหลย
ลาก่อน	ซินเหมย
	ดาม เบียด



“บาฮูฮวา นาสัม โม”
"Nice to meet you"

ภาษาตากาล็อกวันละคำ	สวัสดี
ขอบคุณ	กวมสตา
ขอโทษ	ซาลามัต
กรุณา	ปะดุมันฮิน
ลาก่อน	ปากัสูโย
	ปาอาสัน



“ริกเรียรตีบานจวน เนียะเวียลกะเนียะ”
"Nice to meet you"

ภาษาชเมรวันละคำ	สวัสดี
ขอบคุณ	ฮัวตด
ขอโทษ	ฮอกุน, ฮอกุนเจจิก
ลาก่อน	ฮม
	โฮมได๊ก
	เรียนฮันเฮย



ประชาคมอาเซียน



One Vision, One Identity, One Community

หนึ่งวิสัยทัศน์, หนึ่งเอกลักษณ์, หนึ่งประชาคม

1. เป็นตลาดและฐานการผลิตร่วม

- # เคลื่อนย้ายสินค้าเสรี
- # เคลื่อนย้ายบริการอย่างเสรี
- # เคลื่อนย้ายการลงทุนอย่างเสรี
- # เคลื่อนย้ายแรงงานฝีมืออย่างเสรี
- # เคลื่อนย้ายเงินทุนอย่างเสรีมากขึ้น

2. สร้างเสริมขีดความสามารถแข่งขัน

- # e-ASEAN
- # นโยบายภาษี
- # นโยบายการแข่งขัน
- # สิทธิทรัพย์สินทางปัญญา
- # การคุ้มครองผู้บริโภค
- # พัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน



AEC 2558

3. การพัฒนาเศรษฐกิจ อย่างเสมอภาค

- # ลดช่องว่างการพัฒนาระหว่างสมาชิกเก่า-ใหม่
- # สนับสนุนการพัฒนา SMEs



4. การบูรณาการเข้ากับ เศรษฐกิจโลก

- # ปรับประสานนโยบายเศรษฐกิจ
- # สร้างเครือข่ายการผลิต จำหน่าย
- # จัดทำ FTA กับประเทศนอกภูมิภาค

Asean Economic Community



เป็นตลาดและฐาน
การผลิตร่วม

แผนงาน
ส่งเสริมการ
เคลื่อนย้าย
สินค้า บริการ
การลงทุน
แรงงานและ
เงินทุนที่เสรีโดย
ลดอุปสรรคใน
ด้านต่าง ๆ

เป็นภูมิภาคที่มีขีด
ความสามารถใน
การแข่งขันสูง

แผนงาน
ส่งเสริมขีด
ความสามารถ
ด้านต่าง ๆ อาทิ
นโยบายกา
แข่งขัน
ทรัพย์สินทาง
ปัญญาe-
commerce
 ฯลฯ

การพัฒนาทาง
เศรษฐกิจอย่างเท่า
เทียมกัน

แผนงาน
ส่งเสริมการ
รวมกลุ่มของ
ประเทศสมาชิก
และช่องว่าง/
ความแตกต่าง
ของระดับการ
พัฒนาระหว่าง
สมาชิกเก่าและ
ใหม่

การเชื่อมโยงของ
อาเซียนเข้ากับ
เศรษฐกิจโลก

แผนงาน
ส่งเสริมการ
รวมกลุ่มเข้ากับ
ประชาคมโลก
โดยการปรับ
ประสาน
นโยบายใน
ระดับภูมิภาค
และสร้าง
เครือข่ายการ
ผลิต/จำหน่าย



แนวทางการพัฒนาอุตสาหกรรม ระยะ 1-5 ปี เพื่อเตรียมความพร้อมสู่ AEC

1. ยกระดับอุตสาหกรรม

ขยายเครือข่ายการผลิตสู่ต่างประเทศ

- ส่งเสริมการพัฒนากลุ่มอุตสาหกรรมให้มีความสามารถเฉพาะด้าน
- เชื่อมโยงฐานการผลิตและบริการในภูมิภาคอาเซียน (AEC)
- สนับสนุนการลงทุนในฐานการผลิตสินค้าอุตสาหกรรมนวัตกรรมของต่างประเทศ

2. ยกระดับศักยภาพ

ผู้ประกอบการให้เกิดความเข้มแข็งและยั่งยืน

- สร้างความเข้มแข็ง SMEs ให้มี ประสิทธิภาพและมาตรฐานการผลิต
- ส่งเสริมการบริหารจัดการการผลิต ด้าน ต้นทุน ความเสี่ยง และจรรยาบรรณ
- สนับสนุนการ ต่อยอดงานวิจัยสู่การผลิตเชิงพาณิชย์

3. ยกระดับโครงสร้างสนับสนุน

อุตสาหกรรมเพื่อการบริหารจัดการอุตสาหกรรมอย่างบูรณาการ

- กำหนดแนวทางการจัดสรรทรัพยากร (ที่ดิน, น้ำ, ไฟฟ้า วัตถุดิบ) รองรับการพัฒนาอุตสาหกรรม
- ปรับปรุงกฎระเบียบ การบังคับใช้กฎหมายให้เอื้อต่อการพัฒนาอุตสาหกรรมอย่างสมดุล
- จัดหาและพัฒนาบุคลากรภาคอุตสาหกรรมให้มีปริมาณ/คุณภาพเพียงพอ
- สนับสนุนการเข้าถึงแหล่งเงินทุน / กองทุน
- จัดตั้งหรือพัฒนาศูนย์ทดสอบ/วิจัย / ออกแบบ ที่รองรับมาตรฐานสากล
- สนับสนุนให้มีหน่วยงานกลางสำหรับการบริหารจัดการในแต่ละอุตสาหกรรม





ประชาคมสังคมและวัฒนธรรมอาเซียน

เป้าหมาย : เพื่อให้อาเซียนเป็นสังคมเป็นเอกภาพ เอื้ออาทรต่อกัน มีความเป็นอยู่ที่ดี พัฒนาทุกด้าน และมีความมั่นคงทางสังคม โดย

การพัฒนามนุษย์

เน้นการบูรณาการด้านการศึกษา สร้างสังคมความรู้ พัฒนาทรัพยากรมนุษย์ ส่งเสริมการจ้างงานที่เหมาะสม ส่งเสริม ICT การเข้าถึง ว&ท

การคุ้มครองและสวัสดิการสังคม

ขจัดความยากจน สร้างเครือข่ายความปลอดภัยทางสังคม ส่งเสริมความมั่นคงและความปลอดภัยด้านอาหาร การควบคุมโรคติดต่อ

ความยุติธรรมและสิทธิ

คุ้มครองสิทธิผู้ด้อยโอกาส แรงงานย้ายถิ่นฐาน ส่งเสริมความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจ

ส่งเสริมความยั่งยืนด้านสิ่งแวดล้อม

การจัดการปัญหาสิ่งแวดล้อมของโลก ปัญหามลพิษทางสิ่งแวดล้อมข้ามแดน การเปลี่ยนแปลงทางสภาพภูมิอากาศ ส่งเสริมการจัดการทรัพยากรธรรมชาติ

การสร้างอัตลักษณ์อาเซียน

สร้างความรู้สึกเป็นเจ้าของ อนุรักษ์มรดกทางวัฒนธรรมของอาเซียน ส่งเสริมการสร้างสรรค์ด้านวัฒนธรรม ลดช่องว่างการพัฒนา

เขตเศรษฐกิจพิเศษ

ประเทศจีน เจริญรวดเร็วด้วยการ วางแผนเขตเศรษฐกิจพิเศษ

เขตเศรษฐกิจพิเศษนั้นไม่ใช่วิชาการตะวันตก ไม่ใช่รูปแบบการปกครองแบบตะวันตก แต่เป็นวิชาการตะวันออก เป็นรูปแบบการบริหารการปกครองแบบตะวันออก ซึ่งริเริ่มขึ้นโดย Deng Xiaoping อดีตผู้นำจีน ในช่วงเวลาที่อังกฤษกำลังจะต้องคืนฮ่องกงให้แก่จีน ในยามนั้น อังกฤษพยายามทำทุกอย่างเพื่อวางเชื้อพิษร้ายไว้กับฮ่องกงเพื่อให้เกิดปัญหากับจีน เพื่อวันข้างหน้าปัญหาลุกลามแล้ว อังกฤษอาจมีโอกาสกลับเข้ามายึดครองฮ่องกงอีกครั้งหนึ่ง ซึ่งจีนก็รู้ทัน จึงจัดตั้งเขตเศรษฐกิจพิเศษขึ้นเป็นแห่งแรก เพื่อรับมือกับความเป็นไปได้ของฮ่องกงและประสบความสำเร็จอย่างใหญ่หลวง

- **ตั้งเขตเศรษฐกิจพิเศษเซินเจิ้น** เพื่อรองรับความมั่งคั่งของฮ่องกง
- **ตั้งเขตเศรษฐกิจพิเศษเซี่ยเหมิน** เพื่อรองรับความมั่งคั่งของไต้หวัน
- **ตั้งเขตเศรษฐกิจพิเศษฉางชุน** เพื่อรองรับความมั่งคั่งของเกาหลี
- **ตั้งเขตเศรษฐกิจพิเศษจูไห่** เพื่อรองรับความมั่งคั่งของมาเก๊า

เขตเศรษฐกิจพิเศษที่จัดตั้งขึ้นนี้คือ ระบบการปกครองส่วนท้องถิ่นของจีนที่เพิ่มอำนาจของมณฑลและของส่วนกลางให้เต็มที่ และขึ้นต่อคณะรัฐมนตรีจีนโดยตรง จึงสามารถผลักดันและนำพาการพัฒนาได้อย่างมีประสิทธิภาพสูงยิ่ง



ความเจริญเติบโต
จากการวางแผน



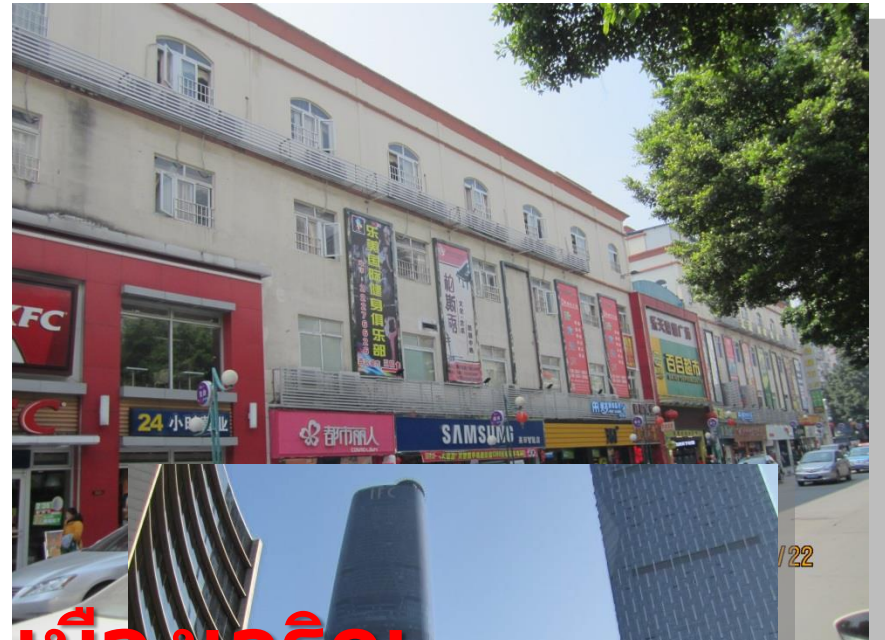
แบ่งโซนเศรษฐกิจใหม่



แบ่งโซนเมืองเก่า



แบ่งโซนที่อยู่อาศัย



เศรษฐกิจรุ่ง เมืองเจริญ



เขตเศรษฐกิจพิเศษ

- แม่สอด ดาก
ท่าสายลวด ริมแม่น้ำเมย เชื่อมโยง.....เมียนมาร์
- มุกดาหาร
ต.บางทรายใหญ่ ไกลๆ ด้านมุกดาหารเชื่อมโยงลาว
- สระแก้ว
ด้านอรัญประเทศเชื่อมโยงไทย-เขมร-เวียดนาม
- ตราด
ด้านคลองใหญ่ อ.เขาสมิง..... เชื่อมโยงเขมร
- สงขลา
ด้านสะเดา เชื่อมโยง.....มาเลย์-สิงคโปร์

เขตเศรษฐกิจพิเศษ



สร้างไทยเป็นศูนย์กลางการค้า



จุดนิคมต้นแบบนครแม่สอด



จุดแผนแม่บทพัฒนาตาก



ไทยต้นเขตเศรษฐกิจทวาย

5 เขตเศรษฐกิจพิเศษ 24,450 ไร่ "ตาก-มุกดาหาร-สระแก้ว-ตราด-สงขลา"

เขตเศรษฐกิจพิเศษ



- แนวทางพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน ใน 5 เขตเศรษฐกิจพิเศษ 6 ด้านชายแดนระยะเร่งด่วน
- โดยเบื้องต้นมีกรอบงบประมาณใช้สร้างถนน สนามบิน ทางรถไฟ
- ในส่วนกระทรวงคมนาคมประมาณ 3.5 หมื่นล้านบาท เพื่อแก้ปัญหาความแออัด และเพิ่มประสิทธิภาพในการขนส่งสินค้าตามด่านชายแดน
- รวมถึงได้เห็นชอบ แผนพัฒนาด้านศุลกากร และพื้นที่นิคมอุตสาหกรรม ของกรมศุลกากร และการนิคมอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย อีกหลายโครงการ

เขตเศรษฐกิจพิเศษ

- แนวทางการพัฒนาเขตเศรษฐกิจพิเศษแม่สอด จังหวัดตาก จะเสนอให้ก่อสร้างสะพานข้ามแม่น้ำเมยแห่งที่ 2 ช่วงปี 59-61 วงเงิน 3,600 ล้านบาท เพื่อเชื่อมโยงการเดินทาง ไทย-เมียนมาร์
- ส่วนการพัฒนาเขตเศรษฐกิจพิเศษอรัญประเทศ จังหวัดสระแก้ว ขณะนี้การรถไฟแห่งประเทศไทย (ร.ฟ.ท.) ได้เร่งรัดปรับปรุงทางช่วงคลองสิบก้า - จะเข็งเทรา-คลองลึก ระยะทาง 200 กม.อยู่แล้ว คาดจะเสร็จในปี 59 และยังมีแผนเชื่อมต่อการเดินทางรถไฟไปถึง กัมพูชา ผ่านเส้นทางปอยเปต-ศรีโสภณ-พนมเปญ
- ขณะที่การพัฒนาเขตเศรษฐกิจพิเศษจังหวัดตราด - กัมพูชา จะของบประมาณ 900 ล้านบาท
- การพัฒนาเขตเศรษฐกิจพิเศษจังหวัดมุกดาหาร - ลาว จะของบปี 59 วงเงิน 5,400 ล้านบาท เพื่อขยายทางหลวงเป็น 4 ช่องจราจร ตามเส้นทางทางหลวงระหว่างประเทศจากตะวันออกไปตะวันตก และทางหลวง 12 บ.นาไคร้-คำชะอี - ลาว
- ขณะเดียวกันจะของบ 59 ล้านบาท ด้านการพัฒนาเขตเศรษฐกิจพิเศษสะเดา จ.สงขลา บริเวณด่านศุลกากรสะเดาและ ด่านปาดังเบซาร์ จะของบประมาณปี 60 วงเงิน 23,900 ล้านบาท

เขตเศรษฐกิจพิเศษ

เขตเศรษฐกิจพิเศษและเขตเศรษฐกิจเฉพาะของ สปป. ลาว โอกาสสำหรับนักลงทุนไทยเมื่อปลายปี 2554 รัฐบาลลาวได้จัดทำแผนยุทธศาสตร์การพัฒนาเขตเศรษฐกิจพิเศษ (Special Economic Zone) และเขตเศรษฐกิจเฉพาะ (Special Economic Zone) ในลาวช่วงปี 2554-2563 ขึ้น เพื่อเร่งพัฒนาเศรษฐกิจตามทิศทางการพัฒนาของรัฐบาล ภายใต้แผนพัฒนาฯ ฉบับที่ 7 ภายใต้แผนยุทธศาสตร์ มี 3 แนวทางหลักในการกำหนดเขตเพื่อพัฒนา

- (1) กำหนดพื้นที่ทุกข์ยาก เขตห่างไกลเป็นเขตเศรษฐกิจพิเศษ ซึ่งมีสิทธิประโยชน์ที่ดีกว่าสำหรับนักลงทุน เพื่อส่งเสริมการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานสร้างตัวเมืองที่ทันสมัย
- (2) กำหนดพื้นที่ชายแดนกับประเทศเพื่อนบ้าน เป็นเขตเศรษฐกิจเฉพาะ เพื่อส่งเสริมการลงทุน การค้า และการท่องเที่ยว
- (3) กำหนดพื้นที่ที่มีศักยภาพเหมาะสมเป็นเขตอุตสาหกรรมแปรรูปเกษตรกรรมการผลิตเพื่อส่งออก





หอการค้าไทยและหอการค้าเมียนมาร์ มีมติร่วมกันให้จัดตั้ง คณะกรรมการร่วมไทยเมียนมาร์เขตเศรษฐกิจพิเศษ ขึ้นเพื่อ จัดทำแผนแม่บทที่จะใช้ในการพัฒนาเขตเศรษฐกิจพิเศษแม่สอด ให้เป็นเขตเศรษฐกิจที่ครบวงจร เพื่อเปิดโอกาสในการเคลื่อนย้าย แรงงาน สินค้า รวมถึงการค้า การลงทุนของทั้งสองประเทศ เพิ่มขึ้นคาดว่าจะใช้เวลา 6-9 เดือน ในการจัดทำแผนแม่บท ดังกล่าวสำเร็จ ก่อนจะนำเสนอให้กับรัฐบาลของทั้ง 2 ฝ่าย

พิจารณา เห็นชอบต่อไป ซึ่งเขตเศรษฐกิจพิเศษจะต้องมีหลายรูปแบบคือ เป็นแหล่งการค้า เป็นเขตอุตสาหกรรม เป็นแหล่งท่องเที่ยว ในเบื้องต้นเห็นว่าแม่สอดเหมาะสม ที่จะพัฒนา ให้เป็นทั้งแหล่งการค้าการท่องเที่ยว และอุตสาหกรรมได้ จึงเตรียมส่วนนี้เข้าไปอยู่ในแผน แม่บท แผนแม่บทดังกล่าวจะต้องเป็นการส่งเสริมและพัฒนา ในเรื่องของการอำนวยความสะดวก ด้านการค้าการลงทุนการท่องเที่ยวรวมถึงการเคลื่อนย้ายแรงงานของทั้งสองฝ่ายให้ ครอบคลุมเพื่อเพิ่มการค้าการลงทุนตามแนวชายแดนด้วยพร้อมกันนี้ ในแผนแม่บทยังจะมี การเสนอให้รวม 3 อำเภอของจังหวัดตากได้แก่ อ.แม่สอด อ.แม่ระมาด และ อ.พบพระอยู่ในพื้นที่ของเขตเศรษฐกิจพิเศษ และเพื่อให้จังหวัดตากเป็นจังหวัดนำร่องของเขตเศรษฐกิจ พิเศษของไทยด้วยโดยในเบื้องต้นการตั้งเขตเศรษฐกิจพิเศษยังไม่มี ความชัดเจนเท่าที่ควร ทั้งในส่วนของสถานที่ตั้ง และผลประโยชน์ ซึ่งยังอยู่ระหว่างหาข้อสรุปที่ชัดเจนต่างจาก ประเทศเมียนมาร์มีความชัดเจนเรื่องเขตเศรษฐกิจพิเศษแล้ว อย่างไรก็ตามเชื่อว่ารัฐบาล ไทยมีนโยบายให้การสร้างเขตเศรษฐกิจพิเศษของไทยต้องสอดคล้องกับของประเทศเพื่อน บ้านทั้งนี้ในการประชุมแนวทางความร่วมมือในการพัฒนาเขตเศรษฐกิจไทย-เมียนมาร์ ยัง ได้หารือถึงความเหมาะสมและศักยภาพเชิงพื้นที่ของเขตเศรษฐกิจพิเศษซึ่งไทยมีการระบุที่ตั้ง เขตเศรษฐกิจพิเศษใน 3 จังหวัด คือ แม่สอด แม่ระมาด พบพระ จ.ตาก, จ.กาญจนบุรีและ แม่สาย จ.เชียงราย ส่วนของเมียนมาร์ ได้แก่ เมียวดี ฝายัน และเมะละแหม่ง

วิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายนอก

โอกาส	อุปสรรค
<ul style="list-style-type: none">• เศรษฐกิจมีแนวโน้มเติบโต 5 %• อัตราภาษีนิติบุคคลปรับลดลงจาก 30 % เป็น 20 %• รัฐบาลส่งเสริมสนับสนุนด้านอีคอมเมิร์ซ• ผู้บริโภคใช้ช่องทางอีคอมเมิร์ซซื้อสินค้าเพิ่มขึ้น• เปิดประชาคมอาเซียน สามารถขยายฐานธุรกิจไปต่างประเทศได้เพิ่มมากขึ้น• พัฒนาเขตเศรษฐกิจพิเศษ	<ul style="list-style-type: none">• การเมืองยังไม่นิ่ง ประชาชนขาดความเชื่อมั่นสถานการณ์อนาคต การอุปโภคบริโภคยังไม่ฟื้นเต็มที่• รัฐบาลควบคุมกฎระเบียบต่าง ๆ เข้มงวดมากขึ้น• ช่องทางจำหน่ายผ่านร้านค้าลดน้อยลง• เปิดประชาคมอาเซียน คู่แข่งทางการค้าภายในประเทศจะเพิ่มขึ้น• แรงงานต่างชาติขาดแคลน

อสังหาฯปรับโฉมลงทุน รับมือเศรษฐกิจโลกผันผวน

จากอสังหาริมทรัพย์ปี
ความปั่นป่วนของเศรษฐกิจ
ให้ผู้ประกอบการวิตกกังวล
จะตามมากระทบต่อภาค
อสังหาริมทรัพย์ในอนาคตอันใกล้
จะต้องปรับโฉมการลงทุน
อีกครั้ง

มา คีตลีน ผู้อำนวยการ
อสังหาริมทรัพย์ ธนาคาร
เพราะห้ ประเมินว่า ปีนี้มี
ปัจจัยที่ต้องจับตามอง โดย
เศรษฐกิจโลกที่ผันผวนมาก
ถึงตลาดทุนของไทย ซึ่ง
มาเพียงสิบกว่าวัน ตลาด
ถ้าตลาดทุนไม่ดีจะมีผล
ยังตลาดอสังหาริมทรัพย์
ไม่ได้ เพราะกลุ่มคนชั้น
กลางทุน นักเก็งกำไร
ตลาดอสังหาริมทรัพย์
มีกำไรจากการลงทุนใน
ที่แบ่งมาลงทุนใน
อสังหาริมทรัพย์ได้

+ ปัจจัยบวก

- ดอกเบี้ยนโยบาย
- นโยบายกระตุ้นเศรษฐกิจ
- การขยายตัวของเศรษฐกิจไทย
- การลงทุนภาครัฐ
- เปิดเออีซี
- มาตรการกระตุ้นอสังหาฯ



ที่อยู่อาศัยเปิดตัวใหม่ ปี 2558

- บ้านจัดสรร 4.5 หมื่นหน่วย เท่าปี 2557
- คอนโดมิเนียม 6.1 หมื่นหน่วย ลดลงจากปี 2557 ที่มีจำนวน 7.3 หมื่นหน่วย

ที่มา : ศูนย์ข้อมูลอสังหาริมทรัพย์ และโพสต์ทูเดย์รวบรวม

- ปัจจัยลบ

- ส่งออกยังน่าห่วง
- ราคาพืชผลการเกษตรยังไม่ดี
- หนี้ครัวเรือน
- ความเข้มงวดในการปล่อยสินเชื่อ
- ราคาที่ดินสูง



สถานการณ์ช่วงต้นปีที่ผ่านมา

- เศรษฐกิจโลกผันผวน
- ตลาดหุ้น ราคาทองผันผวนหนัก
- นักเก็งกำไร นักลงทุนชะลอซื้อ
- ท่อง
- ราคาน้ำมันลดต่อเนื่อง ส่งทั้งผลบวกและลบ

2016/01/13 00:10

กลุ่มนักลงทุนเดิม
คมีเงินไหลลงแล้ว ยัง
มีจำนวนไม่น้อยทำให้

ธนาคารจะรับประกันเงินฝากลดลง
เหลือแค่ 1 ล้านบาท ก็จะทำให้คนที่

ยอดสั่งซื้อชะลอตัวและจะมีผลกระทบมายังภาคการผลิตของไทย

กลุ่มเรียลตี้แมนด์ ซึ่งมีสัดส่วนอยู่

ต้องระวังในเรื่องกระแสเงินสดที่



1 โอกาสและอุปสรรคในการลงทุนในประเทศอาเซียน



- เตรียมขยายธุรกิจ หรือ เตรียมปิดบริษัท
- หากภาคธุรกิจสามารถปรับตัวเพื่อรับการเปลี่ยนแปลงจากการร่วมเป็นส่วนหนึ่งของ AEC จะเป็นโอกาสที่ทำให้ธุรกิจเติบโตได้
- AEC เป็นตลาดขนาดใหญ่ ด้วยจำนวนประชากรกว่า 580 ล้านคน
- ตลาดจะมีขนาดใหญ่ขึ้นอีกจากการที่ ASEAN ได้มีการทำเขตการค้าเสรี (FTA) กับคู่ค้าต่างๆ ASEAN+3 (จีน เกาหลีใต้ และญี่ปุ่น) และ ASEAN+6 (จีน เกาหลีใต้ ญี่ปุ่น อินเดีย ออสเตรเลีย และนิวซีแลนด์)

โอกาสทางธุรกิจ (+)

- ความอุดมสมบูรณ์ของทรัพยากรธรรมชาติ เช่น ประเทศ CLMV (กัมพูชา ลาว พม่า และเวียดนาม)
- ต้นทุนการผลิตที่ต่ำกว่า เช่น ค่าแรง
- การให้สิทธิประโยชน์ด้านการลงทุน เพื่อดึงดูดการลงทุนจากต่างชาติ
- จำนวนประชากรขนาดใหญ่ ทำให้ความต้องการบริโภคเพิ่มสูงขึ้น เช่น อินโดนีเซีย
- ฐานในการผลิตที่จะขยายโอกาสทางธุรกิจไปยังภูมิภาคอื่นๆ เช่น เอเชียใต้ และ จีนใต้

อุปสรรคในการดำเนินธุรกิจ (-)

- การขาดแคลนบุคลากรและแรงงานที่มีคุณภาพ
- ทัศนคติและวัฒนธรรมในการทำงานที่แตกต่างกัน
- การขาดแคลนโครงสร้างพื้นฐาน
- ความผันผวนจากอัตราแลกเปลี่ยน
- อำนาจการตัดสินใจเป็นระบบการรวมศูนย์
- การไม่ปฏิบัติตามข้อตกลงหรือสัญญา
- ความแตกต่างและซับซ้อนด้านกฎระเบียบและภาษี

SWOT

วิเคราะห์
สภาพแวดล้อมภายใน

รู้เรา

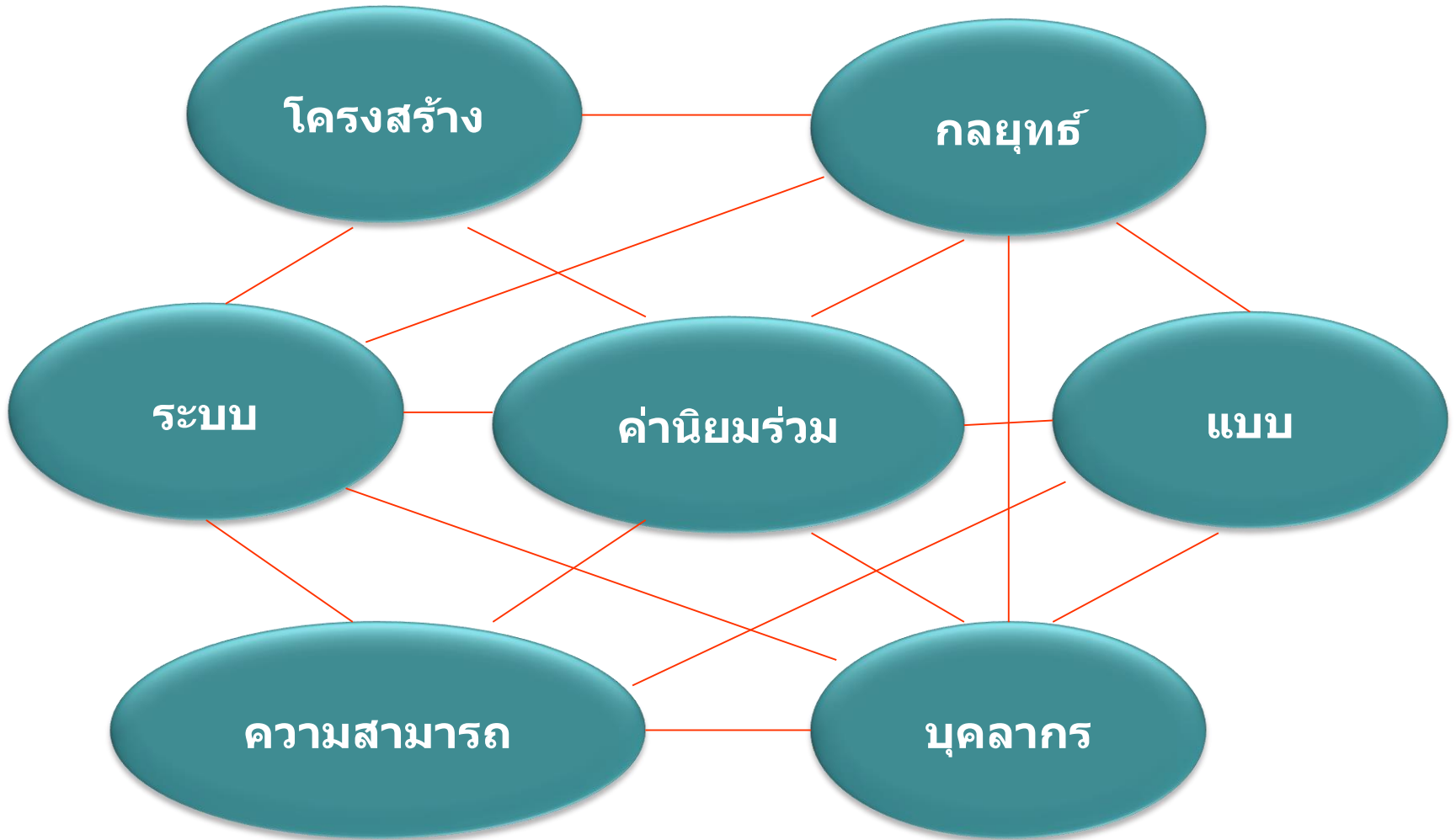
วิเคราะห์
สภาพแวดล้อมภายใน

- จุดแข็ง **Strength**
- จุดอ่อน **Weakness**

ปัจจัย

- โครงสร้างองค์กร
- การบริหารองค์กร
- การตลาด
- การบริหารการผลิต
- การบริหารเงิน
- การบริหารบุคคลากร
- เครื่องมือ / อุปกรณ์

7 – S : Mckinsey



7 – S : Mckinsey

โครงสร้าง
Structure

คุณลักษณะขององค์กรที่มองเห็น ได้จาก
แผนภูมิขององค์กร (ขนาดของควบคุม การ
รวมอำนาจและการกระจายอำนาจ ความ
สัมพันธ์ และอำนาจหน้าที่ เป็นต้น

กลยุทธ์
Strategy

การวางแผนขององค์กรเพื่อรับมือกับสภาพ
แวดล้อมภายนอก

ระบบ
System

ระเบียบวิธีปฏิบัติและกระบวนการขององค์กร

7 – S : Mckinsey

บุคลากร
Staff

ทรัพยากรมนุษย์ขององค์กร

ความสามารถ
Skills

ทักษะความสามารถดีเด่นขององค์กร

แบบ
Styles

รูปแบบความเป็นผู้นำของผู้บริหาร

ค่านิยมร่วม
Shared Values

ปรัชญาและค่านิยมที่ปลูกฝังแก่สมาชิกของ
องค์กร

วิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายใน

จุดแข็ง	จุดอ่อน
<ul style="list-style-type: none">• บริษัทมีทีมงานที่แข็งแกร่ง มีประสิทธิภาพด้านธุรกิจเป็นอย่างดี• บริษัทมีเครือข่ายร้านค้าภายในประเทศเป็นจำนวนมาก• สินค้าของบริษัทเป็นที่ต้องการของตลาด เพราะเป็นสินค้าปัจจัยจำเป็น 4 ในการดำรงชีวิต• สภาพคล่องเงินหมุนเวียนของบริษัทได้รับการสนับสนุนจากสถาบันการเงินหลายแห่ง• บุคลากรมีศักยภาพสูง	<ul style="list-style-type: none">• บริษัทขาดแคลนแรงงานระดับล่างเป็นจำนวนมาก• บริษัทยังไม่ได้เปิดช่องทางการจำหน่ายผ่านทางระบบอีคอมเมิร์ซ• ปัญหาสภาพคล่อง เงินหมุนเวียนขาดมืออยู่เสมอ• การบริหารสั่งซื้อสินค้าบางครั้งมากเกินไป บางครั้งน้อยเกินไป การส่งสินค้าไม่ตรงเวลา (Just in time)

A yellow arrow pointing to the right, with a white notch on the left side and a grey shadow below it. The text "Strategy กลยุทธ์" is centered inside the arrow.

Strategy กลยุทธ์

Strategy



ยุทธศาสตร์ทหาร

บุก

ตั้งรับ

ถอย



Strategy



ยุทธศาสตร์ธุรกิจ

Build ทุ่ม

Hold ย้น

Harvest เก็บเกี่ยว

Divest ถอย



2013/11/27

ประเทศไทยพร้อมเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน(AEC) แล้วหรือยัง ?



S trengths

- ✂ ไทยเป็นฐานการผลิตอุตสาหกรรมด้านยานยนต์ และ อิเล็กทรอนิกส์ ทำให้สามารถต่อยอดด้านการการลงทุนหรือวิจัยได้
- ✂ สถาบันการเงินของไทยมีความมั่นคง นักลงทุนสามารถระดมทุนจากสถาบันการเงินของไทยได้อย่างมั่นใจ และรัฐบาลมีแนวโน้มในการเปิดเสรีภาคการเงินอีกด้วย
- ✂ ไทยตั้งอยู่ตรงกลางของประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน ทำให้ได้เปรียบในเรื่องศูนย์กลางต่างๆ เช่น การคมนาคมทางบก, ทางอากาศ, การค้า, การลงทุน หรือแม้กระทั่งศูนย์แสดงสินค้า
- ✂ ไทยมีจุดเด่นเรื่องการท่องเที่ยวที่ดีและราคาไม่แพงและคนไทยเป็นมิตร ทำให้ส่งเสริมกันกับเรื่องของศูนย์การคมนาคมทางบกและทางอากาศ
- ✂ ไทยมีความสามารถด้านการแพทย์ที่ดีและราคาถือว่าไม่แพงเมื่อเทียบกับ AEC ประเทศอื่นเช่น สิงคโปร์

W eaknesses

- ✂ ไทยมีปัญหาเรื่องเสถียรภาพทางการเมืองที่ไม่มีความแน่นอน มีปัญหาด้านความขัดแย้งทางการเมืองภายในประเทศ และยังมีปัญหาค่าเงินบาทที่ผันผวนหรือยวบยาบจนจังหวัดชายแดนใต้
- ✂ ไทยยังคงมีปัญหาเรื่องละเมิดทรัพย์สินทางปัญญาที่รุนแรงและไม่จริงจัง โดยเฉพาะเรื่อง เพลง, ภาพยนต์, software ต่างๆ
- ✂ ปัญหาการจราจรในเมืองหลวงที่ติดขัด และบริเวณเมืองใหญ่ตามจังหวัดใหญ่ที่เริ่มมีปัญหาคารจรจรเช่นกัน โดยเฉพาะกรุงเทพฯ และปริมณฑล
- ✂ ประชาชนชาวไทยยังต้องความสามารถด้านภาษาอังกฤษ ที่จะเป็นภาษากลางในการสื่อสารเมื่อ AEC เริ่มดำเนินการ



O pportunities

- ✂ ไทยมีนโยบายสนับสนุนการลงทุนต่างชาติ โดยเฉพาะการลงทุนที่นำไปสู่การพัฒนาเทคโนโลยีการ สร้างนวัตกรรม การพัฒนาทักษะบุคลากร
- ✂ ไทยเปิดเสรีทางการค้าอย่างเปิดกว้าง ไม่มีการปิดกั้น
- ✂ การลงทุนที่ได้รับการสนับสนุนจาก BOI ไม่มีข้อจำกัดในเรื่องการถือหุ้นของต่างชาติ ไม่กำหนดสัดส่วนการใช้วัตถุดิบในประเทศ และไม่จำกัดปริมาณส่งออก และยังมีสิทธิพิเศษอื่นๆที่ปรับสอดคล้องกับ WTO
- ✂ BOI สนับสนุนอุตสาหกรรมหลักของไทยหลายสาขา คือ การเกษตร พลังงานทางเลือก ยานยนต์ อิเล็กทรอนิกส์ ICT แห่งขั้น บันเทิง สุขภาพ การท่องเที่ยว อุตสาหกรรมบริการ
- ✂ ภาคบริการบางสาขาของไทยเช่น การแพทย์ มีเทคโนโลยีที่ทันสมัยและได้มาตรฐานในราคาไม่แพง สามารถต่อยอดได้

T hreats

- ✂ ประเทศไทยต้องเผชิญกับการแข่งขันด้านค่าแรงที่ต่ำกว่าอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ การผลิตที่ใช้แรงงานเป็นหลัก เช่น อุตสาหกรรมสิ่งทอ อาจจะถูกย้ายฐานการผลิตไปยังประเทศที่มีค่าแรงถูกกว่าเช่น ลาว พม่า เวียดนาม ผู้ประกอบการต้องปรับตัวไม่เช่นนั้นก็มีปัญหาแน่นอน
- ✂ ภาษาอังกฤษของประชากรชาวไทยที่ทำธุรกิจขนาดกลางขึ้นไปต้องพัฒนาทักษะทางด้านภาษาอังกฤษ มิเช่นนั้นแรงงานจากต่างชาติที่ใช้ทักษะภาษาอังกฤษได้จะมาแย่งงาน



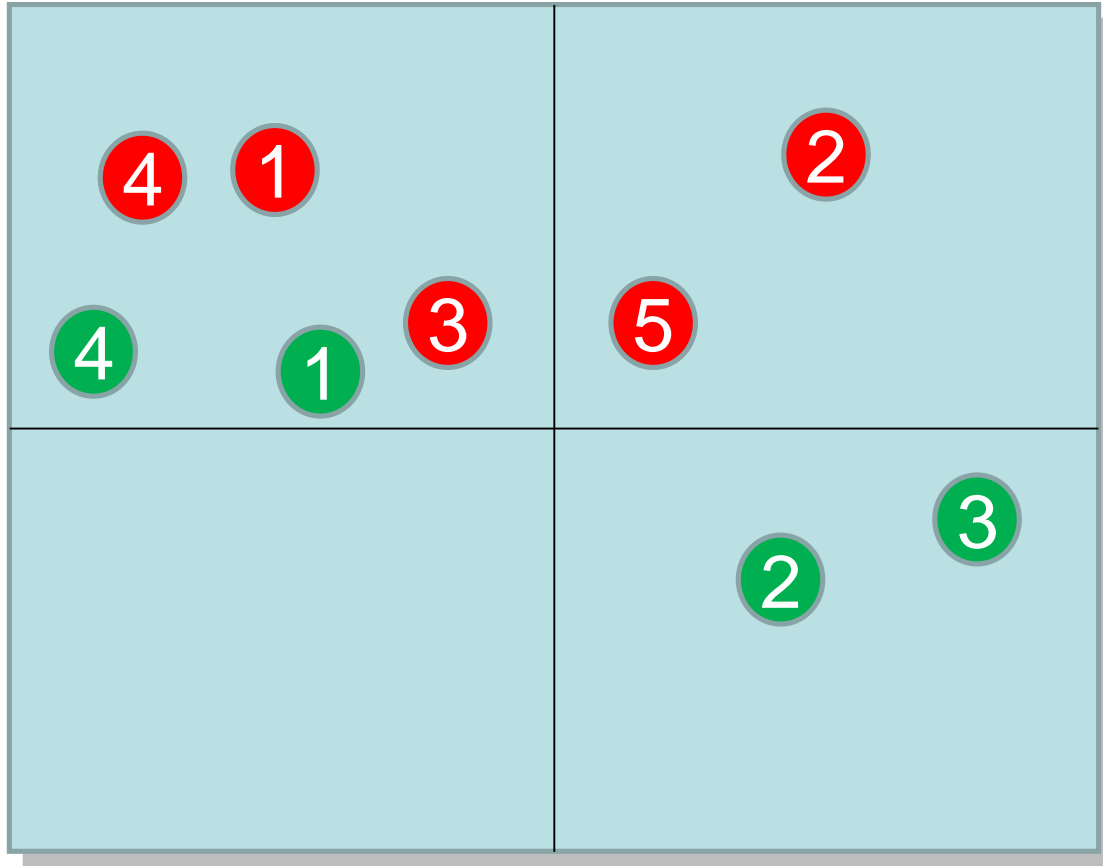
BCG Model

 **Strengths**
จุดแข็ง

Low ต่ำ

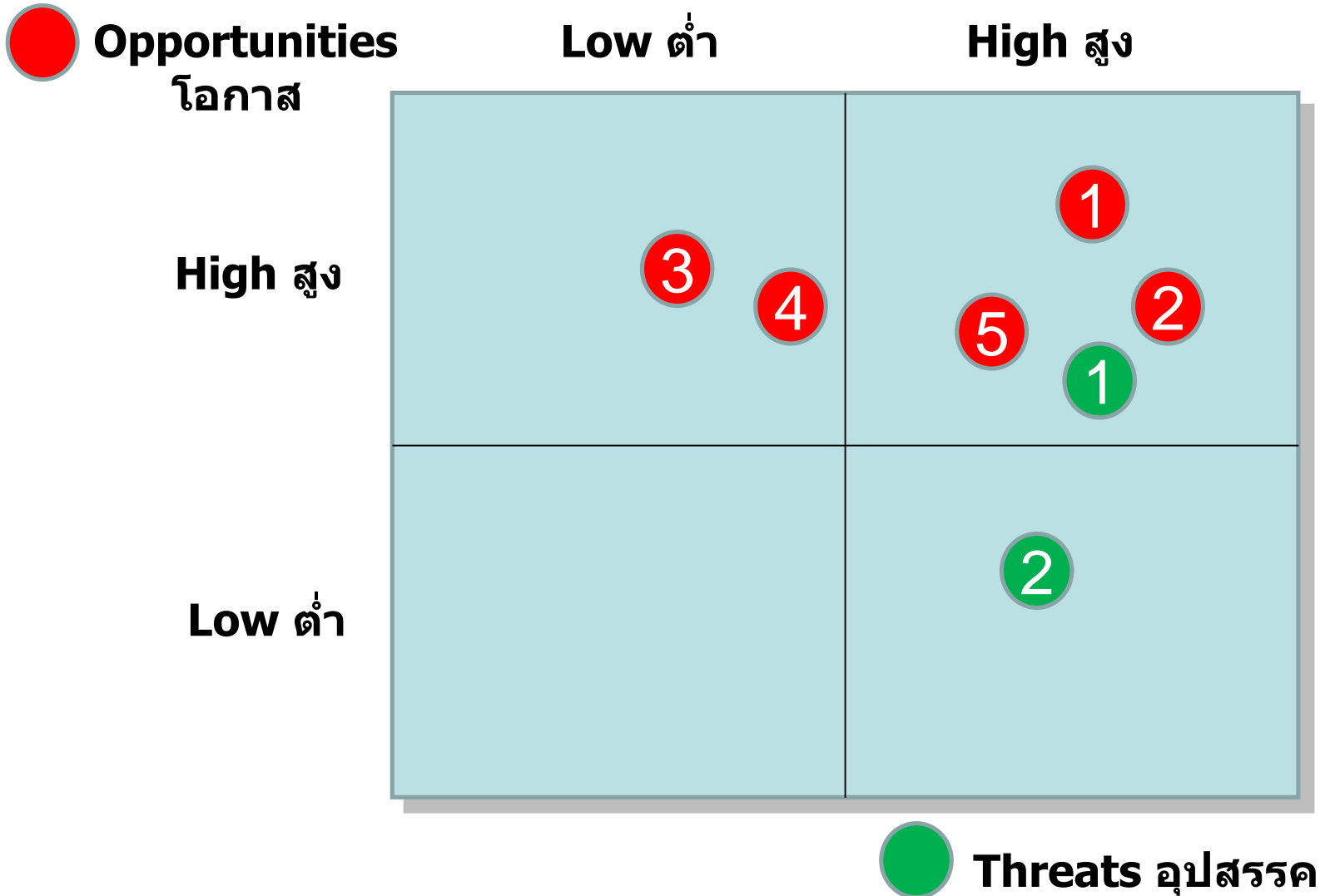
High สูง

High สูง



 **Weaknesses** จุดอ่อน

BCG Model



Strategy

Corporate Strategy

กำหนดขึ้นจากระดับสูงสุดขององค์กร
มุ่งองค์กรส่วนรวม

Business Strategy

ระดับธุรกิจ มุ่งการแข่งขันระหว่าง
ธุรกิจภายในอุตสาหกรรม

Functional Strategy

ระดับหน้าที่ จะมีขอบเขตแคบกว่าระดับ
ธุรกิจ (เช่น แผนการผลิต แผนการเงิน
การตลาด และการบริหาร)

วัสดุก่อสร้างแห่งปูทาง เชิงยอดเยี่ยม | เคอร์เซอร์สู่กิจขาขึ้น

กลยุทธ์ศูนย์วัสดุก่อสร้างและตกแต่ง

โฮมโปร-เมกาโฮม

- มุ่งเจาะตลาดบ้านเก่า 80% บ้านใหม่ 20%
- เน้นหลังการขาย หลังรายได้การให้บริการต่อปีละ 30%
- บุกตลาดหัวเมืองรอง และขยายสาขาเพิ่ม จังหวัดหัวเมืองหลัก
- ใช้แบรนด์ เมกาโฮม บุกจังหวัดเศรษฐกิจ ชายแดนรับเปิดเออีซี



บุญถาวร

- เน้นจำหน่าย สินค้าตกแต่ง ประเภทกระเบื้อง / ชุดครัว / สุขภัณฑ์
- อัปเดตโปรโมชั่นใหญ่ เร่งยอดขาย ถึงสิ้นปี
- จัดสัมมนา ให้ความรู้สถาปนิก-มัณฑนากร เพื่อเร่งยอดขาย



โฮมเวิร์ด-ไทวัสดุ

- เน้นขยาย สาขารูปแบบ โอเพ่นแอร์ เจาะหัวเมือง
- จัดกิจกรรม ส่งเสริม การขายและ งานลดราคา



สยาม โกลบอลเฮ้าส์

- เน้นขยาย สาขารูปแบบ โอเพ่นแอร์ เจาะหัวเมือง ต่างจังหวัด
- ศึกษาดตลาด เพิ่มสาขา ในประเทศ กัมพูชา ลาว พม่า เป็นหลัก



เอสซีจี

- เปิดเอสซีจี โฮม โซลูชันให้ได้ 80 แห่ง ภายในปี 2560
- เตรียมตั้งโรงงาน ผลิตแผ่นพื้น สำเร็จรูป เริ่ม ไตรมาส 2 ปีหน้า
- ให้บริการครบวงจร ก่อนปลูกสร้างบ้าน -บริการหลังการขาย



ลีกซิล

- ยึดใช้วัสดุ ก่อสร้างญี่ปุ่น บุกตลาดไทย ทุ่ม 45 ล้านบาท
- เปิดโชว์รูม ซีตซี
- เน้นตลาดระดับ บน-ขายสินค้า โซลูชัน
- เจาะกลุ่ม สถาปนิก-มัณฑนากร

มีเงินสตรีในตลาด
และยังมีโอกาสเติบโต
ส่วนใหญ่ โดยเฉพาะ
เวียดนาม) จะ
เอเชียตะวันออกเฉียง
ตะวันออก
อาเซียน โดย

บริษัท
ลอร์สัน 108
สตรีบุคตลาด
วมธุรกิจร้าน
นมเติบโต
ระหว่างการ
ปีป็นส์

โตสูงใน
แนวโน้ม
ปลงไป
บริการที่



แฟนธุรกิจลอร์สันบุคตลาดอาเซียน

- ยึดหัวหาดก่อนเซเว่นอีเลฟเว่น ในกลุ่มซีแอลเอ็มวี
- ต้นปีหน้า เปิดร้านสะดวกซื้อที่ฟิลิปปินส์
- วางให้ไทยเป็นศูนย์กลางวิจัยและพัฒนาอาหาร วัตถุประสงค์
- มุ่งนำเสนอนวัตกรรมอาหาร บริการสร้างความแตกต่างจากคู่แข่ง
- มองโอกาสร้านสะดวกซื้อประเทศที่กำลังพัฒนาจะเติบโตอีกมาก
- ชูแนวคิดอาหารเพื่อสุขภาพ สนองความต้องการตลาดที่พัฒนาแล้ว
- ตั้งเป้าหมาย 5 ปี เปิดครบ 1,000 สาขาในไทย

ราว 8,000 สาขา และตั้งเป็
แฟมิลีมาร์ทสิ้นปี 1,200 สาขา
3,000 สาขา และลอร์
อีก 5 ปีข้างหน้า จะ
จำนวนนี้แบ่งเป็น ล
ลงทุน 2,500 ล้าน
แฟรนไชส์และจะเป
สมรภูมิการแข่ง
โดยเฉพาะสินค้าแ
การณ์ภายในร้านใ
กลยุทธ์ลอร์สัน 10
เสนอบริการ จึงได้
เดอะ คิทเช่น ลอ
ปรุงสุก จำนวน 1
ต้องการสินค้านอก
ต้องการอาหารที่ดี
หลายด้วยรายการ
ญี่ปุ่น อิตาลีเยิน
จากคอนเซ็ป
และเครื่องดื่มภาย
เป็นมากกว่า 50%

A yellow arrow-shaped graphic pointing to the right, with a grey drop shadow. The text "Mission ภารกิจ" is centered inside the arrow.

Mission ภารกิจ

Mission

ภารกิจ เป็นการระบุจุดมุ่งหมายขององค์กร เป็นเหตุผลการดำรงอยู่
ขององค์กร ซึ่งบุคลากร ตลอดจนลูกค้า และบุคคลภายนอก เข้าใจ
ตรงกันว่าองค์กรมีจุดมุ่งหมายอะไร
โดยเฉพาะ บุคลากรทุกระดับสำนึกอยู่เสมอ ที่จะนำพาองค์กรไปสู่
ภารกิจที่กำหนดไว้

Mission

ค่านิยมขององค์กร Share Value

ปรัชญาและค่านิยมที่ปลูกฝังแก่สมาชิกขององค์กร

Mission

**What is our
business ?**

**What is value to
the customer ?**



**Who is the
customer ?**

**What will our
business be ?**

Mission

ธุรกิจของเรา
คืออะไร ?

เราจะเพิ่มคุณค่าอะไร
ให้กับลูกค้า ?



ใครเป็นลูกค้า
ของเรา?

ต้องการให้ธุรกิจของเรา
เป็นอย่างไร ?

Mission

Mission Cover



Market segment scope

Industry scope

Technology scope

Vertical scope

Geographical scope

Mission

McDonald's

Low cost food and fast service to large groups of customers
ราคาถูก และบริการรวดเร็ว ลูกค้ากลุ่มใหญ่

โรงพยาบาลแห่งหนึ่ง

บริการรักษาโรคแก่บุคคลที่มีอายุระหว่าง 45 – 60 ปี
รายได้ 200,000 บาทต่อปี และอาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร

Mission

บริษัทการบินไทย

พันธกิจหลักของบริษัท ประกอบด้วย พันธกิจต่อลูกค้า ผู้ถือหุ้น พนักงาน และสังคม ดังนี้

- ให้บริการขนส่งทางอากาศอย่างครบวงจรทั้งภายในและระหว่างประเทศ โดย มุ่งเน้นในเรื่องมาตรฐาน ความปลอดภัย ความสะดวกสบาย การบริการ ที่มีคุณภาพด้วยเอกลักษณ์ความเป็นไทย เพื่อส่งมอบผลิตภัณฑ์ที่มีคุณค่า และความน่าเชื่อถือสูง รวมทั้งเสริมสร้างความประทับใจ และความสัมพันธ์ ที่ดีกับ **ลูกค้า**
- มีการกำกับดูแลกิจการที่ดีตามมาตรฐานสากล เพื่อสร้างการเติบโตอย่าง ยั่งยืนให้แก่องค์กรและสร้างผลตอบแทนจากการลงทุนที่สูงให้แก่ **ผู้ถือหุ้น**
- สร้างความแข็งแกร่งในการเป็นองค์กรแห่งการเรียนรู้ ตระหนักถึงการให้ ความสำคัญแก่ลูกค้าเสริมสร้างขีดความสามารถ ทักษะ และความรับผิดชอบ ตลอดจนเพิ่มพูนความผูกพันต่อองค์กร เพื่อให้ **พนักงาน** ทำงานอย่างเต็ม ศักยภาพ
- ช่วยเหลือ ส่งเสริม และแสดงความรับผิดชอบต่อ **สังคม และสิ่งแวดล้อม** ใน ฐานะเป็นสายการบินแห่งชาติ

Mission

ธนาคารทหารไทย (ในอดีต)

ธนาคารทหารไทย รับใช้ประชาชน

โรงพยาบาลเอกชนยุคปัจจุบัน

**Make more profit for our company
ทำกำไรให้มากที่สุดเพื่อบริษัทของเรา**

A yellow arrow-shaped graphic pointing to the right, with a grey drop shadow. The text "Vision วิสัยทัศน์" is centered inside the arrow.

Vision วิสัยทัศน์

Vision

**วิสัยทัศน์ ความคิดของผู้บริหารธุรกิจ เป็นอีกหนึ่ง
ปัจจัยนำพาธุรกิจเจริญเติบโตหรือเจ๊ง**

**ความฝันที่เข้าข้างตัวเอง ถ้าคิดถูกก็เจริญรุ่งเรือง ถ้าคิดผิดก็เจ๊งล้มละลาย
เช่นมีที่ดินอยู่กลางทุ่งนา จินตนาการว่าจะสร้างตึกแถวขาย เป็นเมืองใหม่
คิดว่าทำแล้วรวยแน่ แต่ความจริง คนอื่นไม่คิดอย่างที่เราฝัน ผลสุดท้าย
ตึกแถวขายไม่ได้ เจ๊ง หมดตัว เป็นต้น**

Vision

วิสัยทัศน์ ความคิดของผู้บริหารธุรกิจ เป็นอีกหนึ่ง
ปัจจัยนำพาธุรกิจเจริญเติบโตหรือแจ้ง

Conservative
อนุรักษ์นิยม

ผู้บริหารรุ่นเก่า - รุ่นใหม่



ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร
BANK FOR AGRICULTURE AND AGRICULTURAL CO-OPERATIVES

Vision

วิสัยทัศน์ ความคิดของผู้บริหารธุรกิจ เป็นอีกหนึ่ง
ปัจจัยนำพาธุรกิจเจริญเติบโตหรือเจ๊ง

Conservative
อนุรักษ์นิยม

Aggressive
กล้าได้กล้าเสีย

ผู้บริหารรุ่นเก่า



ผู้บริหารรุ่นใหม่
กรพจน์ อัศวินวิจิตร

Vision

TESCO
Lotus

Our core purpose (Mission) จุดมุ่งหมายของเรา
สิ่งใดที่มีความสำคัญ เราจะร่วมกันสร้างสรรค์ให้ดียิ่งขึ้น

TESCO
Lotus

Our Vision วิสัยทัศน์ของเรา
นำการเปลี่ยนแปลงสู่ยุคใหม่ของการค้าปลีก ผ่านหลากหลายช่องทาง โดยให้ความสำคัญกับลูกค้าเสมอ

Vision

บริษัทการบินไทย

วิสัยทัศน์ (Vision) เป็นสายการบินที่ลูกค้าเลือกเป็นอันดับแรก
ให้บริการดีเลิศด้วย “เสน่ห์ความเป็นไทย”

“ The First Choice Carrier with Touches of Thai ”

การบินไทย มุ่งมั่นที่จะเป็นสายการบินที่ลูกค้าเลือกเป็นอันดับแรก
ด้วยการสร้างความพึงพอใจสูงสุดแก่ลูกค้า ให้เหนือความ
คาดหมาย และสร้างความผูกพันที่ยั่งยืนระหว่างบริษัทฯ กับลูกค้า
โดยการสร้างประสบการณ์การเดินทางที่ราบรื่นและประทับใจด้วย
เอกลักษณ์ความเป็นไทยให้แก่ลูกค้าทุกคนอย่างต่อเนื่อง ด้วย
บริการที่ดีเลิศและสม่ำเสมอ ในทุกจุดสัมผัสของการให้บริการ
(Service Excellence and Consistency)

แกะเส้นทางการความสำเร็จ ราชข่อยไทยในตลาดโลก

กรมบัวหลวงเอสเอ็มอี
ยู่สู่ความเป็นเลิศ”
างทางขับเคลื่อน
“มูลค่าเพิ่ม” จาก
ผลิตภัณฑ์ พร้อมยก
ไปสู่กลุ่มคนชั้นกลาง
รุนแรง หนทาง
เอสเอ็มอีไทยที่ประสบ

งการผู้จัดการ
ธุรกิจรับจ้างผลิต
จะตลาดระดับบน
การราว 23 ปี
สแกนดิเนเวีย
ก 30% ซึ่งการนำ

ตัวอย่างเส้นทางการความสำเร็จ
ของผู้ประกอบการ

แนวทางธุรกิจ
บ. คราวน์ ▶ วางตำแหน่งสินค้า
เซรามิคส์ ▶ ระดับบน มุ่งทำ
ตลาดต่างประเทศ

แนวทางธุรกิจ
บ.ไทย ▶ พัฒนาบุคลากรให้
อโตทูลส์ ▶ ทันทกับการขยายตัว
แอนด์ตาย ▶ ธุรกิจ

โพสต์กราฟฟิก

แนวทางธุรกิจ
บ. เอ็นอาร์ ▶ จัดจำ พัฒนา ต่อยอด
เฮ้าส์ กรู๊ป ▶ เพิ่มมูลค่า นวัตกรรม
เครื่องจักร

แนวทางธุรกิจ
บ. ▶ วางรากฐานธุรกิจให้
เบทาโกร ▶ แข็งแกร่ง พร้อมพัฒนา
ทุกหน่วยงาน

วิสัยทัศน์

โรงพยาบาลราชวิถี
เป็นศูนย์การแพทย์ชั้นนำ
ระดับนานาชาติ

พันธกิจ

- มุ่งมั่นสู่การเป็นผู้นำทางวิชาการ เพื่อเป็นศูนย์การแพทย์ชั้นนำ ระดับนานาชาติ
- ให้บริการดูแลรักษาสร้างเสริมสุขภาพ ตามมาตรฐานวิชาชีพ
ในระดับตติยภูมิและสูงกว่า รวมทั้งระบบการรับส่งต่อที่มีคุณภาพ
- บุคลากรทำงานร่วมกันอย่างมีความสุข และมีประสิทธิภาพ
ด้วยระบบบริหารจัดการภาครัฐแนวใหม่

2015/09/21 17:44

Vision & Mission

วิสัยทัศน์ระดับประเทศ

ระหว่างปี ค.ศ.2015-2020

"ประเทศมั่นคง ประชาชนมั่นคง ประชาคมยั่งยืน"

พันธกิจระดับประเทศ

STRONGER TOGETHER

ประชาชนเข้มแข็ง ก้าวไปด้วยกัน (ปรองดอง)

A yellow arrow-shaped graphic pointing to the right, with a grey drop shadow. The text "Policy นโยบาย" is centered inside the arrow.

Policy นโยบาย

Policy

Policy (นโยบาย)

Policy

เป็นแนวทางของการกระทำอย่างกว้าง ๆ โดยทั่วไป
นโยบายจะจำกัด หรือให้ทิศทาง ขอบเขตการ
ดำเนินงานการบรรลุวัตถุประสงค์ขององค์กร

Policy

- แบ่งกำไรสุทธิอย่างน้อย 50% ให้ผู้ถือหุ้น
- ต้องมีเงินมัดจำอย่างต่ำสุด 20% ของราคาซื้อ
- รับคืนสินค้าทุกอย่างที่มีใบเสร็จรับเงิน
- จ่ายค่าขนส่งสินค้าทุกอย่างที่ซื้อจากบริษัท
- ตอบคำถามทุกเรื่องเป็นลายลักษณ์อักษร

Objective วัตถุประสงค์

Objective

การกำหนดวัตถุประสงค์

วัตถุประสงค์

โอกาส- อุปสรรค

จุดแข็ง - จุดอ่อน

Objective

การกำหนดวัตถุประสงค์

ทรัพยากร
มนุษย์

ทรัพยากร
เงิน

ทรัพยากร
กายภาพ

จุดแข็ง-จุดอ่อน

Objective

- **ด้านกำไร**
เพื่อบรรลุผลตอบแทนการลงทุน 20% ภายใน 2 ปี เพิ่มกำไร 50 ล้านบาท ภายใน 3 ปี
- **ด้านการตลาด**
เพื่อบรรลุส่วนแบ่งตลาด 80% ภายใน 5 ปี ขายผลิตภัณฑ์เป็น 60 % ของ ยอดขายรวม
- **ด้านการวิจัยและพัฒนา**
เพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่อย่างน้อย 1 อย่างทุกปี เพิ่มงบประมาณ วิจัยและพัฒนา 5% ต่อปีภายใน 5 ปีข้างหน้า
- **ด้านการเงิน**
เพื่อลดหนี้สินระยะยาว 30 ล้านบาทภายใน 3 ปีข้างหน้า เพิ่มทุนการดำเนินงาน 15 ล้านบาท ภายใน 4 ปีข้างหน้า
- **ด้านทรัพยากรมนุษย์**
เพื่อลดอัตราการออกจากงานลง 3% ภายใน 3 ปีข้างหน้า ลดการขาดงาน 5%
- **ด้านบริการลูกค้า**
เพื่อเพิ่มการส่งสินค้าตรงเวลาเป็น 95% ภายในสิ้นปีหน้า

Objective

บริษัทการบินไทย

วัตถุประสงค์ “เป็นกลุ่มธุรกิจการบินชั้นนำในภูมิภาคเอเชีย”

A yellow arrow pointing to the right, with a grey shadow underneath. The arrow has a white notch on its left side.

Target เป้าหมาย

Strategy → Target

การอยู่คงที่

- จัดสรรทรัพยากรเท่าเดิม

การเจริญเติบโต

- เจริญเติบโตจากภายใน
- เจริญเติบโตจากภายนอก
 - การรวมธุรกิจ
 - การกระจายธุรกิจ

การตัดทอน

- การลดรายจ่าย
- การไม่ลงทุน
- การเลิกกิจการ

Strategy → Target

เบียร์การ์เด้นเปิดศึก สร้างแบรนด์ตั้งลูกค้า

ต้น
ของ
ร้าง
ขาด
อยู่ไม่
เรจ
น้ำ
นค
ป่า
ยด
าร
รจ
ด
ปี
า
น

**เทศกาล
เบียร์การ์เด้น**

เบียร์ช้าง	เบียร์ไฮเนเก้น	เบียร์สิงห์
จัดเบียร์การ์เด้น 5 แห่ง	จัดเบียร์การ์เด้น 5 แห่ง	จัดเบียร์การ์เด้นมากกว่า 3 แห่ง
<ul style="list-style-type: none"> • สร้างการรับรู้เบียร์ช้าง ปรับโฉมใหม่ทั้งรสชาติ และแพ็คเกจจิ้ง • ให้ลูกค้าทดลองดื่มเบียร์ กระตุ้นให้เกิดการซื้อ • เป้าหมาย ผู้นำตลาด ปี 2563 จาก ปัจจุบัน ส่วนแบ่ง 30% 	<ul style="list-style-type: none"> • สร้างความเคลื่อนไหวแบรนด์และตอกย้ำตราสินค้าให้กับผู้บริโภค และการจดจำ • รักษาฐานลูกค้าเดิม และขยายฐานลูกค้ากลุ่มใหม่เพิ่มขึ้น • เทศกาลเบียร์การ์เด้น มีลูกค้า ใช้บริการ 1 แสนคน 	<ul style="list-style-type: none"> • สร้างแบรนด์เข้าไปมีส่วนร่วมกับผู้บริโภค ในโอกาสที่สำคัญ • รักษาตำแหน่งผู้นำตลาดเบียร์ครอง ส่วนแบ่ง มากกว่า 56% 

ที่มา : โพสต์ทูเดย์รวบรวม

Strategy → Target

ซูเปอร์มาร์เก็ตแข่งดุ เร่งพุดสาขาเชิงลูกค้า



เป้าหมายธุรกิจในประเทศไทย

สาขาใหม่
แผนจะเปิด
า ซึ่งจะส่ง
สาขาเปิด
สาขา
นน์ ผู้ช่วย
ดูแล การ
บริษัท
แนวทาง
นับจาก
ติดตาม
วิธีที่ได้
รเคอะ
กตลาด
องจาก
่อทำให้
มากขึ้น
องลูกค้า
เกิดใน
หน่วย

เป้าหมายธุรกิจในประเทศไทย

กูร์เมต์มาร์เก็ต /โฮมเฟรชมาร์ท

- เน้นเจาะกลุ่มระดับบน
- บริการสินค้าคุณภาพ
คุ้มราคาทั้งในไทย
และต่างประเทศ
- ปัจจุบันมี 13 สาขา



ซูเปอร์มาร์เก็ต ในเครือท็อปส์

- เจาะกลุ่มเป้าหมายทุกกลุ่ม
- บริการสินค้าคุณภาพ
คุ้มราคาทั้งในไทย
และต่างประเทศ
- ปัจจุบันมี 158 สาขา



ฟู้ดแลนด์

- เจาะกลุ่มเป้าหมายระดับกลาง
- บริการสินค้าคุณภาพ
คุ้มราคาทั้งในไทย
และต่างประเทศ
- ปัจจุบันมี 16 สาขา



แม็กซ์แวลู /แม็กซ์แวลู ทันใจ

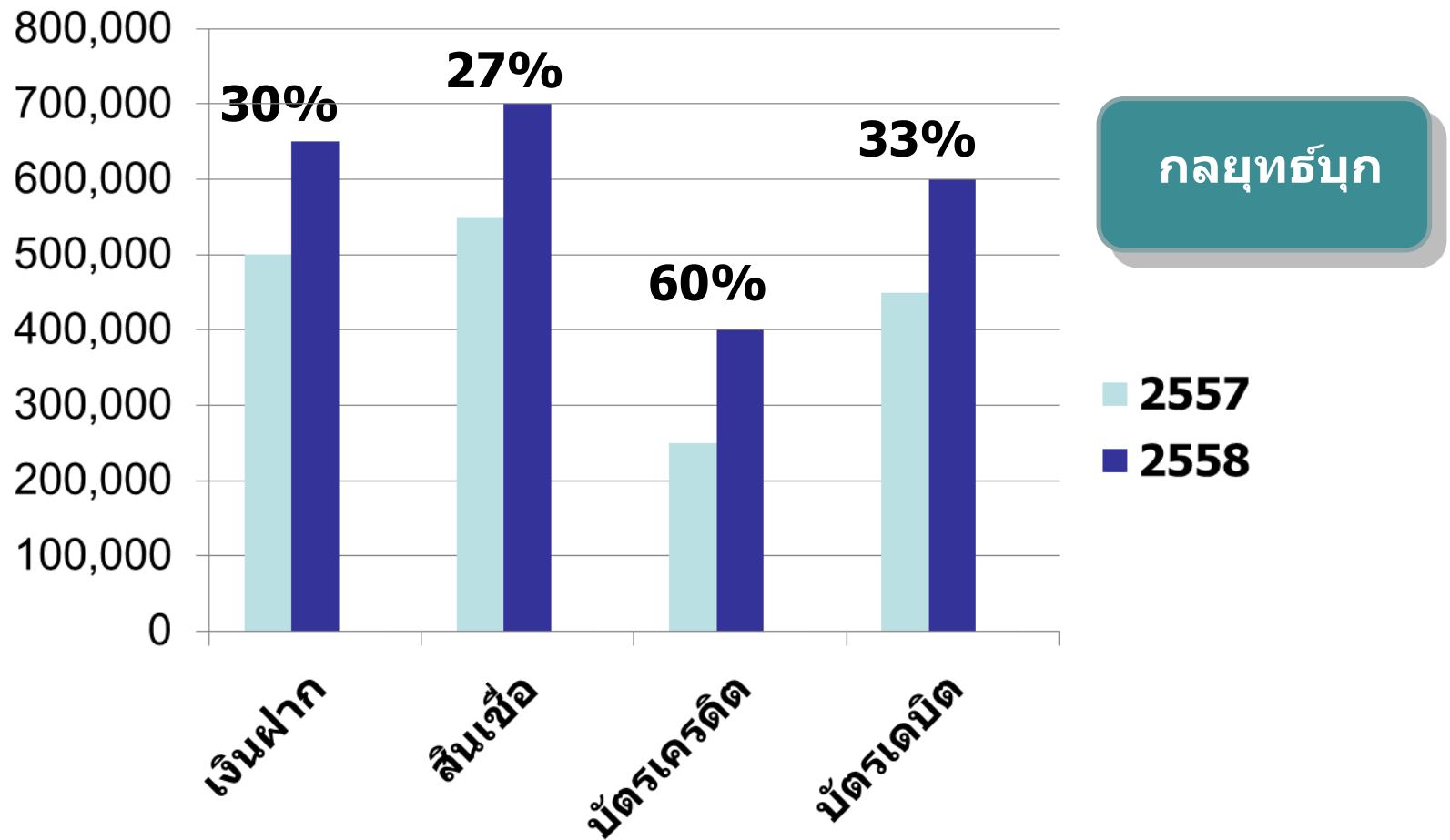
- เจาะกลุ่มลูกค้ามีกำลังซื้อ
- บริการสินค้าคุณภาพ
ทั้งในประเทศ
และญี่ปุ่น
- ปัจจุบันมี 77 สาขา



กริป ก็ประกาศ
ขยายสาขาเพิ่ม
กูร์เมต์มาร์เก็ต
พิเศษ เนื่องจาก
บริโคดเปลี่ยน
กับศูนย์การค้า
ไปเปิดให้บริ
ศูนย์การค้า
เป้าหมายระดับ
กูร์เมต์มาร์เก็ต
กับศูนย์การค้า
การใช้แบรนด์
ศุภวุฒิ ไร
จัดการใหญ่บริ
มาร์เก็ตไทรเซอ์

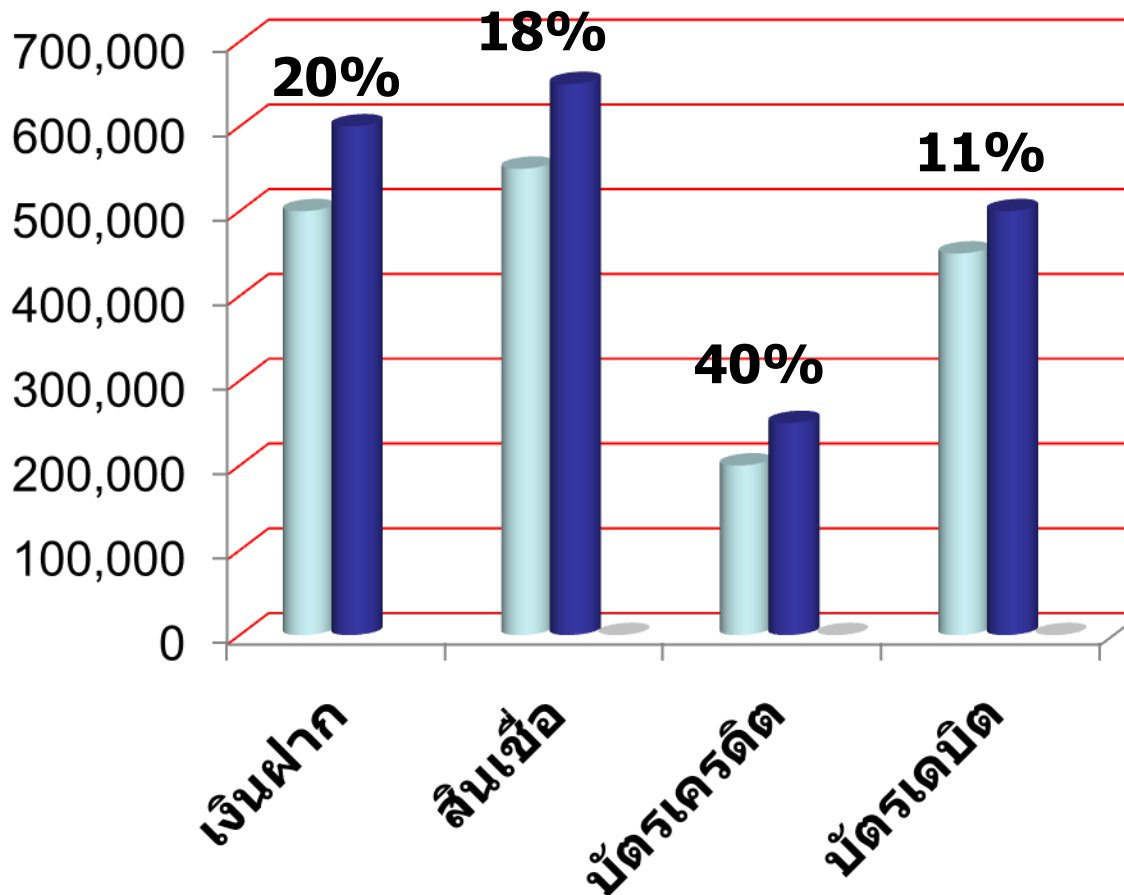
Target

หน่วย : ล้านบาท : จำนวน



Target

หน่วย : ล้านบาท : จำนวน



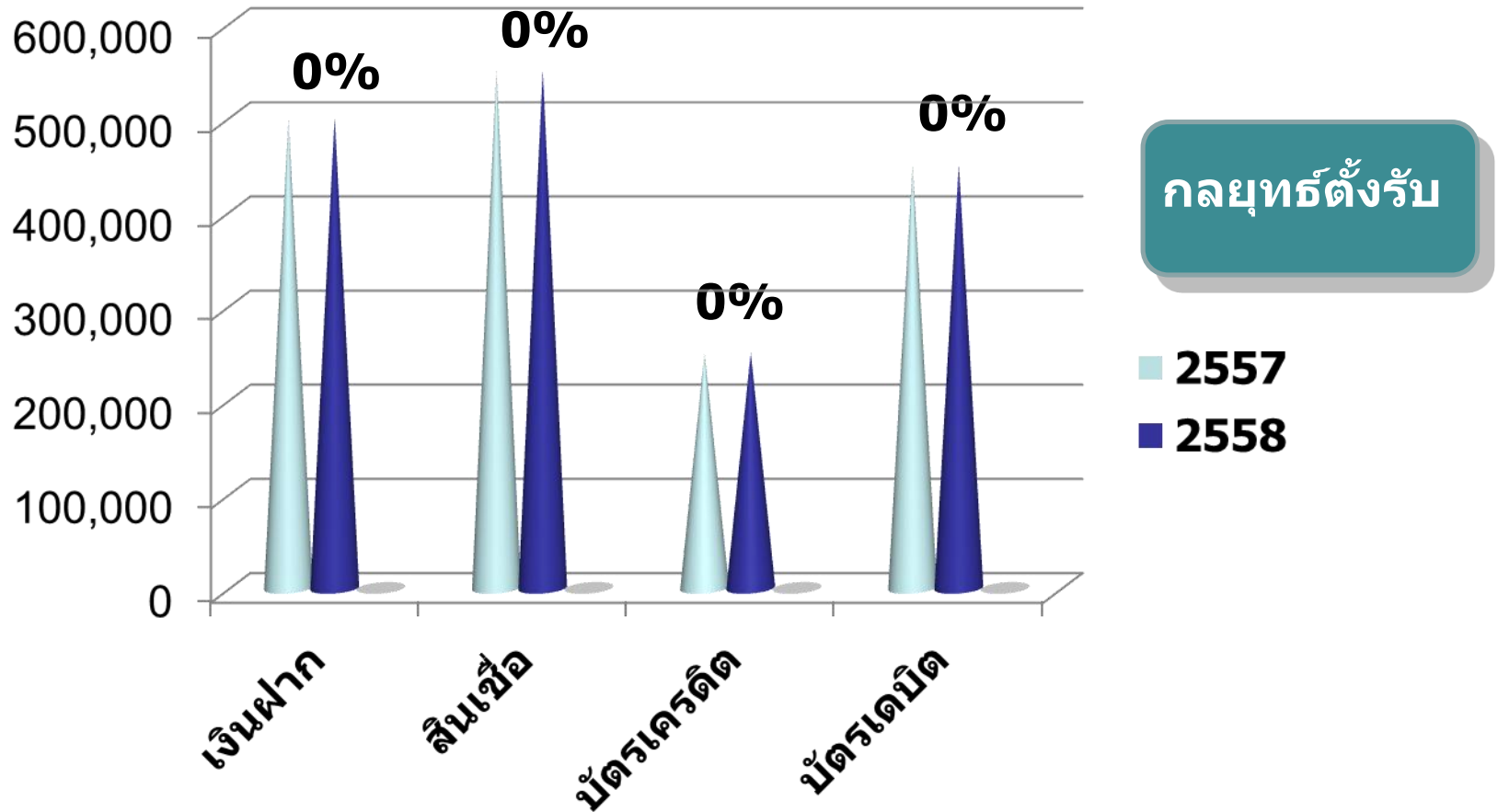
กลยุทธ์อื่น

2557

2558

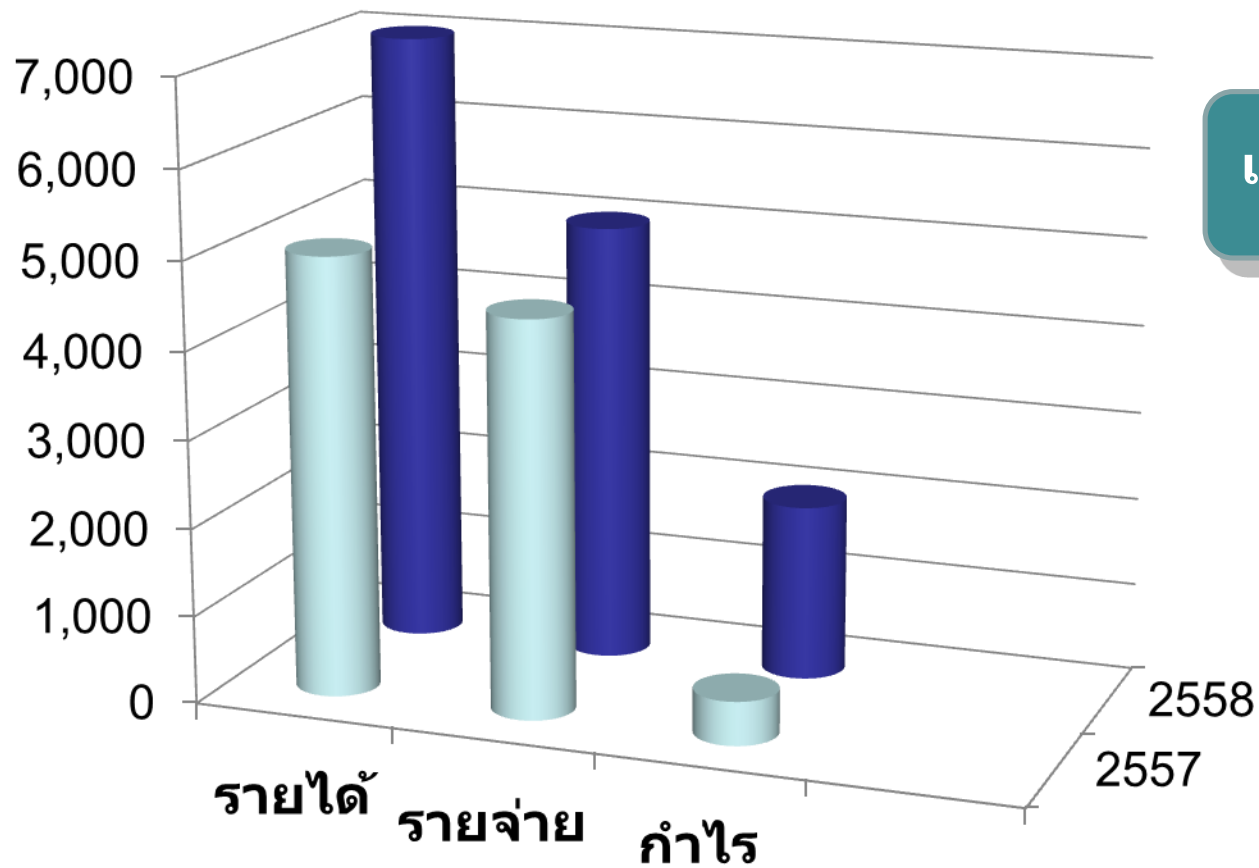
Target

หน่วย : ล้านบาท : จำนวน



Target

หน่วย : ล้านบาท



เป้าหมายกำไร

■ 2557
■ 2558

A yellow arrow pointing to the right, with a grey shadow underneath. The arrow has a white notch on its left side.

Action Plan แผนปฏิบัติ

Action Plan

Four critical areas of the business plan

แผนการตลาด และการผลิต

แผนด้านการเงิน

แผนบริหารองค์กร

แผนการประเมินผลและความคุม

Action Plan

วางแผนปฏิบัติ
ด้านการตลาด

- การจัดทำแผนธุรกิจการตลาด
- การบริหารการตลาด
- การบริหารการผลิต

Action Plan

Product & Marketing Plan

Product

Price

Place - Segmentation

Promotion & Advertising

Marketing
Mix
Strategy

Action Plan



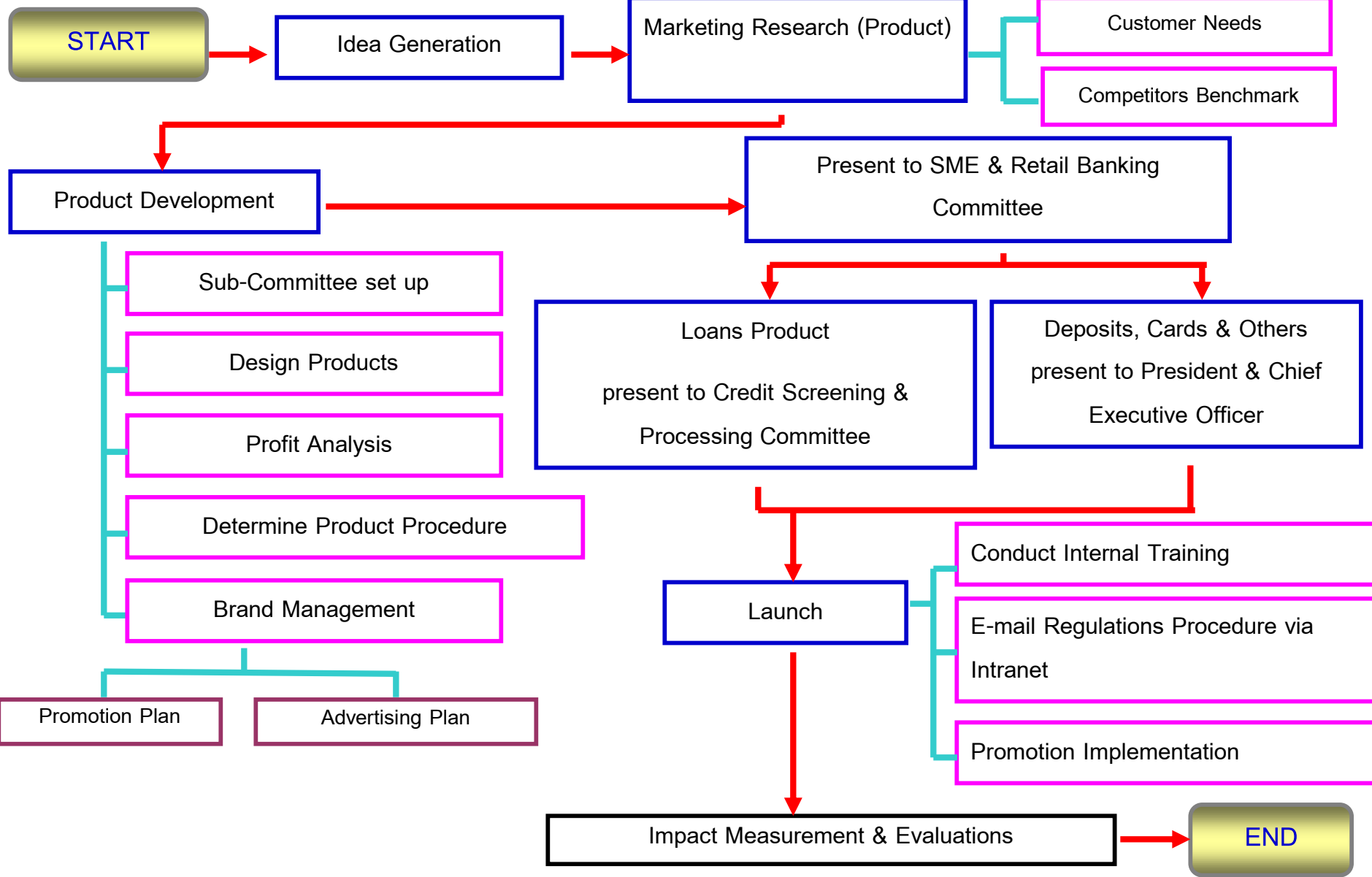
Action Plan

Product & Marketing Plan

สินค้า - บริการ

คุณภาพ	Quality
ลักษณะสินค้า	Features
เงื่อนไข	Options
รูปแบบ	Style
ยี่ห้อ	Brand name
หีบห่อ	Packaging
ขนาด	Sizes
บริการ	Service
รับประกัน	Warranties
รับคืน	Returns

PROCESS IN LAUNCHING NEW PRODUCT



เครื่องหมายการค้า Brand

วัตถุประสงค์เครื่องหมายการค้า Brand

- เพื่อสร้างเอกลักษณ์ผลิตภัณฑ์
- เพื่อแยกผลิตภัณฑ์จากคู่แข่ง
- เพื่อให้ลูกค้าไม่สับสน เมื่อต้องการซื้อซ้ำหรือคืนสินค้า
- เพื่อเป็นสื่อโฆษณา ประชาสัมพันธ์ โดยเฉพาะยุค E-commerce

เครื่องหมายการค้า Brand

- จดลิขสิทธิ์เครื่องหมายการค้า เป็นทรัพย์สินทางปัญญา
- ต้องออกแบบเครื่องหมายการค้า (Logo) และชื่อ
- ต้องทำการตลาด ให้เครื่องหมายการค้าติดตลาด

การสร้างเครื่องหมายการค้า Brand

1. สำนวจบริษัทและสินค้าว่ามีจุดเด่น จุดแข็ง อัดลักษณะในด้านใดบ้าง
2. สำนวจกลุ่มลูกค้าเป้าหมายให้ชัดเจนว่าเป็นใคร
3. ต้องเข้าไปศึกษาตลาด และสำรวจผู้บริโภคอย่างลึกซึ้งว่าชื่นชอบสินค้าแบบใด รวมถึงศึกษาพฤติกรรม วัฒนธรรม และประเพณี รสนิยมต่าง ๆ
4. ต้องศึกษาว่าสินค้าของบริษัทมีคู่แข่งหรือไม่ และหากมีคู่แข่งควรปรับแผนการตลาดอย่างไร
5. กำหนดกลยุทธ์การตลาดให้ชัดเจน และช่องทางทำตลาดให้สอดคล้องกับลูกค้ากลุ่มเป้าหมาย
6. การสร้างแบรนด์สินค้าออกมาสู่กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย เพื่อให้ลูกค้ารู้จักและจำแบรนด์ของเราได้

เมื่อสร้างแบรนด์ได้สำเร็จ ต้องหาทางทำตลาด โดยกลยุทธ์การตลาดที่เหมาะสมมากที่สุดขณะนี้คือ **ดิจิทัล มาร์เก็ตติ้ง** ทั้งแฟนเพจ เฟซบุ๊ก ทวิตเตอร์ อินสตาแกรม และช่องทางไลน์ ทำให้สินค้าเข้าถึงผู้บริโภคอย่างรวดเร็ว เช่น แรนด์นารายา

เครื่องหมายการค้า Brand



โหมดิจิทัลมาร์เก็ตติ้ง ฉบับไลฟ์สไตล์สร้างแบรนด์เล็ก

การก้าวเข้าสู่ดิจิทัลไลฟ์สไตล์ของผู้บริโภค ทำให้
ยิ่งนับวันนักการตลาดหรือแบรนด์ต่างๆ คงปฏิเสธ
ไม่ได้ กับการใช้กลยุทธ์ดิจิทัล มาร์เก็ตติ้ง เป็นส่วน
ผสมของการทำตลาดควบคู่กับการใช้สื่ออื่นๆ ทั้ง
การจัดกิจกรรมตลาด โปรโมชัน หรือกระทั่งการ
สร้างแบรนด์ให้เป็นแบรนด์เล็ก

สุธี ธรรมสิทธิ์บูรณ์ ผู้อำนวยการฝ่ายการตลาด
สายงานธุรกิจเครื่องดื่ม บริษัท โออิชิ ผู้ผลิตและจัด
จำหน่ายชาเขียวพร้อมดื่มโออิชิ เปิดเผยว่า การทำ
ตลาดโออิชิมุ่งใช้กลยุทธ์ดิจิทัล มาร์เก็ตติ้ง มากขึ้น
เพื่อเชื่อมโยงระหว่างแบรนด์กับกลุ่มเป้าหมายเจนซี
15-19 ปี เน้นสร้างความผูกพันทางใจ ทำให้โออิชิ
เป็นแบรนด์ที่ผู้บริโภครัก เป็นกลยุทธ์ช่วยสร้าง
ความยั่งยืนให้กับแบรนด์มากกว่าทำโปรโมชันอย่าง
เดียว เพราะเป็นการกระตุ้นยอดขายได้เพียงระยะ
สั้นๆ เท่านั้น

นับตั้งแต่ต้นปีที่ผ่านมา โออิชิได้เดินหน้าปรับ
ภาพลักษณ์แบรนด์ภายใต้แนวคิด “มีโออิชิ ชีวิตโอ
จิ่ง” จากเดิม ชาเขียวแท้ต้นตำรับญี่ปุ่น พร้อมเริ่มใช้
กลยุทธ์ดิจิทัล มาร์เก็ตติ้ง ผ่านทางโซเชียลมีเดีย
อย่างไลน์ ยูทูป เน้นหนักไปที่เฟซบุ๊ก และการสื่อสาร
ตลาด อาทิ ทำอีโมติคอน ชุดภาพแสดงอารมณ์
ขณะเดียวกัน ล่าสุด โออิชิ ฟอร์ดโตะ หนึ่งใน
แบรนด์เครื่องดื่มของโออิชิ ยังได้จัดโครงการตัว



มาถูกทาง กระทั่งปัจจุบันแม้โออิชิไม่ได้จัดโปรโมชัน
แต่ยอดขายก็ยังเติบโต จากปีนี้บริษัทใช้งบดิจิทัล
มาร์เก็ตติ้ง 10% จากงบการตลาดทั้งหมด ซึ่ง
ในปี 2558 จะใช้งบส่วนนี้เพิ่มมากกว่า 10%
จากงบโดยรวมไม่ต่ำกว่า 500 ล้านบาท ขณะที่
รายได้สิ้นปีนี้วางเป้าหมาย 7,300 ล้านบาท
เติบโต 17%

สถานที่ต่างๆ ปรากฏว่าได้รับการตอบรับที่ดีในวง
กว้าง กระแสอนไลน์พุดถึงแมคโดนัลด์ ตั้งเป้า 6
สัปดาห์ มีผู้สนใจแลกซื้อตุ๊กตาเฮลโล คิตตี้ เกือบ 1
ล้านตัว

ไอศกรีม “แม็กนม” ถือว่าเป็นแบรนด์ต้นแบบ
ที่ประสบความสำเร็จสำหรับการใช้โซเชียลมีเดีย
มาสร้างกระแสก่อนขายสินค้า โดยนำดาราคณดิ่ง
ระดับแถวหน้า 5 คน คือ อนันดา เอเวอริงแฮม

เครื่องหมายการค้า Brand



คิงเพาเวอร์บุครอบคิก ริแบรนด์-สาขาปีกเอเชีย

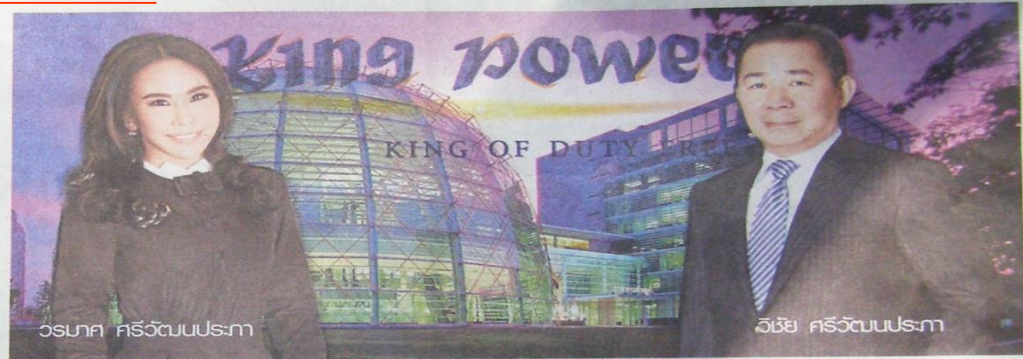
ทีมข่าวธุรกิจ-ตลาดโพสทูเดย์

หลังเปิดดำเนินธุรกิจมาครบ 25 ปี ของกลุ่มบริษัท คิง เพาเวอร์ โดยเริ่มต้นจากร้านค้าปลอดอากรในเมืองแห่งแรก ที่อาคารมหาทูน พลาซ่า เพลินจิต ในวันนี้ คิง เพาเวอร์ได้ขยายกิจการร้านค้าปลอดอากรทั้งในท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ ภูเก็ต เชียงใหม่ และหาดใหญ่ และขยายร้านค้าปลอดอากรในเมืองอีก 3 แห่ง ได้แก่ ร้านค้าปลอดอากร ถนนรางน้ำ, สาขาศรีวารี และพัทยา

วิชัย ศรีวัฒนประภา ประธานกรรมการ กลุ่มบริษัท คิง เพาเวอร์ กล่าวว่า นอกจากร้านค้าปลอดอากรแล้วธุรกิจในกลุ่มบริษัท คิง เพาเวอร์ ยังครอบคลุมไปถึงธุรกิจโรงแรม กวดาคาร และธุรกิจโรงละคร ซึ่งในปี 2558 บริษัทจะรุกเปิดตลาดสินค้าปลอดอากรมากขึ้น ทั้งในประเทศไทยไปจนถึงในภูมิภาคเอเชีย เพื่อรองรับการเปิดประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน หรือเออีซี โดยจะเปิดร้านค้าปลอดอากรในเมืองแห่งที่ 4 ใน ภูเก็ต บนพื้นที่กว่า 1 หมื่นตารางเมตร

สำหรับแผนการขยายธุรกิจในภูมิภาคเอเชีย คิง เพาเวอร์ จะเข้าร่วมประมูลสัมปทานที่ท่าอากาศยานอินชอน ประเทศเกาหลีใต้ ร้านค้าปลอดอากรในเมืองประเทศญี่ปุ่น และอยู่ระหว่างเจรจากับพม่า รวมทั้งผนึกความร่วมมือกับสายการบินเอเซียเบอร์ฮัด เพื่อขยายธุรกิจดีฟรี่ไปยังประเทศอื่นๆ ทั้งมาเลเซีย อินโดนีเซีย ฟิลิปปินส์ เป็นต้น

“ปัจจุบันถือว่าการธุรกิจของคิง เพาเวอร์ ในเมืองไทย



เหล่านั้นยังถูกกว่าไทย ซึ่งอาจทำให้การตัดสินใจเข้ามาลงทุนในไทยมีโอกาสลดลง เมื่อเทียบกับเพื่อนบ้าน

ด้าน วรมาศ ศรีวัฒนประภา รองกรรมการผู้อำนวยการสายงานการตลาด กลุ่มบริษัท คิง เพาเวอร์ กล่าวว่า บริษัทได้ใช้งบ 600 ล้านบาท เพื่อปรับภาพลักษณ์ หรือรีแบรนด์ คิง เพาเวอร์ใหม่ หลังจากดำเนินธุรกิจมานาน 25 ปี และเปลี่ยนตราสัญลักษณ์ของบริษัทให้ทันสมัยมากขึ้น ภายใต้แนวคิด “WE ARE TRAVELLERS TOO” หรือ “เราเข้าใจนักเดินทางเช่นคุณ เพราะเราคือนักเดินทางเช่นกัน” เพื่อต้อนรับนักเดินทางและร่วมเป็นส่วนหนึ่งในการสร้างประสบการณ์เดินทางที่ดีให้นักเดินทาง และจะใช้งบการทำตลาดปีละ 1,000 ล้านบาท

ขณะเดียวกันยังจัดทำแคมเปญโฆษณาเกี่ยวกับ

จากสโมสรฟุตบอลเลสเตอร์ ซิตี้ ที่ได้รับความสนใจอย่างมาก

ที่ผ่านมา คิง เพาเวอร์ ได้พัฒนาผลิตภัณฑ์บริการ รวมถึงการโฆษณาและประชาสัมพันธ์ เพื่อสื่อให้เห็นถึงภาพลักษณ์ใหม่ รวมถึงจัดกิจกรรมส่งเสริมการขาย เพื่อเป็นการตอบแทนและคืนกำไรให้แก่ลูกค้าในโอกาสฉลองครบรอบ 25 ปี อาทิ แคมเปญ ช้อปปิงนฟรี, Watch Festival, แคมเปญใหญ่ประจำปี Annual Sale - Delights & Surprises และแคมเปญแชนการ์ตส่งท้ายปี วันที่ 27 พ.ย.-31 ธ.ค.นี้

นอกจากกลยุทธ์ทางการตลาดแล้ว คิง เพาเวอร์ ยังให้ความสำคัญกับกลยุทธ์ฮิวแมน รีซอร์ซ หรือการสร้าง ความสัมพันธ์กับลูกค้าและสมาชิก เพื่อให้เข้าใจลูกค้า ใ้แนวทึ้นทั้งความต้องการ การนำเสนอสินค้าที่โดนใจ

เครื่องหมายการค้า Brand

สินค้า 'สังฆทาน' ทรุดตามเศรษฐกิจ 40%

โพสต์ทูเดย์ เศรษฐกิจ-การเมือง
กระทบตลาดบุญมูลค่าหลักแสนล้าน ยอด
ขายตลาดสังฆทานเข้าวัดร่วง 40%

ร.ต.สกล แสงมาลี ประธานกรรมการบริหาร บริษัท แสงแห่งศรัทธา ผู้ดำเนินธุรกิจจัดจำหน่ายเครื่องสังฆภัณฑ์ และธุรกิจศาสนพิธี เปิดเผยว่า ผลจากปัญหาการเมืองและเศรษฐกิจในภาพรวมที่ชะลอตัวตั้งแต่ปี 2557 ส่งผลกระทบไปยังอารมณ์ในการจับจ่ายซื้อสินค้าบุญประเภทต่างๆ รวมถึงปริมาณการใช้จ่าย

เพื่อการศาสนพิธีของผู้บริโภคต่อครั้งลดลง 30-40% จากมูลค่าตลาดผลิตภัณฑ์บุญ และงานบริการด้านศาสนพิธีโดยรวมที่มีมูลค่าหลักแสนล้านบาท

ขณะเดียวกัน ประชาชนทั่วไปแม้มีจิตศรัทธาในการทำบุญต่อเนื่องตลอดทั้งปี ในวันพิธีสำคัญทางศาสนาต่างๆ แต่จากการสนทนากับทางวัด พบว่ากองทุนที่รวบรวมเงินบริจาคทำบุญเข้าวัดในปีนี้โดยเฉลี่ยลดลงถึง 40% เทียบกับช่วงเดียวกันในปีก่อน เพราะผู้บริโภคมองว่าการทำบุญไม่ใช่

ปัจจัยหลักเพื่อการใช้จ่าย

สำหรับแผนธุรกิจบริษัทในปี 2558 จะปรับเปลี่ยนภาพลักษณ์ตราสัญลักษณ์ (รีแบรนด์ดิ้ง) เป็นครั้งแรกในรอบ 7 ปี ภายใต้อชื้อ ห้างสรรพสินค้าแสงแห่งศรัทธาธรรม จากเดิมชื้อห้างสรรพสินค้าสังฆภัณฑ์ บนพื้นที่ 2 ไร่ ย่านบางแวก ถนนเจริญสนิทวงศ์ 13 พร้อมปรับโฉมใหม่ภายในหมด เพื่อสร้างจุดเด่นธุรกิจบริการสินค้าบุญที่แตกต่างไป

"กลุ่มสินค้าบุญขายดี 5 อันดับแรกที่

ประชาชนนิยมเข้ามาซื้อ ได้แก่ ชุดสังฆทาน มีราคาตั้งแต่ 299-5,000 บาท 2.ผ้าไตรจีวร ราคา 700-800 บาท 3.เครื่องบวช ราคา 5,000 บาทขึ้นไป ถึงหลักหมื่นบาท 4.ชุดรูปเทียนบูชา และ 5.กลุ่มของใช้พระสงฆ์ ตาลปัตร ย่าม" ร.ต.สกล กล่าว

นอกจากนี้ บริษัทเตรียมแผนขยายธุรกิจใหม่ เป็นผู้ให้บริการจัดงานศาสนพิธีแบบครบวงจร รวมถึงทำตลาดอีคอมเมิร์ซ ซึ่งจะผลักดันให้มีรายได้ในปี 2558 เติบโต 30% จากปี 2557 เติบโต 10% ■

เครื่องหมายการค้า Brand

รีแบรนด์ห้องเที่ยว

บุภาพลักษณ์ใหม่5พื้นที่วัตถุประสงค์ต่างชาติ
เล็งดึงฟอร์มูลาวันประชันความเร็วที่พัทยา

โพสต์ทูเดย์ > เล็งรีแบรนด์ห้องเที่ยว
ไทย ชู 5 พื้นที่หลักนำร่อง ปิดฝุ่นดึง
ฟอร์มูลาวันจัดงาน

นางกอบกาญจน์ วัฒนวรางกูร รมว.
ท่องเที่ยวและกีฬา เปิดเผยว่า การประชุม
คณะรัฐมนตรี (ครม.) ในวันที่ 25 พ.ย.
กระทรวงเตรียมนำแผนส่งเสริมการท่องเที่ยว
แบบ 5 คลัสเตอร์ เช่น การท่องเที่ยว
เชื่อมโยงกลุ่มล้านนา กลุ่มชายฝั่งอันดามัน
ให้ที่ประชุมพิจารณา ก่อนนำมาจัดทำเป็น
แผนยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวปี 2559

ทั้งนี้ แผนยุทธศาสตร์ดังกล่าวจะมีการ
รีแบรนด์ประเทศไทยครั้งใหญ่ นำร่อง

5 พื้นที่หลัก ให้มีภาพลักษณ์ใหม่ ดึงดูด
นักท่องเที่ยวคนไทยและชาวต่างชาติ ได้แก่
1.กรุงเทพฯ เป็นแหล่งท่องเที่ยวระดับโลก
ริมฝั่งแม่น้ำ (เวสต์ เฮอร์เทจ ริเวอร์
ครุยส์) 2.พัทยา (เวสต์ คลาส สปอร์ต เด
สติเนชั่น) 3.ภูเก็ต เป็นพรีเมียม เดสติ
เนชั่น 4.เกาะพะงัน เป็นฟูลมูน ปาร์ตี้ วิถี
ไทย โดยเสนอจุดขายใหม่ ลดการจำหน่าย
แอลกอฮอล์ และ 5.น่าน เป็นเมืองจักรยาน
(ไบค์ ทาว์น) ซึ่งจะเร่งดำเนินการแผน
ยุทธศาสตร์ให้แล้วเสร็จก่อนเสนอเข้า ครม.
ประมาณเดือน มี.ค.

“การรีแบรนด์คาดว่าจะใช้งบประมาณ



กอบกาญจน์ วัฒนวรางกูร

กว่า 2,000 ล้านบาท ต้องร่วมมือกับหลาย
หน่วยงานเพื่อปรับภูมิทัศน์ วางโครงสร้าง
พื้นฐานใหม่ รองรับการเดินทาง จากการ
ศึกษาพบว่าอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว
ไทยต้องเผชิญกับการแข่งขันรุนแรง เพราะ
ทุกประเทศต่างใช้การท่องเที่ยวเป็น
จุดขาย” นางกอบกาญจน์ กล่าว

ขณะเดียวกัน กระทรวงมีแนวคิด
ประมูลสิทธิจัดการแข่งขันรถยนต์สูตร 1

(ฟอร์มูลาวัน) เมืองต้นจะใช้พื้นที่เทศบาล
เมืองพัทยา จ.ชลบุรี เป็นสนามแข่งขัน
เพราะมีความพร้อมด้านโครงสร้างคมนาคม
และสิ่งอำนวยความสะดวก รวมถึง
สอดคล้องกับแผนที่จะผลักดันให้พัทยา
เป็นแหล่งท่องเที่ยวด้านกีฬา

แหล่งข่าวระดับสูงจากกระทรวงการ
ท่องเที่ยวและกีฬา เปิดเผยว่า กระทรวง
ควรหารือกับ ครม.นอกรอบ ว่าไทยควร
เป็นเจ้าของจัดฟอร์มูลาวันหรือไม่ เพื่อนำ
ข้อสรุปเข้าที่ประชุม ครม. เพื่อผ่านความ
เห็นชอบอย่างเป็นทางการ ก่อนดำเนินการ
การศึกษาเรื่องการจัดงาน รวมถึงจัดหา
พื้นที่ก่อสร้างสนามแข่งขัน เพื่อไม่ให้เกิด
การสิ้นเปลืองงบประมาณ เพราะที่
ผ่านมากกระทรวงได้ดำเนินการศึกษาเรื่อง
นี้หลายรอบ แต่ไม่ผ่านการพิจารณา
จาก ครม. ■

Salvatore Ferragamo

CHARLES JOURDAN
Paris

LONGINES®



Kanebo



LUNASOL
with
AHHH
Water Collector with AHHH



ธุรกิจ เอสเอ็มอี

ไพฑูริย์

วันจันทร์ที่ 15 ธันวาคม พ.ศ. 2557



กระเป๋า 31 THANWA แบรนด์ไทยพรีเมียม

วราภรณ์ เกียนเงิน

ปากีสต์ผู้ผลิตรองเท้าหนังแท้ระดับบน (พรีเมียม) ที่ผลิตเพื่อส่งออกไปยังต่างประเทศ (ไออีเอ็ม) ยาวนานร่วม 60 ปี ก่อนถึงทายาทรุ่น 3 เข้ามาสร้างแบรนด์กระเป๋าหนังแท้ ชื่อว่า "สามสิบเอ็ดอันวา" (31 THANWA) พร้อมสร้างสรรคิไอเดียการออกแบบดีไซน์ทุกคอลเลกชันและเป็นงานผลิตจากงานฝีมือ "บุญยบุษ วิทยสัมพันธ์" ผู้จัดการ บริษัท สามสิบเอ็ดอันวา เจ้าของแบรนด์และผู้ก่อตั้งแบรนด์ 31 THANWA เปิดเผยว่า ได้เปิดตัวแบรนด์เข้ามาทำตลาดในประเทศไทยประมาณ 3 ปีที่ผ่านมา เพื่อต้องการสร้างแบรนด์กระเป๋าหนังแบรนด์ไทย ที่มีการดีไซน์แบบไร้กาลเวลาและอีกกรอบการออกแบบใหม่

สิ่งสำคัญอีกด้านคือ ต้องการทำให้ธุรกิจที่บ้านที่รับผลิตรองเท้าหนังแท้มีแบรนด์ของตัวเอง โดยธุรกิจที่บ้านเริ่มต้นจากการผลิตรองเท้าหนังแท้แบบเซอร์วิเทจ จากรุ่นแรกคุณปู่ รุ่นสอง คือ คุณพี่ และมีพี่ชายที่เข้ามาร่วมสืบต่อธุรกิจที่บ้าน จึงถือว่าธุรกิจรองเท้าหนังของครอบครัวมีความเชี่ยวชาญการผลิตหนังตั้งแต่ต้นน้ำจนถึงปลายน้ำ มีประวัติความเป็นมาถึง 60 ปี โดยผลิตไออีเอ็มเพื่อส่งออกไปยังต่างประเทศ

แบรนด์ 31 THANWA มีเอกลักษณ์ คือ การใช้เทคนิคผลิตหนังที่มีการปกหนัง จึงได้หนังที่มีน้ำหนักเบา แต่มีคุณภาพสูงเหมือนหนังแท้ ถือว่าแตกต่างจากแบรนด์หนังทั่วไปที่มีน้ำหนักเยอะพร้อมกันนี้ยังใช้การผลิตด้วยการเย็บมือที่มีความประณีต ฟังก์ชันของกระเป๋าหลากหลายสไตล์ สามารถปรับเปลี่ยนรูปแบบการถือกระเป๋า เปลี่ยนสายสะพาย



บุญยบุษ วิทยสัมพันธ์

เปลี่ยนวิธีการผลิต ทำให้การใช้งานกระเป๋าได้ในหลากหลายงาน

จากเอกลักษณ์การดีไซน์กระเป๋าที่มีความโดดเด่น ทำให้แบรนด์นี้ได้รับการคัดเลือกจากโรงแรมระดับสูง เบงคอก ไฮเต็ล สาทร ให้ได้เปิดช้อปปิ้งในโรงแรมถือเป็นช้อปปิ้งแรกของแบรนด์ และโรงแรมแห่งนี้ได้การยอมรับจากแฟชั่นนิสต้าว่าเป็นโรงแรมที่ต้องมาพัก ส่งผลให้ลูกค้ามักท่องเที่ยวต่างชาติเมื่อเข้ามาพัก ก็สนใจแบรนด์และรู้จักแบรนด์เพิ่มมากขึ้น พร้อมกันนี้มุ่งทำตลาดผ่านออนไลน์

หลังจากนั้นได้เปิดช้อปปิ้งแห่งที่ 2 ในศูนย์การค้าดิ เอ็มโพเรียม และในปี 2558 จะเปิดช้อปปิ้งแห่งที่ 3 ศูนย์การค้าดิ เอ็มควอเทียร์ กลุ่มลูกค้าเป้าหมายจะเป็นผู้หญิงทำงาน ผู้บริหาร และคุณแม่รุ่นใหม่ ซึ่งวางราคาขายไว้ที่ 1 หมื่นบาทขึ้นไป ซึ่งจากผล

การเปิดแบรนด์มา 3 ปียอดขายเติบโตปีละ 100% อีกทั้งได้ร่วมโครงการกับกรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ กระทรวงพาณิชย์ จึงได้พัฒนาแบรนด์มากขึ้น

ในปีหน้ายังเตรียมเปิดตัวสินค้าใหม่รองเท้าและจะขยายสาขาไปยังต่างประเทศใน 3-5 ปีข้างหน้า จะเปิดสาขาที่ประเทศอิตาลี เนื่องจากมีบริษัทในอิตาลีสนใจติดต่อให้ไปเปิดช้อปปิ้งในเมืองมิลาน ได้เสนอให้เปิดในถนนแฟชั่นใจกลางเมือง แต่อยากสร้างแบรนด์และเปิดช้อปปิ้งในประเทศให้แข็งแกร่ง หลังจากนั้นจะไปเปิดช้อปปิ้งในมิลาน

วางแผนใน 5-7 ปี จะเปิดช้อปปิ้งสาขาเดี่ยวขนาดใหญ่ในไทย เพื่อให้บริการครบวงจรทั้งดูและกระเป๋า เรียนการทำการกระเป๋า เพื่อต่อยอดการเป็นคู่ค้าด้านเครื่องหนังของไทยที่มีประวัติความเป็นมา 60 ปี ■

เอกลักษณ์ของ 31 THANWA

การใช้เทคนิคผลิตหนังที่มีการปกหนัง จึงได้หนังที่มีน้ำหนักเบา แต่มีคุณภาพสูงเหมือนหนังแท้ ถือว่าแตกต่างจากแบรนด์หนังทั่วไปที่มีน้ำหนักมาก

กระเป๋า.....ราคาใบละไม่ต่ำกว่า 10,000 บาท วางขายในห้าง และส่งไปต่างประเทศ เช่น อิตาลี

Action Plan

Product & Marketing Plan

สถานที่จำหน่าย

ช่องทางการจำหน่าย

ครอบคลุมพื้นที่

สถานที่

คลังสินค้า

การขนส่ง

Channels

Coverage

Locations

Inventory

Transport



E-Commerce คืออะไร

E-Commerce หรือ พาณิชยอิเล็กทรอนิกส์ คือ การดำเนินธุรกิจโดยใช้สื่ออิเล็กทรอนิกส์ เพื่อให้บรรลุเป้าหมายทางธุรกิจที่องค์กรได้วางไว้ เช่น การซื้อขายสินค้าและบริการ การโฆษณาผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์ ไม่ว่าจะเป็น โทรศัพท์ โทรทัศน์ วิทยุ หรือแม้แต่อินเทอร์เน็ต เป็นต้น

โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อลดค่าใช้จ่าย และเพิ่มประสิทธิภาพขององค์กร โดยการลดบทบาทองค์ประกอบทางธุรกิจลง เช่น ทำเลที่ตั้ง อาคารประกอบการ โกดังเก็บสินค้า ห้องแสดงสินค้า รวมถึงพนักงานขาย พนักงานแนะนำสินค้า พนักงานต้อนรับลูกค้า เป็นต้น จึงลดข้อจำกัดของระยะทาง และเวลาลงได้



E-Commerce ช่วยอำนวยความสะดวกให้นักธุรกิจได้หลายด้าน ดังนี้

1. ทำงานแทนพนักงานขายได้ โดยสามารถทำการค้าแบบอัตโนมัติ ได้อย่างรวดเร็ว
2. ทำให้เปิดหน้าร้านขายของ ให้คนทั่วโลกได้ และเปิดขายได้ทุกวันโดยไม่มีวันหยุด ตลอด 24 ชั่วโมง เช่น การขายโดยใช้ระบบ Shopping Cart ทำให้ลูกค้าสามารถสั่งซื้อสินค้าได้เองตลอดเวลาผ่านเว็บไซต์
3. เก็บเงิน และนำฝาก เข้าบัญชีให้คุณได้โดยอัตโนมัติ
4. ทำให้ประหยัดค่าใช้จ่าย ในการจัดพิมพ์แคตตาล็อก (กระดาษ) ออกมาเป็นเล่ม ๆ และไม่ต้องมาเสียเงิน และเวลาในการจัดส่งให้ลูกค้าทางไปรษณีย์อีก
5. แทนได้ทั้งหน้าร้าน (Showroom) หรือบูท (Booth) แสดงสินค้าของคุณที่มีคนทั่วโลกมองเห็น ไม่ต้องเสียค่าเครื่องบิน ไปออกงานแสดงสินค้าในต่างประเทศ
6. แทน และเพิ่มประสิทธิภาพ การบริหารธุรกิจ ภายในของเราได้อีกมากมาย



E-commerce หมายถึงอะไร มีประโยชน์อย่างไร



ประเภทของ E-Commerce

1. การทำการค้าระหว่าง Customer (ผู้บริโภคหรือผู้ซื้อ) กับ Business (ผู้ทำการค้า) เช่น ลูกค้าต้องการซื้อหนังสือกับร้านค้า
2. การทำการค้าระหว่าง Business (ผู้ทำการค้า) กับ Business (ผู้ทำการค้า) เช่น ร้านขายหนังสือค้าต้องการสั่งซื้อหนังสือจากโรงพิมพ์
3. การทำการค้าระหว่าง Business (ผู้ทำการค้า) กับ Customer (ผู้บริโภคหรือผู้ซื้อ) เช่น โรงพิมพ์ต้องการซื้อต้นฉบับจากผู้เขียน
4. การทำการค้าระหว่าง Customer (ผู้บริโภคหรือผู้ซื้อ) กับ Customer (ผู้บริโภคหรือผู้ซื้อ) ด้วยกันเช่น ผู้บริโภคต้องการขายรถยนต์ของตนเองให้กับผู้บริโภคท่านที่สนใจ



E-commerce หมายถึงอะไร มีประโยชน์อย่างไร

AIM BEST DESIGN

ข้อดี

- 1.เปิดดำเนินการค้า 24 ชั่วโมง
- 2.ดำเนินการค้าอย่างไร้พรมแดนทั่วโลก
- 3.ใช้งบประมาณลงทุนน้อย
- 4.ตัดปัญหาด้านการเดินทาง
- 5.ง่ายต่อการประชาสัมพันธ์โดย สามารถประชาสัมพันธ์ได้ทั่วโลก

ข้อเสีย

- 1.ต้องมีระบบรักษาความปลอดภัยที่มีประสิทธิภาพ
- 2.จำเป็นต้องมีกฎหมายรองรับอย่างมีประสิทธิภาพ
- 3.การดำเนินการด้านภาษีต้องชัดเจน
- 4.ผู้ซื้อและผู้ขายจำเป็นต้องมีความรู้พื้นฐานในเทคโนโลยีอินเทอร์เน็ต

E-commerce หมายถึงอะไร มีประโยชน์อย่างไร

AIM BEST DESIGN

CALL US TOLL-FREE AT 1-800-283-2301 My Account Support Cart (2)

LAUNDRIESUPPLIES.COM EQUIPMENT PARTS SUPPLIES

Search by description or Part #



LG STEAM WASHER \$1,399

SOAP DEALS FROM \$39.95



FREE SHIPPING on orders over \$50*

LOW COST GUARANTEE ON PARTS

BEST SELLERS

 Cissell Dryer 125 lb capacity \$2,750 Add to Cart	 Surf 179 oz \$11.97 Add to Cart	 Clorox - Liquid Bleach \$28.99 Add to Cart	 Manual Coin Sorter \$816 Add to Cart	 Tide COLDWATER \$57.99 Add to Cart
--	--	---	---	---

WEEKLY SPECIALS

 Cissell Dryer 125 lb capacity \$2,750 Add to Cart	 Surf 179 oz \$11.97 Add to Cart	 Clorox - Liquid Bleach \$28.99 Add to Cart	 Manual Coin Sorter \$816 Add to Cart	 Tide COLDWATER \$57.99 Add to Cart
---	---	--	--	--

NEED SUPPORT OR ADVICE?
Call 1-800-282-2349 or email us



WHO ARE WE? GLAD YOU ASKED.
1234 Somewhere Blvd, Jacksonville, FL 32202
904-123-1234 sales@laundrisupplies.com

Shipping Policies FAQs
Return Policies Account Log In



About LaundrySupplies.com Press & Media
Privacy Policy Contact Us

ELECTROLUSH.CO.UK

Home | About Us | Contact Us

Live Search

Categories: Cases & PSU's, Consumer Electronics, Cooling Fans, Flash Memory, Graphics Cards, Hard Drives, Keyboards & Mice, Memory, Monitors, Motherboards

Information: Shipping & Returns, Privacy Notice, Conditions of Use, Contact Us

Electrolush.co.uk Design by Pawan.org

Sign in or Register | My Information | Help | My Cart (0 items)

Search Products GO

HOME ABOUT US RESOURCES FEATURED PRODUCTS LINKS SHOPPING CART CONTACT US

CATEGORIES: Fitness and Health, Bodybuilding, Cleaning and Organizing, Active Aging, Activities and Sports, Nutrition and Healthy Eating, Fitness Gear, Outdoor Activities, Health Care in Exercise

Special Offer: GET STRONG Physical Education

Featured Products: Heart Education, Wellness DVD

News & Experts: Patenteque lorem, ut purti...

FREE SHIPPING ON ORDERS OVER \$100.00

TURNING RAPPORT INTO PROFIT

HOME ABOUT US RESOURCES FEATURED PRODUCTS LINKS SHOPPING CART CONTACT US MY CART SHOPPING INFO PRIVACY POLICY TERMS OF USE SITE MAP

Copyright © 2012 SAVVYNWORLD.COM

ขบวนการใหม่ให้เว็บไซต์ของคุณ!
 ขบวนการผู้เข้าชมกลุ่มเป้าหมายไปยังเว็บไซต์
 เพื่อเพิ่มยอดขายให้คุณ

All4Baby *Always Largest Nursery Store*

HOME PUSHCHAIRS CAR SEATS TRAVEL NURSERY FEEDING PLAYTIME BATHTIME SAFETY GIFTS CLOTHING

Cart
 No products
 Shipping € 0.00
 Total € 0.00
[Cart](#) [Check out](#)

Shop By Category
 Pushchairs
 Car Seats
 Travel
 Nursery
 Feeding
 Playtime
 Bathtime
 Safety
 Gifts
 Clothing

Shop By Brand
 All Brands

Specials
 Baby Elegance Days of the Week 7 Bibs € 9.00
[All specials](#)

New Products
 SPECIAL OFFER Hub Emma Cot Bed + Kingfisher Spring Interior Mattress
 SPECIAL OFFER Hub Sora Cot Bed + Kingfisher Spring Interior Mattress
 SPECIAL OFFER Hub Carria Cot + Clew antenna Clew of Cam Support Mattress
 Baby Elegance Arms Swinging Orb
[View all new products](#)

Featured Products

Mad-Cost Mia a Pushchair € 399.00 View	Cosatto Zonest Car Seat € 99.00 View	The BabyBling € 54.00 View	Mad-Cost Cabotrix Car... € 139.00 View
Fisher Price Rainforest... € 109.00 View Add to cart	Hub Emma Cot Bed € 155.00 View	Osney Mowd € 699.00 View	Chicco Echo Stroller € 99.99 View
Chicco Polly Highchair € 109.00 View	Hub Dreams Cot € 160.00 View	Cosatto East Peasl... € 109.00 View	

Specials | New products | Top sellers | Contact us | Terms and conditions of use | About us
 All4Baby, Tuam Road Retail Centre, Tuam Road, Galway, Ireland | Phone: 091 76 44 00 | Email: info@all4baby.ie
 Website by Maric

HSP HOME SAFETY PRODUCTS
 Keeping Your Home & Family Safe

Home | Products by Location | Smoke Alarms/Detectors | CO Alarms/Detectors | Heat Alarms/ Detectors | Fire Extinguishers | Fire Safety

Welcome, Home | Contact | Sitemap | Bookmark | Log In | Your Account

Cart
 No products
 Shipping €0.00
 Total €0.00
[CART](#) [CHECK OUT](#)

Categories
 Products by Location
 Smoke Alarms/Detectors
 CO Alarms/Detectors
 Heat Alarms/ Detectors
 Fire Extinguishers
 Fire Safety
 Fire Sales
 First Aid Kits
 Testing Equipment
 Leisure Safety Products
 Wheel & Trailer Locks

Manufacturers
 Artic Products
 BRK
 Bulldog
 Detector testers
 El Electronics
 All manufacturers

Information
 Delivery
 Terms and conditions of use
 About us
 Secure payment
 Privacy policy

Featured Products

El Electronics El100S... €13,51 ADD TO CART	Firehawk C07BD €31,22 ADD TO CART	Alco El100C Heat Alarm €31,37 ADD TO CART
Jactone SP1 Fire Safety... €30,44 ADD TO CART	Reliance Medical 162... €14,76 ADD TO CART	Phoenix Titan F1252E... €362,85 ADD TO CART

Find Products by Location
 Living Room
 Kitchen
 Hallway
 Landing
 Bedroom
 Garage
 Basement
[click here](#)

Leisure Safety Products
 Camping & Tents
 Caravanning
 Cars & Motorcycles
 Watercraft & Boating
 Mobile Homes
 Trucks
 Bulldog Locks
[click here](#)

facebook

Specials | New products | Top sellers | Contact us | Terms and conditions of use | About us
 Website by Maric

E-commerce หมายถึงอะไร มีประโยชน์อย่างไร

AIM BEST DESIGN

TESCO
Lotus

เราใส่ใจคุณ

Weekly special offers
Promotion for 13 - 19 Nov 2014 delivery slot only

ทุกสุดสุด

Babi mild Pack 89 **75** Save 14 Baht

3 in 1 20 pack 115 **99** Save 16 Baht

175 Save 40 Baht

Shop now >

anasayfa hakkımızda müşteri hizmetleri garanti ve teslimat şartları iletişim [Kullanıcı Girişi](#) [Kullanıcı Kayıt](#)

TaftShop
Genel Aşınabilir Koffin Çamaşır

Ürün Arama **ARA**

Yeni Ürünler Fiyat Düşenler Hediye Ürünler Gelecek Ürünler

Ürün Kategorileri

- Bilgisayar
 - Masaüstü Bilgisayarlar
 - Taşınabilir Bilgisayarlar
- Telefonlar
 - Cep Telefonları
 - Deft. Telefonlar
 - Akıllı Telefonlar
- Elektronik
 - Kameralar
 - Mutfak Aletleri
 - Ev Elektronikleri
- Kozmetik
 - Parfüm&deodorant
 - Cilt bakım&Şampuan
- Oto aksesuar
 - Oto Parfüm&parlatıcı
 - Paspas&Jant
- Yazılım
- OEM ve Çevre Birimleri
- Yazıcılar

0232 464 44 86
Müşteri Destek Hattı

İnternette Güvenli Alışveriş

SONY HANDYCAM DCR-SX30E-2
470 TL +KDV

En çok tavsiye edilenler

- Doğa Lahana** 10.000,00 YTL + KDV / 11.800,00 YTL (KDV Dahil)
- Figür Slash (Gurs Y' Roses)** 10.000,00 YTL + KDV / 10.000,00 YTL (KDV Dahil)

Fiyat düşenler

- Apple Mac Pro 3.2GHz** 10.000,00 USD + KDV / 14.000,00 YTL (KDV Dahil)
- Apple Mac Mini 2.0GHz** 10.000,00 USD + KDV / 14.000,00 YTL (KDV Dahil)
- Apple iPod Nano 8Gb** 10.000,00 USD + KDV / 14.000,00 YTL (KDV Dahil)
- Apple Cinema HD Display 30"** 10.000,00 USD + KDV / 14.000,00 YTL (KDV Dahil)

KARGONUZ KİMDEN GELSİN?
ags agis gürneer UPS ZARFO

KAMPANYALAR BÖLÜMÜNÜN GÖRSELİDİR

anasayfa hakkımızda müşteri hizmetleri garanti ve teslimat şartları iletişim

GODADDY.COM SECURED Secure 128-bit SSL

- Sitenizin yaygın web tarayıcısının güncel versiyonları üzerinden
- Tüm VISA, MasterCard ve American Express kredi kartlarında
- 128 bit SSL güvenosayle kişisel bilgileriniz korunarak alışveriş yapabilirsiniz.

© 2009 TaftShop TAFTShop.com'da kullanılan resimler, metinler ve diğer içerikler telif hakları TAFTShop.com'a aittir. Bu sitede yer alan içerikler, TAFTShop.com yetkililerinin izni olmadan başka veya elektronik bir ortamda kopyalanarak, çoğaltılmamalıdır.

E-commerce
หมายถึงอะไร
มีประโยชน์อย่างไร

AIM BEST DESIGN



ขายอะไรก็ได้
ฟรีจริง ง่ายจัง
OLX.co.th

ฟรี! โพสต์ขายเลย



พอม สวย เป๊ะ!
ด้วยอาหารเสริมลดน้ำหนัก



LAZADA
CO.TH

คลิกเลย

แหวกผ่านไผ่...

'ไทยวันมอลล์' อีคอมเมิร์ซเจ้าจีน

อาลีบาบา กรุ๊ป ธุรกิจอีคอมเมิร์ซชื่อดังจากประเทศจีน ทั้งรูปแบบบีทูบี บีทูซี ซีทูซี และช่องทางชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์ เริ่มเข้ามาเจาะตลาดไทยมากขึ้น โดยการสนับสนุนธุรกิจขนาดเล็กและขนาดกลางของไทย ให้เข้าถึงลูกค้าจีนได้ง่ายขึ้น ผ่านแพลตฟอร์มที่ชื่อว่า "ไทย วัน มอลล์" เพื่อให้ลูกค้าชาวจีนสามารถเข้าถึงสินค้าแบบปลีกของคนไทยได้มาก ซึ่งธุรกิจนี้คือของอาลีบาบาที่ทำธุรกิจแบบบีทูซี ได้แก่ ธีมอลล์ มีลูกค้าเข้าใช้งานสูงถึง 600 ล้านคน โดยไทย วัน มอลล์ ได้นำรูปแบบเดียวกันนี้มาใช้ เพื่อเจาะตลาดลูกค้าจีนที่มีความต้องการซื้อสินค้าไทย ที่ได้รับการรับรองว่าจะไม่โดนหลอก เป็นสินค้าไทยที่เลียนแบบหรือก๊อปปี้ยี่ห้อต่างๆ ในเมืองไทย

จีจี หลุย แซ่ก๊ว กรรมการผู้จัดการบริษัท ไทย วัน มอลล์ ผู้ให้บริการขายสินค้าผ่านช่องทางอีคอมเมิร์ซบนแพลตฟอร์มของอาลีบาบา กล่าวว่า ความต้องการสินค้าของประชากรจีนยังมีอีกมาก เพราะการเข้าถึงช้อปปิ้งมอลล์ของคนจีนยากกว่าของไทย ดังนั้นช่องทางอีคอมเมิร์ซจึงเป็นตลาดหลักในการซื้อขายสินค้าที่ดีที่สุดสำหรับวัยทำงาน ที่ถือว่าเป็นกลุ่มคนที่มีศักยภาพในการใช้จ่าย โดยจำนวนลูกค้าของไทย วัน มอลล์ กว่า 13.9% จะมาจากเมืองกวางตุ้ง รองลงมาคือ เจ้อเจียง และเจียงซู

"การร่วมมือกับอาลีบาบาที่ครอบคลุมธุรกิจอีคอมเมิร์ซของจีนกว่า 80% ถือว่าเป็นรากฐานของธุรกิจที่ดีในการเข้าร่วมเป็นพาร์ตเนอร์ ซึ่งหลังจากเปิดให้บริการมา 7 เดือน ไทย วัน มอลล์ มีคนเข้าใช้งานประมาณ 6,000-8,000 คน/วัน ซึ่งล้วนแต่เป็นคนจีนเกือบทั้งหมด จะมีประมาณ 5% เป็นคนจีนที่อาศัยอยู่ในไทย ซึ่งหลังเปิดตัวอย่างเป็นทางการ 4 เดือนทำยอดขายไปแล้วกว่า 50 ล้านบาท คาดว่าหลังเปิดให้บริการจากเดือน เม.ย.ปีนี้ จนถึงเดือน เม.ย.ปีหน้า จะทำรายได้รวม 300 ล้านบาท โดยบริษัทพร้อมทุ่มงบประมาณกว่า 10 ล้านบาท ในการประชาสัมพันธ์สินค้าไทยให้เข้าถึงคนจีนมากขึ้น ตั้งเป้าคนเข้าใช้งานเพิ่มขึ้นเป็น 2 หมื่นคน/วัน" **จีจี กล้าว**



ภาพรวมความต้องการสินค้าของประเทศจีน

ประเภทสินค้าที่มีความต้องการซื้อสูงสุด

- 1 อาหารและภัคผลไม้ 50%
- 2 เครื่องสำอาง 30%
- 3 สินค้า 20%

เมืองที่มีการสั่งซื้อสินค้าจาก

ไทยวันมอลล์มากที่สุด

- 1 กวางตุ้ง 13.9%
- 2 เจ้อเจียง 10.7%
- 3 เจียงซู 10.3%

ธุรกิจที่จะช่วยให้ค้าปลีกออนไลน์เติบโต

- 1 เสื้อผ้า 57%
- 2 โรงแรม 53%
- 3 ตัวเครื่องบิน 59%
- 4 สินค้าอิเล็กทรอนิกส์ 41%
- 5 มือถือ 44%

ที่มา : บริษัท ไทยวันมอลล์

โพลสำรวจพัก

ไทย วัน มอลล์ ได้รับสิทธิเป็นผู้ให้บริการในระบอบชำระเงินของอาลีเพย์รายแรกในอาเซียน เพราะสินค้าส่วนใหญ่จะตอบสนองแก่ลูกค้าที่เป็นคนจีน และมีการรับประกันในด้านคุณภาพในการให้ข้อมูลได้ตรงกับทางลูกค้าได้อย่างรวดเร็วจนได้รับความไว้วางใจ อีกทั้งยังมีระบบการจัดส่งสินค้าได้ตามความต้องการของตลาดได้ ซึ่งรูปแบบการขายสินค้าจะมีผู้ให้บริการจากไทยเพียง 2 รายเท่านั้น และไทย วัน มอลล์ เป็นอันดับแรกที่ได้รับสิทธินี้

เกาเหวินควัน ทูตพาณิชย์และที่ปรึกษาฝ่ายการค้า สาธารณรัฐประชาชนจีน กล่าวว่า ในปีที่ผ่านมามีคนท่องเที่ยวจีนที่เดินทางเข้ามาในไทยประมาณ 4.7 ล้านคน คิดเป็น 18% ของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาในไทยทั้งหมด ซึ่งปีนี้หลังจากรัฐบาลจีนมีทิศทางหลายๆ อย่างตอบสนองลูกค้าจีนดีขึ้น อีกทั้งไทยยังเป็นผู้ค้าอันดับ 1 ของจีน คาดว่าจะมีนักท่องเที่ยวเดินทางเข้ามาเพิ่มมากขึ้น และมียอดทางการซื้อขายสูงถึง 7.2 หมื่นล้านเหรียญสหรัฐ

"ธุรกิจเอสเอ็มอีของไทยมีเพียง 2% ที่สามารถนำสินค้า

ไปขายยังประเทศจีนได้ เนื่องจากเรื่องของภาษาและความสามารถในการโต้ตอบยังไม่ทันต่อความต้องการ จึงต้องอาศัยคนจีนที่อาศัยในไทยมาช่วยในเรื่องของธุรกิจและความเข้าใจในวัฒนธรรมของประเทศทั้งสองฝ่าย ทำให้ยังมีธุรกิจเอสเอ็มอีอีก 98% ที่มีความต้องการ แต่ไม่สามารถทำตลาดได้อย่างเต็มที่ การมีไทย วัน มอลล์ เข้ามาเป็นช่องทางเชื่อมต่อของธุรกิจ จะช่วยให้ธุรกิจเหล่านี้มีโอกาสในการเข้าถึงลูกค้าจีนมากขึ้น" **เกา กล้าว เร็นตี้ ชัน** ผู้อำนวยการ บริษัท อาลีเพย์ อินเทอร์เน็ตช้อปปิ้ง บิลิเนส กล่าว ว่า อาลีเพย์เป็นแพลตฟอร์มทางการเงินอันดับต้นๆ ของโลก ซึ่งให้บริการมากกว่า 100 ประเทศทั่วโลก โดยธุรกิจ บีทูซีถือว่ามาแรงที่สุดในตลาดอีคอมเมิร์ซ คาดว่าการเข้าถึงอินเทอร์เน็ตที่มากขึ้น จะช่วยให้ธุรกิจค้าปลีกในเอเชียมีการเติบโตมากกว่าประเทศในแถบยุโรป

"กระแสการใช้งานสมาร์ตโฟนและความแพร่หลายของโมบายอินเทอร์เน็ต จะทำให้ยอดผู้ใช้

งานอินเทอร์เน็ตในจีนจากเดิมที่มี 632 ล้านคน จะเพิ่มขึ้นเป็น 800 ล้านคน แสดงว่าจะเกิดการซื้อขายผ่านช่องทางอีคอมเมิร์ซมากขึ้น โดยปีนี้ยอดค้าปลีกออนไลน์ของจีนโตกว่า 50% คาดว่าจะมีมูลค่ามากกว่า 13 ล้านล้านบาท หากมีการสนับสนุนที่ชัดเจนจากทางภาครัฐของจีนในด้านการพัฒนาอีคอมเมิร์ซ คาดว่าในปี 2558 จะมีมูลค่าถึง 17 ล้านล้านบาท" **เร็นตี้ กล้าว**

ดังนั้น ถึงแม้ว่าภาพรวมเศรษฐกิจของไทยในปีนี้จะโตแค่ 1.4% แต่ถ้าธุรกิจเอสเอ็มอีสามารถเข้าไปเจาะตลาดจีนได้มากขึ้น จะช่วยเปิดโอกาสทางการค้าในตลาดใหม่นี้ได้ โดยไทย วัน มอลล์ ช่วยส่งเสริมผู้ประกอบการไทยที่ไม่มีพื้นฐานด้านภาษาให้สามารถเข้าไปนำเสนอสินค้าในจีนได้แบบไม่ยากลำบากอีกต่อไป

ภาพรวมทั้งหมด ไทย วัน มอลล์ จึงนับเป็นทางเลือกที่ช่วยให้เอสเอ็มอีไทยเจาะตลาดจีนที่มีประชากรกว่า 1,300 ล้านคนได้สะดวกขึ้น จึงนับเป็นโอกาสอย่างมากหากใช้ให้มีประสิทธิภาพ ■

ไทยวันมอลล์พาสินค้าไทยลุยอีคอมเมิร์ซจีน

เปิดตัวเว็บไซต์ thaionemall.com เป็นส่วนหนึ่งของ Tmall ภายใต้แพลตฟอร์มอาลีบาบากรูปร่างตลาดอีคอมเมิร์ซขนาดใหญ่ที่สุดของโลกจากจีน เผยระหมี่มามา สำหรับผู้นำเข้าและชุดชั้นในบีเอสซีกำลังขายดีผ่านอีคอมเมิร์ซในตลาดจีน

นางสาวหลุย แซ่ก๊ว กรรมการผู้จัดการ บริษัทไทยวันมอลล์ จำกัด เปิดเผยว่า เว็บไซต์ไทยวันมอลล์ (www.thaionemall.com) อยู่ในส่วนของ Tmall ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของแพลตฟอร์มเว็บอาลีบาบา ซึ่งเป็นเว็บไซต์อีคอมเมิร์ซจากจีนที่มีขนาดใหญ่ที่สุดในโลก จะเป็นช่องทางขนาดใหญ่ให้สินค้าไทยเข้าตลาดจีน ถึงกลุ่มผู้ซื้อวัยทำงาน ที่ศักยภาพในการใช้จ่ายสูงสุด คนจีนเคยชินกับการซื้อของบนอินเทอร์เน็ต เนื่องจากจีนพื้นที่กว้าง จึงมีห้างสรรพสินค้า

น้อยมาก **11 พย.วัน Shop แผลก** เว็บไซต์ไทยวันมอลล์เริ่มทดลองให้บริการตั้งแต่เดือน

เมษายนที่ผ่านมา พบว่า สินค้าไทยที่คนจีนนิยมมากคือ อาหาร โดยเฉพาะมามา สำหรับผู้นำเข้าและชุดชั้นในของบีเอสซี ลูกค้าส่วนใหญ่อาศัยอยู่ในปักกิ่ง เซี่ยงไฮ้ กว่างโจว กวางตุ้ง และเจ้อเจียง



ปัจจุบันเว็บไซต์อาลีบาบาให้บริการครอบคลุมอีคอมเมิร์ซมากกว่า 80% ของโลก ขายได้มากกว่าเว็บไซต์อีเบย์และอะมาซอน 'ebay, amazon'

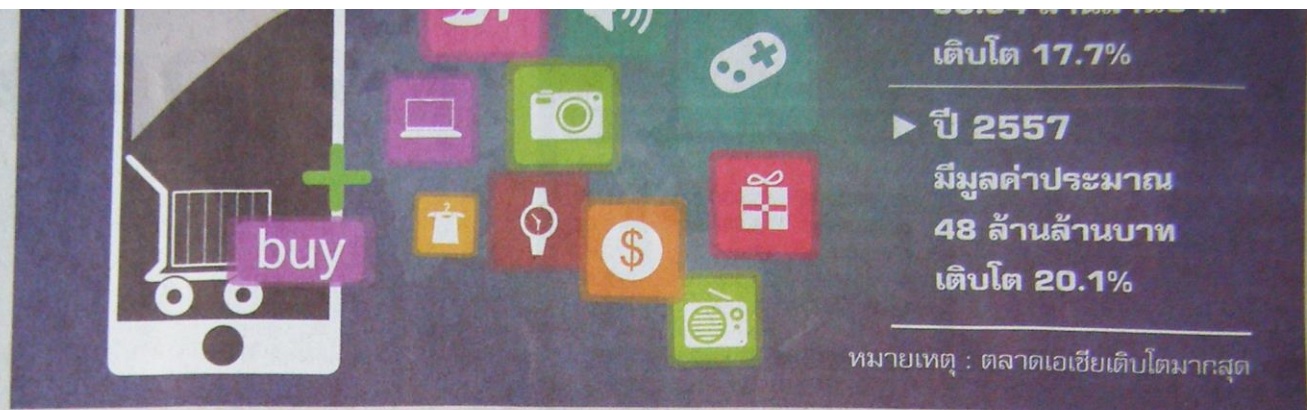
วิธีส่งสินค้าของ ไทยวันมอลล์จากไทยไปจีน จะส่งโดยตรงโดยบรรจุหีบห่อจากในไทย หากส่ง

ทางบกจะไปทางคุนหมิงผ่านระบบโลจิสติกส์ไปถึงบ้านผู้ซื้อ ส่วนในกลุ่มฟรีแทกโซน 5 เมืองในจีน สำหรับอีคอมเมิร์ซ ก็จะส่งผ่านคาร์โก้

ส่วนวิธีการชำระเงินของลูกค้าชาวจีน จะชำระผ่านระบบอาลีเพย์ (Alipay) ของอาลีบาบากรูปร่าง

กับบนโลกออนไลน์ในเอเชียแปซิฟิกว่า ภาพ
ตลาดอีคอมเมิร์ซในปี 2557 ขยายตัวจากปีที่
20.1% โดยจะมีเม็ดเงินสะพัดถึง 1.5 ล้านล้าน
ดอลลาร์สหรัฐทั่วโลก หรือ 48 ล้านล้านบาท
สำหรับตลาดอีคอมเมิร์ซในปีนี้ ตลาดบิทูซี หรือ
จากธุรกิจผู้บริโภคในเอเชียแปซิฟิกขยายขึ้น
2 เท่าจาก 3 แสนล้านเหรียญสหรัฐ เป็น
แสนล้านเหรียญสหรัฐ ภายในระยะเวลาเพียง
ในขณะที่เดียวกันรายได้ของตลาดอีคอมเมิร์ซใน
ประเทศไทยในปี 2557 นั้นคาดว่าจะสูงถึง 1,000
เหรียญสหรัฐ หรือประมาณ 3.2 หมื่นล้านบาท
การ **พงษ์วิทย์ภาณุ** กรรมการผู้จัดการและ
เว็บไซต์ราคาเห็น ตลาดดอทคอม กล่าวว่า
ในปี 2558 คาดการณ์ว่าแม้แนวโน้มอัตรา
เติบโตจะเป็นการเติบโตที่ลดลง แต่ภาพรวม
ของตลาดอีคอมเมิร์ซน่าจะขยายตัวได้อีก
6 หรือมีมูลค่าสูงถึง 1.77 ล้านล้านบาท โดยตลาด
อีคอมเมิร์ซในแถบเอเชียแปซิฟิกยังคงโดดเด่น และ
ปีหน้าจะมีมูลค่าสูงถึง 6.8 แสนล้านบาท
ด้านตลาดอีคอมเมิร์ซในไทยเองก็มีแนวโน้มจะ
เช่นกัน โดยคาดการณ์กันว่าในระหว่างปี
2568 ตลาดอีคอมเมิร์ซจะขยายตัวอีก 6,000
บาท จากปัจจุบันมีมูลค่าประมาณ 3.2 หมื่นล้าน
โดยจะเติบโตจากการซื้อของบนโลกออนไลน์
มือถือ หรือเรียกง่ายๆ ว่า อีคอมเมิร์ซบนมือถือ
ขับเคลื่อนหลัก

ร้านค้าควรเริ่มมองหาแนวทางการเติบโตใหม่ๆ



ที่มา : เว็บไซต์ราคาเห็น ตลาดดอทคอม

โพสต์กราฟฟิก

กลยุทธ์ใหม่ๆ ที่จะเจาะจงเข้าถึงกลุ่มลูกค้าได้มากขึ้น
ภายใต้โจทย์สำคัญที่ว่า กลยุทธ์ใดที่จะชนะใจลูกค้า
ได้ในปีหน้าได้”

การ ยังประเมินว่า ในเชิงการแข่งขันของตลาด
อีคอมเมิร์ซในอีก 12 เดือนข้างหน้าจะรุนแรงขึ้น โดยมี
4 ประเด็นหลักๆ คือ 1. โปรโมชันออนไลน์ดุเดือด
เพราะร้านค้าอีคอมเมิร์ซเพิ่มจำนวนมากขึ้น ดังนั้นการ
จะสร้างความแตกต่างและอยู่เหนือคู่แข่งรายอื่นๆ
ร้านค้าควรสร้างความประทับใจใน “การซื้อครั้งแรก”
พร้อมกับใช้โซเชียลมีเดียเป็นช่องทางหลักใน
การสื่อสารกับลูกค้าเพื่อเป็นบริการหลังการขาย

2. โปรโมชันและการตลาดแบบเจาะจงแต่ละ
บุคคล โดยเทคโนโลยีที่ล้ำสมัย ทำให้สามารถทราบถึง
พฤติกรรมของลูกค้าได้ดียิ่งขึ้น ลูกค้าซื้ออะไร เมื่อไร
เป็นผู้หญิงหรือผู้ชาย อยู่ต่างจังหวัดหรือกรุงเทพฯ ซึ่ง
นักการตลาดสามารถนำข้อมูลเหล่านี้มาวิเคราะห์เพื่อ
ทำโปรโมชันให้โดนใจกลุ่มเป้าหมายได้

สอดคล้องกับประเด็นที่ 3 คือ ตลาด
อีคอมเมิร์ซเฉพาะกลุ่มมีโอกาสเติบโต โดยข้อมูลบน
โลกออนไลน์ ช่วยวิเคราะห์ความต้องการของแต่ละ
กลุ่มเป้าหมายได้ชัดเจน เพื่อเจาะตลาดเฉพาะกลุ่ม
ได้ เช่น เสื้อผ้าคนอ้วน เสื้อผ้ารองเท้ากีฬา อุปกรณ์
ทำสวน เป็นต้น และ 4. ยุคทองของการค้าผ่าน
มือถือ โดยคนไทยในทุกชนชั้นใช้มือถือเป็นช่องทาง
หลักในการเข้าสู่อินเทอร์เน็ตแล้ว โดยมากกว่า 77%
ของผู้ใช้อินเทอร์เน็ตผ่านมือถือ คนไทยเริ่มต้นใช้
อินเทอร์เน็ตครั้งแรกผ่านมือถือ ดังนั้นธุรกิจออนไลน์
ควรมีเว็บไซต์ที่มีแพลตฟอร์มรองรับขนาดของมือถือ
ด้วย

เทรนด์อีคอมเมิร์ซบนมือถือที่จะมาแรงมากใน
ปีหน้า หากร้านค้าบนโลกออนไลน์ยังไม่ปรับตัวด้วย
การสร้างแพลตฟอร์มเว็บไซต์รองรับการเข้าผ่านมือ
ถือ อาจเป็นจุดพลีชีพพล้ำที่จะสูญเสียลูกค้าให้กับ
คู่แข่งได้ ■



โลจิสติกส์ หมายถึงอะไร

คำว่าโลจิสติกส์ คือระบบการจัดการการส่งสินค้า ข้อมูล และทรัพยากรอย่างอื่นต่างๆ ทุกอย่างที่มีการขนส่ง หรือเคลื่อนย้ายจากจุดต้นทางไปยังจุดบริโภคตามความต้องการของลูกค้า

- โลจิสติกส์เกี่ยวข้องกับการผสมผสานของ ข้อมูล การขนส่ง การบริหารวัสดุคงคลัง การจัดการวัตถุดิบ การบรรจุหีบห่อ
- โลจิสติกส์เป็นช่องทางหนึ่งของห่วงโซ่อุปทานที่เพิ่มมูลค่าของการใช้ประโยชน์ของเวลาและสถานที่ สรุปง่าย ๆ ก็คือ ทุกอย่างที่มีเกี่ยวกับการขนส่ง จะเกี่ยวข้องกับโลจิสติกส์ทั้งหมด
- เป้าหมายของโลจิสติกส์ นั้นเพื่อ ให้ลดค่าใช้จ่าย ลดระยะเวลาในการขนส่ง ลดปัญหาต่างๆ ทุกอย่างที่จะเกิดขึ้น โดยใช้ต้นทุนน้อยที่สุด

E-commerce หมายถึงอะไร มีประโยชน์อย่างไร

AIM BEST DESIGN

ระบบขนส่งสินค้า

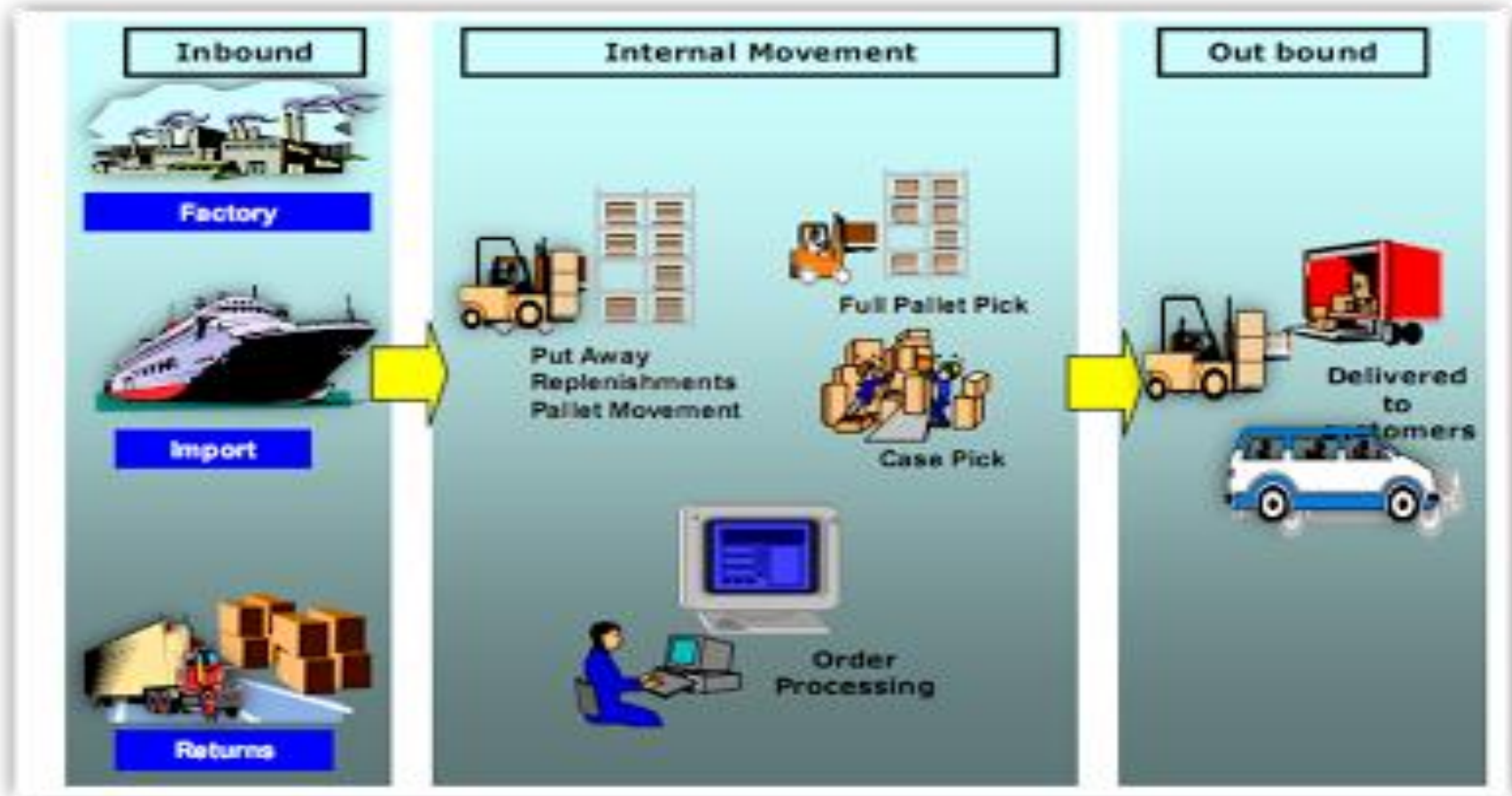
เป้าหมายของระบบโลจิสติกส์คือ การบริหารจัดการข้อมูล คน เครื่องจักร สินค้า เพื่อการจัดส่งสินค้าไปยังสถานที่ที่ถูกต้องในเวลาที่เหมาะสมและมีค่าใช้จ่ายที่ประหยัดที่สุด



E-commerce หมายถึงอะไร มีประโยชน์อย่างไร

AIM BEST DESIGN

Logistics Activity



บริการขนส่งสินค้า

- บริษัทจัดส่งของในประเทศไทย EMS, UPS, FEDEX, DHL ไปรษณีย์ไทย
: <http://www.thailandpost.com> UPS
: <http://www.ups.com/content/th/en/index.jsx> FEDEX
: <http://fedex.com/th> DHL : <http://www.dhl.co.th/publish/th/en.high.html>
- บริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด สำนักงานใหญ่ 111 หมู่ 3 ถนนแจ้งวัฒนะ แขวง
ทุ่งสองห้อง เขตหลักสี่ กรุงเทพมหานคร 10210-0299 โทรศัพท์ : 0 2831
3131 UPS
- Parcel Delivery Service Ltd. สำนักงานใหญ่ 16/1 Soi Sukhumvit
44/1 Sukhumvit Road, Prakhonong, Klongtoey Bangkok
10110 Thailand Tel.: 66 2728 9000 Fax: 66 2712 1818 FEDEX
- Customer Service Hotline 1782 (Hotline number) 1800-236-236 (Toll
free numbers from outside Bangkok and vicinity) (66) 2-229-8900
(International / Non-Thailand line)
- DHL Express International (Thailand) Ltd. 175 Sathorn City Tower 7/1
and 8/1 Floor, South Sathorn Rd., Thungmahamek, Sathorn,
Bangkok, 10120 CS hotline: 0-2345-5000

การแบ่งกลุ่มลูกค้า Customer Segmentation

เทรนด์ค้าปลีกเปลี่ยน จากแม่ค้า 'วัน ออน วัน'

น.เจริญ พุทธานนท์

กาSแข่งขันที่รุนแรงในธุรกิจ
ลีก โดยเฉพาะการแข่งขันเปิด
รบผู้ตลาดใหม่อย่างต่อเนื่อง

ผู้ประกอบการในตลาด ผอ
โมลย์ที่เข้ามามีผล
กค้า ปัจจ

คมที่
เป็น

อ
ลีก

ชัดเจน
มอลล์ ถึงเว
ที่เน้นตลาดแมส หรือ

มาไฟท์สลูกค้าเฉพาะกลุ่ม
มาร์เก็ต กระทั่งลงลึกไป
ทำตลาดแบบตัวต่อตัวกับ



ลูกค้า จากนั้นก็สะสมข้อมูล
ของลูกค้าและเรียนรู้ โดย
จะใช้เวลา 3 ปี ในการวาง
ได้สมบูรณ์และพร้อมนำม
รอยัลตี้โปรแกรมที่เป็นแ
ร์ เมต สำหรับลูกค้าแต่

ชำนาญ กล่าวเสริม
ะมอลล์ กรูป

นความ
จาก

ล

ยการ
พอขับเค
ที่เน้นไปตามกล

วัน ที่จะมุ่งไป
ดังนั้น จึงกล่าวไ
เดอะมอลล์ กรูป จะ

**พฤติกรรมลูกค้า เปลี่ยนไป
จากเดิม 4 - 5 กลุ่ม เป็น
30 กลุ่ม ตามไลฟ์สไตล์ และ
ความต้องการที่แตกต่างกัน**

**รู้ว่าลูกค้าของเราเป็นใคร
เสิร์ฟสิ่งที่เรามีอยู่ให้ตรง
กับความต้องการของลูกค้า
ทำให้ลูกค้าพึงพอใจ**

ทัพผู้บริหารเปิดกลยุทธ์ตลาดปี 2559

บันแบรนต์हरुไทย

เจาะลึกชั้วรีเว็ลต์ 4 ล้านล้าน

ภาพสภาพตลาดสินค้าหรูหรือลักซ์ชั้วรีแบรนต์ทั่วโลกที่มีมูลค่าสูงถึง 4.2 ล้านล้านบาท ถือเป็นตลาดใหญ่มาก ประกอบด้วยแนวโน้มคนทั่วโลกหันมานิยมซื้อสินค้าลักซ์ชั้วรีเอเชียเพิ่มขึ้น และมองสำคัญประชาชนชั้นกลางในเอเชีย นับว่าจะมีเพิ่มขึ้น ซึ่งเป็นกลุ่มที่มีกำลังซื้อสูงทั้ง 3 ปัจจัย ทำให้ไทยเืองเร่งเดินยุทธศาสตร์จากการทำงานผลิตสินค้ามาสู่การเป็นเจ้าของแบรนต์ และพัฒนาสินค้าไปสู่ลักซ์ชั้วรีแบรนต์

จิตพร สงวนปิยะพันธ์ ผู้อำนวยการศูนย์องค์ความรู้ด้านลักซ์ชั้วรีเปิดเผยว่า ตลาดสินค้าลักซ์ชั้วรีถือว่าเป็นตลาดใหญ่ในอนาคตเพราะประเทศที่เริ่มพัฒนาได้ในระดับหนึ่ง ประชาชนชั้นกลางจะรุ่มมีมากขึ้น และเริ่มยกระดับการซื้อสินค้าจากแมสไปสู่อลักซ์ชั้วรี ซึ่งการใช้สินค้าหรูไม่ใช่แค่ต้องการ

ยุทธศาสตร์ไทยก้าวสู่ตลาดลักซ์ชั้วรี

กลุ่มที่มีกำลังซื้อสูง - हरु

กลุ่มสินค้าและบริการ	ธุรกิจค้าปลีก	การท่องเที่ยว
<ul style="list-style-type: none"> พัฒนาสินค้าให้มีความแตกต่าง มีเอกลักษณ์ความเป็นไทย บุคลากรมีหัวใจบริการ และมอบประสบการณ์हरु พัฒนาทักษะงานฝีมือคนไทย ให้ความประณีต การผลิตสินค้าลอกเลียนกระทบ ต่อความเชื่อมั่นแบรนต์ไทย สินค้าที่มีศักยภาพสู่ลักซ์ชั้วรี อาทิ รีสอร์ต สปา จิวเวลรี่ 	<ul style="list-style-type: none"> ค้าปลีกเริ่มพัฒนา จากแมสสู่พรีเมียม ร้านค้าชั้นนำต้องมอบบริการ ส่วนบุคคล อินเทอร์เน็ต สเปนเซียลิตี้ เข้ามาในไทยมากขึ้น เช็กแมนดี ชูเปอร์มาร์เก็ต ระดับพรีเมียมเติบโตสูง 	<ul style="list-style-type: none"> สร้างมูลค่าเพิ่มให้การท่องเที่ยว เพิ่มระยะเวลาการพัก จัดกิจกรรมขายความเป็นไทย กระตุ้นการซื้อปิ้ง ปลูกปั้นไทยให้เป็นศูนย์กลาง ด้านกีฬา ส่งเสริมการท่องเที่ยวทางน้ำ เรือยอชต์ 3 แห่ง ปรับการทำตลาดให้เข้ากับไลฟ์สไตล์คนรุ่นใหม่

ที่มา : โปสต์ทูเดย์รวบรวม

กับแนวโน้มของคนทั่วโลกหันมาซื้อสินค้าเอเชียมากขึ้น

รีแบรนต์ต้องชูจุดขายความเป็นตัวตนและความเป็นไทยของสินค้า

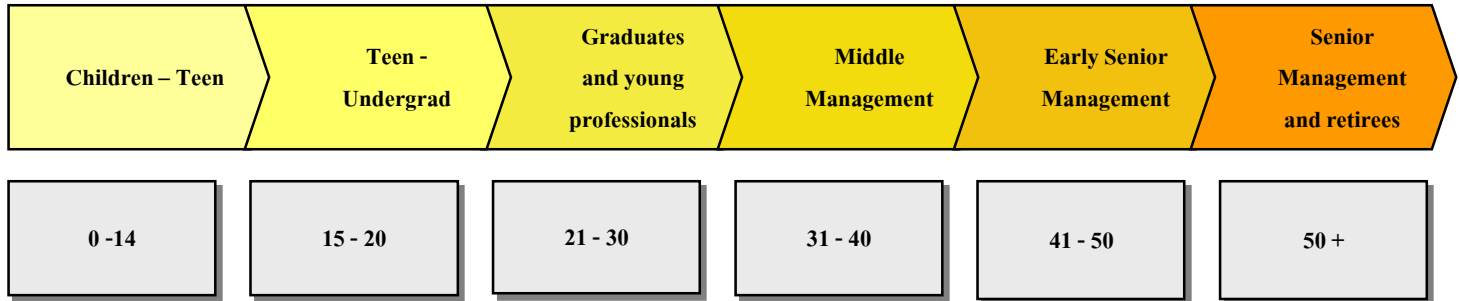
ที่จะดำเนินการ การจัดทำการท่องเที่ยวทางเรือยอชต์ที่ จ.ภูเก็ต กระบี่

5.เกิดการรวมกิจการข้ามมากขึ้น 6.กลุ่มธุรกิจค้าปลีก

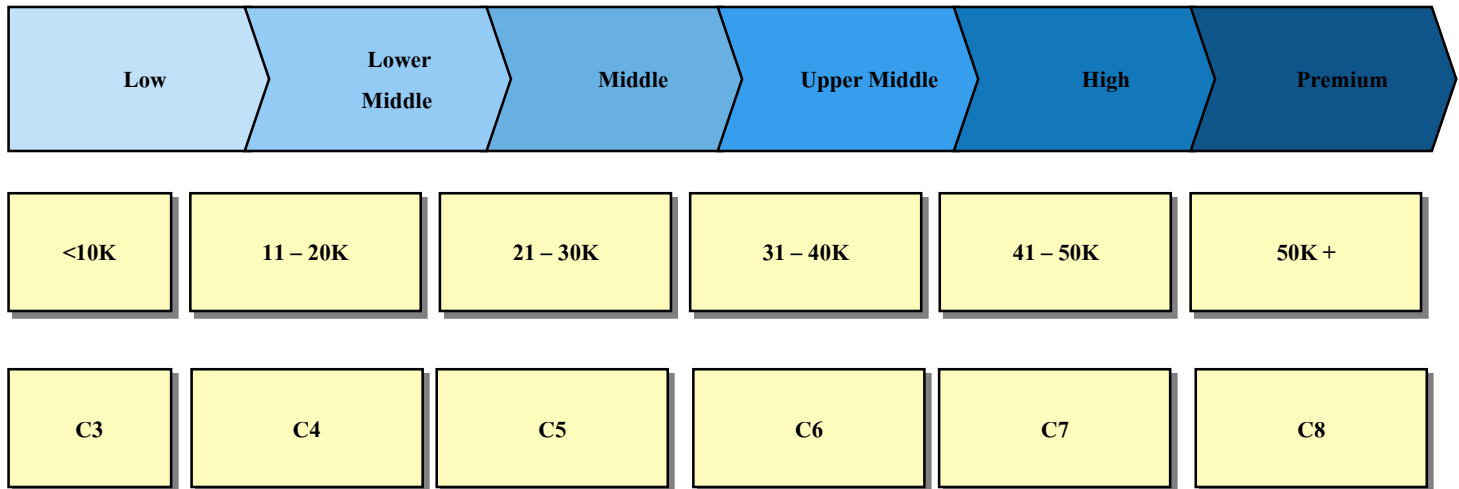
โพสติก

การแบ่งกลุ่มลูกค้า Customer Segmentation

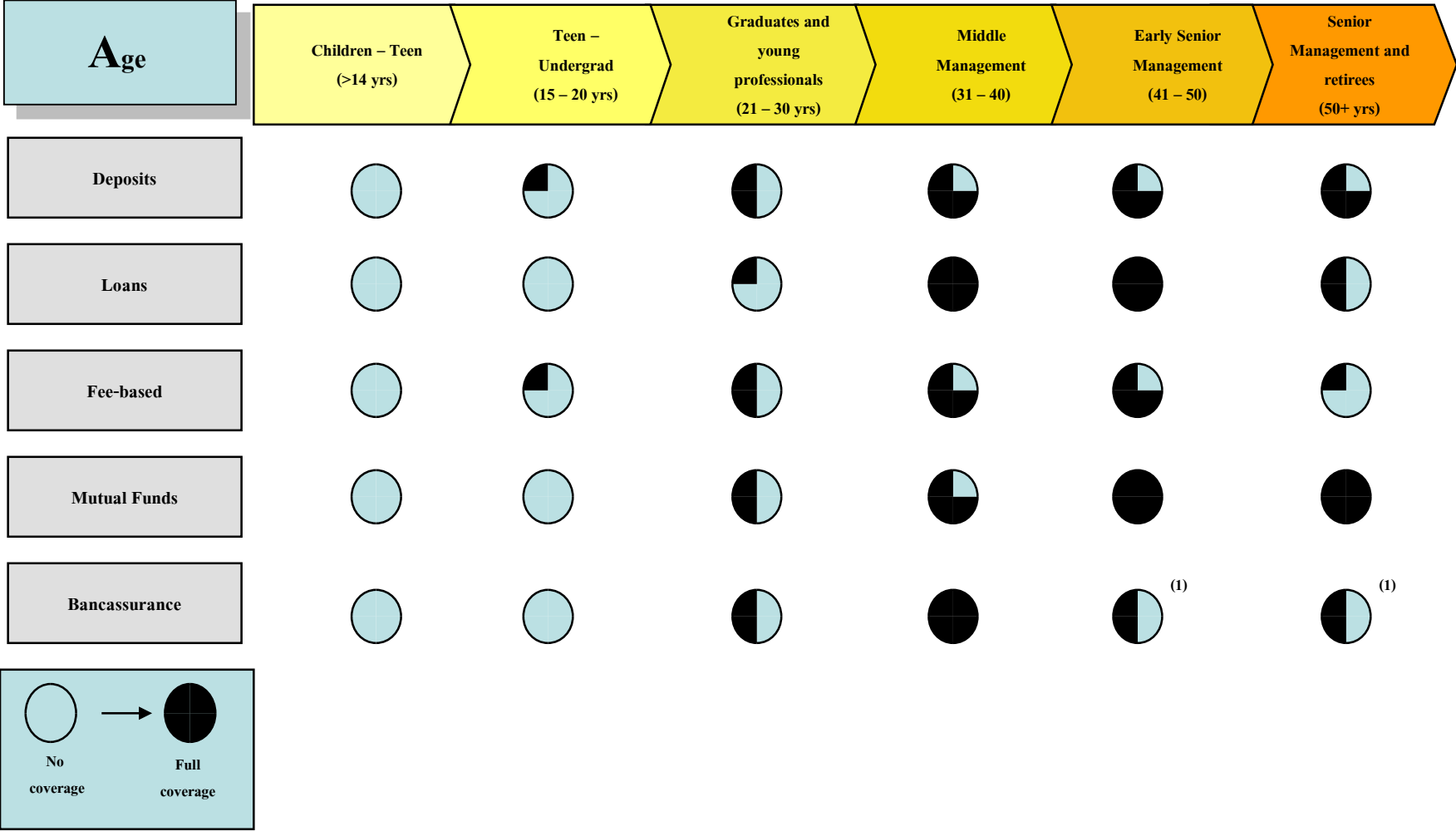
Age/Lifestyle
(Yrs)



Income
(Bht /
Govt Rank)

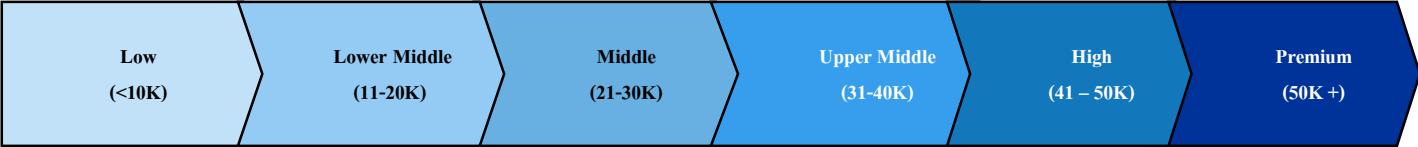


การแบ่งกลุ่มลูกค้า Customer Segmentation



การแบ่งกลุ่มลูกค้า Customer Segmentation

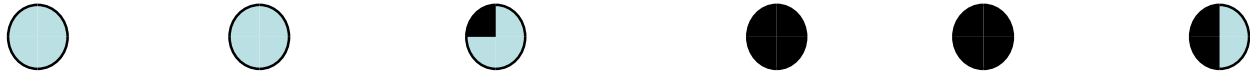
Income



Deposits



Loans



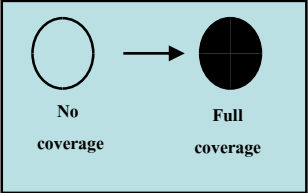
Fee-based



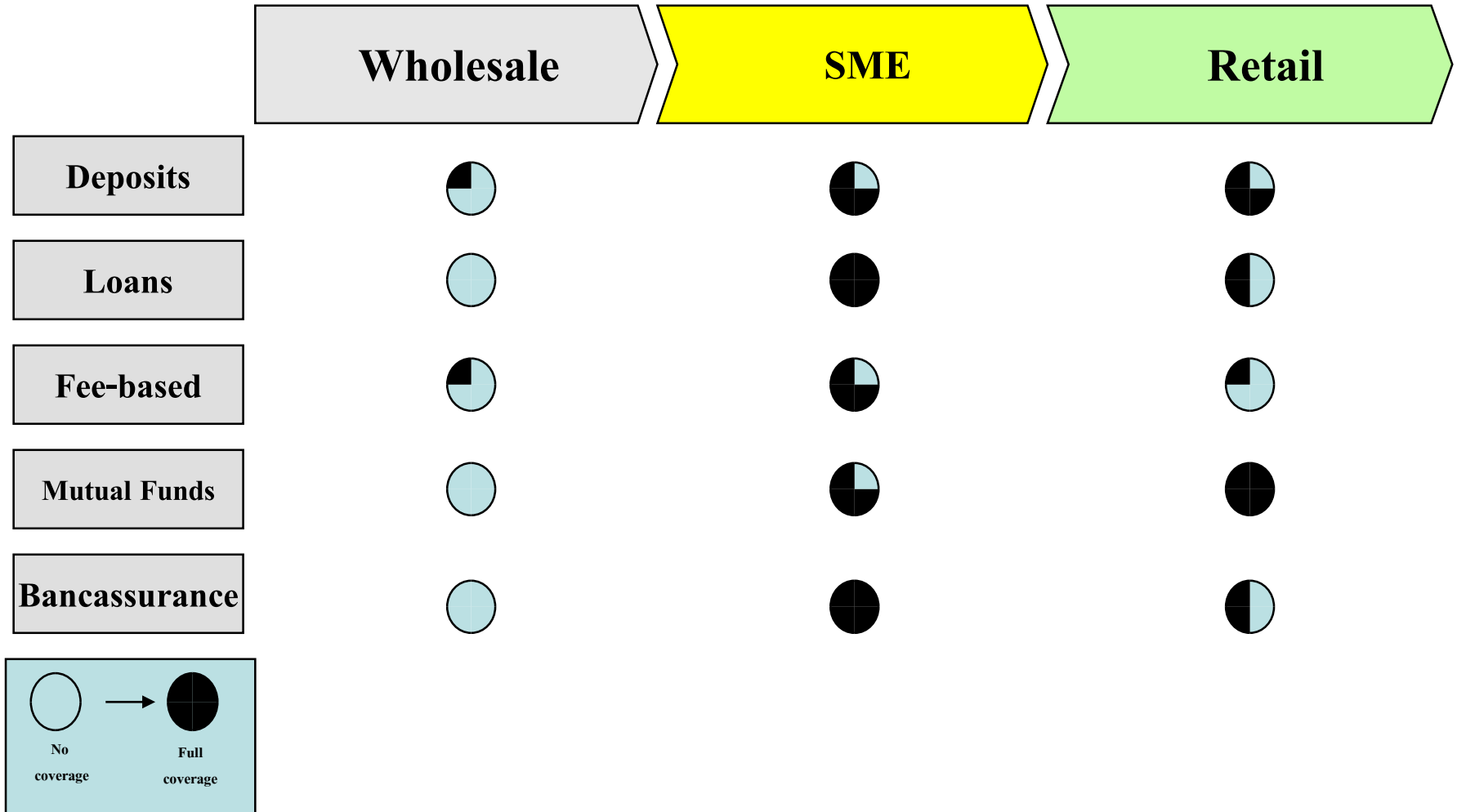
Mutual Funds



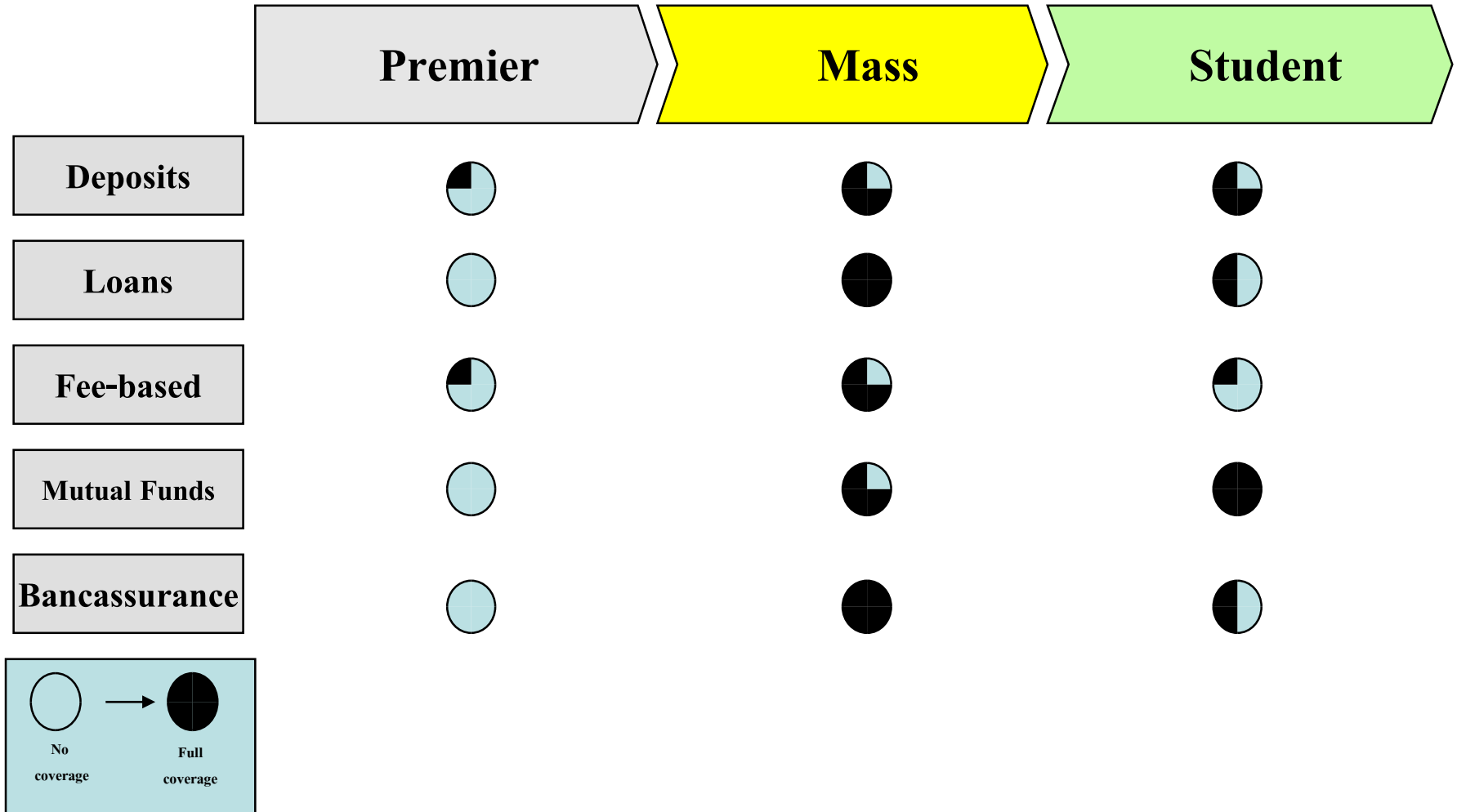
Bancassurance



Customer Segmentation - Bank Business



Customer Segmentation – Retail Banking



Action Plan

Product & Marketing Plan

ราคา

รายการราคา
ส่วนลด

ของแถม

ระยะเวลาการจ่าย

เงินไขให้สินเชื่อ

List price

Discounts

Allowances

Payment period

Credit terms

Action Plan

Product & Marketing Plan

**โฆษณา
ประชาสัมพันธ์**

โฆษณา

พนักงานขาย

ส่งเสริมการขาย

ประชาสัมพันธ์

Advertising

Personal selling

Sale promotion

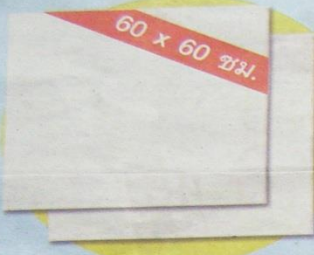
Public relations



ไทวัสดุ

THAI WATSADU

คลังวัสดุก่อสร้าง ของแต่งบ้าน ครบวงจรของคนไทย



INARM
กระเบื้องแกรนิต
ลายดอกกุหลาบ สีครีม
60186438
(ราคา 329 บาท/กล่อง)

ปกติ 369.-
228.-
/ตร.ม.



RACER
โถยี่สิบสาม รุ่น E27
60240432-33, 60240437-38
*ราคาพิเศษเท่านั้น

ปกติ 209.-
159.-



NEWTON
โคมไฟถนน LED เทคโนโลยี 60243156, 59

*ราคาพิเศษตลอด และอุปกรณ์ครบชุด

A. รุ่น 9 วัตต์ B. รุ่น 18 วัตต์

ปกติ 619.- ปกติ 769.-
559.- **659.-**



ส่งฟรี

LUZINA
โคมไฟอ่านหนังสือ
รุ่น MT-2028 SOURU E27
สีแดง สีน้ำเงิน สีเขียว
60242289, 60242293-94

ปกติ 599.-
299.-



NATIONAL
สีทาภายนอก สีขาวธรรมดา
ขนาด 5 แกลลอน 60120200

ปกติ 910.-
799.-



มารีย์
เก้าอี้พลาสติก มีพนักพิง
สีแดง สีขาว
60206372-73

ปกติ 199.-
185.-



ท่อยางไทย
สายยาง สีเขียว สีฟ้า สีเหลือง
ขนาด 5/8x15 เมตร 60243459-61

ปกติ 105.-
95.-



MAKITA
สว่านกระแทก
รุ่น M011-HP1630KSP
ขนาด 710 วัตต์

• ความเร็วรอบ 0-3,200 รอบ/นาที
• มีสวิตช์ 2:1 สี่ทิศทาง
60173504

ปกติ 2,750.-
2,390.-



ปกติ 1,860.-
1,670.-

KP
ประตูบานเกล็ดพวน 8 ฟุต
ขนาด ก.80xล.200 ซม. 60207675



AMERICAN STANDARD
สุขภัณฑ์สองชิ้น
รุ่น Serva TF-2392W-WT-0
ประตูชักน้ำ 4.5 ลิตร
60234477

ปกติ 2,490.-
2,290.-



ชุดสุขภัณฑ์คู่คุณ
สุขภัณฑ์สองชิ้น + ช่างล้างน้ำพร้อมช่าง
+ วัสดุปูพื้นพร้อมอุปกรณ์
รุ่น AQ70249/9922, AQ10989/5599,
BN BENTO222
60190591, 60197289, 60206830

ปกติ 4,479.-
3,990.-

HANG
ฝักบัวอาบน้ำพร้อมสาย
รุ่น HS-511WH
60108549
ปกติ 260.-
199.-



STIEBEL
เครื่องทำความร้อน
รุ่น AQ 45E-2
ขนาด 4,500 วัตต์
60232983

ปกติ 4,790.-
2,990.-



พิเศษสุด
**ลด
 แจก
 เก็บ**
50-80%
 15 พ.ย. - 30 ธ.ค. 57

FACTORY SALE
 ส่งท้ายปี
 ครึ่งยิ่งใหญ่

โรงงานที่นอน และเครื่องนอนพรีเมียม
 พุทธมณฑลสาย 5 เวลา 9.00 - 19.00 น.

ร้านปลีก โทรจ่านวนนนพนาทอง
 เวลา 9.00 - 20.00 น. Tel. 08 4368 5622

Omazz & Lotus Flagship Gallery เอกมัย บ.4
 เวลา 10.00 - 20.00 น. Tel. 0 2714 4344



ชุดผ้าปูที่นอน
 พร้อมพาดูม
 LOTUS รุ่น AURA
 ขนาด 6 ฟุต (Super Size)
 ปกติ 5,890.-
 พิเศษ **1,299.-**
 แถม! หมอนหนุน 2 ใบ



omaZz
 ที่นอนตั้งโต๊ะพร้อมเตียงซี่บับ
**ลดสูงสุด
 80%**

▲ ที่นอน Lotus รุ่น Artistic Comfort
 พร้อมฐานรองหัวเตียง LifestyleBed ขนาด 6 ฟุต
 ปกติ 39,999.- ลดเหลือ **19,999.-**

แถม!
 ชุดเครื่องนอน
 11 ชิ้น

- ◀ หมอนหนุน
 หมอนข้างสุขภาพ
 ปกติ 999.-
 ลดเหลือ **399.-**
- ◀ พาดูมเอนเบาะประสังค
 ขนาด 60" x 80"
 ลดเหลือ **399.-**
- ◀ ที่นอนปีทนิค 5 ฟุต
 พร้อมหมอนหนุน 2 ใบ
 และพาดูม 1 ฟุต
 ลดเหลือ **999.-**

สิทธิ 3 ส่วนลดเสริมสิทธิพิเศษทางธนาคารในวงจ

รับส่วนลดเงินสด มูลค่า **50.-**
 เมื่อใช้เงินในวงจ ครบ 1,000.-

+
 รับส่วนลด **10%** (รับ) พร้อม **0%** หน่วงสูงสุด 6 เดือน

+
 รับเครดิตเงินคืนสูงสุด **10,000.-**



โฆษณา



โปรโมชั่น

Action Plan

วางแผนปฏิบัติ
ด้านบริหารเงิน

- การวิเคราะห์งบการเงิน **Financial Ratios**
- การจัดการบัญชี งบการเงิน **Accounting**
- การจัดทำแผนการเงิน **Projection Plan**
- การจัดทำงบประมาณ **Budget**

Action Plan

หากขาดทักษะ หรือความสามารถในการบริหารเงินแล้ว ไม่ว่าจะเตรียมพร้อมทุกอย่างมากแค่ไหนก็มีสิทธิสามารถตกม้าตายได้ง่ายๆ

1. เข้าใจเรื่องกระแสเงินสด
เรื่องกระแสเงินสด ถือเป็นเรื่องที่สำคัญเป็นอันดับต้นๆ ในการทำธุรกิจไม่ใช่ตัวเลขกำไร-ขาดทุน

2. ตั้งความหวัง แต่เผื่อใจ (ตั้งสำรองเงินฉุกเฉิน) ไว้บ้าง
การสำรองเงินไว้ใช้ในยามฉุกเฉินถือเป็นเรื่องจำเป็นอย่างยิ่งในการดำเนินธุรกิจ เพราะเราไม่มีทางคาดเดาได้ทุกอย่างว่าจะเกิดอะไรขึ้นในอนาคตบ้าง

3. เก็บข้อมูลการเงินเป็นระบบ
การทำธุรกิจควรบันทึกรายจ่ายทุกอย่างอย่างเป็นระบบ รวมไปถึงกิจกรรมต่างๆ เช่น การพบปะลูกค้าเมื่อไร ที่ไหน ใช้เงินเท่าไร รายละเอียดเหล่านี้ควรมีไว้ให้ครบถ้วน

Action Plan

4. อย่าลืมสวัสดิการพนักงาน การดูแลและตอบแทนพนักงานของเราให้เหมาะสมถือเป็นเรื่องสำคัญมาก เพราะบริษัทของเราคงขับเคลื่อนไปข้างหน้าด้วยตัวคนเดียวไม่ได้

5. ตั้งเป้าหมายรายการที่วัดผลได้ กำหนดเป้าหมายไว้ก่อนว่าเราคาดหวังอะไรจากการดำเนินงาน แต่ละจุดนั้นเราทำได้ถึงไหนแล้ว ตรงตามความต้องการหรือยัง

6. ลดต้นทุนเพื่อเพิ่มกำไร การหากำไร สำหรับการทำธุรกิจนั้น นอกจากเราจะเพิ่มยอดขายแล้ว ยังมีอีกวิธีที่เพิ่มกำไรให้เราได้เช่นกัน นั่นก็คือการลดต้นทุน ให้ได้มากที่สุดเท่าที่จะเป็นไปได้

7. แม้แต่เจ้าของก็ต้องมีเงินเดือน เจ้าของธุรกิจเองก็เป็นอีกหนึ่งแรงงานที่ต้องใช้สมอง ใช้ความคิดในการขับเคลื่อนธุรกิจ

Action Plan

หน้าที่ของผู้บริหารเงิน

การวางแผนทางการเงิน

การจัดหาเงินทุน

การจัดสรรเงินทุน

Action Plan

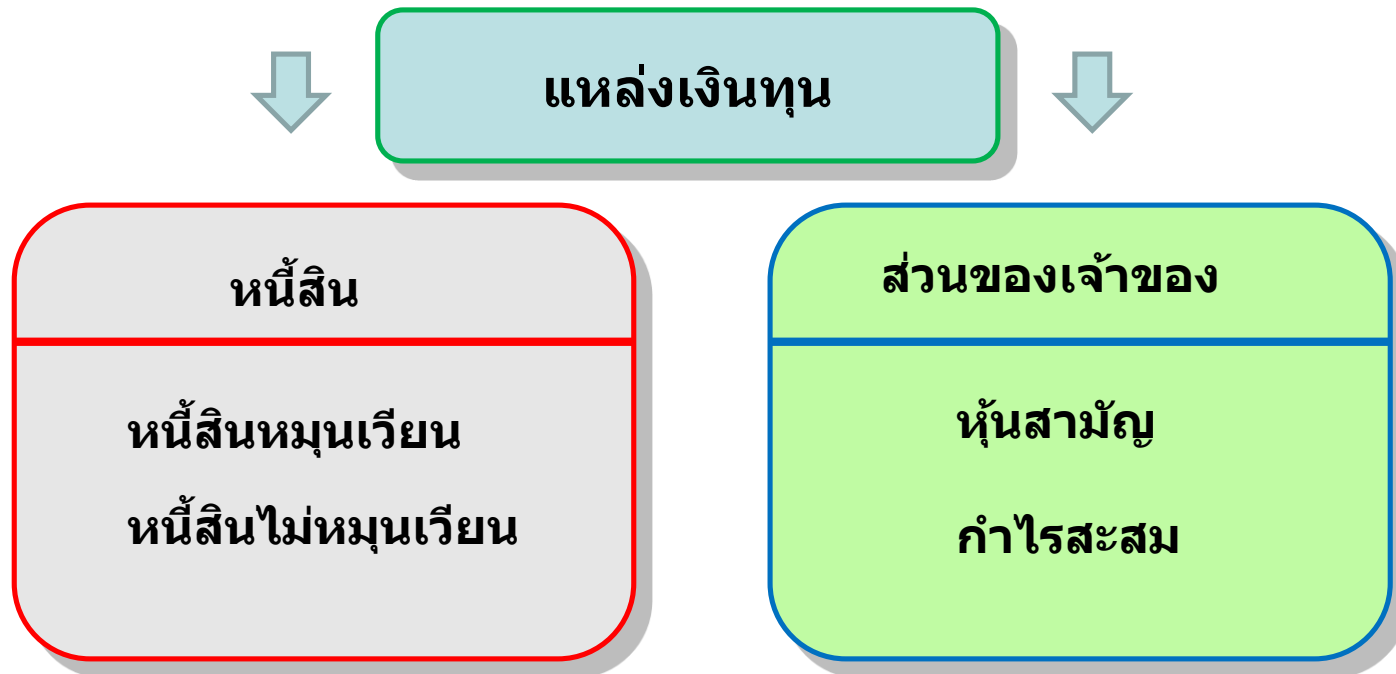
การวางแผนทางการเงิน

- เพื่อให้ทราบเงินลงทุนที่ต้องการ สำหรับการลงทุนในอนาคต
- เพื่อเตรียมข้อมูลล่วงหน้า
- แผนระยะสั้น ⇒ งบประมาณเงินสด
- แผนระยะยาว ⇒ งบประมาณจ่ายลงทุน

Action Plan

การจัดการเงินทุน

ผู้บริหารเงินต้องวางแผนจัดหาเงินทุนจากแหล่งไหน จำนวนเท่าใด



Action Plan

การจัดการเงินทุน

ปัจจัยเกี่ยวกับการจัดการแหล่งเงินทุน

ต้นทุนของเงินทุน

- หนี้สิน คือ ดอกเบี้ย
- ส่วนของเข้าของ คือ เงินปันผล ค่าจัดจำหน่ายหุ้นทุน กำไรสะสม

ความเสี่ยงทางการเงิน

ธุรกิจก่อก่อนี้มาก

จะมีความเสี่ยง

Action Plan

การจัดสรรเงินทุน

งบดุล

สินทรัพย์

สินทรัพย์หมุนเวียน
สินทรัพย์ไม่หมุนเวียน



การจัดสรรเงินทุน

หนี้สินและส่วนของผู้ถือหุ้น

หนี้สินระยะสั้น
หนี้สินระยะยาว
ส่วนของผู้ถือหุ้น



การจัดการเงินทุน

ขายดีแต่เจ๊ง

- **ไม่รู้ต้นทุน** ถ้าขายสินค้า โดยไม่รู้ต้นทุนที่แท้จริง ขายไปเจ๊งไป เพราะตั้งราคาขายต่ำกว่าทุน
- **ไม่มีการทำบัญชีรับรายจ่าย** ถ้าไม่ทำบัญชีแล้วจะรู้ได้อย่างไรว่า รายได้เข้ามาเท่าไร จ่ายออกไปเท่าไร กำไรเท่าไร โดยเฉพาะไม่รู้กระแสเงินหมุนเวียน ขายไปเงินหดหายไป สุดท้ายไม่เหลือเงินติดกระเป๋า
- **ไม่มีการจัดสรรเงินที่ได้มา** เพราะทำงานไม่เป็นระบบ ไม่มีการวางแผน และการจัดสรรรายรับ รายจ่าย อยากจ่ายอยากซื้ออะไรก็ทำตามใจ ไม่บริหารให้เป็นส่วน ๆ เช่น ซื้อวัตถุดิบก็เปอร์เซ็นต์ ใช้จ่ายดำเนินงานก็เปอร์เซ็นต์ ต้องมีเงินสดสำรองก็เปอร์เซ็นต์ เป็นต้น
- **ไม่ดูแลสต็อกสินค้า** ทำให้เกิดเงินทุนจม โดยเฉพาะเมื่อขายดี ยิ่งสั่งสินค้าหรือผลิตสินค้าเข้าคลังสินค้ามาก สุดท้ายมีสต็อกมากเกินไป นอกจากเงินจมแล้ว สินค้าอาจเสียหายเป็นเงินที่สูญเปล่า

Action Plan

Current & Project Financials

บริหารการเงิน

งบกำไรขาดทุน – งบดุล

อัตราส่วนการเงิน

งบประมาณ

Action Plan

Financial Ratio อัตราส่วนสภาพคล่อง

อัตราส่วนทุน	(Current ratio)
อัตราส่วนทุนหมุนเวียน	(Quick ratio)
อัตราส่วนเงินสด	(Cash ratio)
อัตราหมุนเวียนของลูกหนี้	(Receivable turnover)
ระยะเวลาเก็บหนี้	(Collection period)
อัตราหมุนเวียนของสินค้าคงเหลือ	(Inventory turnover)
ระยะเวลาขายสินค้า	(Holding period)
วงจรเงินสด	(Cash conversion cycle)

Action Plan

Financial Ratio อัตราส่วนประสิทธิภาพในการใช้สินทรัพย์

อัตราหมุนเวียนของสินทรัพย์รวม (Total asset turnover)

อัตราหมุนเวียนของสินทรัพย์ถาวร (Net fixed asset turnover)

อัตราหมุนเวียนของส่วนของผู้ถือหุ้น (Equity turnover)

Action Plan

Financial Ratio อัตราส่วนความสามารถในการทำกำไร

อัตรากำไรขั้นต้น	(Gross profit margin)
อัตรากำไรจากการดำเนินงาน	(Operating profit margin)
อัตรากำไรสุทธิ	(Net profit margin)
อัตราผลตอบแทนจากสินทรัพย์ทั้งหมด	(Return on assets : ROA)
อัตราผลตอบแทนจากส่วนของผู้ถือหุ้น	(Return on equity : ROE)

Action Plan

Financial Ratio อัตราส่วนความสามารถในการชำระหนี้

- | | |
|--------------------------------------|---------------------------|
| อัตราส่วนหนี้สินต่อสินทรัพย์ | (Debt to asset ratio) |
| อัตราส่วนหนี้สินต่อส่วนของผู้ถือหุ้น | (Debt to equity ratio) |
| อัตราส่วนความสามารถในการจ่ายดอกเบี้ย | (Interest coverage ratio) |

Action Plan

การวิเคราะห์ฐานะการเงิน Financial Ratio

Solvency Ratios

- Quick Ratio
- Current Ratio
- Current Liabilities
- Fixed Assets

Profitability Ratios

- Return on Sales
- Return on Total Assets
- Return on Equity
- Return on Investment

Action Plan

Financial Ratio

Efficiency Ratios

- **Collection Period (Days)**
- **Net Sales to Inventory**
- **Net Sales to Working Capital**
- **Cost of Sales to Inventory**
- **Account Payable to Sales**
- **Cost of Sales to Accounts Payable**

Leverage Ratios

- **Fixed Assets to Net Worth**
- **Debt to Net Worth**

Action Plan

Financial Ratio

Solvency Ratios

Describe your Ability to pay debts

Profitability Ratios

Measure relative profitability

Action Plan

Financial Ratio

Efficiency Ratios

Measure how efficiently funds are used

Leverage Ratios

Measure the indebtedness of the business (i.e., how much debt the business is carrying)

Action Plan

การบริหารบุคคล Management Team

Planning

Organization Skills

Control

Leadership

Action Plan

การบริหารบุคลากร

บุคลากร

Job description

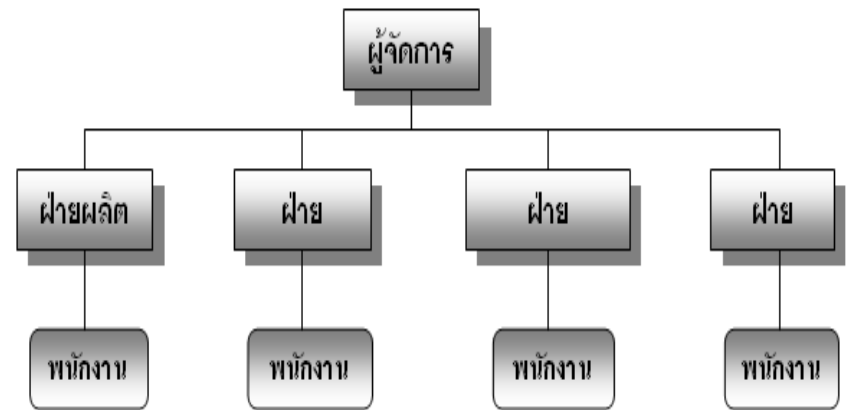
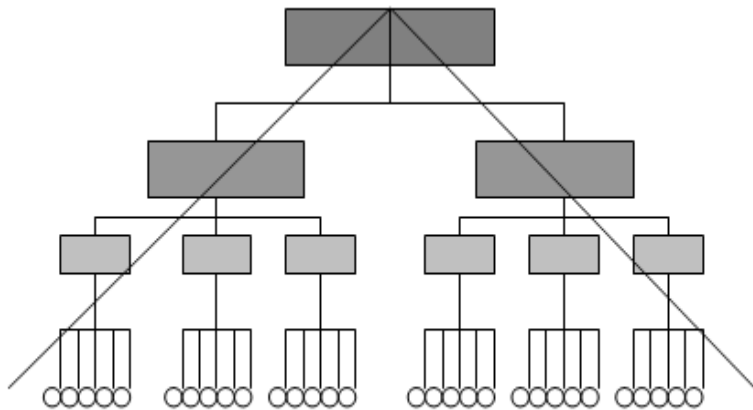
Training & On the job training

Consultant & Professionals

Out source

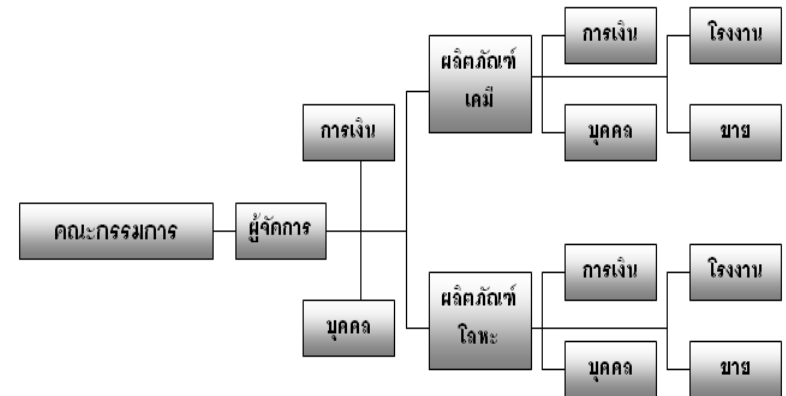
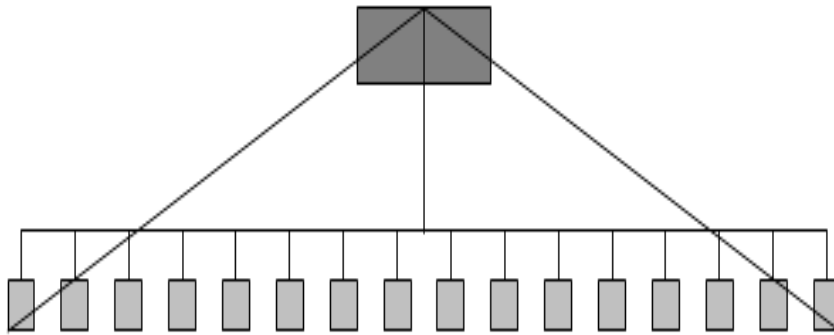
Action Plan

โครงสร้างองค์กร Organization Chart



Action Plan

ปรับโครงสร้าง - การบริหารองค์กร



Action Plan

ปรับโครงสร้าง - การบริหารองค์กร

CEO

1

Marketing

30

Product

20

Financial

10

Human

5

Action Plan

โครงสร้างองค์กร Organization Chart

วางแผนปฏิบัติ
ด้านอุปกรณ์

- การวางแผนเครื่องมือ - อุปกรณ์
- การจัดซื้อเครื่องมือ - อุปกรณ์
- การบำรุงรักษาเครื่องมือ - อุปกรณ์

Action Plan

การบริหารเครื่องมือ - อุปกรณ์

ซื้ออุปกรณ์ใหม่รองรับการขยายธุรกิจ

ซื้ออุปกรณ์เป็นเทคโนโลยีสมัยใหม่

ซื้ออุปกรณ์ทดแทนที่ชำรุดเสียหาย

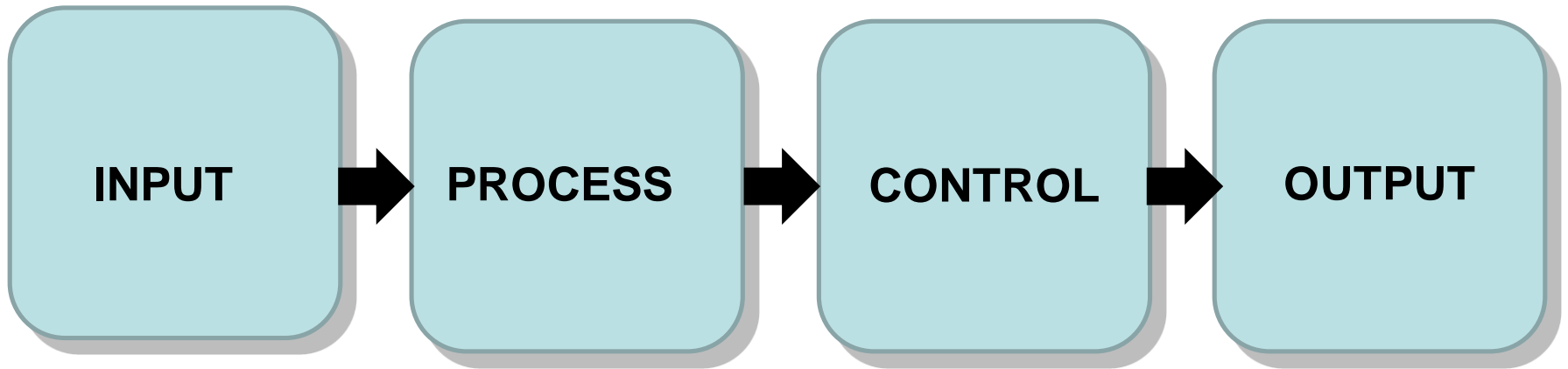
Out source

การจัดหาอุปกรณ์

Evaluation & Control ประเมินและควบคุม

Evaluation & Control

The Control Process



Evaluation & Control ประเมินและควบคุม

ประสิทธิผล ประสิทธิภาพ เชื่อถือได้



แผนปฏิบัติประจำปี

แผนปฏิบัติของหน่วยงาน



ลดความเสี่ยง

การควบคุม

Evaluation & Control ประเมินและควบคุม

ลักษณะของการควบคุม

การควบคุมที่เป็นรูปธรรม

- โครงสร้างองค์กร
- นโยบาย
- ระเบียบวิธีปฏิบัติ

การควบคุมที่เป็นนามธรรม

- ความซื่อสัตย์
- ความโปร่งใส
- การมีภาวะผู้นำที่ดี
- ความเป็นจริยธรรม

Evaluation & Control ประเมินและควบคุม

แผนภาพแสดงอำนาจหน้าที่ที่กรรมการขององค์กร ควรให้ความสำคัญ
และ
การมอบหมายอำนาจหน้าที่และความรับผิดชอบให้ผู้ปฏิบัติงาน

วิสัยทัศน์ขององค์กร



ระบುವิสัยทัศน์ที่เป็นจริงและท้าทายขององค์กรที่เป็นอยู่
“.....”

เป้าหมายธุรกิจ

หน้าที่ของ

คณะกรรมการ

เกณฑ์การ
กำกับดูแลที่
ดีของผู้กำกับ
ต่าง ๆ ที่
เกี่ยวข้อง

<p>มีระบบการบริหารความเสี่ยงและการควบคุมภายในที่เป็นมาตรฐานตามเกณฑ์สากล หรือของผู้กำกับ</p>	<p>จัดให้มีโครงสร้างและกลยุทธ์ของธุรกิจให้สัมพันธ์กับโครงสร้างกลยุทธ์ระบบงานสารสนเทศตามหลักการ CG และ ITG ด้วย GRC</p>	<p>สื่อสารและสร้างบุคลากรที่มีความรู้ความชำนาญในธุรกิจ ตามคุณค่าหลักขององค์กร ++</p>		
<p>การจัดการ</p>	<p>การบริหารความเสี่ยง</p>	<p>ความน่าเชื่อถือ</p>	<p>การกำกับดูแลกิจการ</p>	<p>ธรรมาภิบาล</p>
<p>1. โครงสร้างองค์กรที่เหมาะสม 2. มีกระบวนการและวิธีปฏิบัติงานดี 3. มีความเพียงพอของคุณภาพที่ดีของ P+P+T 4. ความเพียงพอและน่าเชื่อถือได้ของข้อมูลและสารสนเทศ</p>	<p>ความเสี่ยงที่กำหนดโดยผู้กำกับที่เกี่ยวข้อง - ความเสี่ยง 7 ด้านของ ธปท. - ความเสี่ยง 4 ด้านตามกรอบ COSO – ERM - ความเสี่ยง 4 ด้านทางด้าน IT</p>	<p>1. เงินกองทุนเพียงพอต่อการขยายธุรกิจ ในกรณีที่เป็นสถาบันการเงิน 2. ในกรณีที่เป็นองค์กรทั่วไป ให้พิจารณาคุณภาพและการจัดการของการบริหารความเสี่ยง</p>	<p>1. มีนโยบายและวิธีการปฏิบัติงานที่ชัดเจน ตามหลัก CG และ ITG ภายใต้อำนาจ GRC 2. มีองค์ประกอบต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับข้อ 1. ข้างต้น</p>	<p>• คุณสมบัติของกรรมการ • โครงสร้างของคณะกรรมการ และคณะกรรมการชุดย่อย ผู้บริหารและผู้ตรวจสอบ • การกำหนดค่าตอบแทน</p>
<p>คณะกรรมการชุดย่อย และผู้ปฏิบัติงาน</p>				

Evaluation & Control ประเมินและควบคุม

ระบบการติดตาม และประเมินผล

บริษัทฯ ได้จัดให้มีระบบการควบคุมภายในที่ครอบคลุมทุกด้าน เช่น ด้านบัญชีและการเงิน การปฏิบัติงาน การปฏิบัติตามกฎหมาย / กฎระเบียบ และการดูแลทรัพย์สิน โดยคณะกรรมการบริษัทมอบหมาย ให้คณะกรรมการตรวจสอบดูแลสอบทานระบบการควบคุมภายใน ผ่านสายตรวจสอบภายในเป็นผู้ดูแลรับผิดชอบ เพื่อให้มั่นใจว่าข้อตรวจพบจากการตรวจสอบ หรือสอบทานได้รับการปรับปรุงแก้ไขอย่างเหมาะสม ทันทีทันใด นอกจากนี้ในส่วนของ การประเมินการควบคุมภายในด้านบัญชีการเงินมีการตรวจสอบโดยผู้สอบบัญชีรับอนุญาตและนำเสนอผลให้คณะกรรมการตรวจสอบพิจารณาเป็นประจำทุกไตรมาสและทุกปี โดยผลการสอบทานจากผู้สอบบัญชีรับอนุญาตและสายตรวจสอบภายในไม่พบประเด็นที่เป็นข้อบกพร่องที่เป็นสาระสำคัญ

Evaluation & Control ประเมินและควบคุม

การตรวจสอบภายใน

กรรมการตรวจสอบภายในได้กำกับดูแลให้สายตรวจสอบภายในปฏิบัติงานได้อย่างอิสระ เที่ยงธรรม ในการตรวจสอบและประเมินความเพียงพอของระบบการควบคุมภายใน รวมทั้งการติดตามผลการปรับปรุงแก้ไขกระบวนการปฏิบัติงานให้เหมาะสม และรายงานตรงต่อคณะกรรมการตรวจสอบ เพื่อให้มั่นใจว่าการดำเนินงานของบริษัทมีระบบการควบคุมภายในที่เพียงพอ เหมาะสม และมีประสิทธิภาพ ควบคู่กับการบริหารความเสี่ยง ให้อยู่ในระดับที่บริษัทยอมรับได้ และการกำกับดูแลกิจการที่ดีของบริษัท โดยมีกฎบัตรของสายตรวจสอบภายใน และจรรยาบรรณผู้ตรวจสอบภายในเป็นแนวทางในการปฏิบัติงานอย่างชัดเจน สายตรวจสอบภายในได้แบ่งแยกหน้าที่ความรับผิดชอบให้ครอบคลุมภารกิจที่ได้รับมอบหมาย 4 ด้าน ดังนี้

การตรวจสอบการบริหารจัดการ

การตรวจสอบการปฏิบัติตามข้อกำหนด

การตรวจสอบการปฏิบัติงาน

การตรวจสอบด้านระบบคอมพิวเตอร์

Evaluation & Control ประเมินและควบคุม

การควบคุมภายใน

บริษัทกำหนดนโยบายการควบคุมภายใน และกำกับให้มีระบบการควบคุมภายในที่ดีตลอดจนส่งเสริมให้เกิดวัฒนธรรมการควบคุมการปฏิบัติงาน ที่มีการติดตามประเมินผล ฝ่ายบริหารในการนำนโยบายไปปฏิบัติให้สัมฤทธิ์ผลจัดให้มีระบบตรวจสอบภายในโดยหน่วยงานตรวจสอบภายในที่มีความเป็นอิสระ ทำหน้าที่ตรวจสอบระบบการปฏิบัติงานของทุกหน่วยงาน เพื่อให้เกิดความมั่นใจว่าระบบการควบคุมที่มีอยู่ นั้น มีการปฏิบัติจริงอย่างต่อเนื่อง และสม่ำเสมอ พร้อมทั้งให้ข้อเสนอแนะเพื่อปรับปรุงข้อบกพร่อง จุดอ่อน และพัฒนาระบบการดำเนินงานที่มีอยู่ให้มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น และรายงานโดยตรงต่อคณะกรรมการตรวจสอบ รวมทั้งมีระบบติดตามและประเมินความเพียงพอของระบบการควบคุมภายในอย่างน้อยปีละหนึ่งครั้ง

Evaluation & Control ประเมินและควบคุม

การบริหารความเสี่ยง

บริษัทกำหนดนโยบายในการบริหารความเสี่ยง โดยมีการนำแนวทางการบริหารความเสี่ยง (Enterprise Risk Management (ERM)) เพื่อใช้วิเคราะห์ความเสี่ยงธุรกิจ พร้อมทั้งหามาตรการป้องกันและแก้ไขความเสี่ยงดังกล่าว โดยมีคณะกรรมการบริหารความเสี่ยง (Risk Management Committee) คอยดูแลและติดตามความเสี่ยงตามแผนที่วางไว้อย่างสม่ำเสมอ ขั้นตอนการบริหารความเสี่ยงของบริษัท ได้แก่ การกำหนดนโยบายและบริหารความเสี่ยง การระบุความเสี่ยงที่อาจมีผลกระทบต่อการบรรลุวัตถุประสงค์และเป้าหมาย การวิเคราะห์ความเสี่ยง การจัดการความเสี่ยง โดยกำหนดวิธีการจัดการความเสี่ยงที่มีความสำคัญเพื่อให้ความเสี่ยงอยู่ในระดับที่ยอมรับได้ รวมทั้งมีการติดตาม และ ทบทวนระบบ หรือประเมินประสิทธิผลอย่างน้อยปีละหนึ่งครั้ง

Evaluation & Control ประเมินและควบคุม

ความขัดแย้งทางผลประโยชน์

บริษัทกำหนดนโยบายและแนวปฏิบัติที่ดีเกี่ยวกับความขัดแย้งทางผลประโยชน์ เพื่อเป็นแนวทางในการปฏิบัติ โดยคณะกรรมการ ผู้บริหาร และพนักงาน ต้องพิจารณาความขัดแย้งทางผลประโยชน์อย่างรอบคอบ ด้วยความซื่อสัตย์สุจริต อย่างมีเหตุผลและเป็นอิสระภายใต้กรอบจริยธรรมที่ดี โดยคำนึงถึงประโยชน์สูงสุดของบริษัท นอกจากนี้บริษัทยังได้กำหนดให้บุคลากรทุกระดับต้องจัดทำรายงานการเปิดเผยรายการที่เป็นผลประโยชน์ขัดกันกับผลประโยชน์ของบริษัท

Evaluation & Control

ประเมินผลเปรียบเทียบกับคู่แข่งชั้น

- กำไรสุทธิ
- ส่วนแบ่งตลาด
- ผลตอบแทนของส่วนผู้ถือหุ้น
- ผลตอบแทนของยอดขาย
- ราคาหุ้น
- การเจริญเติบโตของยอดขาย
- การเจริญเติบโตของทรัพย์สิน

Evaluation & Control

การควบคุมและประเมินผล

- ประเมินและควบคุมให้เป็นไปตามแผน
- ประเมินและควบคุมให้เป็นไปตามงบประมาณ
- ประเมินจากเครื่องวัดประสิทธิภาพการผลิต
- ประเมินจากเครื่องวัดคุณภาพ
- ประเมินจากเครื่องวัดบุคลากร (KPI)
- ประเมินข้อมูลป้อนกลับจากลูกค้า

Evaluation & Control

Type of Control	Prime Responsibility	Purpose of Control	Approaches
Annual plan control	Top management Middle management	To examine whether the planned results are being achieved	Sales analysis Market share analysis Sales to expense ratios Financial analysis Attitude tracking
Profitability control	Marketing controller	To examine the company is making and losing money	Profitability by : Product territory Customer group trade channel order size

Evaluation & Control

Type of Control	Prime Responsibility	Purpose of Control	Approaches
Efficiency control	Line and staff management Marketing controller	To evaluate and improve the spending efficiency and impact of marketing expenditures	Efficiency of : sales force advertising Sales promotion distribution
Strategic control	Top management Marketing Audit	To examine whether the Company is pursuing its best opportunity with respect to markets, product, and channel	Marketing efficiency rating instrument Marketing audit

A yellow arrow-shaped graphic pointing to the right, with a white notch on the left side. The text is centered within the arrow.

KPI วัดผลการปฏิบัติงาน

KPI

Key Performance Indicator

- บุคลากรในองค์กรทุกคนจะถูกประเมินผล เพื่อปรับขึ้นเงินเดือนประจำปี โดยการเปรียบเทียบผลงานจริง กับ เป้าหมายที่กำหนดไว้
- ทั้งนี้ องค์กร หน่วยงาน และบุคลากร จะกำหนดเป้าหมาย โดยความเห็นชอบของหัวหน้างานและพนักงานในองค์กร ตั้งแต่ มีการวางแผนธุรกิจต้นปี
- การวัดผลโดยวิธี KPI เป็นการประเมินผลที่มี หลักเกณฑ์มีมาตรฐาน และ มีความยุติธรรมที่ชัดเจน จึงไม่เกิดความขัดแย้งภายในองค์กร
- ประเด็นสำคัญคือ เป้าหมายขององค์กรถูกควบคุมโดย KPI ของแต่ละคน เพื่อประกันว่าเมื่อถึงสิ้นปี เป้าหมายรวมขององค์กรจะประสบความสำเร็จ

KPI

ตัวชี้วัดผลการดำเนินงานหลัก หรือ KPI (Key Performance Indicator) เป็นการวัดความก้าวหน้าของการบรรลุปัจจัยหลักแห่งความสำเร็จ หรือ ผลสัมฤทธิ์ขององค์กร โดยเทียบผลการปฏิบัติงานกับมาตรฐาน หรือ เป้าหมายที่ตกลงกันไว้ องค์กรสามารถใช้ผลของการวัดและการประเมิน ความก้าวหน้าของการบรรลุวิสัยทัศน์ขององค์กร เพื่อปรับปรุง ประสิทธิภาพการปฏิบัติงานขององค์กร ตัวชี้วัดผลการดำเนินงานหลักมีความเชื่อมโยงกับปัจจัยหลักแห่งความสำเร็จ ตัวชี้วัดผลการดำเนินงานหลักที่ดี ควรมีความเหมาะสม สามารถที่จะโน้มน้าวให้ทุกคนในองค์กร และ ผู้มีส่วนได้เสียประโยชน์ ตลอดจนสาธารณชนเชื่อถือ ผลงานที่วัดจาก ตัวชี้วัดผลการดำเนินงานหลักจะแสดงถึงภารกิจที่องค์กรจะต้องปฏิบัติบน พื้นฐานของเป้าหมายที่ตั้งไว้โดยต้องสามารถวัดได้อย่างเป็นรูปธรรม

KPI

คุณลักษณะของตัวชี้วัดผลการดำเนินงานหลักที่ดี คือ ต้อง "SMART" ได้แก่

1. **Specific** ความเฉพาะเจาะจง ตัวชี้วัดควรมีความชัดเจน และมีความหมายมุ่งไปยังสิ่งที่วัด ควรกำหนดตัวชี้วัดให้ชัดเจน ไม่กำกวม เพื่อมิให้เกิดการตีความผิดพลาดและเพื่อสื่อสารความเข้าใจให้ตรงกันทั่วทั้งองค์กร

2. **Measurable** เป็นตัวชี้วัดที่สามารถนำไปวัดผลการปฏิบัติงานได้จริง ข้อมูลที่ได้จากการวัดสามารถ นำไปเปรียบเทียบกับข้อมูลที่ได้ จากตัวชี้วัดอื่นและใช้วิเคราะห์ความหมายทางสถิติได้

3. **Attainable (Achievable)** สามารถบรรลุผลสำเร็จได้ องค์กรไม่ควรใช้ตัวชี้วัดผลการดำเนินงานหลักที่องค์กรไม่สามารถควบคุม ให้เกิดผลได้โดยตรง

4. **Realistic** มีความสมจริง ตัวชี้วัดผลการดำเนินงานหลัก มีความเหมาะสมกับองค์กรและไม่ใช้ต้นทุน การวัดที่สูงเกินไป

5. **Timely** สามารถใช้วัดผลการปฏิบัติงานได้ภายในเวลาที่กำหนด ควรปรับปรุงตัวชี้วัด ให้ทันสมัยอยู่เสมอ

A yellow arrow-shaped graphic pointing to the right, with a grey shadow underneath. The text is centered within the arrow.

ตารางแผนการดำเนินงาน

ตารางวางแผนการดำเนินงาน

Project Leader		Timing	
Objective		Target / Expected Impact	
Team Members		High Level Timeline	
<ul style="list-style-type: none">• Advisory :• Project Leader :• Training :• IT Development :			

ตารางงบประมาณ

รายการ	งบประมาณ		ผลดำเนินงานจริง		หมายเหตุ
	รายรับ	รายจ่าย	รายรับ	รายจ่าย	

Creative Business

CHINA HAMBURGER



BAO & BUNS HAMBURGER

ปณมนหน้าตาและรสชาติแนวใหม่ที่หุดขึ้นมาจากด้วยฝีมือคนยุคใหม่ ที่หันหลังให้กับงานออฟฟิศ มาเปิดร้านบริหารด้วยตัวเอง ชื่อว่า 'BAO & BUNS' ที่มีลักษณะคล้ายซาลาเปา โดดเด่นในรสชาติ สโด้ล การเลิร์ฟและการกินแบบคนพื้นเพดั้งเดิมจากไต้หวัน ที่เรียกกันว่าแฮมเบอร์เกอร์นั่นเอง เจ้าของร้านที่เกิดขึ้นชอบจากการได้กินตอนไปเรียนปริญญาที่อังกฤษ จึงกลายเป็นส่วนผสมสองภาษา ระหว่างซาลาเปา Bao (ไต้หวัน) และ Buns (อังกฤษ) ได้ทดลองปรับสูตรแบ่งจนนุ่ม หอม อร่อย และรสชาติได้เป็นแนวไทยได้รสคุ้นเคย



บรรยากาศที่ดูออกแบบได้อย่างน่ารัก เป็นกันเอง โดยใช้โต๊ะไม้ขนาดใหญ่ให้ลูกค้านั่งพูดคุยบนโต๊ะร่วมกัน หรือจะเปลี่ยนนุ่มกับนุ่มทอดยาว มีโต๊ะเล็กๆ ที่ยื่นออกมาจาก

ที่ใช้นั่งตัวเบ้ง ชวนให้ที่
เริ่มกันด้วย Bun w
อัดแน่นด้วยเนื้อหมูสัน
เฉพาะของร้าน หวาน
หอมมาในแผ่นแป้งแบบ
นุ่มและฟู มีรสชาติ โ
แก้มกับผักกาดดอง ไ
ศรียาซาฮีเหลือง ให้
หนอยเข้ากันได้ดี ที่
Chicken (
ใหม่

ภาพ : สุนัข ใส่อะ

CHINA SUKI



BIG JUMBO

ครัวต้น
ก๋วยเตี๋ยวเนื้อแฮมยักซ์
35 นาที กินฟรี



PACKAGE & BRAND



NEW PRODUCT



เสนอแผนขอกู้เงิน

- **เจ้าของกิจการ เสนอแผนขอกู้เงิน ประกอบธุรกิจ SME**
- **ผลิตและขายขนมสาลี เพื่อแข่งกับขนมโมจิ**
- **ในรายการทีวีช่องหนึ่ง โดยมีกรรมการ 3 ท่าน โดยกรรมการ**
- **1 ท่าน เป็นผู้บริหารธนาคารแห่งหนึ่ง**
- **ปรากฏว่าเสนอแผนกรรมการตัดสินใจไม่ผ่าน**
- **เพราะเจ้าของกิจการไม่ได้เตรียมทำแผนธุรกิจอย่างเป็นระบบ**
- **เมื่อถูกพิธีกรซักถาม จึงตอบแบบสะเปะสะปะ เป้าหมายขยาย**
ผลบานปลายไปเรื่อย เพราะไปหลงเล่นตามที่กรรมการ
ซักถามหลอกล่อ โดยไม่ยึดหลักเป้าหมายของตัวเอง

CASE STYDY – บริษัทการบินไทย



ภาวะวิกฤติบริษัทการบินไทย



ขาดทุน 20,000 ล้านบาท

ขาดสภาพคล่อง

ต้องกู้เงินธนาคารออมสิน 7,000 ล้านบาท



บริษัทการบินไทย ปรับแผนธุรกิจ

- ปรับเปลี่ยนทีมผู้บริหาร
- ลดค่าใช้จ่าย “โครงการจำใจจาก” พนักงานเข้าโครงการ 1,000 จากเป้าหมาย 900 คน
- ผู้โดยสารปรับตัวเพิ่มขึ้น อย่างเห็นได้ชัด
- ควบคุมเส้นทางบิน ทำให้ประหยัดต้นทุนจำนวนหนึ่ง
- เลื่อนรับมอบเครื่องบิน 2 ลำ จากปลายปี เป็นกลางปีถัดไป
- สภาพคล่อง เงินหมุนเวียนของบริษัทดีขึ้น จนมีสภาพคล่อง 15% ของรายได้ ทำให้ไม่ต้องกู้เงินธนาคารออมสิน 7,000 ล้านบาท เพราะได้รับเครดิตไลน์จากสถาบันการเงินเพิ่มขึ้น
- ตั้งคณะอนุกรรมการกำกับยุทธศาสตร์แผนฟื้นฟูการบินไทย

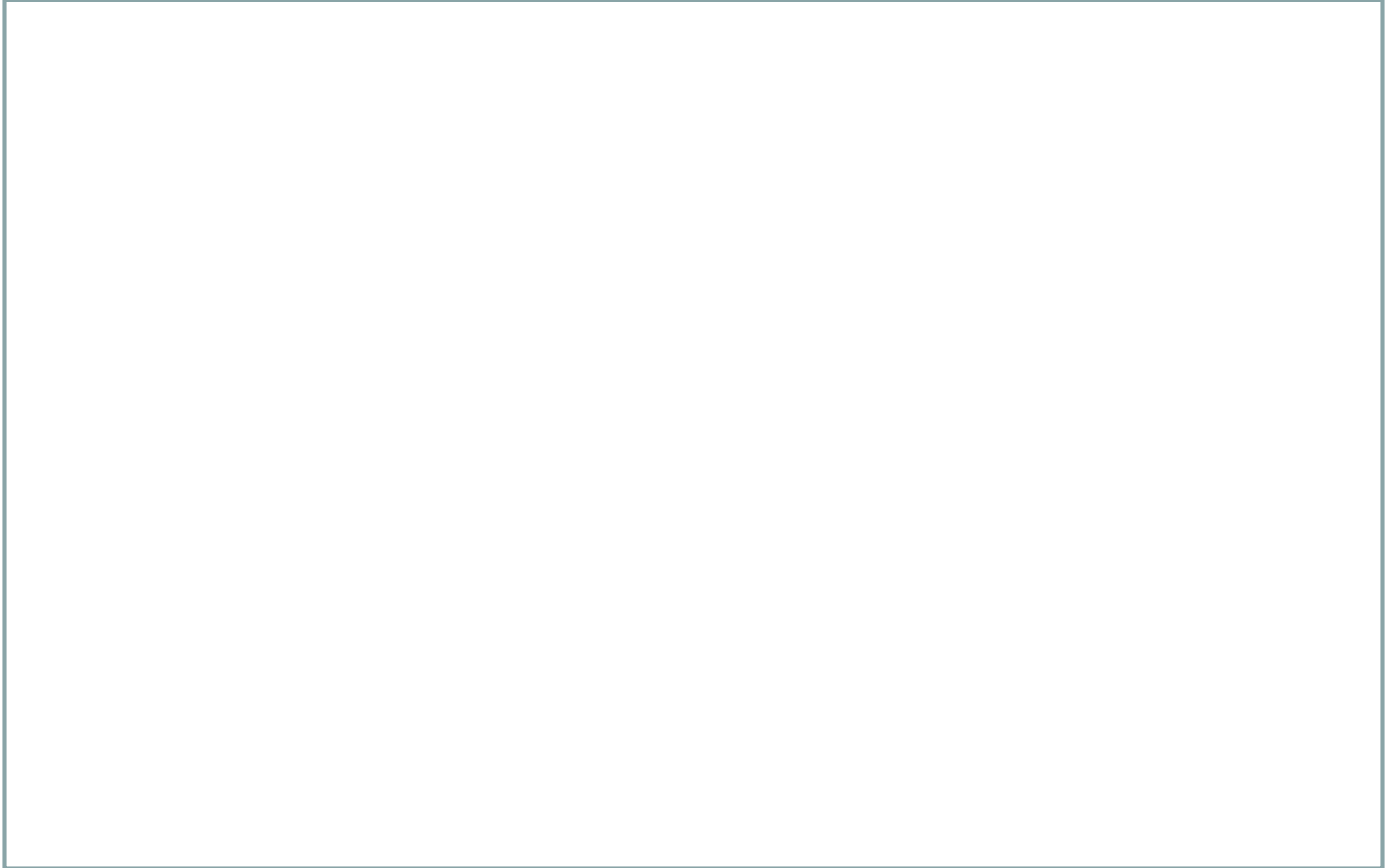
วิเคราะห์ SWOT (สภาพแวดล้อมภายนอก)

โอกาส	อุปสรรค

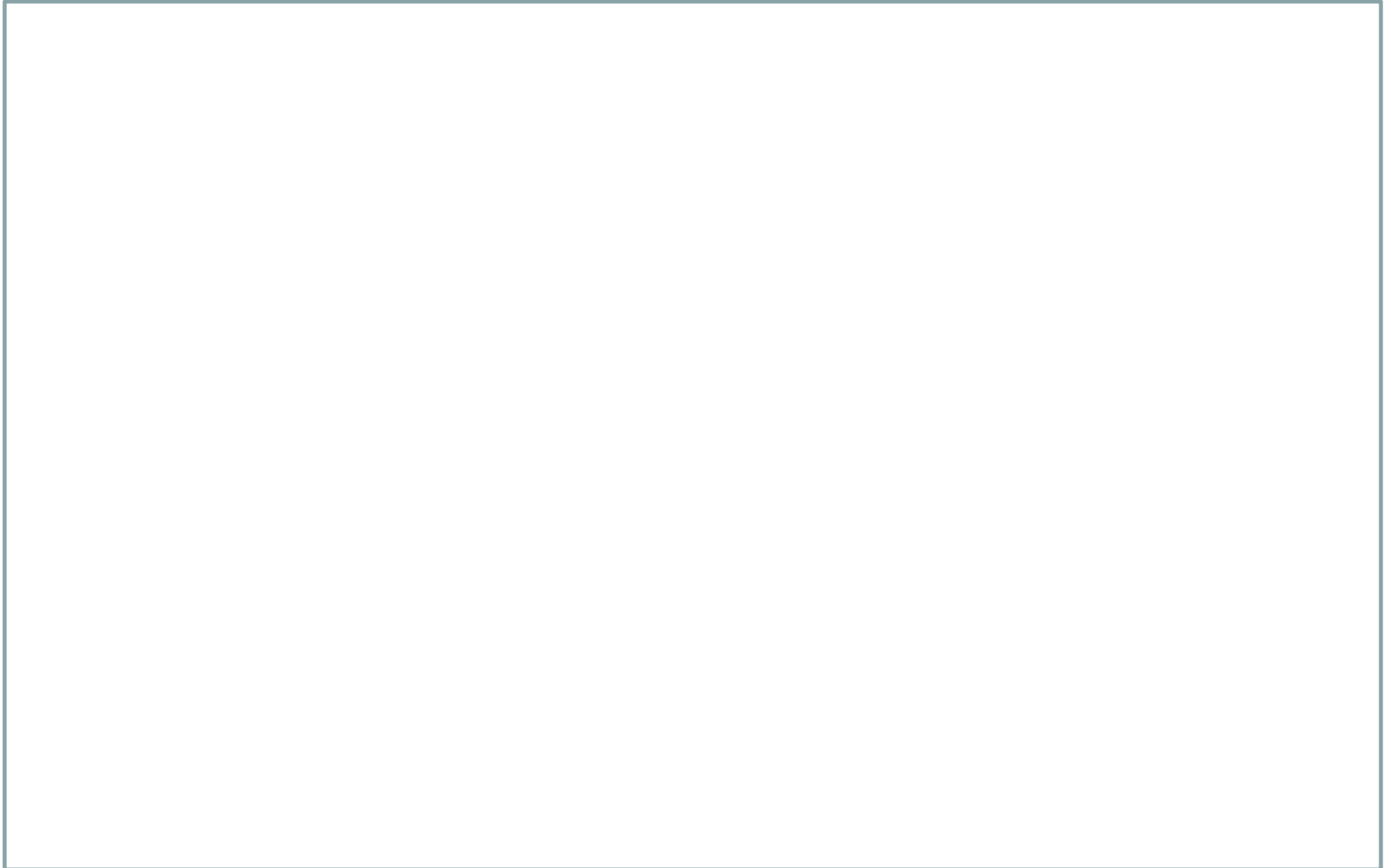
วิเคราะห์ SWOT (สภาพแวดล้อมภายใน)

จุดแข็ง	จุดอ่อน

ยุทธศาสตร์ (Strategy)

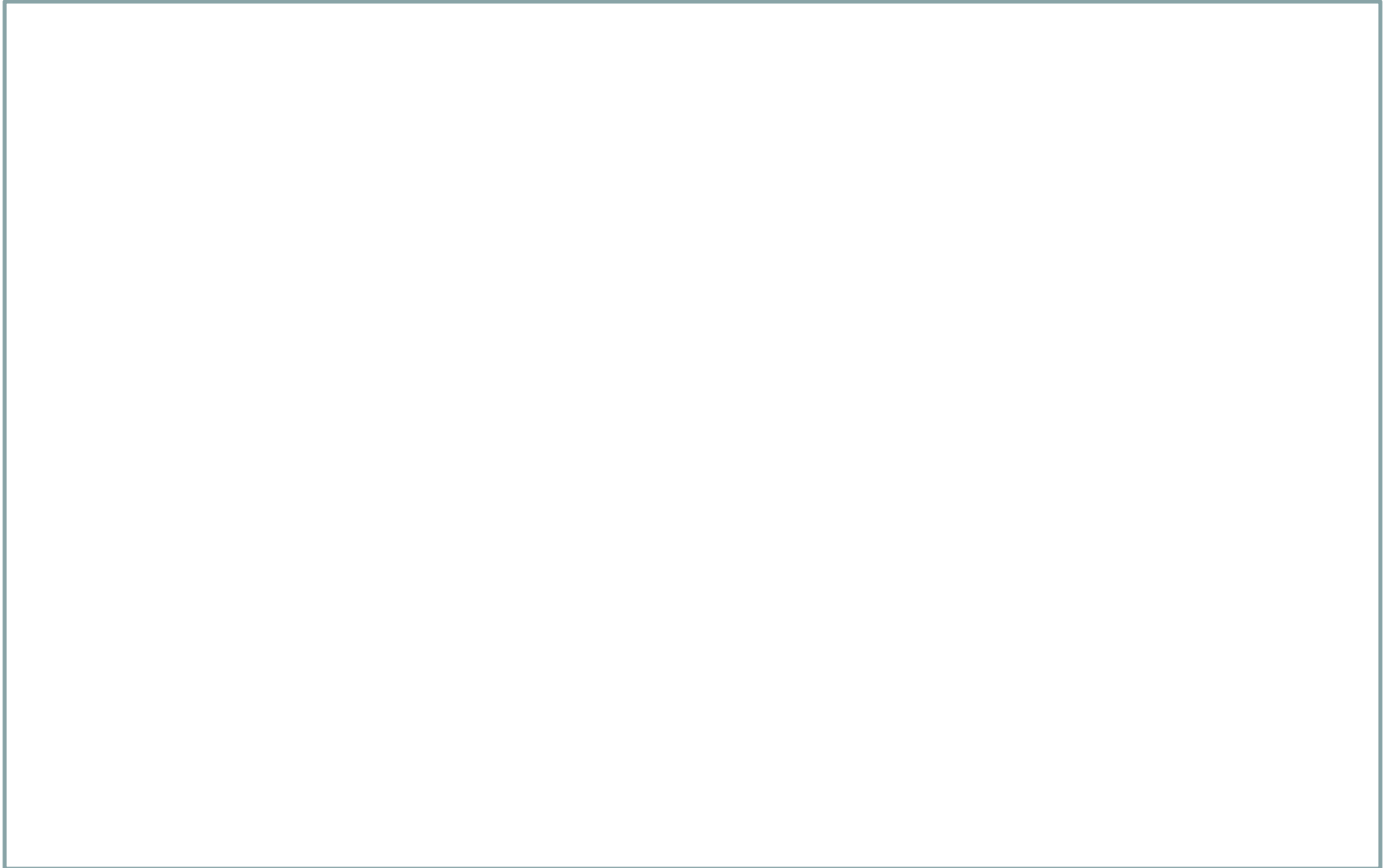


ภารกิจ (Mission)

A large, empty rectangular box with a thin black border, intended for writing the mission statement. The box is currently blank.

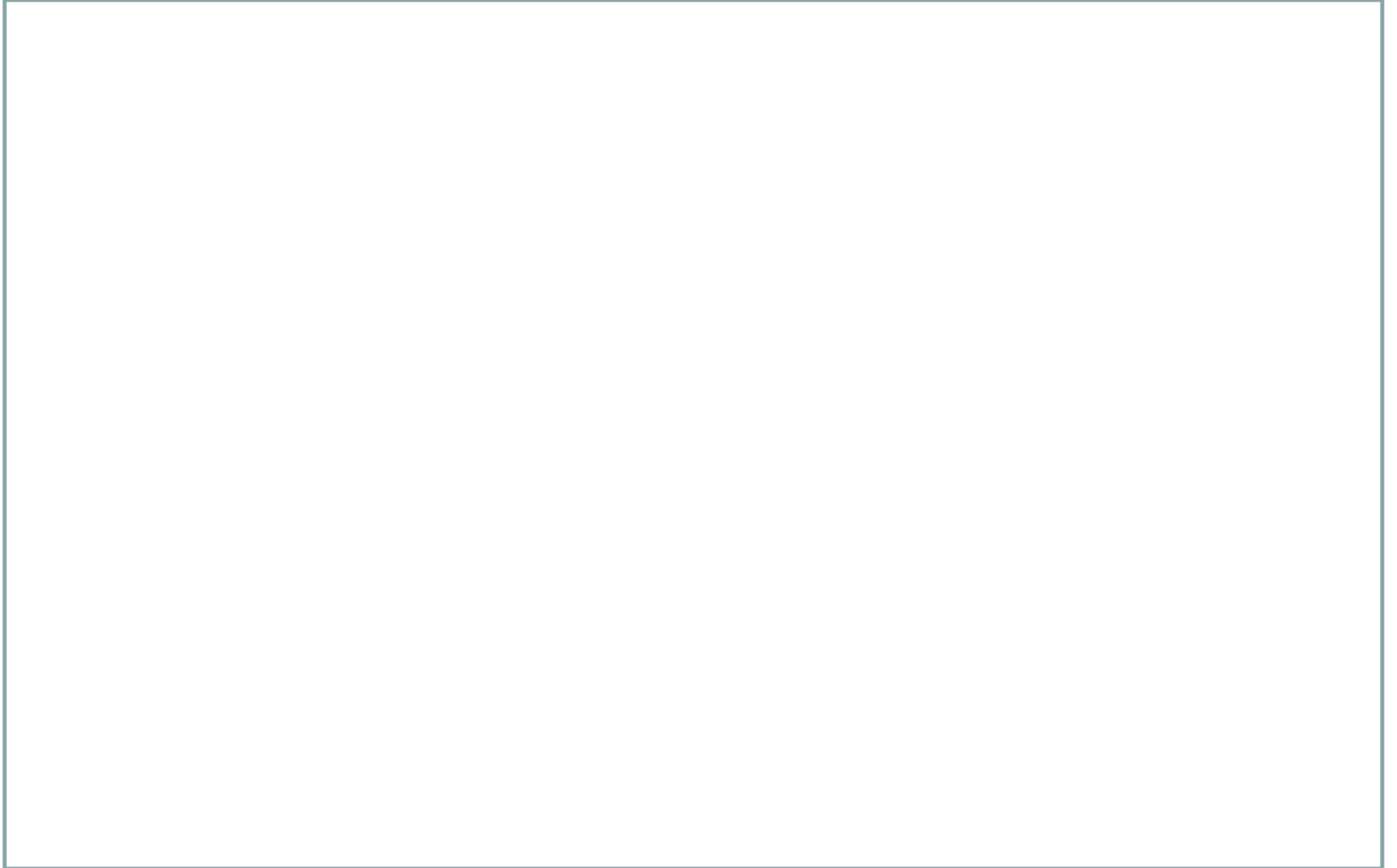
วิสัยทัศน์ (Vision)

นโยบาย (Policy)



วัตถุประสงค์ (Objective)

เป้าหมาย (Target)



แผนปฏิบัติ (Action Plan)

การบริหารจัดการองค์กร

แผนปฏิบัติ

การบริหารจัดการด้านการตลาด

แผนปฏิบัติ

การบริหารจัดการด้านการผลิต

แผนปฏิบัติ

การบริหารจัดการด้านบริหารเงิน

แผนปฏิบัติ

การบริหารจัดการด้านบุคลากร

แผนปฏิบัติ

การบริหารจัดการด้านอุปกรณ์เครื่องมือเครื่องมือ

แผนปฏิบัติ

การบริหารจัดการด้านการควบคุมและประเมินผล

แผนปฏิบัติ

การบริหารจัดการด้านวัดผลการดำเนินงาน (KPI)




แผนปฏิบัติ

ด้านกิจกรรมและโครงการต่าง ๆ

ตารางวางแผนโครงการ.....

วัตถุประสงค์โครงการ	เป้าหมาย																																			
<ul style="list-style-type: none"> • • • 	<ul style="list-style-type: none"> • จำนวนศิษย์เก่าเข้าร่วมงาน • จำนวนอาจารย์เข้าร่วมงาน • ประมาณการรายรับ..... 																																			
คณะดำเนินงาน	ตารางการดำเนินงาน																																			
<ul style="list-style-type: none"> • ที่ปรึกษา • ประธานโครงการ..... • หัวหน้าแผนก • หัวหน้าแผนก..... • หัวหน้าแผนก..... • เลขานุการโครงการ..... 	<table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <thead> <tr> <th style="text-align: center;">แผนปฏิบัติ</th> <th></th> <th></th> <th></th> <th></th> <th></th> <th></th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td style="vertical-align: top;"> <ul style="list-style-type: none"> • • • • </td> <td style="text-align: center; vertical-align: middle;">→</td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td></td> <td style="text-align: center; vertical-align: middle;">→</td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td></td> <td></td> <td style="text-align: center; vertical-align: middle;">→</td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td></td> <td></td> <td></td> <td style="text-align: center; vertical-align: middle;">→</td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> </tbody> </table>	แผนปฏิบัติ							<ul style="list-style-type: none"> • • • • 	→							→								→								→			
แผนปฏิบัติ																																				
<ul style="list-style-type: none"> • • • • 	→																																			
	→																																			
		→																																		
			→																																	

ตารางวางแผนโครงการ.....

ภาระงาน	ผู้รับผิดชอบ	มค	กพ	มีค	เมย	พค	มิย
แผนก..... 1.xxxxxx 2.Xxxxxx 3.Xxxxxxx							
แผนก..... 1.Xxxxxxx 2.Xxxxxxx 3.Xxxxxxx							
แผนก..... 1.Xxxxxxxx 2.Xxxxxxxx 3.xxxxxxxxxxxx							

ตารางงบประมาณ

รายการ	งบประมาณ		ผลดำเนินงานจริง		หมายเหตุ
	รายรับ	รายจ่าย	รายรับ	รายจ่าย	

A yellow banner with a grey shadow, shaped like a wide arrow pointing to the right. The banner has a white notch on the left side.

Case Study กรณีศึกษา

Case Study

อุตสาหกรรมฟาส์ทฟู๊ด

การสำรวจผู้บริโภคฟาส์ทฟู๊ด (Segmentation)

กลุ่มอายุ	ความถี่ของ การเข้าร้านฟาส์ทฟู๊ด
18-24	8.1
25-34	5.1
35-49	4.3
50-64	2.9
65+	2.8

ค่าอาหารกลุ่มอายุ	ชาย	หญิง
น้อยกว่า 2.50 เหรียญ	19%	31%
.51 - 3.00 เหรียญ	28%	28%
3.01 - 4.00 เหรียญ	25%	19%
มากกว่า 4.00 เหรียญ	27%	18%
ไม่ทราบ	1%	4%

Case Study

อุตสาหกรรมฟาส์ฟูด

ส่วนแบ่งตลาดสิบอันดับสูงสุดร้านฟาส์ฟูด (Segmentation)

บริษัท	ยอดขายภายในอเมริกา	255x	255x %
แมคโดนัลด์	6,362.0	18.9	19.2
เบอเกอร์ คิง	2,191.4	6.5	6.6
เคนต์ทักกี้ ฟรายด์ ชิคเก้น	1,700.0	5.1	5.3
เวนดี้ส์ อินเตอร์เนชันแนล	1,632.0	4.9	4.7
พิซซา ฮัท	1,329.0	3.9	3.8
อเมริกัน แดรี่ ครีน	1,200.2	3.6	3.4
ฮาร์ดี้ส์	1,167.0	3.5	3.3
เคนนีส์	740.0	2.2	2.2
เรด ลอบเตอร์	625.0	1.9	1.8
อาร์บีส์	575.0	1.7	1.8
รวมสิบอันดับ	17,521.6	100.0	100.0
อุตสาหกรรมรวม	33,529.0	100.0	100.0

Case Study

อุตสาหกรรมฟาส์ฟูด

ส่วนแบ่งตลาดสิบอันดับสูงสุดประเภทอาหาร (Segmentation)

บริษัท	จำนวนร้าน	255x	% ของส่วนแบ่ง	255x	% ของส่วนแบ่ง	เปลี่ยนแปลง %
แสมเบอเกอร์ ฮอทดอก ฯลฯ	107	15,990	47.6	18,100	47.2	14.2
สเติร์ก อาหารชุด	109	7,043	21.0	7,849	20.5	11.4
พิซซา	94	3,605	10.0	4,159	10.8	15.4
ไก่	80	3,308	9.8	3,958	10.8	19.7
เม็กซิกัน	38	1,305	3.9	1,576	4.1	20.7
อาหารทะเล	13	1,027	3.1	1,211	3.2	17.9
แพนเค้ก วอฟเฟิล	15	916	2.7	1,006	2.6	10.6
แซนวิช อื่น ๆ	39	398	1.9	518	1.8	31.6
รวม	440	33,592	100.0	38,883	100.0	14.3

Case Study

D' Lites of America - อุตสาหกรรมฟาสต์ฟู้ด

ประวัติ ดี' ไลท์ ออฟ อเมริกา

เป็นร้านอาหารฟาสต์ฟู้ดลูกโซ่สุขภาพ เป็นผู้เข้ารายใหม่รายหนึ่ง เมื่อปี 2524 ภายใน 2 ปี มีสาขา 5 แห่ง จนถึงปี 2533 วางแผนเปิดสาขา 1,000 แห่ง

วิสัยทัศน์ Vision

แนวคิดของผู้ก่อตั้ง เป็นนักฟุตบอล และผู้จัดการศูนย์สุขภาพหลายแห่ง และเป็นเจ้าของแฟรนไชส์ของเวินดีส์ โดยมีผู้บริหารก่อตั้งคำถามเกี่ยวกับแคลอรีและโซเดียมของฟาสต์ฟู้ดเวินดีส์กับเขา คำถามเหล่านี้กระตุ้นให้เขาต้องพิจารณาถึงอนามัยและโภชนาการฟาสต์ฟู้ด จึงเป็นที่มาของ " ดี' ไลท์ ออฟ อเมริกา อาหารฟาสต์ฟู้ดสุขภาพ"

Case Study

D' Lites of America - อุตสาหกรรมฟาส์ฟู้ด

ภารกิจ

เป็นคู่แข่งชั้นที่สำคัญรายหนึ่งของอุตสาหกรรม
ฟาส์ฟู้ด โดยจำหน่ายอาหารแคลอรีต่ำ เน้น
คุณภาพ บริการ และความสะอาด

Case Study

D' Lites of America - อุตสาหกรรมฟาส์ฟูด

เป้าหมาย

- การเจริญเติบโต ร้านอาหารจะถูกสร้างขึ้น 300 แห่ง ภายในสี่ปี และ 1,000 แห่ง ภายในสิบปี บริษัท เป็นเจ้าของเอง 20% และ 80% เป็นขายแฟรนไชส์ คุณภาพจะไม่ลดต่ำลง

เป้าหมาย

- ยอดขาย ร้านอาหารแต่ละแห่งจะต้องมียอดขาย 1 ล้าน เหรียญ หรือสูงกว่าต่อปี การเลือกทำเลอย่างถูกต้อง จะประกันการบรรลุเป้าหมาย

เป้าหมาย

- คุณภาพ ร้านอาหารแต่ละแห่งจะต้องสะอาด บริการดี และจำหน่ายอาหารที่มีคุณภาพแน่นอน คุณภาพจะถูก ตรวจสอบโดยหัวหน้างานภาคสนาม

Case Study

D' Lites of America - อดสาหกรรมฟาส์ฟูด

กลยุทธ์

กุญแจความสำเร็จของ ดี' ไลท์ ออฟ อเมริกา คือ
"แนวความคิดขายตัวเองได้"

จากแนวความคิด ความนิยมอาหารแคลอรีต่ำ และถูก
อนามัย เป็นจุดเริ่มต้นแห่งความสำเร็จ และยึดถือเป็น
กลยุทธ์ของรายตลอดมา

กลยุทธ์

รายการอาหาร

- รสดั้งเดิมต้องไม่เปลี่ยนแปลง
- ราคาของรายการอาหารทุกอย่างต้องแข่งขันได้
- ขยายประเภทอาหารเป็นทางเลือกของผู้บริโภค
ที่เคยชินกับแซนวิช และของหวาน
- เหนือสิ่งอื่นใด รายการอาหารจะต้องมีแคลอรีต่ำ
และโภชนาการมากขึ้น

Case Study

D' Lites of America - อุตสาหกรรมฟาสต์ฟู้ด

กลยุทธ์
เพิ่มรายการอาหาร

- อาหารเช้า

บิสคิต เอ็กแซนวิส ไลท์แพนเค้กและไซร์ป

น้ำผลไม้ ใส้กรอกและแฮม น้ำผลไม้สด

- อาหารเย็น

ไก่ แซมเบอเกอร์ ไก่และปลาอบ

สาเหตุต้องเพิ่มรายการอาหารสองมี้อดังกล่าว เพราะ
อุตสาหกรรมฟาสต์ฟู้ดไม่เจาะเข้าตลาดอาหารเย็น ใน
ขณะที่แมคโดนัลล์ครองตลาดอาหารเช้า

Case Study

D' Lites of America - อุตสาหกรรมฟาส์ฟูด

กลยุทธ์อื่น ๆ

- การออกแบบอาคาร โดยกำหนดมาตรฐานทุกสาขา ให้แตกต่างจากฟาส์ฟูดอื่น ซึ่งเป็นผลมาจากการวิจัยผู้บริโภค
- การวิจัยและพัฒนา โดยวิจัยผลิตภัณฑ์อาหาร และ การวิจัยศึกษาตลาด

Case Study

D' Lites of America - อุตสาหกรรมฟาสต์ฟู้ด

การโฆษณา
และ
ส่งเสริมการตลาด

- กลยุทธ์การตลาดที่สำคัญ คือ การสื่อสารภาพพจน์ที่ถูกต้องของร้านอาหาร และขายแนวความคิดแก่ผู้บริโภค บนฐานคำขวัญ "อาหารอร่อยหลายอย่าง แต่เป็นอาหารสุขภาพ/แคลอรีต่ำ"
- กลยุทธ์โฆษณา ใช้เครื่องมือ 3 อย่าง คือ
 - การประชาสัมพันธ์
 - วิทยู
 - สิ่งพิมพ์

โดยมุ่งเน้นการประชาสัมพันธ์มากที่สุด เนื่องจากบโฆษณาดำ ซึ่งต่ำกว่าอุตสาหกรรม

Case Study

D' Lites of America - อุตสาหกรรมฟาสต์ฟู้ด

การแข่งขัน

ธุรกิจร้านอาหารมีกาแข่งขันสูง และมักจะถูกกระทบจากการการเปลี่ยนแปลงรสนิยม และนิสัยการบริโภคของประชาชน สภาพเศรษฐกิจ และแบบแผนจราจร

ดี'ไลต์ แข่งขันด้วยทำเลของร้านอาหาร บริหารบุคคล แฟรนไชส์ คู่แข่งหลายรายมีผลิตภัณฑ์มันคงกว่า และทรัพยากรการเงินที่มากกว่า แต่ ดี'ไลต์ มีความได้เปรียบทางการแข่งขัน จากแนวความคิด โภชนาการ / แคลอรี เป็นแห่งแรก

Case Study

D' Lites of America - อุตสาหกรรมฝ้าสัฟุด

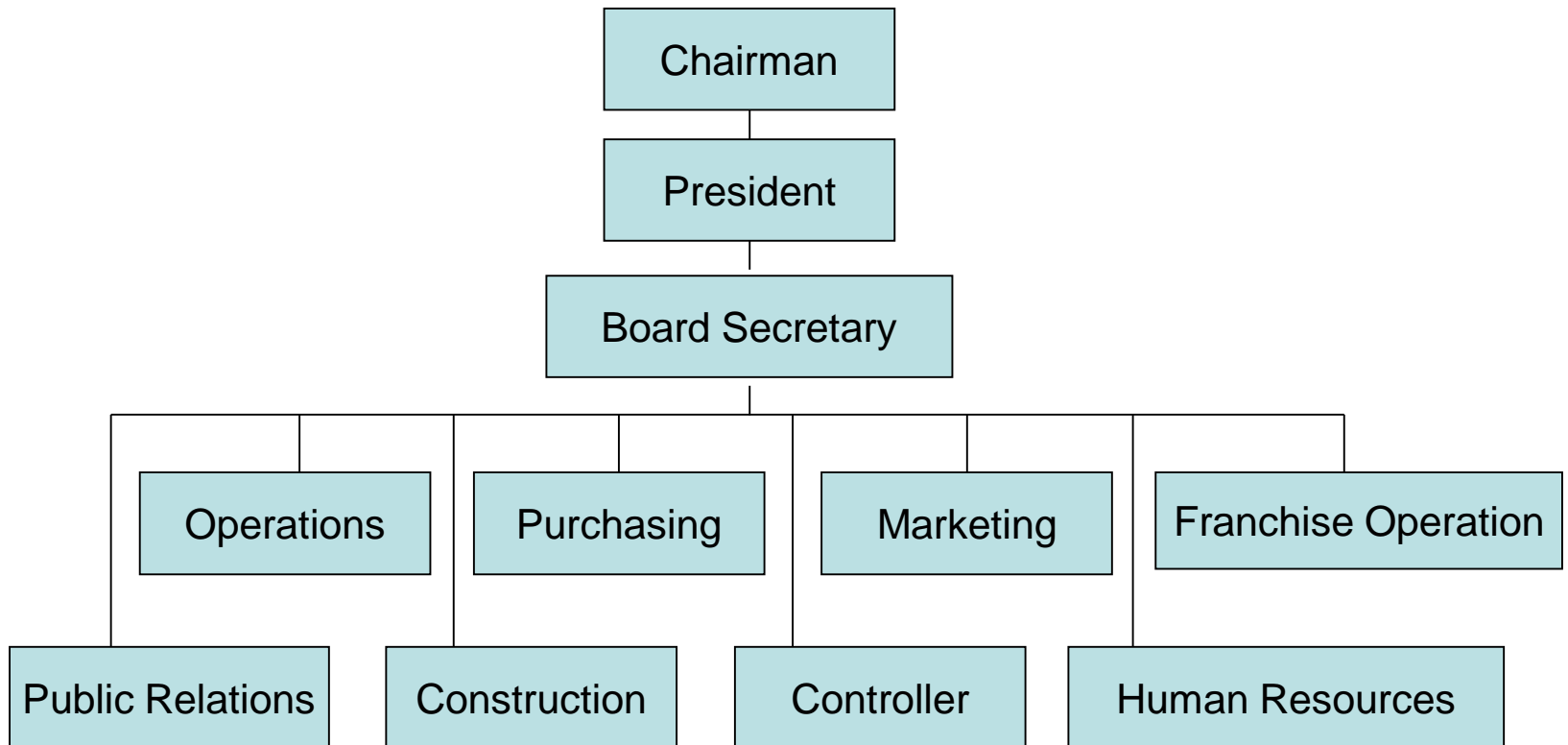
โครงสร้างองค์กร

ดี'ไลท์ แบ่งเป็นแผนกงาน แต่ละแผนกงานจะอยู่ภายใต้การควบคุมของรองประธาน (มีหลายคน) โดยรายงานตัวโดยตรงต่อประธานบริษัท โดยมีแผนกงาน ดังนี้

- การดำเนินงาน (เฉพาะสาขาที่บริษัทเป็นเจ้าของ)
- แฟรนไชส์ซิ่ง
- การดำเนินแฟรนไชส์
- การโฆษณาและประชาสัมพันธ์
- การตลาด
- ระบบข้อมูล
- การบัญชีและการควบคุม
- การฝึกอบรม
- การจัดซื้อ
- ทรัพยากรมนุษย์

Case Study

D' Lites of America - อุตสาหกรรมฝ้าสท์ฟูด



Case Study

D' Lites of America - อุตสาหกรรมฟ้าสัพท์ุด

การควบคุม นโยบาย

- ดี' ไลท์ จะเน้นการแบ่งเป็นแผนงาน รองประธาน แต่ละคน จะต้องกำหนดนโยบายของพวกเขาเอง นอกเหนือจากนโยบายบริษัท การเปลี่ยนแปลงที่กระทบต่อแผนงาน ต้องถูกแก้ไขโดยรองประธาน ของแผนงานนั้น
- นโยบาย หรือ ขั้นตอนการปฏิบัติงานที่กระทบต่อ บริษัท ต้องถูกทบทวน โดยคณะกรรมการเสียก่อน โดยประธานคณะกรรมการ และรองประธานแผนก งานทุกคนที่ถูกกระทบจากการเปลี่ยนแปลงที่เสนอ เช่น คณะกรรมการผลิตภัณฑ์ จะประกอบด้วย ประธานบริษัท และกรรมการ ฝ่ายการดำเนินงาน การตลาด และการโฆษณา
- แนวคิดนั้นต้องสอดคล้องกับแนวคิดของ ดี' ไลท์ หรือไม่

Case Study

D' Lites of America - อุตสาหกรรมฟาส์ฟูด

การควบคุม การบัญชี

- การบัญชีของร้านอาหารแต่ละแห่งจะมุ่งตรวจต้นทุน และข้อแตกต่างของมาตรฐานที่กำหนดไว้ ร้านอาหารแต่ละแห่งจะทำแบบฟอร์มรายจ่ายประจำวัน และสัปดาห์งบการเงินรายไตรมาส ของร้านอาหารแต่ละแห่งจะถูกจัดทำขึ้นมาจากข้อแตกต่าง ของผลกำไรแลต้นทุนจากมาตรฐานที่กำหนดไว้ และจะถูกตรวจวิเคราะห์อย่างรอบคอบโดยเจ้าหน้าที่ของบริษัท

Case Study

D' Lites of America - อดสาหกรรมฟาส์ฟูด

งบประมาณ ของ ดีไลท์

	2525	2526	2527 *
ยอดขายรวม (ล้านเหรียญ)	1.5	4.5	8.0
กำไรสุทธิ			500,000
ยอดขายเฉลี่ยต่อร้าน (ล้านบาท)	3	1.2	1.3
รายจ่ายค่าอาหารเฉลี่ยต่อคน	1.95	2.05	2.05
จำนวนร้าน	3	4	60
% การเพิ่มราคาอาหาร	6%	6%	6%

* คาดคะเน

เทคนิคการเรียนรู้หนังสือให้เก่ง

นิวัฒน์ ทุตติยภาค

ไม่ต้องอัจฉริยะก็เก่งได้ ถ้ามีหลักการที่ดีและปฏิบัติอย่างจริงจัง โดยใช้หลัก “อิทธิบาท 4” คือ ฉันทะ (มีความตั้งใจ) วิริยะ (มีความเพียร) จิตตะ (มีจิตใจผ่องใส) วิมังสา (หมั่นตรึกตรองด้วยสติ) เมื่อยึดถือปฏิบัติย่อมประสบความสำเร็จได้ทุกเรื่อง

สำหรับการเรียนรู้ให้เก่งมีขั้นตอนดังนี้

- หนังสือเรียนทุกเล่มจะมีสารบัญ ให้อ่านสารบัญทั้งหมด เพราะจะทำให้รู้ว่าหนังสือเล่มนั้นมีเนื้อหาอะไรบ้าง และวัตถุประสงค์ของหนังสือเล่มนั้นต้องการให้นักศึกษาเรียนรู้อะไรบ้าง การอ่านสารบัญหนังสือก่อนจะทำให้ทราบ “ภาพรวม” ทั้งหมด ตอนเรียนจะได้ไม่งงเป็นไก่ตาแตก เพราะอาจารย์จะสอนเป็นบท ๆ โดยไม่บอกภาพรวมให้นักศึกษารู้ล่วงหน้าก่อนว่าวิชานั้น ๆ เรียนเพื่ออะไร เรียนทำไม ดังนั้น นักศึกษาเรียนจบแล้ว “ยังไม่ทราบเลยว่าจะไปใช้ประโยชน์ได้อย่างไร”
- ก่อนเข้าเรียนแต่ละวิชา ควรอ่านหนังสือล่วงหน้า สมมติว่าอาจารย์จะสอนบทที่หนึ่งก็อ่านล่วงหน้าบทที่หนึ่ง ถ้าอ่านอย่างละเอียดไม่ทันอาจจะอ่านผ่าน ๆ เร็ว ๆ เพื่อให้รู้ว่าบทที่หนึ่งมีเนื้อหาอะไร เมื่ออาจารย์สอนเราจะได้ตามอาจารย์ทัน และเข้าใจทันทีว่าอาจารย์ต้องการสอนอะไร และจะทำให้เราเรียนหนังสือได้ด้วยความสนุก วิธีนี้เช่นเดียวกันช่วยให้ “ไม่ต้องเรียนไปงงไปเป็นไก่ตาแตกไปจนหมดชั่วโมง”
- ขณะที่เรียนในห้องเรียนต้องตั้งใจฟังอาจารย์ด้วยสมาธิด้วยความตั้งใจ ซึ่งการอ่านหนังสือล่วงหน้ามาก่อนตามข้อ 2. จะทำให้สนใจเรียน เพราะอยากรู้ว่าอาจารย์สอนเหมือนในหนังสือหรือไม่ และอาจารย์สอนเพิ่มเติมจากหนังสืออะไรบ้าง การเรียนอย่างมีประสิทธิภาพที่สุดคือ เลือกที่นั่งแถวหน้า ถ้าเราตัวสูงก็อาจเลือกโต๊ะหน้าด้านข้าง เพราะนั่งกลางอาจบังเพื่อนที่อยู่ด้านหลัง

ถ้านิ่งแถมหลังเพื่อนอยู่ข้างหน้าจะบัง หรือเพื่อนขยับตัว หรือคุยกัน จะทำให้เราเสียสมาธิ ทำให้กลายเป็นเสมือนคนสมาธิสั้น ฟังอาจารย์สอนไม่ปะติปะต่อ “ผลสุดท้ายไม่เข้าใจว่า อาจารย์สอนอะไร”

- เมื่อเรียนจากห้องเรียนแล้ว ตลอดเทอมการศึกษาจะต้องอ่านหนังสือทบทวน หนังสือหนึ่งเล่มควรได้อ่านทบทวนไม่น้อยกว่า 3 จบ แต่มีใช้มาเร่งอ่านตอนใกล้สอบ หรือ อ่านหนังสือหน้าห้องสอบ ถ้าทำเช่นนั้นไม่ใช่งงเป็นไก่อตาแตก “แต่จะสติแตกก่อนเข้าห้องสอบ”
- เมื่อเราตั้งใจเรียนและเข้าใจเนื้อหาของหนังสือแต่ละวิชาดีแล้ว เราสามารถแก่งข้อสอบได้ด้วยการทำตัวเป็นอาจารย์ โดยคิดออกข้อสอบและหาคำตอบด้วยตัวเอง เพราะหลักการของเนื้อหาในหนังสือเรียนจะมีสาระด้วยองค์ประกอบหลักๆ ดังนี้ เนื้อหาที่เป็นปัจจัยหลัก ปัจจัยรอง เป็นส่วนประกอบ ถ้าเราจับประเด็นได้ว่า อะไรเป็นเนื้อหาหลัก อะไรเป็นเนื้อหารอง อะไรเป็นเนื้อหาที่เป็นส่วนประกอบ (น้ำท่วมทุ่งผักบุ้งโหรงเหรง) หนังสือทุกบทต้องมีสาระสำคัญที่จะแก่งข้อสอบได้ “การแก่งข้อสอบจึงทำได้ง่าย ๆ”
- เมื่อถึงวันสอบ ทำใจให้สบายไม่ต้องกังวล พร้อมเข้าห้องสอบแบบหัวใจเต็มร้อย เพราะเราเตรียมตัวมาดีตลอดทั้งปี อ่านข้อสอบให้เข้าใจและตอบด้วยความมั่นใจ รับรองข้อสอบออกมาก็ข้อสอบได้หมด “เพราะเราแก่งข้อสอบดักไว้หมดแล้ว” ใช่หรือไม่ ???

การปฏิบัติดังกล่าวข้างต้น คือการวางแผนการเรียนอย่างเป็นระบบ “ไม่อัจฉริยะก็เก่งได้” เมื่อสำเร็จการศึกษาออกไปทำงาน มีวิธีการการวางแผนที่ดี มีหลักอิทธิบาท 4 ย่อมประสบความสำเร็จในชีวิตอย่างแน่นอน

“ มีลูกสอนลูก มีหลานสอนหลาน มีลูกศิษย์สอนลูกศิษย์”

Marketing Scope

Part 1 Understanding marketing management

- **Understanding the critical role of marketing in organization and society**
- **Laying the groundwork through strategic planning**
- **The Marketing management process and marketing planning**

Marketing Scope

Part 2 Analyzing marketing opportunities

- **Marketing information systems and marketing research**
- **Analyzing the marketing environment**
- **Analyzing consumer marketing and buyer behavior**
- **Analyzing organization marketing and buyer behavior**
- **Analyzing competitors**
- **Measuring and forecasting marketing**
- **Identifying marketing segments, selecting target marketing, and developing market positions**

Marketing Scope

Part 3 Designing marketing strategies

- **Marketing strategies for market leaders. Challengers, followers, and nichers**
- **Marketing strategies for different stages of the product life cycle**
- **Marketing strategies for global marketplace**

Marketing Scope

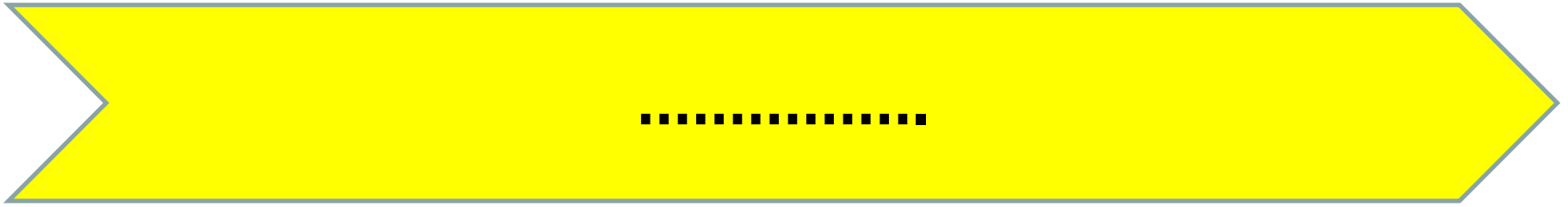
Part 4 Planning marketing programs

- **Planning marketing programs**
- **Managing products, product lines, and brands**
- **Managing services**
- **Designing pricing strategies and programs**
- **Selecting and managing marketing channels**
- **Managing retailing, wholesaling, and physical-distribution Systems**
- **Designing communication and promotion mix strategies**
- **Designing effective advertising programs**
- **Designing sales promotion and public relations programs**
- **Managing the sales force**

Marketing Scope

Part 5 Organizing, implementing, and controlling marketing effort

- **Organizing and implementing marketing programs**
- **Evaluating and controlling marketing performance**



Action Plan

Current & Project Financials

Current Financials		2554	2555	2556
รายได้รวม	ล้านบาท	20,681	30,087	28,987
กำไรสุทธิ	ล้านบาท	2,015	2,938	1,930
สินทรัพย์รวม	ล้านบาท	36,706	46,495	60,040
หนี้สินรวม	ล้านบาท	24,860	31,270	42,972
ส่วนของผู้ถือหุ้น	ล้านบาท	11,846	15,225	17,068

Action Plan

Current & Project Financials

Projection Financials

2557

2558

2559

รายได้รวม	ล้านบาท	20,681	30,087	28,987
กำไรสุทธิ	ล้านบาท	2,015	2,938	1,930
สินทรัพย์รวม	ล้านบาท	36,706	46,495	60,040
หนี้สินรวม	ล้านบาท	24,860	31,270	42,972
ส่วนของผู้ถือหุ้น	ล้านบาท	11,846	15,225	17,068

Action Plan

วางแผนปฏิบัติ
ด้านบริหารบุคคล

- การบริหารบุคคล
- การบริหารองค์กร
- การบริหารการตลาด
- การบริหารผลิตภัณฑ์
- การบริหารเงิน
- เครื่องมือ / อุปกรณ์