

ปีที่ 5 ฉบับที่ 1 เดือนมกราคม-มีนาคม 2553

SCB
ไทยพาณิชย์ 

BiZ Circle

วารสารรายไตรมาสเพื่อลูกค้าธุรกิจธนาคารไทยพาณิชย์

"Online Marketing"

- สัมภาษณ์ Guru และผู้บริหารในธุรกิจ Online
- แนวโน้มเศรษฐกิจไทย และเศรษฐกิจโลกปี 2553
- สีสันวันสบาย เชิญเที่ยวเพลินวาน

เชิญร่วมส่ง
ภาพถ่าย
Together,
we can



T. Buliyak

คุณไตรรงค์ บุตราภาค

ผู้ช่วยผู้จัดการใหญ่

สายกลยุทธ์และผลิตภัณฑ์

กลุ่มลูกค้าธุรกิจ

ธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน)

ท่านผู้ประกอบการสามารถประยุกต์ ใช้ Online Marketing เพื่อขยายธุรกิจได้หลากหลายรูปแบบ นอกจากนั้น การสื่อสารในรูปแบบของสังคมออนไลน์สมัยใหม่ก็สามารถนำมาใช้เป็นเครื่องมือการตลาดที่ทรงประสิทธิภาพ

ปัจจุบันการทำการตลาดผ่านช่องทางออนไลน์ หรือ Online Marketing ได้รับความนิยมอย่างสูงทั้งในประเทศ และต่างประเทศด้วยประโยชน์ที่โดดเด่นหลายประการ อาทิ สามารถช่วยให้ท่านผู้ประกอบการขยายพรมแดนธุรกิจ และเพิ่มช่องทางการตลาดของท่านไปยังส่วนต่างๆ ของโลกได้อย่างรวดเร็วด้วยต้นทุนต่ำ ท่านผู้ประกอบการสามารถประยุกต์ใช้ Online Marketing เพื่อขยายธุรกิจได้หลากหลายรูปแบบ ทั้งการเสริมสร้างความแข็งแกร่งให้ธุรกิจซึ่งมีหน้าร้านแบบเดิม หรืออาจสร้างธุรกิจให้ประสบความสำเร็จได้ด้วยการเปิดขายสินค้าผ่านระบบออนไลน์ หรือ e-Commerce เพียงอย่างเดียวโดยไม่จำเป็นต้องมีหน้าร้าน นอกจากนั้น รูปแบบการสื่อสารในรูปแบบของสังคมออนไลน์สมัยใหม่อย่าง Facebook และ Twitter ก็สามารถนำมาใช้เป็นเครื่องมือการตลาดที่ทรงประสิทธิภาพ หากได้นำไปใช้ในรูปแบบที่เหมาะสม

Biz Circle ฉบับนี้จึงได้นำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับการตลาดผ่านช่องทางออนไลน์ หรือ Online Marketing โดยนำเสนอมุมมองจากผู้เชี่ยวชาญ และตัวอย่างการประยุกต์ใช้การตลาดออนไลน์ที่ประสบความสำเร็จ เพื่อให้ท่านผู้ประกอบการพิจารณา และอาจได้นำไปปรับใช้ให้เป็นประโยชน์ต่อธุรกิจของท่านต่อไป

สุดท้ายนี้ ธนาคารไทยพาณิชย์ ขอขอบพระคุณผู้บริหารทุกท่านที่มอบความไว้วางใจ ให้ธนาคารฯ ได้มีส่วนสนับสนุนธุรกิจของท่านเสมอมา ธนาคารฯ ยังคงมุ่งมั่นพัฒนาบริการและบุคลากรอย่างไม่หยุดยั้ง เพื่อเป็นพันธมิตรที่พร้อมช่วยส่งเสริมธุรกิจของท่านให้ประสบความสำเร็จยิ่งขึ้น และก้าวไปได้ไกลกว่าเดิม เช่นเดียวกับสโลแกนของธนาคาร “ไปด้วยกัน...ไปได้ไกล (Together, we can)”

BIZ Circle

04 มุมมองเศรษฐกิจ

แนวโน้มเศรษฐกิจไทย และ
เศรษฐกิจโลกปี 2553



08 ความรู้คู่ธุรกิจ

Online Marketing
พลังการตลาดดิจิทัล
ที่ผู้ประกอบการไม่ควรมองข้าม



16 คุยกับนักบริหาร

เสริมอุดมการณ์ ความสำเร็จ
ฉบับซีอีโอดอกคอม

20 คุยกับพันธมิตร

Google จากจุดเล็กๆ
สู่ความยิ่งใหญ่บนเวทีสากล



BIZ Circle Life

26 สีสันวันสบาย

เพลินวาน หัวหิน

30 นวัตกรรมน่ารู้

31 สุขภาพนักบริหาร

Neuro Emergency

32 ตระเวนชิม

ริมชายหาด @ หัวหิน

33 พักสมอง

Are You Online?
กิจกรรมภาพถ่าย
Together, we can



แนวโน้มเศรษฐกิจไทยและเศรษฐกิจโลกในปี 2553



เศรษฐกิจไทยได้ผ่านพ้นจุดต่ำสุดไปแล้วและกำลังอยู่ในช่วงฟื้นตัว อย่างไรก็ตามการเติบโตจะขึ้นอยู่กับแนวโน้มการฟื้นตัวของเศรษฐกิจโลกที่จะส่งผลกระทบต่อภาคการผลิตและการส่งออกของไทย โดยเรามองว่าภาวะเศรษฐกิจไทยในปี 2553 จะขยายตัวได้ราวร้อยละ 3.5-4.5 (YOY) เทียบกับที่หดตัวในปี 2552

โดยรวมแล้วการฟื้นตัวของเศรษฐกิจไทยในปี 2553 คงจะเป็นไปอย่างช้าๆ และมีแนวโน้มชะลอลงในช่วงครึ่งหลังของปี ตามการชะลอตัวของเศรษฐกิจโลก โดยเป็นผลมาจากการกระตุ้นเศรษฐกิจจากรัฐบาลประเทศต่างๆ ที่จะแผ่วลงโดยเฉพาะสหรัฐฯ กอปรกับแนวโน้มการฟื้นตัวของเศรษฐกิจโลกโดยรวมที่ยังค่อนข้างเปราะบางและมีความไม่แน่นอนสูง ทั้งนี้ เนื่องจากหลายประเทศหลักที่เคยเป็นตัวขับเคลื่อนเศรษฐกิจโลก ซึ่งรวมถึงกลุ่มประเทศมั่งคั่ง เช่น สหรัฐฯ กลุ่มสหภาพยุโรป และญี่ปุ่น (กลุ่ม G3) ได้รับความเสียหายทางเศรษฐกิจที่ค่อนข้างรุนแรงจากวิกฤติเศรษฐกิจครั้งที่ผ่านมา และนำไปสู่การเปลี่ยนแปลงครั้งสำคัญทั้งในแง่โครงสร้างเศรษฐกิจและบทบาทในการเป็นแกนนำในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจโลก แต่อย่างไรก็ตาม ก็ยังไม่มีประเทศใดเข้ามาแทนที่สหรัฐฯ ในการเป็นผู้นำเข้าสินค้าของโลกได้ ดังนั้น การฟื้นตัวของเศรษฐกิจโลกจึงอาจจะไม่ราบรื่นเท่าที่ควรนัก และจะมีผลให้แนวโน้มการขยายตัวทางเศรษฐกิจโลกในระยะต่อไปอีก 2-3 ปีข้างหน้ายังคงต่ำกว่าค่าเฉลี่ยปกติ (sub-par growth)

4

ภาคการส่งออกจะมีบทบาทหลักในการผลักดันการขยายตัวของเศรษฐกิจไทย การส่งออกสินค้าและบริการมีแนวโน้มขยายตัวต่อเนื่องจากช่วงปลายปี 2552 ตามการฟื้นตัวของอุปสงค์ในตลาดโลก ซึ่งการเติบโตดังกล่าวจะส่งผลให้ดัชนีผลผลิตภาคอุตสาหกรรม (Manufacturing Production Index: MPI) ของไทยปรับตัวดีขึ้นไปด้วย โดยเฉพาะอย่างยิ่งในกลุ่มธุรกิจที่เน้นผลิตเพื่อส่งออกเป็นหลัก (export-oriented industries) อย่างไรก็ตาม แนวโน้มการส่งออกในช่วงครึ่งหลังของปี 2553 อาจจะแผ่วลงบ้างจากช่วงครึ่งปีแรก ตามการฟื้นตัวของเศรษฐกิจโลกที่คาดว่าจะชะลอลงภายหลังผลของมาตรการกระตุ้นเศรษฐกิจจากรัฐบาลประเทศต่างๆ ทั่วโลกเริ่มแผ่วลง

ภาคการเกษตรมีแนวโน้มที่จะขยายตัวได้ต่ำกว่าค่าเฉลี่ยระหว่างปี 2547 – 2552 ซึ่งเคยอยู่ที่ราว 1.5% ต่อปี โดยเป็นผลจากความแห้งแล้ง และปัญหาแมลงศัตรูพืช เช่นเดียวกับในหลายประเทศเกษตรกรรมที่คาดว่าผลผลิตจะลดลงด้วยสาเหตุจากภัยธรรมชาติ ทว่าการลดลงของผลผลิตจะทำให้ราคาสินค้าเกษตรปรับตัวสูงขึ้น

ภาคการท่องเที่ยวและบริการมีแนวโน้มปรับตัวดีขึ้นตามการฟื้นตัวของภาวะเศรษฐกิจในกลุ่มประเทศซึ่งเป็นตลาดท่องเที่ยวหลักของไทย การฟื้นตัวทางเศรษฐกิจของประเทศซึ่งเป็นตลาดนักท่องเที่ยวหลักของไทย จะส่งผลให้จำนวนนักท่องเที่ยวต่างประเทศขยายตัวประมาณร้อยละ 8-10 จากปี 2552 โดยเราคาดว่านักท่องเที่ยวจากประเทศในแถบเอเชีย อาทิ เกาหลี อินเดีย จีน และไต้หวัน รวมถึงนักท่องเที่ยวจากออสเตรเลียจะเพิ่มขึ้นมากที่สุด

อย่างไรก็ดี แม้ว่าการบริโภคภาคครัวเรือนจะได้รับอานิสงส์ส่วนหนึ่งจากการฟื้นตัวของภาคท่องเที่ยวและบริการ เนื่องจากธุรกิจดังกล่าวมีส่วนการจ้างงานถึงเกือบร้อยละ 25 ของจำนวนแรงงานทั้งหมดในระบบ แต่เนื่องจากแรงงานในกลุ่มนี้ส่วนใหญ่เป็นผู้มีรายได้ระดับล่าง (เฉลี่ยต่ำกว่า 10,000 บาทต่อเดือน) ดังนั้น การฟื้นตัวของการใช้จ่ายในกลุ่มนี้จึงไม่น่าจะช่วยขับเคลื่อนเศรษฐกิจได้มากนัก โดยเราคาดว่าภาคครัวเรือนในปี 2553 จะขยายตัวประมาณร้อยละ 3 ซึ่งยังคงต่ำกว่าการฟื้นตัวในช่วงหลังวิกฤตดอตคอมในสหรัฐฯ เมื่อปี 2545 ซึ่งอยู่ที่ประมาณร้อยละ 5 ขณะที่การลงทุนภาคเอกชนมีแนวโน้มขยายตัวในระดับต่ำเช่นกัน จากผลกระทบของการระงับโครงการลงทุนในนิคมอุตสาหกรรมมาบตาพุด ซึ่งคาดว่าจะยังคงเป็นปัจจัยลบต่อเศรษฐกิจไทยต่อเนื่องในระยะยาว

ขณะที่เม็ดเงินจากการกระตุ้นเศรษฐกิจของรัฐบาลอาจจะเพิ่มขึ้นได้ไม่มากนัก โดยเฉพาะอย่างยิ่งเม็ดเงินจากงบประมาณกระตุ้นเศรษฐกิจระยะที่ 2 (SP2) หรือ “แผนปฏิบัติการไทยเข้มแข็ง 2555” เนื่องจากการเบิกจ่ายเงินในปีงบประมาณ 2553 ส่วนใหญ่ทดแทนส่วนของงบประมาณประจำปีที่ถูกปรับลดไปก่อนหน้านี้ ซึ่งหากรวมกับการใช้จ่ายทั้งในส่วนของเงินในงบประมาณและนอกงบประมาณ เม็ดเงินที่ได้อาจจะออกมาใกล้เคียงกับเงินงบประมาณในปี 2552



สำหรับอัตราเงินเฟ้อในปี 2553 มีแนวโน้มปรับตัวสูงขึ้นตามการเพิ่มขึ้นของราคาน้ำมันในตลาดโลก ซึ่งเป็นผลมาจากความต้องการบริโภคน้ำมันที่มีแนวโน้มสูงขึ้นตามการฟื้นตัวของเศรษฐกิจโลก บวกกับแนวโน้มการอ่อนค่าอย่างต่อเนื่องของเงินดอลลาร์สหรัฐฯ อย่างไรก็ตาม เราเชื่อว่าการเพิ่มขึ้นของราคาน้ำมันในตลาดโลกคงจะเป็นไปอย่างช้าๆ โดยคาดว่าราคาน้ำมันดิบ WTI ณ สิ้นปี 2553 ที่ประมาณ 82 ดอลลาร์สหรัฐฯ ต่อบาร์เรล ขณะที่แรงกดดันด้านเงินเฟ้อจากอุปสงค์ภายในประเทศน่าจะเกิดขึ้นค่อนข้างจำกัด เนื่องจากเศรษฐกิจไทยยังอยู่ในช่วงของการเริ่มฟื้นตัว รวมทั้งรัฐบาลอาจมีการพิจารณาต่ออายุมาตรการช่วยเหลือค่าครองชีพของประชาชนบางมาตรการออกไปอีก ซึ่งจะส่งผลให้อัตราเงินเฟ้อเฉลี่ยในปี 2553 อยู่ที่ประมาณร้อยละ 3.0 (YOY)

ค่าเงินบาทมีแนวโน้มแข็งค่าขึ้น
อย่างต่อเนื่องจากปี 2552

ค่าเงินบาทเทียบกับเงินดอลลาร์สหรัฐฯ
มีแนวโน้มแข็งค่าขึ้นต่อเนื่อง ตามการ
อ่อนตัวลงของค่าเงินดอลลาร์สหรัฐฯ
โดยเราคาดว่า ค่าเงินบาทมีแนวโน้ม
แข็งค่าขึ้นไปอยู่ที่ประมาณ 32.0 บาท
ต่อดอลลาร์สหรัฐฯ ภายใน
ช่วงปลายปี 2553

ภาวะการเงินโดยรวมยังมีแนวโน้มอยู่ในระดับที่ผ่อนคลายและเอื้อต่อ
การฟื้นตัว โดยรวมแล้วอัตราดอกเบี้ยในปี 2553 มีแนวโน้มอยู่ในระดับต่ำ
ต่อเนื่อง และคาดว่าจะเริ่มทยอยปรับตัวขึ้นอย่างช้าๆ ในช่วงครึ่งหลังของปี
สอดคล้องกับคาดการณ์แนวโน้มขาขึ้นของอัตราดอกเบี้ยนโยบาย
(อัตราดอกเบี้ยตลาดซื้อคืนพันธบัตรระยะ 1 วัน) โดยเรามองว่า
อัตราดอกเบี้ยนโยบาย ณ สิ้นปี 2553 จะอยู่ที่ประมาณร้อยละ 1.75 ต่อปี
ขณะที่สภาพคล่องในระบบการเงินมีแนวโน้มตั้งตัวขึ้นเล็กน้อย ตามความ
ต้องการสินเชื่อที่เพิ่มขึ้นเร็วกว่าการเพิ่มขึ้นของเงินฝาก แต่โดยรวมแล้ว
สภาพคล่องยังคงอยู่ในระดับที่เพียงพอและเอื้อต่อการฟื้นตัวของภาวะ
เศรษฐกิจ

อย่างไรก็ตาม เศรษฐกิจไทยยังคงต้องเผชิญกับปัจจัยเสี่ยงหลายด้าน
ทั้งจากปัจจัยภายนอกประเทศและภายในประเทศ ไม่ว่าจะเป็นความเสี่ยง
จากการชะลอตัวของเศรษฐกิจสหรัฐฯ (double-dip) ในช่วงครึ่งปีหลัง
ความเสี่ยงในการถดถอยของเศรษฐกิจยุโรป และการขาดดุลงบประมาณของหลาย
ประเทศในยุโรป โดยเฉพาะอย่างยิ่งประเทศกรีซ โปรตุเกส และสเปน
ซึ่งอาจจะลุกลามขยายวงกว้างจนส่งผลกระทบต่อแนวโน้มการฟื้นตัวของ
เศรษฐกิจโลก ขณะที่ปัจจัยลบภายในประเทศที่สำคัญ ได้แก่ การระงับ
โครงการลงทุนในนิคมอุตสาหกรรมมาบตาพุด และปัญหาเสถียรภาพทาง
การเมืองภายในประเทศ ซึ่งล้วนแล้วแต่มีผลกระทบโดยตรงต่อบรรยากาศ
ในการลงทุน ความเชื่อมั่นของนักลงทุนทั้งในและต่างประเทศ และ
แนวโน้มการปล่อยสินเชื่อ รวมทั้งอาจมีผลให้การฟื้นตัวของการลงทุน
ภาคเอกชนมีความล่าช้าออกไปอีก





ความหมายของ FTA สำหรับผู้ประกอบการไทย

ในช่วงต้นปี 2553 เรามักได้ยินผู้คนพูดถึงข่าวสารเกี่ยวกับ FTA กันมาก โดยเฉพาะภาคธุรกิจและอุตสาหกรรมต่างๆ รวมถึงสถาบันวิจัยและนักวิชาการ ต่างก็ออกมาพูดถึงผลกระทบของ FTA ต่อเศรษฐกิจและธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับตน โดย FTA ที่เป็นที่จับตามองกันมากคงหนีไม่พ้น AFTA เพราะเขตการค้าเสรีนี้มีการปรับลดภาษีนำเข้าระหว่างประเทศสมาชิกอาเซียนลงเป็น 0% อย่างสมบูรณ์นั่นเอง แต่จะทราบกันหรือไม่ว่า FTA ของไทยในปัจจุบันนั้น นอกจาก AFTA แล้ว ยังมี FTA อื่นๆ อีกหลายฉบับที่จะมีการปรับลดภาษีในปี 2553 อีกทั้งความหมายและประโยชน์ของ FTA ต่อผู้ประกอบการต่างๆ ที่แท้จริงเป็นอย่างไร

Free Trade Agreement หรือ Free Trade Area (หรือ FTA) คืออะไร FTA เป็นความตกลงระหว่าง 2 ประเทศขึ้นไป หรือเป็นการรวมกลุ่มเศรษฐกิจ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อลดอุปสรรคทางการค้าสินค้าระหว่างกันให้เหลือน้อยที่สุด หรือลดภาษีศุลกากรระหว่างกันให้เหลือเป็น 0% และใช้อัตราภาษีปกติที่สูงกว่ากับประเทศนอกกลุ่ม เพื่อให้เกิดการค้าเสรีระหว่างกันภายในกลุ่ม และปัจจุบันประเทศต่างๆ ก็ได้ขยายขอบเขตของ FTA ให้ครอบคลุมการค้าด้านบริการ และการลงทุนโดยตรง อาทิ การท่องเที่ยว การศึกษาพยาบาล การสื่อสาร การขนส่ง ฯลฯ พร้อมกับความร่วมมือด้านต่างๆ เช่น การคุ้มครองทรัพย์สินทางปัญญา การเคลื่อนย้ายบุคลากรเพื่อทำงานในประเทศคู่สัญญา ทั้งนี้ การเปิดเสรีการค้าด้านบริการ มีความแตกต่างจากการเปิดเสรีการค้าในแง่ที่การเปิดเสรีการค้าจะเน้นไปที่ด้านการลดกำแพงภาษี แต่การเปิดเสรีการค้าด้านบริการจะเน้นไปที่การลดอุปสรรคทางการค้า การเข้าสู่ตลาด รวมถึงกฎระเบียบภายในที่นอกเหนือทางด้านอัตราภาษี

ทำไมผู้ประกอบการจึงควรรู้ข้อมูลที่ครบถ้วนในเรื่อง FTA เพราะ FTA ที่ใช้อยู่ในปัจจุบันมีหลากหลายสัญญาและซับซ้อน ในปัจจุบันไทยอยู่ระหว่างการเจรจาและจัดทำ FTA รวมทั้งหมด 18 ฉบับกับ 8 ประเทศ และ 2 กลุ่มเศรษฐกิจ ได้แก่ สหรัฐฯ ญี่ปุ่น จีน อินเดีย ออสเตรเลีย นิวซีแลนด์ บาห์เรน เปรู และ ASEAN กับ BIMSTEC โดยมี FTA ที่มีผลบังคับใช้ไปแล้วกว่า 12 ฉบับ และยังมีสัญญาที่ยังไม่บังคับใช้หรืออยู่ระหว่างการเจรจาอีกกว่า 6 สัญญา ทั้งนี้ FTA ต่างๆ ที่มีผลบังคับใช้แล้วนั้น ได้เริ่มทยอยปรับลดอัตราภาษีนำเข้ารายการสินค้ากับประเทศคู่สัญญาในระยะหนึ่งแล้ว โดยเฉพาะ AFTA ที่มีผลบังคับใช้และปรับลดอัตราภาษีมาตั้งแต่ปี 2535 โดยในปี 2553 นี้เป็นปีที่ มี FTA หลายฉบับปรับลดอัตราภาษีลงพร้อมๆ กันอีกหลายรายการ รวมทั้งเป็นปีที่ FTA บางฉบับมีผลบังคับใช้โดยสมบูรณ์ เช่น AFTA อาเซียน-จีน อาเซียน-เกาหลี อาเซียน-อินเดีย ไทย-ออสเตรเลีย อาเซียน-ออสเตรเลีย-นิวซีแลนด์ ไทย-ญี่ปุ่น และอาเซียน-ญี่ปุ่น โดยมีการทับซ้อนกันทั้งในด้านสินค้าและประเทศคู่สัญญาภายใต้ FTA ต่างๆ กล่าวคือ สินค้าชนิดเดียวกันจะมีการปรับลดภาษีจากหลาย FTA พร้อมกัน หรือมีการทำ FTA กับประเทศเดียวกันถึง 2 ฉบับ เช่น ไทย-ญี่ปุ่น และ อาเซียน-ญี่ปุ่น อีกทั้งแต่ละ FTA ยังมีความเหลื่อมล้ำทางด้านเวลาและอัตราภาษีในการปรับลดที่ไม่เท่ากันตามแต่เงื่อนไขที่ผูกพันอีกด้วย ด้วยความซับซ้อนเหล่านี้ จึงมีความจำเป็นอย่างมากสำหรับผู้ประกอบการที่ควรเข้าถึงข้อมูลของแต่ละ FTA ในลักษณะบูรณาการ โดยควรเป็นการมองในภาพรวมและศึกษาให้ครบทุก FTA มากกว่าการพูดถึงเพียง FTA ใด FTA หนึ่ง ที่อาจจะส่งผลต่อธุรกิจของตนทั้งหมด เพื่อพิจารณาผลกระทบ และประโยชน์ที่ตนจะได้รับจาก FTA ทุกฉบับ ไปพร้อมกับการพิจารณาทางเลือกใหม่ที่จะเกิดขึ้นต่อการดำเนินธุรกิจในอนาคต

ประโยชน์ของ FTA มีอยู่มากหากผู้ประกอบการใช้ FTA ให้เป็น คงไม่แปลกสำหรับผู้ประกอบการที่จะกังวลต่อผลกระทบจาก FTA เพราะเกรงว่าจะไม่สามารถแข่งขันกับสินค้าที่ถูกกว่าจากต่างประเทศได้ อย่างไรก็ตามประโยชน์ของ FTA ต่อผู้ประกอบการยังมีอยู่มากหากผู้ประกอบการเข้าใจและรู้ช่องทางการดำเนินธุรกิจ ยกตัวอย่างเช่น ต้นทุนวัตถุดิบจะลดลงได้หากมีการนำเข้าวัตถุดิบมาจากแหล่งที่ถูกกว่าจากประเทศคู่สัญญา หรือการขยายการส่งออกไปยังประเทศคู่สัญญาเมื่อผู้ประกอบการสามารถเพิ่มประสิทธิภาพทางการผลิต เพราะไทยเองก็ได้รับอัตราภาษีที่ถูกลงมาจากประเทศคู่สัญญาเช่นกัน ซึ่งจะทำให้ได้เปรียบผู้ส่งออกรายอื่นๆ ที่อยู่นอก FTA อย่างไรก็ตาม ผู้ประกอบการต้องรอบรู้เรื่องข่าวสารภายใต้ FTA ใดๆ ก็ตาม เพื่อที่จะเลือกใช้อัตราภาษีที่ถูกที่สุดจากหลากหลาย FTA ที่ใช้กันอยู่ ประกอบกับการปฏิบัติตามเงื่อนไขของการค้าสินค้าภายใต้ FTA นั้นๆ เช่น กฎแหล่งกำเนิดสินค้าที่ในสัญญา FTA จะระบุสัดส่วนต้นทุนในการผลิตที่มาจากประเทศในสัญญา FTA นั้นๆ เป็นจำนวนเท่าใด จึงผ่านเกณฑ์การใช้ภาษีภายใต้ FTA

ขอบเขตการค้าเสรีของไทยจะไม่หยุดอยู่เพียงแค่นี้ แต่จะขยายวงกว้างออกไปเรื่อยๆ ในอนาคต กำลังซื้อภายในประเทศไม่ได้ถูกจำกัดอยู่เพียง 63 ล้านคน ขนาดตลาดจะขยายเพิ่มขึ้นเป็น 500 กว่าล้านคนในภูมิภาคเอเชีย และขยายเป็น 3 พันกว่าล้านคนเมื่อรวม จีน อินเดีย เกาหลีใต้ ออสเตรเลีย นิวซีแลนด์ และญี่ปุ่น เข้าไปด้วย รวมถึงอาจมีการเพิ่มจำนวน FTA มากขึ้นหรือครอบคลุมประเทศที่อยู่รอบนอกเพิ่มเติมไปอีก เพื่อให้การค้าและการลงทุนเป็นไปอย่างรวดเร็วตามกระแสและทิศทางการค้าโลก จึงหลีกเลี่ยงไม่ได้ที่ผู้ประกอบการไทยจะต้องเผชิญการแข่งขันที่รุนแรงมากขึ้น ซึ่งจะมาพร้อมกับโอกาส และผู้ที่จะได้ประโยชน์คือผู้ที่สามารถปรับตัวให้เข้ากับความเปลี่ยนแปลงได้เร็วกว่า และใช้โอกาสที่เปิดขึ้นได้มากกว่า

หากท่านต้องการข้อมูลเพิ่มเติมเกี่ยวกับ FTA กรุณาติดต่อได้ที่ Tadsawan.Chanyarakskul@scb.co.th

Online Marketing พลังการตลาดดิจิทัล ที่ผู้ประกอบการไม่ควรมองข้าม



online marketing หรือการตลาดออนไลน์ อาจเป็นที่รู้จักของท่านผู้ประกอบการหลายๆ ท่านในฐานะวิธีการทำการตลาดที่เชื่อมโยงกับอินเทอร์เน็ต ซึ่งดำเนินการผ่านเครื่องมืออิเล็กทรอนิกส์และโปรแกรมสนับสนุนต่างๆ เพื่อช่วยกระตุ้นยอดขาย ประชาสัมพันธ์สินค้าและบริการไปสู่ลูกค้าเป้าหมาย และที่สำคัญยังสามารถช่วยสนับสนุนให้ธุรกิจของท่านผู้ประกอบการขยายตลาดให้กว้างไกลยิ่งขึ้น ทั้งในประเทศและต่างประเทศ

ตัวอย่างของเครื่องมือการตลาดออนไลน์ที่ท่านผู้ประกอบการรู้จักอย่างแพร่หลาย อาทิ การแนะนำสินค้าผ่านอีเมล การจัดทำเว็บไซต์เพื่อแนะนำสินค้าและขายสินค้า หรือที่เรียกว่าพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (e-Commerce) เป็นต้น นอกจากนี้ ความก้าวหน้าของเทคโนโลยีในปัจจุบันส่งผลให้ online marketing ได้รับการพัฒนาให้สามารถตอบสนองความต้องการของผู้ประกอบการ และผู้ให้บริการได้หลากหลายยิ่งขึ้น ดังที่ท่านผู้ประกอบการอาจได้ยินคำว่า social network บ่อยครั้งยิ่งขึ้น

8

อย่างไรก็ตาม การทำตลาดออนไลน์จำเป็นต้องมีการประยุกต์ใช้เครื่องมือแต่ละประเภทอย่างเหมาะสม ซึ่งวารสาร Biz Circle ฉบับนี้ได้รับโอกาสเข้าสนทนากับ คุณภาวธ พงษ์วิทย์ภานุ กรรมการผู้จัดการ บริษัท ตลาด ดอท คอม จำกัด ในฐานะผู้เชี่ยวชาญด้านธุรกิจ online marketing เจ้าของเว็บไซต์ธุรกิจ TARAD.com เว็บไซต์เผยแพร่ความรู้ด้าน online marketing อย่าง pawoot.com และยังคงดำรงตำแหน่งอุปนายกสมาคมพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (Thai e-Commerce Association) ที่จะช่วยให้ท่านผู้ประกอบการเห็นถึงแนวทางการประยุกต์ใช้ และโอกาสทางธุรกิจในโลก online marketing ได้ชัดเจนยิ่งขึ้น



ภาวธ พงษ์วิทย์ภานุ (ป้อม)
Managing Director
อุปนายกสมาคมผู้ประกอบการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์

ทิศทาง Online Marketing

แม้ในช่วงที่ผ่านมาปัญหาเศรษฐกิจจะลดตัวอาจกระทบกับหลายๆ ภาคธุรกิจ แต่จากการสำรวจอัตราการซื้อสินค้าออนไลน์ของคนไทย เฉพาะ e-Commerce (พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์) โดยสำนักงานสถิติแห่งชาติในปี 2552 กลับพบว่า คนไทยมีการซื้อสินค้าออนไลน์เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง (ตารางที่ 1) ซึ่งจากข้อมูลดังกล่าว คุณภาวูธได้ประเมินว่าแนวโน้มของ online marketing นั้นยังคงเติบโตสูงอย่างต่อเนื่อง

ตารางที่ 1 : มูลค่าพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ จำแนกตามประเภทผู้ประกอบการ

ประเภทผู้ประกอบการ	มูลค่าพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (ล้านบาท)					
	พ.ศ.2549		พ.ศ.2550		พ.ศ.2551	
	มูลค่า	ร้อยละ	มูลค่า	ร้อยละ	มูลค่า	ร้อยละ
มูลค่ารวม	305,159	100.00	427,460	100.00	527,538	100.00
B2B	79,726	26.1	127,325	29.8	190,751	36.2
B2C	47,501	15.5	63,425	14.8	45,951	8.7
B2G	177,932	58.3	236,710	55.4	290,836	55.1

ที่มา : สำนักงานสถิติแห่งชาติ

“การชะลอตัวของเศรษฐกิจในช่วงที่ผ่านมา ทำให้หลายๆ ธุรกิจเริ่มหันมาพิจารณาช่องทางที่จะหาลูกค้าใหม่ๆ เพื่อเพิ่มรายได้ให้กับตนเอง ซึ่งหลายๆ ธุรกิจหันมามองตลาดออนไลน์เป็นคำตอบ นอกจากนี้การที่ในปัจจุบันเครื่องมือทางการตลาดออนไลน์มีการพัฒนาขึ้นมา จึงช่วยอำนวยความสะดวกให้ผู้ประกอบการสามารถทำความเข้าใจวิธีการเริ่มต้นและการบริหารจัดการธุรกิจออนไลน์ได้ง่ายขึ้น ขณะเดียวกันในส่วนของกลุ่มผู้บริโภคที่มีความรู้มากขึ้น และนิยมค้นหาข้อมูลของสินค้าและบริการที่ตนเองต้องการซื้อ ตลอดจนสั่งซื้อสินค้าเหล่านั้นผ่านทางอินเทอร์เน็ตเพิ่มขึ้น เพราะชื่นชอบความสะดวกสบาย และขณะเดียวกันอินเทอร์เน็ตก็ยังเป็นแหล่งหาซื้อสินค้าหายาก หรือหาซื้อสินค้าในราคาที่ถูกกว่าท้องตลาดทั่วไป” คุณภาวูธกล่าว

จะเห็นได้ว่าการที่จำนวนร้านค้าออนไลน์ ผู้ประกอบการออนไลน์ และผู้บริโภคในตลาดออนไลน์เพิ่มสูงขึ้นนั้น นอกจากจะเป็นการสร้างแนวโน้มการเติบโตของธุรกิจออนไลน์ให้ขยายตัวเติบโตขึ้นอย่างต่อเนื่องแล้ว ย่อมปฏิเสธไม่ได้ว่าโลกธุรกิจออนไลน์เองก็มีการแข่งขันที่สูงขึ้นด้วยเช่นกัน

“Online Marketing Tools” เครื่องมือบริหารลูกค้า

ด้วยการแข่งขันในโลกออนไลน์ที่สูงขึ้น การจะก้าวไปสู่ความสำเร็จ ผู้ประกอบการแต่ละท่านจึงจำเป็นต้องมีการอาศัยกลยุทธ์ และเครื่องมือที่เหมาะสมกับธุรกิจของตน

“ในอดีตนั้นผู้ประกอบการธุรกิจออนไลน์อาจเลือกใช้วิธีการเข้าพื้นที่แบบโฆษณาตามเว็บไซต์ชื่อดังต่างๆ โดยพิจารณาจากยอดการเข้าชมเว็บไซต์นั้นๆ เป็นเครื่องตัดสินใจ แต่สำหรับโลกการตลาดออนไลน์ยุคใหม่นั้นได้มีการออกแบบเครื่องมือ และกลยุทธ์ต่างๆ ให้เราเลือกประยุกต์ใช้ได้มากขึ้น” คุณภาวูธกล่าว พร้อมกับยกตัวอย่างเครื่องมือ และกลยุทธ์ที่กำลังมีบทบาทในด้านการตลาดออนไลน์ในปัจจุบัน อาทิ

- **พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (e-Commerce)** คือการทำธุรกรรมหรือธุรกิจผ่านช่องทางอิเล็กทรอนิกส์ต่างๆ ช่องทาง เช่น อินเทอร์เน็ต โทรศัพท์ วิทยุ โทรทัศน์ แฟกซ์ ทั้งในรูปแบบ ข้อความเสียง และภาพ แต่ e-Commerce เริ่มเป็นที่รู้จักแพร่หลายภายหลังจากที่อินเทอร์เน็ตเฟื่องฟูขึ้นทำให้สามารถซื้อขายผ่านอินเทอร์เน็ตได้อย่างมีประสิทธิภาพ โดยผู้ขายสามารถนำเสนอข้อมูลเกี่ยวกับสินค้าหรือบริการผ่านอินเทอร์เน็ตทั้งบนคอมพิวเตอร์ และโทรศัพท์มือถือไปสู่คนทั่วโลกได้อย่างรวดเร็ว ขณะที่ผู้บริโภคสามารถเลือกสั่งซื้อสินค้าและชำระเงินได้ในเว็บไซต์ ทำให้การดำเนินการซื้อขายได้อย่างมีประสิทธิภาพ ช่วยให้ธุรกิจเติบโตได้ในระยะเวลาอันสั้น

- **อีเมลการตลาด (E-mail Marketing)** เป็นเครื่องมือการตลาดที่รู้จักกันดี โดยเป็นระบบที่ใช้ประโยชน์จากอีเมล ที่ผู้ประกอบการสามารถส่งข่าวสารรายการส่งเสริมการขาย หรือข่าวประชาสัมพันธ์พิเศษต่างๆ ไปสู่ลูกค้าทางอีเมล ซึ่งถือเป็นกลยุทธ์ช่วยให้ผู้ประกอบการเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายโดยตรง นิยมใช้สื่อสารกับลูกค้ารายเก่าที่รู้จักธุรกิจหรือเคยใช้บริการมาแล้ว ซึ่งหากมีการสื่อสารรายการส่งเสริมการขายในโอกาสพิเศษต่างๆ เช่น ครบรอบวันเกิดของลูกค้า เป็นต้น ย่อมมีแนวโน้มที่ลูกค้าจะกลับมาซื้อ หรือใช้บริการซ้ำอีกครั้ง ซึ่งอีเมลการตลาดจะช่วยให้สามารถบริหารความสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้าในระยะยาว และเป็นการรักษาฐานลูกค้าได้เป็นอย่างดี



- การตลาดผ่านระบบค้นหาข้อมูล (Search Engine Marketing : SEM และ Search Engine Optimization : SEO) โดย SEM คือเทคนิคในการทำให้เว็บไซต์ธุรกิจของท่านติดอันดับต้นๆ หรือหน้าแรกๆ บนหน้าแสดงผลลัพธ์ปกติของ search engine เมื่อมีการค้นหาด้วยคำค้น (keyword) หรือคำที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจของท่าน และสำหรับ SEO คือการที่ผู้ประกอบการซื้อพื้นที่ด้านขวาของหน้าแสดงผลลัพธ์ปกติ โดยเมื่อมีการค้นหาข้อมูลจากคำค้น (keyword) หรือคำที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจของท่านแล้ว ระบบ SEO จะช่วยแสดงเว็บไซต์ร้านค้าของท่านขึ้นมาที่ด้านขวาของหน้าจอด้วย ปัจจุบัน SEO ได้รับความนิยมเพิ่มขึ้น เพราะมีความสะดวกสบาย เนื่องจากผู้ที่เข้ามาค้นหาข้อมูล มักมีความต้องการสินค้าและบริการอยู่แล้ว

“การที่เว็บไซต์ติดอันดับใน 1-2 หน้าแรกบนหน้าแสดงผลลัพธ์ ถือเป็นจุดที่สังเกตได้ง่าย ช่วยสร้างการรับรู้ไปยังผู้บริโภค ทำให้เว็บไซต์มีแนวโน้มที่จะมีผู้คลิกเข้าชมบ่อยครั้งซึ่งทำให้มีโอกาสติดอันดับการสำรวจและเป็นที่ยู่อักของลูกค้าใหม่ๆ มากขึ้น และยังหมายถึงโอกาสในการสร้างยอดขายได้เพิ่มขึ้นด้วย” คุณภาวรุทกล่าว

- การตลาดผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์ (Social Network Marketing) คือการสื่อสารการตลาดออนไลน์รูปแบบใหม่ล่าสุด ภายหลังจากที่โลกอินเทอร์เน็ตเกิดเว็บไซต์เครือข่ายสังคม อาทิ Facebook และ Twitter ขึ้น โดยภายในแต่ละเครือข่ายย่อย จะมีผู้ที่จัดว่ามีอิทธิพลต่อลูกค้า ซึ่งอาจมาจากคุณลักษณะการเป็นผู้มีความรู้ มีประสบการณ์ และมีทักษะในการการถ่ายทอดเรื่องราวต่างๆ ได้น่าสนใจ และน่าเชื่อถือ ทำให้มีผู้ติดตาม (Fan หรือ Follower) จำนวนมาก ดังนั้น เทคนิคการใช้เครื่องมือการตลาดชนิดนี้ ผู้ประกอบการจึงต้องค้นหา และสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับผู้ที่อิทธิพลกับกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย โดยอาจมีการสร้างกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับแบรนด์ หรือสินค้า และให้ผู้มีอิทธิพลในเครือข่ายและผู้บริโภคมีส่วนร่วมอย่างใกล้ชิด

“การที่ Social Network Marketing กำลังมาแรง นั้นเป็นเพราะพฤติกรรมผู้บริโภคในปัจจุบันมีแนวโน้มจะรับฟัง เชื่อถือและตัดสินใจซื้อสินค้า จากการแนะนำของผู้ที่ตนเชื่อถือซึ่งได้พูดถึงข้อดี ข้อเสียของสินค้า หรือแบรนด์นั้นๆ มากกว่าที่จะเชื่อในสิ่งที่แบรนด์สื่อสารออกมาเอง” คุณภาวรุทกล่าว

Online Marketing กับบทบาทในการสร้างธุรกิจรูปแบบใหม่

แม้ผู้ประกอบการหลายรายจะเริ่มต้นด้วยความลังเลแต่หากตัดสินใจเข้ามาสู่ธุรกิจออนไลน์ และตั้งใจในการทำการตลาดออนไลน์อย่างเหมาะสมย่อมประสบความสำเร็จได้ เนื่องจากในปัจจุบัน มีผู้ให้บริการจัดทำเครื่องมือการตลาดออนไลน์ ที่ช่วยให้ท่านผู้ประกอบการที่ไม่มีทักษะด้านคอมพิวเตอร์หรืออินเทอร์เน็ตสามารถก้าวสู่โลกของธุรกิจออนไลน์ได้ไม่ยาก



“เช่นกรณีธุรกิจจำหน่ายชุดลีเกในจังหวัดนครราชสีมา ซึ่งผู้ประกอบการเป็นคุณตาคุณยายคู่หนึ่ง มีกิจการจริงๆ อยู่ในซอยเล็กๆ และดูจะเป็นสินค้าที่มีผู้สนใจเฉพาะกลุ่มมากๆ แต่กลับประสบความสำเร็จอย่างน่าพอใจในการทำธุรกิจออนไลน์ ทั้งที่เมื่อตอนตัดสินใจก้าวสู่โลกออนไลน์นั้น ท่านทั้งคู่ไม่คุ้นเคยกับคอมพิวเตอร์มาก่อนเลย จนวันนี้ นอกจากธุรกิจจะไปสร้างการรับรู้ถึงต่างประเทศแล้ว หากพิมพ์คำว่า “ชุดลีเก” ใน www.google.com ก็จะมีพบเว็บไซต์จำหน่ายชุดลีเกของท่านในอันดับต้นๆ อีกด้วย” คุณภาวรุทกล่าว และเสริมว่า นอกจากนี้ การตลาดออนไลน์ยังสามารถช่วยกระจายความเสี่ยงให้กับธุรกิจได้อีกด้วย

“มีการณ์ของผู้ประกอบการร้านจำหน่ายโทรศัพท์มือถือที่ร้านค้าจริงประสบเพลิงไหม้จนได้รับความเสียหาย แต่ขณะที่กำลังแก้ปัญหาไม่ตกอยู่นั้น ได้ลูกค้ารายหนึ่งโทรมาสั่งซื้อสินค้าเป็นจำนวนมาก โดยบอกว่าพบสินค้าที่ต้องการซื้อจากหน้าเว็บไซต์ของทางร้าน” คุณภาวรุทกล่าวเสริม

กรณีศึกษาดังกล่าวได้สะท้อนให้เห็นถึงศักยภาพของการตลาดออนไลน์ที่เมื่อนำมาผนวกกับสินค้าที่น่าสนใจ การให้ข้อมูลที่ง่ายต่อการตัดสินใจ และการจัดวางให้อยู่ในตำแหน่งที่ลูกค้าสามารถเข้าถึงได้ง่ายแล้ว จะสามารถช่วยให้ผู้ประกอบการประสบความสำเร็จได้ตามเป้าหมาย

ปัจจัยสู่ความสำเร็จในโลกออนไลน์

อย่างไรก็ตาม ท่านผู้ประกอบการควรเริ่มต้นจากการวางแผน และกำหนดแนวทางการบริหารธุรกิจออนไลน์อย่างรอบด้าน เพื่อให้ธุรกิจของท่านสามารถเติบโตและพัฒนาไปได้อย่างยั่งยืน ซึ่งคุณภาวูร์มีข้อเสนอแนะดังนี้

- กำหนดวัตถุประสงค์ให้ชัดเจน ว่าท่านต้องการใช้ประโยชน์ใดจากโลกออนไลน์ อาทิ สร้างการรับรู้ ตอกย้ำ หรือเพิ่มยอดขาย โดยพิจารณาเรื่องทุนในการดำเนินการโดยกำหนดกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย ซึ่งอาจมีวิธีการจำแนกได้หลากหลายกลุ่ม อาทิ อายุ เพศ อาชีพ และรสนิยม เป็นต้น

- วางแผนกลยุทธ์และเลือกเครื่องมือการตลาด ที่เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมาย ซึ่งจะช่วยให้ผู้ประกอบการเข้าใจความต้องการของลูกค้า และตอบสนองความต้องการของกลุ่มลูกค้าได้แม่นยำที่สุด

- มีการติดตามวัดผล ซึ่งมีเว็บไซต์ และผู้ให้บริการหลายรายที่สามารถให้ข้อมูลได้อย่างละเอียด ตั้งแต่โฆษณาแสดงกี่ครั้ง จำนวนการคลิก และยอดขาย ซึ่งช่วยให้เจ้าของธุรกิจคำนวณงบประมาณที่ต้องใช้ในการเริ่มต้นธุรกิจ และทำการตลาดออนไลน์ได้อย่างมั่นใจยิ่งขึ้น

“ปัจจัยสู่ความสำเร็จในโลกออนไลน์ ท่านผู้ประกอบการต้องมีความเข้าใจในธุรกิจตนเอง มีความเข้าใจความต้องการของลูกค้าที่มีความเปลี่ยนแปลงอยู่เสมอ มีการนำข้อมูลต่างๆ มาประมวลผล และมีความเข้าใจในการเลือกใช้กลยุทธ์และเครื่องมือการตลาดออนไลน์ที่เหมาะสมเพื่อวางแผนให้ธุรกิจของท่านเป็นที่รับรู้ของลูกค้า ย่อมช่วยให้ท่านสามารถก้าวไปสู่ความสำเร็จได้ไม่ยาก” คุณภาวูร์กล่าว

E
Social Network
o
Email Marketing
m
SEO
r
c
e



เริ่มต้นอย่างไรดี ?

ท่านผู้ประกอบการที่สนใจก้าวสู่โลกของธุรกิจออนไลน์ อาจมีข้อสงสัยว่า ธุรกิจของท่านควรเริ่มต้นอย่างไร คุณภาวูร์ยังมีข้อเสนอแนะไว้ว่า ท่านผู้ประกอบการอาจพิจารณาทางเลือกดังนี้

- ใช้บริการจากผู้ให้บริการตลาดกลางออนไลน์ และจัดทำเว็บไซต์ตลาดออนไลน์ ซึ่งทำหน้าที่เป็น “e-Marketplace” หรือตลาดกลางออนไลน์ที่เปิดโอกาสให้ผู้ประกอบการสามารถเปิดร้านค้าออนไลน์ของตนเองได้อย่างง่ายๆ เพียงทำตามขั้นตอนที่แนะนำไว้ ซึ่งบริการแบบนี้มีตั้งแต่ระดับไม่เสียค่าใช้จ่ายใดๆ อาทิ TARAD.com หรือมีค่าใช้จ่ายเพียงในส่วนค่าบริการพื้นที่ร้านค้าเพียงไม่กี่พันบาทต่อเดือน ท่านผู้ประกอบการสามารถเลือกซื้อพื้นที่โฆษณาบนหน้าเว็บไซต์ (Banner) เพื่อคลิกเชื่อมสู่เว็บไซต์ร้านของตนเองได้ ซึ่งเหมาะกับผู้ประกอบการที่ไม่มีบุคลากรที่มีความชำนาญด้านการตลาดออนไลน์

- จัดทำเว็บไซต์ e-Commerce หรือเครื่องมือการตลาดออนไลน์ที่เป็นของบริษัทโดยเฉพาะ โดยท่านผู้ประกอบการสามารถเลือกใช้บริการจากผู้ให้บริการสร้างเว็บไซต์ธุรกิจออนไลน์ในการออกแบบ โดยท่านผู้ประกอบการจดทะเบียนโดเมนเนมเอง ซึ่งวิธีนี้เหมาะกับท่านผู้ประกอบการที่ต้องการเว็บไซต์ที่เป็นเอกลักษณ์เฉพาะของบริษัท โดยมีค่าใช้จ่ายในการจัดจ้างผู้เชี่ยวชาญในการออกแบบ และจัดทำเครื่องมือการตลาดให้ตรงตามที่ท่านต้องการ

- จัดทำเว็บไซต์ e-Commerce หรือเครื่องมือการตลาดออนไลน์ที่เป็นของบริษัท ด้วยบุคลากรภายในทั้งหมด วิธีนี้เหมาะกับผู้ประกอบการที่มีบุคลากรที่มีความรู้พื้นฐานด้านคอมพิวเตอร์ และอินเทอร์เน็ต โดยมีข้อดีคือมีความคล่องตัวสูง และอาจมีค่าใช้จ่ายน้อยกว่าการจัดจ้างผู้ให้บริการภายนอก

คุณภาวูร์ได้ฝากถึงท่านผู้ประกอบการ ไว้ว่า

“การเชื่อมต่อธุรกิจออนไลน์ อาจทำผิดพลาด และกำลังซื้อของท่านหดตัวลง แต่หากพร้อมที่จะเรียนรู้ เพื่อก้าวสู่โลกออนไลน์ด้วยกลยุทธ์ และเครื่องมือการตลาดใหม่ๆ ที่เหมาะสม ความสำเร็จย่อมไม่ไกลเกินความสามารถของท่านแน่นอน”

* e-Commerce หรือพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ แบ่งได้เป็น 5 ลักษณะทางธุรกิจ ได้แก่ 1. การซื้อขายระหว่างผู้บริโภคกับผู้บริโภค (C2C) 2. การซื้อขายระหว่างธุรกิจกับผู้ซื้อปลีก (B2C) 3. การซื้อขายระหว่างธุรกิจกับธุรกิจ (B2B) 4. การซื้อขายระหว่างธุรกิจกับรัฐบาล (B2G) 5. การซื้อขายระหว่างรัฐบาลกับรัฐบาล (G2G)

จับกระแส Social Network Marketing ในโลกธุรกิจออนไลน์

hi5

facebook

twitter

วันนี้ใครจะคาดคิดว่าเพียงแค่การส่งต่อข้อมูลผ่าน social network อย่าง Hi5 Facebook และ Twitter จะสามารถทำให้สินค้าบางอย่างมียอดขายเพิ่มขึ้นกันตาเห็น ขณะที่สินค้าบางอย่างอาจกลับพบกับกระแสวิพากษ์วิจารณ์ได้เช่นกัน นี่คือพลังของ social network marketing ที่เว็บไซต์ธุรกิจออนไลน์ไม่ควรมองข้าม

social network ในความหมายอย่างง่าย ๆ : คือเว็บไซต์หรือบริการทางอินเทอร์เน็ตที่ทำให้คุณสามารถเชื่อมต่อ สื่อสารข้อมูล หรือติดต่อพูดคุย (communicate) กับเพื่อนเก่าๆ และยังสามารถหาเพื่อนใหม่ๆ ได้ง่ายๆ อีกด้วย

เมื่อ **social media** กลายเป็น **social network marketing** : จะกลายเป็นเครื่องมือสื่อสารข้อมูลรูปแบบใหม่ ที่ช่วยให้องค์กรของท่านเข้าถึงลูกค้าและคนในองค์กรอย่างใกล้ชิดมากขึ้น เกิดภาพลักษณ์ที่ดีกับองค์กร ลดความเข้าใจผิดต่างๆ และสร้างความได้เปรียบในการเข้าถึงข้อมูลข่าวสารและเทคโนโลยีใหม่ๆ

ข้อตระหนักในการประยุกต์ใช้ Social Network กับธุรกิจออนไลน์ :

- การสื่อสารข้อมูลเพื่อขายสินค้าตรงๆ เป็นไปได้น้อยมาก และอาจนำมาซึ่งความรู้สึกไม่ดีของลูกค้าต่อสินค้าของคุณ เพราะพื้นฐานของ social network คือการสื่อสารเรื่องราวต่างๆ ที่ไม่เป็นทางการ
- การเสนอข้อมูลต้องมีกลยุทธ์ที่แยบยล ไม่ใช่การยึดเย็ดแต่เรื่องสินค้าของคุณ แต่ควรใช้วิธีการขายแบบอ้อม หรือ indirect โดยเน้นการหยั่งเชิงตั้งคำถาม หรือสอดแทรกกิจกรรมที่เครือข่ายชื่นชอบ
- คนส่วนใหญ่มีแนวโน้มเชื่อในสิ่งที่คนอื่นพูดถึงแบรนด์มากกว่าจะเชื่อในสิ่งที่แบรนด์พูดเอง ดังนั้นควรสร้างสัมพันธ์กับคนที่มีอิทธิพล (influencer) ในเครือข่ายให้เป็นผู้พูดถึง (review) สินค้า หรือแบรนด์ของคุณแทน
- social network เข้ามาช่วยธุรกิจของท่านด้านการสื่อสารข้อมูล และกระตุ้นความสนใจกลุ่มเป้าหมาย ส่วนการปิดการขาย หรือ การขายของได้ (make transaction) ยังคงต้องอาศัยเว็บไซต์เป็นเครื่องมือในการปิดการขายเช่นเดิม

หากธุรกิจอื่นๆ ก็ใช้ Social Network Marketing : ถ้าต้องพิจารณาว่าจุดยืนทางธุรกิจ (positioning) ของท่านคืออะไร จุดเด่นสินค้าและบริการอยู่ตรงไหน เหตุใดลูกค้าจะต้องติดตามท่านใน social network และเมื่อตามไปแล้วจะได้อะไร ท่านต้องพยายามสร้างเครือข่ายให้กว้าง และเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายให้มากที่สุด ที่สำคัญต้องมี creativity ด้านการสื่อสาร และการสร้างสรรค์กิจกรรมที่กลุ่มเป้าหมายให้การยอมรับด้วย

เครื่องมือสุดฮิตของ Social Network

1. Hi5 : เป็น social network แรกๆ ที่คนไทยรู้จัก แต่ปัจจุบัน เป็นที่นิยมกลุ่มคนที่อายุต่ำกว่า 20 ปี ซึ่งเป็นกลุ่มที่พบกันอยู่แล้วทุกๆ วัน ทำให้ social network สำหรับคนกลุ่มนี้เป็นเพียงกิจกรรมเสริมมากกว่า ดังนั้นการสื่อสารการตลาดผ่าน Hi5 จำเป็นต้องนำเสนอเหมาะกับกลุ่มเป้าหมายทั้งในแง่ภาษา ตัวสินค้า และกิจกรรมการร่วมสนุกต่างๆ ที่ไม่ควรสลับซับซ้อน หรือใช้ระยะเวลายาวนานเกินไป

2. Facebook : เป็นพื้นที่ที่ทุกคนสามารถเข้าไปสร้างความเป็นตัวตน แสดงความคิดเห็นส่วนตัว แบ่งปันเรื่องราว ตลอดจนสร้างกลุ่มของตนเองได้ทุกที่ทุกเวลา ปัจจุบันมีจำนวนผู้ใช้งานเพิ่มขึ้น ส่วนใหญ่อยู่ในวัยทำงานอายุ 25 ปีขึ้นไป ซึ่งคนกลุ่มนี้เริ่มห่างจากเพื่อนเก่า และมีเพื่อนใหม่มากขึ้น พลังการขายเครือข่ายสังคมของ Facebook จึงเข้ามาตอบใจทุกกลุ่มนี้ได้เป็นอย่างดี ปัจจุบันแบรนด์ต่างๆ ใช้ Facebook เป็นเครื่องมือทางการตลาดผ่านการสร้างกิจกรรมเกี่ยวกับสินค้าและบริการ (Facebook Activity Invitation) ให้คนในเครือข่ายได้มีการร่วมสนุกกัน ซึ่งช่วยให้แบรนด์สามารถติดตามความคิดเห็น และพฤติกรรมของผู้บริโภคได้เป็นอย่างดี

3. Twitter : เป็น Micro-Blogging หรือ Online SMS หน้าหลักคือการนำเสนอข่าวสาร ความคิดเห็น บอกเหตุการณ์หรือเรื่องราวที่เกิดขึ้น ณ ขณะใดขณะหนึ่ง (real time) ด้วยตัวอักษร 140 ตัว ซึ่งหากผู้ส่งข้อความมีผู้ติดตาม (follower) เรื่องราวของเขาย่อมเป็นจำนวนมาก ก็จะทำให้ follower รู้ข้อมูลข่าวสารได้ทันที นอกจากนี้ คนที่ตามอ่านก็สามารถโต้ตอบ หรือออกต่อคำพูดของเราให้คนอื่นรู้ได้อีก ทำให้เกิด buzz หรือ ทำ viral marketing ในเชิงการตลาดได้อย่างรวดเร็ว



ขายอะไรผ่าน e-Commerce และเว็บไซต์ดี

สินค้าราคาถูกกว่าท้องตลาด : การมีแหล่งผลิตสินค้าโดยเฉพาะตามท้องถิ่นที่มีต้นทุนการผลิตไม่สูงนัก จะสร้างความได้เปรียบด้านราคาขายที่ถูกลงกว่า ทำให้ผู้ซื้อสนใจ จดจำได้ และเกิดการบอกต่อไปยังลูกค้ารายอื่นๆ อีกด้วย

สินค้าเฉพาะกลุ่ม (Niche Market) : จะช่วยให้เข้าถึงลูกค้าได้ง่ายขึ้นกว่าเว็บไซต์ที่จำหน่ายสินค้าสำหรับบุคคลทั่วไป และมักมีขอบข่ายเข้ามาอย่างต่อเนื่อง เช่น กลุ่มคนอ้วน คู่สมรส คนท้อง หรือแม่และเด็ก เป็นต้น

สินค้า “ไม่” ยอดนิยม : โดยหากเน้นไปที่สินค้าไม่เด่นมากก็จะทำให้เว็บไซต์ของท่านเป็นที่รู้จักได้ง่ายขึ้น เช่น เปิดเว็บไซต์ ขายเทปเพลงเก่า พระเครื่องรุ่นที่ไม่ค่อยมีคนนิยม เป็นต้น

สินค้าไม่ต้องการเปิดแพคเกจ : การซื้อสินค้าผ่านเว็บไซต์ หรือ อินเทอร์เน็ต ดูจะเป็นช่องทางที่หลากหลาย คนพึงพอใจและเลือกใช้ในการซื้อสินค้าลักษณะนี้ เช่น สินค้าเกี่ยวกับเรื่องเพศ ถุงยางอนามัย ชุดชั้นใน เป็นต้น

สินค้ามีสไตล์เฉพาะตัว (Unique) : เช่น handmade หัตถกรรมต่างๆ แต่ทั้งนี้ควรมีการสร้างความน่าเชื่อถือให้กับสินค้าด้วยการให้ข้อมูลแก่ลูกค้าอย่างเพียงพอจนเกิดความมั่นใจ

สินค้าที่มีน้ำหนักเบา : จะมีความได้เปรียบในด้านการขนส่งสินค้าที่ประหยัดกว่า โดยเฉพาะสินค้าที่มีขนาดเล็กแต่มีราคาสูง เช่น แสตมป์เป็นชุด หรือ เครื่องประดับสตรี ที่สามารถจัดส่งได้ง่าย ช่วยทำให้มีกำไรมากขึ้น

สินค้าที่มีเรื่องราวหรือประวัติความเป็นมา : เช่น เครื่องปั้นดินเผา ที่จำลองมาจากเครื่องปั้นดินเผาสมัยสุโขทัย โดยหากมีการแจ้งข้อมูลเหล่านี้ลงในเว็บไซต์ และแท็กเกจก็จะช่วยเพิ่มมูลค่าให้สินค้าน่าสนใจเพิ่มขึ้น

สินค้าที่หายากและมีมูลค่าสูง : ซึ่งหากสามารถทำให้เว็บไซต์ของท่านค้นพบได้ง่ายทาง search engine ย่อมทำให้มีโอกาสสร้างรายได้ที่คุ้มค่า ยกตัวอย่างสินค้า เช่น พระเครื่องเก่า ของเก่า หรือของสะสมประเภทต่างๆ

สินค้าที่สามารถทำด้วยตัวเอง (Do It Yourself - DIY) : ลูกค้าบางกลุ่มนิยมเลือกซื้อสินค้าที่สามารถนำไปประกอบเอง เช่น ชุดผักโครเซท ชุดทำอาหารง่ายๆ อุปกรณ์แต่งรถยนต์ หรืออุปกรณ์ตกแต่งบ้าน เป็นต้น

อ้างอิงข้อมูลจาก www.pawoot.com

คนทั่วโลกซื้ออะไรผ่านอินเทอร์เน็ตมากที่สุด

ผลการสำรวจความคิดเห็นออนไลน์ผู้บริโภคทั่วโลกของเอซี นีลเส็น บริษัทผู้นำด้านการวิจัยทางการตลาดและข้อมูลระดับโลก ที่จัดขึ้นสองครั้งต่อปี ซึ่งเป็นการสำรวจที่ใหญ่ที่สุด พบว่าผู้บริโภคกว่า 627 ล้านคนเคยซื้อสินค้าบนอินเทอร์เน็ต โดยสินค้าที่มีการซื้อสูงสุด 7 อันดับ ได้แก่

- อันดับ 1 ซอติวีดี และ/หรือ วีดีโอเกม มีจำนวนกว่า 135 ล้านคน
- อันดับ 2 จองตั๋วเครื่องบิน มีจำนวนเกือบ 135 ล้านคน
- อันดับ 3 ซื้อสินค้าประเภทเสื้อผ้า เครื่องประดับและรองเท้า มีจำนวนกว่า 128 ล้านคน
- อันดับ 4 จ่ายเงินเพื่อดาวน์โหลดเพลง และ/หรือ ซิตีเพลง มีจำนวนกว่า 112 ล้านคน
- อันดับ 5 ซื้อสินค้าประเภทเครื่องมืออิเล็กทรอนิกส์ (รวมถึงกล้องถ่ายภาพและอื่นๆ) มีจำนวนกว่า 106 ล้านคน
- อันดับ 6 ซื้ออุปกรณ์คอมพิวเตอร์ มีจำนวนเกือบ 98 ล้านคน
- อันดับ 7 จองโรงแรมและทัวร์บนอินเทอร์เน็ต มีจำนวนกว่า 86 ล้านคน

อ้างอิงข้อมูลจาก www.smemedia.com



อยากเริ่มต้นธุรกิจออนไลน์ ใช้บริการที่ไหนได้บ้าง

ธุรกิจออนไลน์เริ่มต้นได้ตั้งแต่แบบไม่ต้องมีงบประมาณไปจนถึงต้องใช้งบประมาณหลักแสนบาท ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับความต้องการด้านรายละเอียดและการตอบสนองเป้าหมายทางธุรกิจของผู้ประกอบการแต่ละท่าน

1. ไม่มีเว็บไซต์เป็นของตนเอง ใช้บริการฝากขายในเว็บไซต์ตลาดกลาง :

เหมาะกับผู้เพิ่งเริ่มต้น หรือต้องการทดลองขายสินค้าออนไลน์ที่มีจำนวนสินค้าไม่มากและไม่กี่ประเภท สามารถนำข้อมูลสินค้าหรือบริการไปลงประกาศตามเว็บไซต์ที่ให้บริการประกาศซื้อ-ขายสินค้าได้ฟรีๆ (e-classified) หรือเว็บไซต์ตลาดกลางสินค้า (e-marketplace) หลังจากลงประกาศแล้ว คุณก็จะมีหน้าแสดงข้อมูลสินค้าต่างๆ ของตนเอง แต่มีข้อจำกัดคือใส่ข้อมูลสินค้าได้น้อย และใส่ได้ทีละรายการ ต้องหมั่นเข้ามาลงประกาศอยู่เสมอ เพื่อไม่ให้ประกาศตกไปอยู่ด้านล่างๆ หรือหายไป และการไม่มีเว็บไซต์ทำให้ลูกค้ากลับมาซื้อสินค้าภายหลังได้ยาก

เว็บไซต์ตลาดกลางที่เป็นที่นิยมของผู้ประกอบการ และผู้บริโภค 5 อันดับแรก ณ เดือนมีนาคม 2553

1. ประมูลคอตคอม (www.pramool.com)



2. วีเลฟช้อปปิ้งคอตคอม (www.weloveshopping.com)



3. ตลาดคอตคอม (www.TARAD.com)



4. ไทยออนไลน์มาร์เก็ตคอตคอม (www.thaionlinemarket.com)



5. พันทิพมาร์เก็ตคอตคอม (www.pantipmarket.com)



อย่างไรก็ตามเงื่อนไขการให้บริการของแต่ละเว็บไซต์อาจมีความแตกต่างกัน ดังนั้นผู้ประกอบการที่สนใจควรติดต่อไปยังผู้ให้บริการโดยตรงเพื่อสอบถามข้อมูลเพิ่มเติม

2. มีเว็บไซต์เป็นของตนเอง : เหมาะกับการมีสินค้าหลายประเภท

และมีจำนวนมาก ข้อดี คือสามารถใส่ข้อมูลสินค้าได้ทั้งหมดโดยข้อมูลจะถูกเก็บไว้อยู่ในเว็บไซต์ของคุณ ช่วยให้ลูกค้าดูได้ง่าย เมื่อจะเข้ามาค้นหาหรือซื้อสินค้าในภายหลัง นอกจากนี้ยังสามารถเพิ่มระบบการชำระเงินผ่านบัตรเครดิต หรือธนาคารได้โดยตรง แต่ต้องมีเวลาเพียงพอที่จะดูแล บริหารจัดการเว็บไซต์ และต้องทำการประชาสัมพันธ์เว็บไซต์เพื่อให้ลูกค้ารู้จัก ซึ่งต้องมีค่าใช้จ่ายในการจัดทำ สามารถดำเนินการได้ 2 วิธีคือ

2.1. ใช้บริการเว็บไซต์สำเร็จรูป : เป็นบริการจัดทำเว็บไซต์ที่เตรียมทุกอย่างไว้พร้อมเพื่อให้ท่านสามารถจัดทำและบริหารเว็บไซต์ธุรกิจได้ทันที เพียงดำเนินการตามขั้นตอนที่ระบบแนะนำ แต่อาจมีข้อจำกัดในการปรับรูปแบบเว็บไซต์ไม่ได้ตามความต้องการ เพราะสำเร็จรูปมาแล้ว โดยผู้ประกอบการสามารถดำเนินการได้ทั้งจัดทำผ่านเว็บไซต์ที่ให้บริการทางอินเทอร์เน็ต โดยสมัครเข้าไปใช้บริการ ซึ่งบางแห่งให้บริการโดยไม่คิดมูลค่า เช่น www.TARADQuickWeb.com ขณะเดียวกันหากท่านมีความรู้ในการติดตั้งซอฟต์แวร์และระบบฐานข้อมูล (database) ก็สามารถใช้บริการซอฟต์แวร์สำเร็จรูปที่มีทั้งให้บริการดาวน์โหลดจากอินเทอร์เน็ต เช่น www.oscommerce.com และที่ทางจำหน่ายมาดำเนินการติดตั้งเองได้

2.2. เว็บไซต์ที่พัฒนาขึ้นเอง : ข้อดี คือสามารถออกแบบได้ตามความต้องการอย่างเต็มที่ สามารถเพิ่มเนื้อหาได้อย่างไม่มีขีดจำกัด แต่มีค่าใช้จ่ายในการดำเนินการค่อนข้างมาก สามารถดำเนินการได้หลายลักษณะ

- **ดำเนินการได้ด้วยตัวเองและคนในองค์กร :** โดยใช้เครื่องมือ และซอฟต์แวร์ต่างๆ ซึ่งความรู้เกี่ยวกับการจัดทำเว็บไซต์สามารถหาได้จากหนังสือคู่มือ ซีดี หรือเว็บไซต์ต่างๆ เช่น www.ThaiDev.com, www.Sansukhtml.com และ www.twebmaster.com เป็นต้น

- **จ้างนักศึกษาที่มีความเชี่ยวชาญ :** ข้อดี คือมีค่าใช้จ่ายไม่แพง แต่ท่านอาจต้องมีความรู้ในการพัฒนาเว็บไซต์อยู่บ้าง และต้องมีเวลาในการติดตามการทำงานที่ใกล้ชิด แต่เว็บไซต์ที่ได้มาจะดูไม่เป็นมืออาชีพ

- **จ้างนักพัฒนาอิสระ (freelancer) :** สามารถหาได้ตามเว็บไซต์ต่างๆ เช่น www.Rookienet.com, www.Webmaster.or.th และ www.ThaiFreelanceBid.com เป็นต้น แต่ควรพิจารณาหลายๆ ราย เพื่อเปรียบเทียบกัน โดยอาจให้มีการเสนออัตราค่าจ้างผลงานเก่า และแผนงานว่าตรงกับความต้องการของท่านหรือไม่ ควรมีการร่างสัญญาจ้างทั้งก่อนและหลังส่งมอบงานที่ชัดเจน

- **จ้างบริษัทรับจัดทำเว็บไซต์ (web development Company) :** เหมาะกับองค์กรขนาดใหญ่ หรือท่านที่ต้องการเว็บไซต์ธุรกิจที่เต็มรูปแบบ มีการออกแบบด้วยมืออาชีพ ทั้งในด้านรูปแบบและการให้บริการ ซึ่งมีค่าใช้จ่ายที่ค่อนข้างสูง และการเปลี่ยนแปลงแก้ไขต่างๆ อาจดำเนินการได้ช้า และต้องเป็นไปตามข้อตกลง

อ้างอิงข้อมูลจาก www.pawoot.com และ www.truehit.net

เคล็ดลับการสร้างมูลค่าให้กับธุรกิจออนไลน์ของท่าน

หากเพียงคิดว่า ต้องการจะขายสินค้าในโลกออนไลน์ โดยทำตามเว็บไซต์ที่มีอยู่ในตลาด ก็น่าจะพอ แต่ที่จริงแล้วทราบหรือไม่ว่าความสำเร็จมาจากสิ่งที่สามารถสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับเว็บไซต์ของท่านได้อีกด้วย

1. ต้องมีแผนธุรกิจออนไลน์ :

เป็นเครื่องมือสำคัญสำหรับการเริ่มต้นธุรกิจออนไลน์ เพราะแผนธุรกิจเปรียบเสมือนแผนที่ที่ช่วยให้ธุรกิจของท่านก้าวไปได้อย่างมีทิศทาง และมีเป้าหมายที่ชัดเจน แผนธุรกิจออนไลน์ที่ดีต้องตอบคำถามให้ท่านได้ว่า

- ธุรกิจของท่านคืออะไร
- ลูกค้าออนไลน์ของท่านคือคนกลุ่มใด มีจำนวนเท่าใด มีพฤติกรรมอย่างไร
- สภาพการแข่งขันในตลาดเป็นอย่างไร
- สินค้าของท่านมีจุดแข็งและจุดอ่อนอย่างไร
- จะวางแผนกลยุทธ์การตลาด วางแผนการผลิต และการจัดส่งสินค้าอย่างไร
- จะช่วยคาดคะเนทางการเงินได้อย่างไร นับตั้งแต่รายได้ที่คาดว่าจะได้ ค่าใช้จ่าย กำไร ขาดทุน จำนวนเงินลงทุนที่ต้องการ และการรักษาระดับกระแสเงินสดหมุนเวียนธุรกิจ

WWW.

2. ข้อดีของการมีเว็บไซต์ของตัวเองดีกว่า :

โดเมนเนมหรือชื่อของเว็บไซต์ หรือ Web address เช่น google.com หรือ yahoo.com มีข้อดีต่อการดำเนินธุรกิจออนไลน์ถึง 5 ข้อด้วยกันคือ

1. เพิ่มความน่าเชื่อถือให้กับเว็บไซต์
2. ง่ายแก่การจดจำและเข้าถึงเว็บไซต์
3. สร้างความมั่นใจให้กับบุคคลทั่วไป
4. ป้องกันความผิดพลาดจากการส่งอีเมล
5. เปลี่ยนบริษัทผู้ให้บริการเช่าพื้นที่ (web hosting) ได้ง่าย

3. ใส่ใจการออกแบบเว็บไซต์ :

การออกแบบเว็บไซต์ไม่ต่างจากการจัดหน้าร้านให้สวยงาม เหมาะสม ถือเป็นหัวใจสำคัญซึ่งควรมีแนวทางดำเนินการดังนี้

- สร้างความรู้สึกเป็นกันเองกับลูกค้า เพลิดเพลินในการเข้าชม เพื่อเพิ่มโอกาสการกลับมาใช้บริการซ้ำ และเกิดการบอกต่อ
- จัดวางตำแหน่งให้สินค้าเป็นหมวดหมู่เพื่อการค้นหาได้ง่าย
- มี Catalog สินค้าให้เลือกอย่างเพียงพอ ไม่มากหรือน้อยเกินไป และมีการอัปเดตข้อมูลใหม่ๆ อยู่เสมอ
- บอกรายละเอียดคุณสมบัติของสินค้า มีรูปภาพและราคา แสดงไว้ชัดเจนเพื่อให้ลูกค้ามีข้อมูลประกอบการตัดสินใจซื้อ ระบุวิธีการสั่งซื้อสินค้า ขั้นตอนการสั่งซื้อสินค้า วิธีการชำระเงิน และการจัดส่งสินค้าที่ชัดเจน

4. สร้างความน่าเชื่อถือให้กับเว็บไซต์ :

เพื่อสร้างความมั่นใจในการใช้บริการให้กับลูกค้า มีแนวทางดังต่อไปนี้

1. จดทะเบียนพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ เพื่อรับเครื่องหมายรับรองการจดทะเบียนพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (REGISTERED) โดยเข้าไปศึกษา ข้อมูลเพิ่มเติมเกี่ยวกับการขอจดทะเบียนได้ที่ www.DBD.go.th
2. จัดทำนโยบายการคุ้มครองความเป็นส่วนตัว (privacy policy) แสดงให้เห็น เพื่อคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลหรือการทำธุรกรรมต่างๆ ของบุคคล
3. แสดงเครื่องหมายความน่าเชื่อถือ (trustmark) ไว้เพื่อผู้ใช้บริการทราบว่าเว็บไซต์ได้ผ่านการตรวจสอบคุณสมบัติหรือคุณลักษณะต่างๆ ตามมาตรฐานที่มีการกำหนดโดยองค์กรนั้นๆ แล้ว
4. นำบทสัมภาษณ์สื่อมวลชน หรือผู้ที่เคยใช้บริการแล้วประทับใจ และรางวัลที่เคยได้รับมานำเสนอประกอบ

อ้างอิงข้อมูลจาก : www.thaiecommerce.org

ONLINE



คุณทอง โชติสรยุทธ์
กรรมการผู้จัดการ
บริษัท ซีอีดูเคชั่น จำกัด (มหาชน)

เสริมอุดมการณ์ สานธุรกิจ ฉบับซีอีดูดอทคอม

จากอุดมการณ์ “เรามุ่งมั่นที่จะทำให้คนไทยเก่งขึ้น” กับบริษัท ซีอีดูเคชั่น จำกัด (มหาชน) หรือ ชื่อซึ่งเป็นที่รู้จักแพร่หลาย คือ “ซีอีดู (SE-ED)” ได้ยึดถือเป็นเป้าหมายการดำเนินธุรกิจขององค์กรมาตั้งแต่เริ่มก่อตั้งนับถึงปัจจุบันเป็นเวลาถึง 35 ปีแล้ว ที่ธุรกิจสิ่งพิมพ์ครบวงจรรายใหญ่ของประเทศไทยแห่งนี้ยังคงมุ่งมั่นดำเนินธุรกิจเพื่อทำให้คนไทยหาความรู้ได้ง่ายขึ้นและสะดวกขึ้น

เมื่อแนวโน้มเทคโนโลยีแห่งโลกออนไลน์มีการพัฒนา และเข้ามาเป็นส่วนหนึ่งในชีวิตประจำวันของผู้คนมากขึ้น ซีอีดูก็ไม่ปล่อยโอกาสในการนำมาใช้ให้เป็นประโยชน์เพื่อสานต่ออุดมการณ์ขององค์กร ผ่านทางเว็บไซต์ธุรกิจร้านหนังสือออนไลน์ www.se-ed.com ซึ่งนอกจากจะเป็นการช่วยให้ลูกค้าสามารถเข้าถึงสินค้าแห่งความรู้ได้ง่าย และสะดวกขึ้นแล้ว ยังได้รับการจัดอันดับว่าเป็นเว็บไซต์ธุรกิจหนังสือที่มีผู้เยี่ยมชมมากที่สุด และที่สำคัญยังช่วยสร้างยอดขายที่เติบโตอย่างต่อเนื่องในโลกธุรกิจออนไลน์ให้ ซีอีดูได้อีกด้วย

16

Biz Circle ได้ฉบับนี้ได้รับเกียรติจาก คุณทอง โชติสรยุทธ์ กรรมการผู้จัดการ บริษัท ซีอีดูเคชั่น จำกัด (มหาชน) จะมาบอกกล่าวถึงความเข้ามา และไขกลยุทธ์การตลาดออนไลน์ที่ช่วยให้ประสบความสำเร็จในโลกออนไลน์ในแบบฉบับซีอีดู

ซีอีดู เติบโตด้วยการมองเห็นโอกาส

พัฒนาการตลอด 35 ปีที่ผ่านมาของซีอีดู ในการดำเนินธุรกิจสิ่งพิมพ์นั้น คุณทองได้ชี้ให้เห็นว่า มาจากการมองเห็นโอกาสในช่องว่าง สามารถตอบสนองในสิ่งที่ตลาดต้องการหรือขาดแคลน ตลอดจนการนำเอาอุปสรรค และข้อจำกัดที่พบเจอในการดำเนินธุรกิจมาเป็นโอกาสอยู่เสมอ ซึ่งจากหลักคิดดังกล่าวจึงเป็นแรงผลักดันให้ซีอีดูเป็นผู้ริเริ่ม และพัฒนาธุรกิจต่างๆ ในอุตสาหกรรมสิ่งพิมพ์มาโดยตลอด ซึ่งคุณทองได้เล่าว่า

จุดเริ่มต้นของซีเอ็ดในปี 2517 มาจากการสังเกตเห็นว่าประเทศไทยยังขาดแคลนการพัฒนาสื่อความรู้เชิงวิชาการโดยเฉพาะสาขาที่จำเป็นต่อการพัฒนาประเทศ คือ วิทยาศาสตร์ วิศวกรรมศาสตร์ และการศึกษา จึงได้บุกเบิกธุรกิจวารสารสาขาดังกล่าวขึ้นก่อน และค่อยๆ มีการผลิตหนังสือวิชาการสาขาต่างๆ ที่หลากหลายตามมา ขณะที่ต่อมาเราประสบปัญหาเรื่องการจัดจำหน่ายหนังสือไปยังร้านหนังสือไม่ได้คุณภาพตามที่ต้องการ ซีเอ็ดจึงเริ่มทำธุรกิจด้านการจัดจำหน่ายหนังสือเพิ่มเติม และต่อมาพบว่าร้านหนังสือส่วนมากประสบปัญหาด้านการขยายธุรกิจ ซีเอ็ดจึงเริ่มโครงการร้านหนังสือ "ซีเอ็ดบุ๊คเซ็นเตอร์" เน้นเปิดร้านในศูนย์การค้าชั้นนำขึ้นในปี 2534 ด้วยเป้าหมายให้คนไทยสามารถหาหนังสือดีๆ อ่านได้ง่าย และสะดวกขึ้น และขยายสาขามาย่างต่อเนื่อง ปัจจุบันมีสาขารวมทั้งสิ้น 348 สาขา ธุรกิจซีเอ็ดจึงประกอบด้วย 3 ส่วนหลัก คือ 1. ธุรกิจสำนักพิมพ์ด้านหนังสือและวารสาร 2. ธุรกิจรับจัดจำหน่ายหนังสือ และ 3. ธุรกิจร้านหนังสือ "ซีเอ็ดบุ๊คเซ็นเตอร์"

รุกสู่ธุรกิจออนไลน์ เชื่อมความรู้สู่ผู้อ่าน

แนวทางการดำเนินธุรกิจของซีเอ็ดที่ผ่านมา นอกจากจะมีส่วนสนับสนุนให้ตลาดหนังสือมีการเติบโตที่สูงขึ้นแล้ว ขณะเดียวกันซีเอ็ดก็สามารถก้าวสู่การเป็นองค์กรชั้นนำในธุรกิจสิ่งพิมพ์ของไทยไปพร้อมกันด้วย แต่ก็ยังคงมีข้อจำกัดที่นำมาสู่จุดเปลี่ยนสำคัญอีกครั้งหนึ่งขององค์กร

"เมื่อตลาดหนังสือเมืองไทยเติบโตขึ้น ทำให้เราพบว่าแม้เราจะขยายสาขาไปตามศูนย์การค้า และซูเปอร์เซ็นเตอร์ได้มากขึ้น แต่ก็ยังพบข้อจำกัดจากการที่พื้นที่ร้านค้าค่อนข้างน้อยและค่าเช่าราคาสูง รวมถึงกำลังซื้อในบางพื้นที่ยังไม่สูงพอที่จะไปลงทุนเปิดร้านได้ ขณะที่หนังสือใหม่มีออกมามากทุกวัน การบริหารจัดการอายุของหนังสือบนชั้นให้เหมาะสมเพื่อให้โอกาสสำหรับนักเขียนหน้าใหม่ และให้ลูกค้ามีโอกาสได้เห็นนานพอและทั่วถึง จึงเป็นโจทย์ใหญ่ข้อหนึ่ง" คุณทองอภิชยา



การเติมเต็มช่องว่างดังกล่าวเริ่มมีความชัดเจน เมื่อแนวโน้มการเติบโตของอินเทอร์เน็ตเริ่มมีสูงขึ้น ในปี 2539 ซีเอ็ดจึงได้สร้างเว็บไซต์ธุรกิจร้านหนังสือออนไลน์ "www.se-ed.com" ขึ้น โดยเป้าหมายเพียงเพื่อเป็นช่องทางเสริมให้กับธุรกิจซีเอ็ดเท่านั้น แต่ด้วยศักยภาพของระบบธุรกิจออนไลน์ที่สามารถบริหารจัดการตั้งแต่เริ่มต้น คือค้นหาหนังสือไปจนจบที่การส่งมอบหนังสือให้กับลูกค้าได้อย่างมีประสิทธิภาพ ทำให้ธุรกิจออนไลน์ของซีเอ็ดสร้างยอดขายได้สูงถึงหลักร้อยล้านบาทจากรายได้รวม 4,649 ล้านบาทในปี 2552 เลยทีเดียว

"เว็บไซต์ช่วยให้เราเข้าถึงความต้องการของลูกค้าได้ดียิ่งขึ้นมีต้นทุนที่ต่ำเพราะไม่ต้องขยายสาขา และเน้นในการสนับสนุนสิ่งที่ เป็นข้อจำกัดของร้านหนังสือ เช่น ช่วยให้ผู้บริโภคทั่วไปที่แม้จะอยู่ในต่างจังหวัดห่างไกลไม่มีร้านหนังสือ ก็สามารถเห็นหนังสือดีๆ และสั่งซื้อหนังสือที่ต้องการทั้งหัวหนังสือในประเทศ และหัวหนังสือต่างประเทศได้อย่างสะดวกรวดเร็ว ในราคาที่ไม่ต่างจากกรุงเทพฯ หรือหาซื้อหนังสือหายากที่ตนเองต้องการแต่ไม่ได้อยู่บนชั้นในร้านหนังสือได้ง่ายขึ้น รวมถึงเป็นช่องทางในการประชาสัมพันธ์ข่าวสารและ กิจกรรมที่ช่วยกระตุ้นให้ลูกค้าบางรายซื้อหนังสือที่ตนเองไม่ได้ตั้งใจซื้อเพิ่มเติมได้ด้วย" คุณทองกล่าว

อย่างไรก็ตามแม้ยอดขายจากเว็บไซต์จะมีอัตราเติบโตอย่างต่อเนื่องจากการที่พฤติกรรมผู้บริโภคเริ่มเปลี่ยนแปลงไป โดยมีทางเลือกในการซื้อสินค้าผ่านระบบออนไลน์ที่อำนวยความสะดวกได้เป็นอย่างดี แต่คุณทองก็เชื่อว่าเป้าหมายทางธุรกิจของซีเอ็ดนั้นเพียงต้องการให้เว็บไซต์เป็นตัวเติมเต็มเสริมกับจุดอ่อนของร้านหนังสือจริงเท่านั้น "แต่สิ่งที่มีมากกว่านั้นก็คือ การมีเว็บไซต์ช่วยให้เราสามารถบรรลุอีกขั้นหนึ่งของอุดมการณ์ที่ว่า เรามุ่งมั่นที่จะทำให้คนไทยเก่งขึ้นด้วยการทำให้คนไทยเข้าถึงความรู้ และหนังสือดีๆ ได้มากขึ้นและสะดวกขึ้น คุณจะสั่งหนังสือที่ไหนก็ได้ในอารมณที่คู่คุณพร้อม และได้เห็นหนังสือมากมายกว่าในร้าน ทำให้โอกาสของคนไทยเท่าเทียมกันมากขึ้น ไม่ว่าจะอยู่ส่วนไหนของประเทศและของโลก" คุณทองกล่าว

เคล็ดไม่ลับ บริหารเว็บไซต์ธุรกิจสู่ความสำเร็จ

แน่นอนว่าปัจจัยเบื้องหลังที่ผลึกเว็บไซต์ซีอีดีดอทคอม เปิดให้บริการมาถึง 14 ปี จนได้รับการบันทึกว่าเป็นเว็บไซต์ธุรกิจ หนังสือที่มีผู้เยี่ยมชมมากที่สุด และช่วยสร้างยอดขายที่เติบโตอย่างต่อเนื่องให้กับซีอีดีนั้นมาจากการบริหารจัดการที่มีประสิทธิภาพ ซึ่งคุณทรงกล่าวว่าปัจจัยสู่ความสำเร็จ (key success factor) คือ

ปัจจัยแรก คือ การมีฐานข้อมูล (database) ที่ดี และนำมาใช้อย่างมีประสิทธิภาพทั้งในส่วนของฐานข้อมูลเกี่ยวกับลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการ ขณะเดียวกันร้านค้าก็ต้องมีข้อมูลคลังสินค้า (stock) ที่ดีเช่นกัน

“การมีฐานข้อมูลลูกค้าที่ดีจะช่วยให้ร้านค้าสามารถทราบความต้องการของลูกค้าเพื่อใช้ในการบริหารความสัมพันธ์ในระยะยาว ซึ่งจะทราบรายละเอียดต่างๆ จากการที่ลูกค้ากรอกรายละเอียดตอนที่สมัครเข้ามาใช้บริการในเว็บไซต์ ขณะที่ข้อมูลสินค้าจะทำให้สามารถรู้ว่ามีสินค้าพร้อมส่งหรือไม่ มีที่สาขาไหนบ้าง เทียบพอกับความต้องการของลูกค้าหรือไม่ จัดส่งให้ได้เมื่อใด เมื่อมีคำสั่งที่เร็วและแม่นยำ ลูกค้าก็ย่อมพอใจ” คุณทรงกล่าว

ปัจจัยที่สอง คือ การบริหารระบบลอจิสติกส์ (logistics) หรือการจัดส่งสินค้าไปถึงมือลูกค้าได้อย่างมีคุณภาพ ซึ่งหมายถึงความรวดเร็ว ตรงตามเวลาที่นัดหมาย สินค้าไม่ได้รับความเสียหาย และมีต้นทุนที่ไม่สูง ทั้งนี้ ซีอีดี มีศูนย์กระจายสินค้า (distribution center) และมีจำนวนสาขาเป็นจำนวนมาก ซึ่งต้องมีการจัดส่งสินค้าโดยเฉพาะหนังสือพิมพ์เป็นประจำทุกวัน จึงเป็นข้อได้เปรียบที่สามารถลดต้นทุนการจัดส่งให้ลูกค้าได้ ขณะเดียวกันยังมีระบบการกักรันตีสินค้าที่จัดส่งไปให้ลูกค้าอีกด้วย

“เมื่อลูกค้าทำคำสั่งซื้อ สามารถระบุได้ว่าจะสะดวกรับของอย่างไร ซึ่งเราสามารถจัดส่งให้ได้ทั้งทางไปรษณีย์ หรือลูกค้าอยากได้เร็ว และประหยัดกว่าก็อาจใช้วิธีระบุว่าสะดวกจะไปรับที่ร้านซีอีดีสาขาใด ซึ่งทางเราจะจัดส่งให้โดยไม่คิดค่าขนส่ง แต่ทั้งนี้ลูกค้าต้องมาสั่งซื้อที่หน้าร้านของเราก่อน 2 ชม สำหรับสาขาที่อยู่ในรัศมีไม่เกินกว่า 200 กิโลเมตรจากกรุงเทพฯ ส่วนจังหวัดที่ไกลกว่านั้นไม่ว่าจะอยู่ที่เกาะสมุย หรือที่เชียงใหม่ก็ตาม ลูกค้าต้องมาสั่งก่อน 5 โมงเย็น โดยสามารถมารับสินค้าได้ก่อนเที่ยงของวันรุ่งขึ้น ทั้งนี้เมื่อมารับสินค้า ลูกค้าก็จะได้เห็นหนังสือ หรือสินค้าอื่นที่น่าสนใจอื่นๆ ในร้าน และอาจมีการซื้อเพิ่มเติมอีกด้วย และเมื่อรับสินค้าไปแล้วพบว่า สินค้ามีการชำรุดเสียหายจากความผิดพลาดของซีอีดี เรายินดีให้ลูกค้าเคลมเปลี่ยนสินค้าได้ตามความพอใจ” คุณทรงกล่าว

Quality
o
g
i
t
i
c
s
Key Success Factor
D
a
t
a
b
a
s
e



SE-ED.COM
The Knowledge Provider

ปัจจัยที่สาม คือ ต้องมีการบริหารให้เว็บไซต์มีคุณภาพ ทั้งใน
ฐานะของร้านที่มีระบบที่ดี การมีสินค้าที่ดี และเป็นแหล่งข้อมูล
ความรู้ที่ดีของผู้บริโภค ซึ่งที่ผ่านมาซีเอ็ดได้พยายามบริหารให้
เว็บไซต์ของตนเองสามารถตอบโจทย์เหล่านี้ได้อย่างครบถ้วน

“การเป็นร้านค้าที่ดี คือลูกค้ารู้สึกเว็บไซต์ของเรามีระบบที่เป็นมิตร
ให้ความเพลิดเพลิน จากการมีข้อมูลครบถ้วนเพียงพอ เพื่อใช้ประกอบ
การตัดสินใจซื้อ มีใช้การยืดเยื้อ มีระบบการสืบค้นที่สะดวก มีขั้นตอน
การสั่งซื้อที่ง่าย และหนังสือถึงมือลูกค้าอย่างมีคุณภาพ และ
ทันความต้องการของเขา การมีสินค้าที่ดีคือ ต้องมีจำนวนหัวหนังสือ
ที่มากและหลากหลายเพียงพอที่จะสนองตอบความต้องการ
ของลูกค้าได้ ไม่ต้องไปหาที่อื่นอีก ให้ลูกค้าได้เห็นหนังสือที่ตั้งใจซื้อ
และไม่ได้ตั้งใจจะซื้อ

นอกจากนั้น ซีเอ็ดไม่ได้เป็นเพียงเว็บไซต์ธุรกิจออนไลน์
แต่ยังทำหน้าที่เป็นฐานข้อมูลให้กับอุตสาหกรรมสื่อสิ่งพิมพ์ของไทย
โดยมีการนำเสนอผลการสำรวจข้อมูลหนังสือขายดีประเภทต่างๆ
ที่จำหน่ายในร้านซีเอ็ดที่ทันสมัยและใช้ดัชนีชี้วัดที่น่าเชื่อถือ ซึ่งช่วย
ให้ผู้ที่อยู่ในอุตสาหกรรมนี้มีข้อมูลสำหรับใช้วางแผนธุรกิจ และเพื่อ
พัฒนาธุรกิจของตนเองได้อย่างเหมาะสม” คุณทนงกล่าว

ปัจจัยสู่ความสำเร็จในแบบฉบับของซีเอ็ดนั้น คุณทนงยอมรับว่าไม่ใช่เรื่องง่ายที่จะสามารถทำได้ในวัน แต่หากยึดถือการสร้างพึงพอใจ
ให้กับลูกค้าเป็นที่ตั้ง ก็จะสามารถทำให้เราตอบโจทย์ความต้องการได้อย่างครบถ้วนในที่สุด

คำแนะนำเพื่อว่าที่ผู้ประกอบการออนไลน์รายใหม่

สำหรับท่านผู้ประกอบการหลายท่านที่อาจจะยังลังเลที่จะเข้ามาสู่โลกธุรกิจออนไลน์ จากการมีขนาดธุรกิจที่แตกต่างกัน แต่คุณทนงชี้ว่า
นั้นมีข้ออุปสรรค เพราะเพียงแต่สนใจและตั้งใจก็สามารถเข้ามาเริ่มต้นธุรกิจในโลกออนไลน์ได้ “ข้อได้เปรียบของธุรกิจออนไลน์ คือ
สามารถเปิดร้านได้โดยใช้ต้นทุนที่ไม่สูงมาก เพราะลูกค้าจะเน้นที่ตัวสินค้าและการบริการ เรื่องขนาดของร้านไม่ใช่เรื่องใหญ่ แต่ควร
ให้ความสำคัญกับการทำให้ลูกค้ารู้สึกว่าเว็บไซต์ของเราอยู่ สามารถค้นหาเราได้ง่าย และรู้จักเรามากขึ้นเรื่อยๆ ซึ่งการจะก้าวไปได้ก็ควรมี
พันธมิตรที่ดี และมีการวิเคราะห์องค์ประกอบต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจของเราอย่างรอบด้าน” คุณทนงกล่าว

นอกจากนี้ขอแนะนำสำหรับผู้ประกอบการรายใหม่ที่จะเข้ามาสู่เส้นทางธุรกิจออนไลน์นั้น คุณทนงย้ำหนักแน่นว่าจุดสำคัญ คือต้องมี
การวิเคราะห์ถึงโอกาสและความเป็นไปได้ในทางธุรกิจอย่างเพียงพอด้วย “ท่านควรเริ่มต้นจากการมองเห็นช่องว่าง หรือสิ่งที่ขาดแคลน
ในตลาด มองให้เห็นว่าลูกค้าคือใคร เขาพบข้อจำกัด หรือหงุดหงิดกับเรื่องอะไรในโลกที่เป็นจริง แล้วเราสามารถอำนวยความสะดวก
ให้เขาได้หรือไม่ ได้เพียงใด และคุ้มค่ากับการลงทุนที่สามารถทำให้ผู้ประกอบการอยู่รอดเพื่อดำเนินธุรกิจต่อไปได้หรือไม่ นั่นคือการเข้าใจ
ขีดความสามารถทางธุรกิจของตนเอง และเมื่อได้คำตอบแล้วจึงมุ่งตอบสนองความต้องการของลูกค้า ไปพร้อมๆ กับการมีการบริหารงาน
หน้าเว็บไซต์ที่ดี ก็จะช่วยนำไปสู่ความสำเร็จได้ไม่ยาก” คุณทนงสรุป

จะเห็นได้ว่า การก้าวมาถึงปีที่ 35 และประสบความสำเร็จเช่นในวันนี้ของซีเอ็ดนั้น หนทางไม่ได้โรยด้วยกลีบกุหลาบ ทว่าตลอดเส้นทาง
ล้วนเต็มไปด้วยอุปสรรคที่เข้ามาท้าทายองค์กรแห่งนี้ให้ฟันฝ่าจนกลายเป็นประสบการณ์ล้ำค่าให้ผู้มาที่หลังได้เรียนรู้ แต่สำหรับคำตอบ
ของคุณทนงแล้ว ประสบการณ์และความสำเร็จนั้น เกิดจากวิสัยทัศน์การมองเห็นโอกาสในวิกฤติ การปิดข้อจำกัดต่างๆ ที่ได้
ประสบพบ การไม่มองผู้อยู่ในอุตสาหกรรมเดียวกันเป็นคู่แข่ง แต่ให้มองว่าเป็นมิตรที่มาช่วยกันขับเคลื่อนให้อุตสาหกรรมเติบโต และ
แข็งแกร่งขึ้น ที่สุดท้ายย่อมเป็นผลดีกับทุกส่วน ซึ่งคำแนะนำเหล่านี้สามารถนำมาปรับใช้ในธุรกิจโลกออนไลน์ได้เป็นอย่างดี



Google จากจุดเล็กๆ สู่ความยิ่งใหญ่มูลค่ามหาศาล

วิกฤติเศรษฐกิจที่ผ่านมารั้งแล้วครั้งเล่า ส่งผลให้หน่วยงานธุรกิจหรือแม้แต่ผู้ประกอบการหลายต่อหลายราย ต่างประสบปัญหา และรับผลกระทบไปตามๆ กัน บางคนชีวิตพลิกผันจนเข้าสู่ช่วงของการแก้ไขวิกฤติ โดยมอง และวิเคราะห์สถานการณ์อย่างรอบคอบจนกลายเป็นโอกาส ช่วยให้สามารถตั้งเนื้อตั้งตัว และประสบความสำเร็จ ได้ในที่สุด คล้ายๆ กับการเริ่มต้นตำนานของมหาอำนาจแห่งโลกอินเทอร์เน็ต ซึ่งก็คือ Google ที่มีจุดเริ่มต้น ที่เป็นเพียงแค่อุปกรณ์วิทยานิพนธ์ในมหาวิทยาลัย จนทุกวันนี้ Google กลายเป็นเสิร์ชเอนจินที่ได้รับความนิยม สูงที่สุดในโลก แถมยังต่อยอดทางธุรกิจได้อย่างเหนือชั้น จนไม่อาจมองหากู้แข่งที่ใกล้เคียงกันได้ไปอีกนับทศวรรษ



จุดเริ่มต้นของตำนาน Google เมื่อ 2 ผู้ร่วมก่อตั้ง Google ตั้งแต่แรก คือ 2 หนุ่มนักศึกษา Larry Page วัย 24 ปี และ Sergey Brin วัย 23 ปี ทั้งคู่ได้รู้จักกันที่มหาวิทยาลัยสแตนฟอร์ด สาขา Computer science เมื่อปี 1995 ด้วยบุคลิกที่กล้าคิดกล้าแสดงออกในเรื่องต่างๆ ที่ตัวเองสนใจของทั้งคู่ จนได้กลายมาเป็นจุดเริ่มต้นที่สำคัญ โดยเริ่มต้นว่าเทคโนโลยีจักรกลค้นหาหรือว่า search engine ในช่วงแรกๆ นั้น การทำงานของทั้งคู่ก็เป็นไปด้วยความยากลำบาก เพราะยังขาดปัจจัย ด้านทุนทรัพย์เหมือนกับเด็กนักศึกษาทั่วไป แต่ผลงานของพวกเขา กลับเริ่มมีชื่อเสียงและเป็นที่กล่าวขวัญไปทั่วมหาวิทยาลัย โดยใช้หอพัก ของ Larry มาเป็นห้อง data center ห้องแล็บแห่งแรกของ Google ในช่วงแรก ทั้งคู่ก็ไม่ได้สนใจที่จะจัดตั้งบริษัทขึ้นมาเพื่อรองรับ เทคโนโลยีนี้ ออกสู่ท้องตลาด แต่เมื่อทั้งคู่ไปนำเสนองานกับ Yahoo! แต่กลับไม่ได้รับความสนใจระบบ search engine แบบนี้ และ แนะนำให้ Larry และ Sergey ตั้งบริษัทขึ้นมาเองจะดีกว่า ทั้งคู่จึงตัดสินใจที่จะเริ่มต้นสร้างบริษัทของตนเองขึ้นมา สิ่งแรก ที่พวกเขาคิดก็คือหาเงินทุนเพื่อย้ายออฟฟิศออกจากหอพักนักศึกษา และจ่ายเงินค่าฮาร์ดดิสก์ที่พวกเขาลงทุนไป

คนแรกที่มองเห็นศักยภาพของ search engine ก็คือ Andy Bechtolsheim ผู้ร่วมก่อตั้ง Sun Microsystems และอีกเพียงไม่นาน Google ก็ได้ประกาศว่าได้มีผู้ร่วมทุนขนาดใหญ่เข้ามาอีก 2 ราย พร้อมเงินลงทุนที่เพิ่มเข้ามาอีกถึง 25 ล้านดอลลาร์ และโปรแกรม search engines ก็ได้ถูก AOL/Netscape นำไปใช้ ซึ่งมียอดใช้งานสูงถึง 3 ล้านครั้งต่อวันเลยทีเดียว แล้ววันหนึ่ง Andy ได้พูดประโยคที่กลายเป็นตำนานของ Google นั่นก็คือ “แทนที่จะมาพูดกันแต่เรื่องของรายละเอียดของโปรแกรม เอาเป็นว่าผมเขียนเช็คให้กับคุณเลยดีกว่า” แล้วเช็คเงิน จำนวน 1 แสนดอลลาร์ก็ทำให้ Google Inc. ถูกก่อตั้งขึ้นมาอย่างเป็นทางการ และเมื่อร่วมกับเงินทุนจากญาติพี่น้องเพื่อนฝูง และผู้สนับสนุน สุดท้ายเงินลงทุนเบื้องต้นในการสร้างอาณาจักร Google ก็เลยลงอยู่ที่ 1 ล้านดอลลาร์ นับจากนั้นมาสำนักงานใหม่ของ Google Inc. ก็ได้ถูกก่อตั้งขึ้นที่ Menlo Park แคลิฟอร์เนีย และเว็บไซต์ Google.com ก็เริ่มออกสู่สายตาของนักท่องเว็บไซต์ทั่วโลก มีคนเข้ามาใช้บริการ ในช่วงแรกสูงถึงวันละกว่าหมื่นครั้ง มาถึงตอนนี้ Google ก็ได้เป็นชื่อโนเนมอีกต่อไป แต่กลายเป็นแบรนด์เนมระดับโลกไปแล้ว





ไทยพาณิชย์โซว์ศักยภาพ
ตอบโจทย์ธุรกิจเหนือขีดจำกัด
แก่เครือเจริญโภคภัณฑ์ เพื่อเสริม
ความแข็งแกร่งทางการเงินให้
“โลตัส ซูเปอร์เซ็นเตอร์”
ธุรกิจค้าปลีกในจีน

ธนาคารไทยพาณิชย์เป็นแกนนำให้การสนับสนุนทางการเงินรวม 250 ล้านดอลลาร์ สรอ. หรือประมาณ 8,250 ล้านบาท เพื่อเสริมศักยภาพทางการเงินแก่ธุรกิจค้าปลีก “โลตัส ซูเปอร์เซ็นเตอร์” ในประเทศจีน ภายใต้การดำเนินงานของ Chia Tai Enterprises International Limited (CTEI) ซึ่งเป็นบริษัทในเครือเจริญโภคภัณฑ์ โดยมีนายธนิต เจียรวนนท์ ประธานกรรมการและประธานคณะผู้บริหาร เครือเจริญโภคภัณฑ์ ดร.วิจิต สุรพงษ์ชัย ประธานกรรมการบริหาร ธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) นายสุวัชชัย ทองวานิช กรรมการผู้จัดการใหญ่ ธนาคารกรุงเทพ (ประเทศจีน) และนายชัยวัฒน์ อุทัยวรรณ กรรมการผู้จัดการใหญ่ ธนาคารนครหลวงไทย ร่วมลงนาม ณ โรงแรมคอนราด ฮองกง



สหการประมวลวงใจไทยพาณิชย์ ใช้บริการระบบชำระเงิน

นางพรรณแซ นันทวิสัย ผู้ช่วยผู้จัดการใหญ่ ธนาคารไทยพาณิชย์ ร่วมกับ นางสาวลักษณ์ ชัยเดชสุริยะ กรรมการผู้จัดการ บริษัท สหการประมวล จำกัด ลงนามสัญญาสนับสนุนระบบการดำเนินงานบริหารจัดการทางการเงินหรือ SCB : Business Cash Management เพิ่มช่องทางอำนวยความสะดวกให้ลูกค้าในการชำระเงินในวันประมูลรถ รวมถึงช่วยรับชำระค่ารถที่เหลือนด้วยจุดชำระเงินที่มีหลายช่องทางทั้งสาขา และเครื่องเอทีเอ็ม ครอบคลุมทั่วประเทศ

ไทยพาณิชย์มอบเงินสมทบทุนโครงการก่อสร้าง “อาคารสมเด็จพระเทพรัตน์”

นายนะเพ็งพาแสง กฤษณามระ รองผู้จัดการใหญ่ ธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) เป็นผู้แทนธนาคารบริจาคเงิน จำนวน 20,000,000 บาท ให้กับ ศาสตราจารย์ นายแพทย์รัชตะ รัชตะนาวิน คณบดีคณะแพทยศาสตร์ โรงพยาบาลรามาธิบดี ณ



โรงพยาบาลรามาธิบดี โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อสมทบทุนโครงการก่อสร้าง “อาคารสมเด็จพระเทพรัตน์” ซึ่งเป็นสถานที่เพิ่มศักยภาพในการให้บริการแก่สังคมด้านการแพทย์ และสาธารณสุขที่สำคัญของประเทศ ก่อให้เกิดประโยชน์สุขแก่ประชาชนไทย



ไทยพาณิชย์สานสัมพันธ์...

กิจกรรมกีฬารวมพลนักธุรกิจรุ่นใหม่ในโครงการ SCB-YEP

กิจกรรมดีๆ ที่อยากเก็บมาฝากในฉบับนี้ สามารถเรียกพลังและรอยยิ้มแห่งความสามัคคี ของผู้ประกอบการรุ่นใหม่ที่เข้าอบรมในโครงการพัฒนาทักษะเจ้าของธุรกิจรุ่นใหม่ (SCB Young Entrepreneur Program) หรือ SCB-YEP ได้เป็นอย่างดี โดยธนาคารไทยพาณิชย์ จัดกิจกรรม SCB-YEP Sportday ครั้งที่ 3 เพื่อรวมพลผู้เข้าอบรมทั้งหมด 7 รุ่น สานสัมพันธ์ให้เกิดความสามัคคีในแต่ละรุ่น เพื่อประโยชน์ต่อการสร้างเครือข่ายทางธุรกิจได้ในระยะยาว

ผู้เข้าร่วมโครงการ SCB-YEP ทั้ง 7 รุ่น และตัวแทนพนักงานกลุ่มลูกค้าธุรกิจธนาคารไทยพาณิชย์ ได้ร่วมแข่งขันกีฬาหลายประเภท อาทิ ฟุตบอล แครมบอล และเกมสันทนาการต่างๆ ที่ช่วยสร้างพลังความเป็นทีมเวิร์คกันอย่างสนุกสนาน เรียกเสียงเชียร์ได้กระหึ่มจากขอบสนาม SUPER KICK ซึ่งสีที่ได้รับคะแนนรวมสูงสุดชนะเลิศการแข่งขัน จะได้รับถ้วยรางวัลจากกรรมการผู้จัดการใหญ่ ธนาคารไทยพาณิชย์ ไปครอบครอง

โครงการ SCB-YEP ก่อตั้งขึ้นจากความร่วมมือกันระหว่างธนาคารกับวิทยาลัยนวัตกรรม มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ตั้งแต่ปี 2550 เพื่อเสริมสร้างศักยภาพให้ทายาทผู้ประกอบการสามารถสืบทอดธุรกิจได้อย่างมืออาชีพ โดยจะเน้นเรื่องการเพิ่มพูนทักษะ (skills) ที่มีการถ่ายทอดโดยผู้บริหารกิจการที่ประสบความสำเร็จ รวมทั้งผู้เชี่ยวชาญที่มีประสบการณ์ตรงในหัวข้อที่สามารถนำไปประยุกต์ใช้กับธุรกิจจริงได้อย่างเป็นรูปธรรม รวมทั้งเน้นการทำกิจกรรมร่วมกันระหว่างผู้เข้าอบรมตลอดระยะเวลา 7 สัปดาห์ เพื่อสรรค์สร้างให้เกิดเครือข่ายธุรกิจระหว่างกันสนับสนุนให้ผู้เข้าอบรมเป็นคู่คิดและคู่ค้าต่อกันได้ในอนาคต



Business Awards

TMI



บริษัท ซี-เบงคสุดสาทรรม จำกัด (มหาชน)

ดีค่านวัตกรรม : ครอบคลุมและเป็นตัวต่อโลกาภิวัตน์ (Adaptability to Changes)
และ มาตรฐานของซอฟต์แวร์ (Quality)

บริษัทนำเทคโนโลยีใหม่มาใช้ในการดำเนินงาน โดยไม่จำกัดวงงบประมาณ 40 ล้านบาทต่อปีเพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการใหม่ให้ทันต่อความต้องการของลูกค้าในตลาดที่มีการแข่งขันสูง โดยสามารถเพิ่มรายได้จากการดำเนินงานได้ 50% ต่อเนื่องกันเป็นเวลา 3 ปีที่ผ่านมา



บริษัท นรายนอินเตอร์เทรด จำกัด

ดีค่านวัตกรรม : การสร้างตราสินค้า (Branding) มาตรฐานของซอฟต์แวร์ (Quality)
และ ประสิทธิภาพการดำเนินงาน (Efficiency)

บริษัทนำผู้ผลิตสินค้าแฟชั่นระดับโลกมาผลิตสินค้าภายใต้แบรนด์ "นรายน (Narayan)" โดยเน้นการสร้างสินค้า "นรายน" ให้มีคุณภาพสูงและเป็นที่รู้จักในตลาดแฟชั่นไทยและต่างประเทศ โดยสามารถเพิ่มรายได้จากการดำเนินงานได้ 50% ต่อเนื่องกันเป็นเวลา 3 ปีที่ผ่านมา



บริษัท แบล็คแคฟเฟอ (ประเทศไทย) จำกัด

ดีค่านวัตกรรม : การสร้างตราสินค้า (Branding)
และ การสร้างคุณค่าเพิ่ม (Value Creation)

บริษัทนำเครื่องดื่มกาแฟพรีเมียมจากเมล็ดกาแฟคุณภาพสูงมาผลิตภายใต้แบรนด์ "Black Coffee" โดยเน้นการสร้างคุณค่าเพิ่มให้กับลูกค้าและเพิ่มรายได้จากการดำเนินงานได้ 50% ต่อเนื่องกันเป็นเวลา 3 ปีที่ผ่านมา



บริษัท ปภ จำกัด

ดีค่านวัตกรรม : ความริเริ่มที่นำไปสู่การสร้างนวัตกรรม (Innovation) การสร้างคุณค่าเพิ่ม (Value Creation)
และ การปฏิบัติต่อสังคม (Social Responsibility)

บริษัทนำเทคโนโลยีใหม่มาใช้ในการดำเนินงาน โดยเน้นการสร้างนวัตกรรมและเพิ่มรายได้จากการดำเนินงานได้ 50% ต่อเนื่องกันเป็นเวลา 3 ปีที่ผ่านมา



บริษัท มาสเตอร์คูล อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด

ดีค่านวัตกรรม : ความริเริ่มที่นำไปสู่การสร้างนวัตกรรม (Innovation) มุ่งให้ความสำคัญต่อลูกค้า (Customer Focus)
และ การสร้างตราสินค้า (Branding)

บริษัทนำผู้ผลิตเครื่องปรับอากาศระดับโลกมาผลิตภายใต้แบรนด์ "Mastercool" โดยเน้นการสร้างนวัตกรรมและเพิ่มรายได้จากการดำเนินงานได้ 50% ต่อเนื่องกันเป็นเวลา 3 ปีที่ผ่านมา



บริษัท ออคคิวเทค เทคโนโลยี จำกัด

ดีค่านวัตกรรม : การสร้างตราสินค้า (Branding) ความริเริ่มที่นำไปสู่การสร้างนวัตกรรม (Innovation)
และ มาตรฐานของซอฟต์แวร์ (Quality)

บริษัทนำผู้ผลิตเครื่องใช้ไฟฟ้าระดับโลกมาผลิตภายใต้แบรนด์ "Image" โดยเน้นการสร้างนวัตกรรมและเพิ่มรายได้จากการดำเนินงานได้ 50% ต่อเนื่องกันเป็นเวลา 3 ปีที่ผ่านมา



บริษัท อรุณ จำกัด

ดีค่านวัตกรรม : มาตรฐานของซอฟต์แวร์ (Quality)
และ มุ่งให้ความสำคัญต่อลูกค้า (Customer Focus)

บริษัทนำผู้ผลิตเครื่องใช้ไฟฟ้าระดับโลกมาผลิตภายใต้แบรนด์ "Ariana Colort" โดยเน้นการสร้างนวัตกรรมและเพิ่มรายได้จากการดำเนินงานได้ 50% ต่อเนื่องกันเป็นเวลา 3 ปีที่ผ่านมา



BIZ Circle

L I F E

เพลินวาน
PlearnVan
ชุมชนวิถีชีวิต



พืมานเพลินวาน



หางรานจิปากะ



ห้องเสื้อใจโต

Play and Learn...เพลินวาน

แบ่งปันเรื่องราว...เล่าสู่กันฟังที่เพลินวาน หัวหิน

สมัยก่อนการเดินทางท่องเที่ยวหัวหินเป็นเรื่องยากลำบาก แต่เดี๋ยวนี้กลับง่ายดายเหลือเกิน จะนั่งรถโดยสารหรือขับรถไปเองเมื่อไรก็ได้ ต่างจากสมัยก่อนต้องนั่ง "รถไฟ" เพราะถนนหนทางหรือการคมนาคมยังไม่ได้เหมือนสมัยนี้ จากชื่อเสียงเรียงนามในฐานะเมืองตากอากาศที่ครองใจรุ่นคุณปู่ คุณย่า จนถึงลูกหลาน และยังคงได้รับความนิยมจนถึงปัจจุบัน จากความคิดถึงเมืองชายหาด...เพลินวานจึงถือกำเนิดขึ้น ภายใต้คอนเซ็ปต์ "Play & Learn" สู่ เพลินวาน สถานที่แห่งการเรียนรู้วัฒนธรรมดั้งเดิมในอดีต ปลายทางยอดฮิตแห่งใหม่ของคนมาเที่ยวหัวหิน

เหมือนย้อนกลับไปสักกว่า 50-60 ปีที่แล้วคือบรรยากาศแรกที่เรสัมผัสได้ที่เพลินวาน

จากรั้วทางเข้าสู่อาคารไม้สองฝั่งในสไตล์ย้อนยุค พรั่งพร้อมด้วยร้านอาหารยุคดิสโก้ ร้านทำผม ร้านเสื้อผ้า ร้านของเล่น ร้านขนม ร้านกาแฟ ร้านไอศกรีม และร้านรำสุรา ละลานตา ทุกร้านแต่งด้วยไม้ชวนให้นึกถึงสมัยคุณพ่อคุณแม่ คุณแม่ยังสาว สำหรับสาวๆ ต้องสะดุดตาที่ร้านเสื้อชื่อแสนเก๋ที่ว่า "ไฉไล" ในร้านเต็มไปด้วยเสื้อผ้าหลากหลายทั้งลายดอกไม้กระจุกกระจิม ลายกราฟิกสีสันจัดจ้าน ระหว่างเดินทอดน่องสบายๆ แว่วเสียงเพลงจังหวะสนุก จากสถานีจัดรายการเพลินเพลง เพลินวาน "สุขกันเถอะเรา เสร้าไปทำไมอย่ามัวอาลัย คิดรอนใจไปเปล่า" ทำให้ลิ้มนึกถึงความวุ่นวายของกรุงเทพฯ ไปเลย แวะพักรอนสักนิด สั่งกาแฟเย็น หอมมัน เข้มข้นดับร้อนชื่นใจ แถมยังสนุกกับการหามุมถ่ายรูปได้ไม่รู้เบื่อ





หายเหนื่อยแล้ว ไม่ว่าจะรุ่นเล็กรุ่นใหญ่เป็นต้องถูกใจกับร้านของเล่น
 เพลินวาน ที่เต็มไปด้วยของเล่นสังกะสีสมัยเด็ก ทำให้คนหน้าเด็ก
 อย่างเราอดนึกถึงวันเก่าๆ ไม่ได้ หันรีหันขวางสายตาไปสะดุดร้าน
 กับข้าวสูตรโบราณ ที่ร้าน “ข้าวอุ่น แกรว้อน” ด้วยเมนูอาหารเลี้ยงชีพ
 ตันตำรับอย่าง น้ำพริกกะปิ ปลาราดพริก อาหารถูกปาก รสชาติถูกใจ
 แต่ถ้าใครอยากแซ่บอีสานต้นตำรับมีร้านส้มตำ “ดอกจาน” จาก
 หนองคายไว้บริการ อิ่มแล้วเดินเที่ยวต่อผ่านร้านขนมปังโชกมันตำ
 “ปังพะยะคะ” ขนมปังอบสดๆ ใหม่ ๆ หลากหลายไส้ทั้งหมดของ
 ลูกเกด แอม สามารถแวะเวียนซื้อเป็นของติดไม้ติดมือกลับไปฝาก
 คนที่บ้าน เดินผ่านโค้งสะพานไม้ แวะมุมยอดฮิตที่นักท่องเที่ยวนิยม
 ถ่ายรูปเก็บไว้เป็นที่ระลึกสักภาพ ฉากหลังเป็นท้องฟ้าสีครามสดใส
 ตัดกับธงราวสลัสนี้ สะท้อนความแจ่มใสของหัวหินวันวาน ลงสะพาน
 ไปติดใจภาพโปสเตอร์ดาราคู่ขวัญในอดีต มิตร - เพชรา สรพงษ์ - จารุณี
 ไกลๆ กันคือใบปิดหนังแสดงรอบฉายของเพลินวานราม่า ซึ่งเป็น
 ลานกว้างสำหรับฉายหนังกลางแปลงรอบดึก ในแบบฉบับงานวัด
 เก็บความประทับใจด้วยการจับจองเทพคาสเซ็ทเพลงซิงๆ
 และวีดีโอหนังรักหวานๆ



หลากหลายเรื่องราวจากความทรงจำอันสดใส... ที่เพลินวาน หัวหิน



ถ้าใครเห็นอดีตน่ารักๆ แบบนี้แล้วอดคิดถึงหนังเรื่องแพนด้าไม่ได้ แนะนำให้แวะส่งไปสการ์ตถึงคนสนิทที่ “ตู้ไปรษณีย์เพลินวาน” อำนวยความสะดวก หม่อมสาวคูโคนที่รักสวยรักงาม ที่นี้ยังมีร้านทำผม “เลิศสะแมนแดน” โทนสีชมพูอ่อน – โอลด์โรสของร้านผสมผสานการตกแต่งด้วยกรอบรูปไม้สีขาว และเก้าอี้ตัดผมโบราณชวนให้นึกถึงวันวานขึ้นมาจริงๆ

ตะวันยามเย็นคล้อยต่ำ ซิงช้าสวรรค์เวียนขึ้น-ลง รับนักท่องเที่ยวรอบแล้วรอบเล่ารังให้เราไม่อยากจะกลับ สำหรับคนรักการสังสรรค์ยังมีร้าน “เหล้าเพลินสำราญ” พรังพร้อมด้วยเหล้าไทย เหล้าเทศ และ “ยาตอง” เหล้าสูตรพื้นบ้านของไทยเราในอดีตคอยบริการ ใครติดลมบนแนะนำสถานที่พักสุดฮิปที่ พิมานเพลินวาน การออกแบบเน้นโทนสีสดใสโดดเด่น บริเวณชั้นสอง แต่ละห้องตกแต่งประดับประดาแตกต่างกัน ในสนนราคา 3,200 – 3,700 บาทต่อคืน เสน่ห์อันเป็นเอกลักษณ์ของโรงแรมนี้คือ ไม่มีเครื่องทำน้ำอุ่น หากแต่เป็นตุ่มน้ำอุ่นกระโจมอก นุ่งผ้าขาวม้า ตักอาบให้ฉ่ำชื่น ประแป้งหอมละมุน แล้วแวะไปนั่งรับประทานไอศกรีมหวานเย็นหลากหลายรสที่ร้านไอศกรีมเพลินวานให้เพลินอารมณ์



เพลินวานเป็นสถานที่ท่องเที่ยวที่มีแนวคิดควรค่าแก่การชื่นชม คือการเปิดโอกาสและสนับสนุนให้คนท้องถิ่นมีพื้นที่ทำกิน สร้างอาชีพและรายได้ ด้วยการเปิดให้จับจองพื้นที่ค้าขาย รวมทั้งจัดอุปกรณ์ให้มีรูปแบบในคอนเซ็ปต์เดียวกัน ทั้งยังเปิดโอกาสให้แก่เด็กและคนพิการเข้ามาเป็นพนักงานหรือแม่แต่มาท่องเที่ยวอย่างสะดวกสบาย โดยมีทางลาดและลิฟท์อำนวยความสะดวกด้วย



เพราะความทรงจำในอดีตไม่เคยจากเราไปไหน
หากทวนรำลึกถึง ๗ ครั้งใด
จิตใจแหลมขึ้นทุกครั้งไป

หากคุณเป็นผู้นั่งหนึ่งที่หลงรักในโมงยามที่งดงามของวันวาน
มารวมอึ้งแอบอดีตแสนสุข
ที่เพลินวาน หัวหินควยกัน
เปิดให้บริการทุกวัน
ตั้งแต่ 11.00 น. - 24.00 น.
ตั้งอยู่บริเวณหัวหิน ซอย 38
ใกล้เขตพระราชวังฯ ผังษาเขากรุงเก่า





“โปรตีนมะพร้าว” ชงดื่ม อึ้งวัตถุดิบเกษตรอินทรีย์

ผลิตภัณฑ์แปรรูปจากเนื้อมะพร้าวอินทรีย์นี้เกิดจากการสนับสนุนให้เกษตรกรในจังหวัดสมุทรสงคราม ปลูกมะพร้าวแบบเกษตรอินทรีย์ เพื่อให้ได้ผลผลิตที่มีคุณภาพผ่านเกณฑ์มาตรฐานเกษตรอินทรีย์สำหรับแปรรูปเป็นน้ำมันมะพร้าวอินทรีย์เพื่อสุขภาพจำหน่ายทั่วโลก สู่แนวคิดเพิ่มมูลค่าให้วัสดุเหลือใช้ โดยนำเนื้อมะพร้าวที่เหลือมาแปรรูป ทำให้ใช้ประโยชน์จากเนื้อมะพร้าวได้ครบทุกส่วน โดยได้รับการสนับสนุนจากโครงการนวัตกรรมดีไม่มีดอกเบี้ย สำนักงานนวัตกรรมแห่งชาติ (สนช.) กระทรวงวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี เพราะโปรตีนมะพร้าวอินทรีย์ ถือเป็นผลิตภัณฑ์ใหม่ที่มีมูลค่าสูงและเป็นที่ต้องการของตลาดในต่างประเทศ เพราะผู้บริโภคส่วนใหญ่ตระหนักถึงสรรพคุณของผลิตภัณฑ์จากมะพร้าวอยู่แล้วว่า ให้กากใยสูง มีส่วนช่วยระบบขับถ่ายทั้งการปลูกมะพร้าวแบบเกษตรอินทรีย์นี้ยังช่วยเพิ่มผลผลิตให้เกษตรกร และเนื้อมะพร้าว จะมึกลิ่นหอมมากกว่าการปลูก ด้วยปุ๋ยเคมีและสารกำจัดวัชพืชอีกด้วย

Garmento Board



พ้าอัดแน่นคุณสมบัติเหมือนไม้แต่งบ้าน

นวัตกรรมพ้าอัดแน่นที่มีคุณสมบัติเทียบเท่าไม้ตกแต่งบ้าน เกิดจากแนวคิดเชิงอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม ของนายยุทธนา อโนทัยสินทวี ได้รับรางวัลการออกแบบเชิงนวัตกรรมระดับนักออกแบบรุ่นใหม่ จากสำนักงานนวัตกรรมแห่งชาติ โดยการนำเศษพ้าอัดแน่น ผ่านกระบวนการจากโรงงานการผลิตจนมีคุณสมบัติเหมือนกับไม้ที่ตกแต่ง ประดับ บู๊พื้นบ้าน แทนไม้อัดที่สร้างบ้านได้จริง ทั้งยังมีลวดลายที่สวยงามจากลวดลายของเศษพ้าต่างๆ จึงกลายเป็นของตกแต่งหรือประดับบ้านได้ด้วย ทั้งยังช่วยลดขยะจากอุตสาหกรรมทอพ้าที่มีอยู่ทั่วประเทศ หากต้องการผลิตเพื่อจำหน่ายในอนาคต ก็จะต้องผ่านกระบวนการทางวิทยาศาสตร์ เพื่อลดอันตรายจากการปนเปื้อนของสารเคมีที่เป็นอันตราย และผ่านกระบวนการตามขั้นตอนการผลิตไม้อัดจากโรงงาน ก็จะสามารถนำออกจำหน่ายได้จริง ทั้งยังได้รับการติดต่อเพื่อทำงานให้กับทางฝรั่งเศสอีกด้วย



IPAD นวัตกรรมดิจิทัล... กระดานชนวน ศตวรรษที่ 20

iPad นวัตกรรมคอมพิวเตอร์ล่าสุด อุปกรณ์มัลติมีเดีย ที่มีรูปลักษณะคล้ายคลึงกระดานชนวนยุคก่อน มีคุณสมบัติที่เปรียบเสมือนตัวเชื่อมระหว่าง iPhone กับ MacBook ด้วยน้ำหนักตัวเครื่องไม่ถึง 1 กิโลกรัม เพียงปลายนิ้วสัมผัส เป็นได้สารพัดทั้งหนังสือพิมพ์ นิตยสาร หนังสืออิเล็กทรอนิกส์ อัลบั้มภาพถ่าย วิดีโอ เพลง การพิมพ์ข้อมูล วิดีโอเกมส์ ความสามารถพิเศษรอบตัวใช้งานร่วมกับแอปพลิเคชันอื่นๆ ของ iPhone ได้ ด้วยหน้าจอสัมผัส LED-backlit ขนาด 9.7 นิ้ว โปรเซสเซอร์ 1 GHz ความละเอียด 1024x768 หน่วยความจำตั้งแต่ 16, 32 และ 64 GB แบตเตอรี่ Lithium Ion สามารถใช้งานติดต่อได้ยาวนานถึง 10 ชั่วโมง สำหรับราคาเริ่มต้นตั้งแต่ 499 เหรียญสหรัฐฯ (ประมาณ 16,489 บาท) ในรุ่น iPad WiFi ความจำ 16 GB และสูงสุดอยู่ที่ 829 เหรียญสหรัฐฯ (ประมาณ 27,394 บาท) ในรุ่น iPad WiFi + 3G ความจำ 64 GB ให้ผู้ใช้ได้เพลิดเพลินกับหน้าเว็บสีสันสดใส... จอภาพคมชัดขนาดใหญ่ แบ่งปันกันดูได้ทั้งบ้าน

ระวัง! เครียดไม่รู้ตัว...ความเสี่ยงต่อภาวะฉุกเฉินทางสมอง (Neuro Emergency)



ในสภาวะสังคมที่สับสนวุ่นวาย ปัญหาเศรษฐกิจการเมืองที่ยืดเยื้อ เชื่อว่าเป็นปัจจัยที่ทำให้หลายคนตกอยู่ในภาวะตึงเครียดโดยไม่รู้ตัว เช่นนั้น องค์การความร่วมมือด้านโรคสมอง ประเทศสหรัฐอเมริกา ได้ให้ข้อสังเกตอาการทางสมองที่เรียกว่า Give Me 5 ไว้ดังนี้

1. Walk - สังเกตสมดุลในการเดิน
2. Talk - สังเกตโทนเสียง มีลักษณะเบาลง ช้าลง หรือทอดเสียงร่วมกับสีหน้าที่เรียบเฉย ไม่กระปรีกระเป่า
3. Reach - สังเกตว่ามีการอ่อนแรง ชา ในอวัยวะต่างๆ
4. See - สูญเสียการมองเห็นบางส่วน ตาพร่ามัว
5. Feel - ปวดหัวรุนแรง ไม่เคยปรากฏมาก่อน

หากพบอาการเหล่านี้แม้เพียงข้อเดียว อาจทำให้ท่านผู้ประกอบการตกอยู่ในภาวะเสี่ยงได้ แม้ว่าอาการต่างๆ ทางสมองกว่าจะส่งผล ต้องใช้เวลาถึง 3 ชั่วโมงก็ตาม แต่การไปพบแพทย์เฉพาะทางอย่างรวดเร็วที่สุด ก็จะเป็นประโยชน์ต่อผู้ป่วยมากที่สุด เพราะภาวะฉุกเฉินทางสมองที่เกิดขึ้นกับร่างกาย มักไม่แสดงอาการให้เห็นในทันที กว่าที่จะได้รับการดูแลรักษาที่ถูกต้องก็สายเกินไป ดังนั้นหากเกิดความผิดปกติที่สมองแล้ว ควรได้รับการดูแลอย่างใกล้ชิด ภายในระยะเวลาที่รวดเร็วที่สุด เพราะนั่นหมายถึงความปลอดภัย และการคืนสู่ความปกติได้มากที่สุดเช่นกัน

สาเหตุของภาวะฉุกเฉินทางสมอง ประกอบด้วย

1. การได้รับการกระทบกระเทือนจากภายนอก เช่น การเกิดอุบัติเหตุต่างๆ หกล้ม กระทบ
2. ความผิดปกติจากภายใน ได้แก่ ภาวะเส้นเลือดสมองตีบตัน หรือแตก จากสภาพร่างกาย คือ ความเครียด อายุ พฤติกรรม การสูบบุหรี่ ไม่ออกกำลังกาย รวมทั้งกลุ่มเสี่ยงที่มีภาวะของโรคความดันโลหิตสูง เบาหวาน หัวใจเดินผิดปกติ ไชมันในเลือดสูง และการเกิดอีกเสบของหลอดเลือด ฯลฯ

ผลที่เกิดขึ้นมีหลายรูปแบบอาจเกิดอาการความจำหรือการสั่งงานของอวัยวะภายในร่างกายบกพร่อง ระบบประสาทและการรับรู้บกพร่อง อัมพาต อัมพฤกษ์ หรือถึงที่สุดอาจถึงขั้นเจ้าชายนิทรา (Vegetative State)

ดูแลตัวเองอย่างไรให้ไกลความเสี่ยง

สิ่งสำคัญที่ช่วยป้องกันไม่ให้เกิดความเสี่ยง คือ ต้องหมั่นตรวจร่างกายสม่ำเสมอ เพื่อหาปัจจัยเสี่ยงในการเกิดโรค เช่น ปวดหัวเป็นประจำ หรือการได้ยินเสียงหูๆ อยู่ในหู อาจเกิดจากเส้นเลือดที่ผิดปกติ เป็นต้น การตรวจดังกล่าวไม่ได้หมายความว่าช่วยยืนยันว่าไม่เป็นโรค แต่จะช่วยลดโอกาสการเกิดโรคเส้นเลือดในสมอง ตีบ ตัน แตก ให้น้อยที่สุด รวมทั้งการดูแลตัวเองด้วยการออกกำลังกาย และการรับประทานอาหารที่มีประโยชน์

แม้ภาวะสึกหรอของร่างกายจะเป็นสิ่งที่อยู่นอกเหนือการควบคุม แต่เราสามารถดูแลรักษาให้หลอดเลือดของเราทำงานอย่างเป็นปกติได้ แม้เวลาจะล่วงเลยไป เพียงแค่หมั่นสังเกตและใส่ใจดูแลสุขภาพของตนเองอยู่เสมอ เท่านั้นท่านผู้ประกอบการก็จะแข็งแรงและปราศจากโรคภัยได้แล้ว เพื่อหลีกเลี่ยงผลกระทบที่รุนแรงดังกล่าว หากมีอาการผิดปกติควรปรึกษาแพทย์ผู้เชี่ยวชาญเฉพาะทางสมองโดยเร็วที่สุด เพื่อช่วยให้การรักษาได้รับผลที่ดี และคืนสภาพร่างกายปกติกลับมาให้ได้มากที่สุด เริ่มต้นสุขภาพดี แล้วทุกอย่างจะไปได้สวย

นายแพทย์ไอรส ทรัพย์เจริญ
อายุรแพทย์ด้านระบบประสาทและสมอง
โรงพยาบาลสมิติเวช ศรีนครินทร์

ตระเวนชิม ริมชายหาด @ หัวหิน

ร้อนอบอ้าวแบบนี้ จะมีอะไรดีไปกว่าการนั่งชิลชิล จิบเครื่องดื่มเย็นๆ ทานอาหารแสนอร่อย และชมทะเลสวยๆ จังไหมคะ: ว่าแล้ว “คอลัมน์ตระเวนชิม” จึงไม่รอช้าออกตระลอนหาร้านอาหารริมชายหาด บรรยากาศเลิศ แถวหัวหิน มาฝากกันผู้อ่านกันค่ะ:

ก้าวแรกที่ ร้าน “อยู่เย็น” คุณจะพบบ้านตากอากาศโบราณริมชายหาด ที่ได้รับการอนุรักษ์ตกแต่งไว้อย่างงดงาม เห็นแล้วรู้สึกเหมือนเราเดินย้อนกลับไปในยุคคุณปู่คุณย่าอีกครั้ง หลังจากอิมตามาพอสมควรคราวนี้ เรามืออิมท้องกันดีกว่า เมนูแรกที่อยากแนะนำ

“ต้มยำปลาทูใบมะขาม”

จุดเด่นของเมนูนี้คือความสดของปลาทูที่คัดสรรมาอย่างดี ปลาเนื้อแน่น รสหวาน ทานพร้อมกับน้ำต้มยำที่เปรี้ยวกลมกล่อมกำลังดี ได้ข้าวสวยร้อนๆ สักจานก็อร่อยเหาะอย่าบอกใคร



เมนูถัดไป “อยู่เย็นเดินระบำ”

ฟังชื่อที่แรกสงสัยว่าอะไรกันที่จะมาเดินระบำยั่วน้ำลายของเราได้ ไม่ใช่ใครที่ไหนน้องกุ้งนั่นเอง น้องกุ้งตัวโตๆ เนื้อแน่นๆ นำมาผ่ากลาง นึ่งพอสุก คลุกเคล้ากับน้ำย่ำรสชาดจัดจ้านทานแล้วต้องขอเพิ่มอีกจาน ถัดไปเป็นเมนูสำหรับคนชอบของทอดเริ่มด้วย “นางงาม 2 หน้า” นำเนื้อกุ้งสับละเอียดคลุกเคล้าด้วยซอสปรุงรส แผ่นเป็นแผ่นบางๆ ด้านหนึ่งทอดด้วยแผ่นปอเปี๊ยะ ด้านหนึ่งทอดด้วยสาหร่ายทะเล ตัดเป็นรูปสามเหลี่ยมนำไปทอดกับน้ำมันให้เหลืองกรอบ ทานกับน้ำจิ้มรสหวาน กัดคำแรกได้ความกรอบของแผ่นปอเปี๊ยะและสาหร่ายทะเล พอเคี้ยวถึงเนื้อในก็ได้ความเหนียวหนึบของเนื้อกุ้งสับหวานๆ เพลอแปบเดียวนางงาม 2 หน้าของเราก็หายไปอย่างไร้ร่องรอย

ปิดท้ายด้วย “ปลา 2 ใจ” แหมจะเหมือนคน 2 ใจไหมนะ แค่คิดเล่นๆ ปลากระพงทอดกรอบเนื้อฟูนุ่มขนาด 2 ฝ่ามือก็ว่ายมาหยุดตรงหน้า กลิ่นหอมชวนใจกลืนน้ำลายไปหลายอีก ด้านหนึ่งราดด้วยกระเทียมเจียวสีเหลืองนวล อีกด้านราดด้วยซอสรสแซ่บทำจากพริกชี้ฟ้าสีแดง สีเขียว ตำพร้อมกับกระเทียมปรุงรสให้ออกเปรี้ยวหวาน ยิ่งทานกับปลาเนื้อฟูนุ่มด้วยละก็ยิ่งอร่อยสะใจ



ร้านอยู่เย็นยังมีเมนูสร้างสรรค์ที่เสียงชื่อมากมาย ไม่ว่าจะเป็น “ยำเกสรหอย” “กุ้งคั่วพริกเกลือ” “ปลาทอดราดน้ำยำตะไคร้” “มัสมั่นซี่โครงหมู” “กุ้งผัดโบราณ” ที่รอนักชิมทั้งหลาย มาพิสูจน์ความอร่อยกัน ร้านนี้เปิดทุกวันตั้งแต่เวลา 11.00 – 22.30 น. ตั้งอยู่ซอย 51 โทรศัพท (032)-531-191



กินของควาแล้วต่อด้วยของหวาน ใครที่มาเที่ยวหัวหินก็ต้องรู้จักตลาดฉัตรชัย ที่นี้มีของกินอร่อยๆ มากมายแต่ที่เราจะแนะนำ คือร้าน “ลอดช่องสิงคโปร์นายคำ” เป็นร้านรถเข็นในซอย 55 ซอกับออก อยู่แล้วที่ร้านขายลอดช่องจะไปขายเดากวก็คงไม่ได้ ลอดช่องของร้านนี้สีเขียวใสเหมือนมรกต เล้นเหนียวกำลังดี ราดน้ำกะทิสดกลิ่นหอมหวานโปะด้วยเกล็ดน้ำแข็งนุ่มๆ คนให้เข้ากันกินแล้ว ละมุนลิ้นดีแท้ ถัดไปที่ซอย 55/2 “ร้านข้าวเหนียวแม่หนู” ข้าวเหนียวนุ่มเนื้อนุ่มราดด้วยน้ำกะทิ ชันคลักโรยตัวทอด ทานกับมะม่วงน้ำดอกไม้หรือมะม่วงอกร่องก็เข้ากันได้ดีร้านนี้อยู่ติดถนนใหญ่ หาไม่ยาก มีแม่หนูตัวจริงเสียงจริงอายุกว่า 80 ปี นั่งขายหน้าร้านเป็นโลโก้ และเครื่องการันตี ความอร่อย นอกจากข้าวเหนียวนุ่มที่เสียงชื่อแล้วยังมีขนมที่ขึ้นชื่อไม่ว่าจะเป็นขนมเทียน ขนมบัวป็น ขนมชั้น ใครที่แวะมาเที่ยวหัวหินไม่ควรพลาดร้านนี้เช่นเดียวกันค่ะ

กลับมาพบกันอีกครั้งกับคอลัมน์ “พักสมอง” คราวนี้เรามีคำถามให้ท่านผู้ประกอบการมาร่วมตอบคำถามเกี่ยวกับการใช้สื่อออนไลน์ของท่านว่ามีพฤติกรรมในการใช้สื่อออนไลน์อย่างไรบ้าง กองบรรณาธิการ มีของที่ระลึกเป็น “หมอนลายเสือ” มอบให้แทนคำขอบคุณ สำหรับ 100 ท่านแรก ที่ส่งแบบสอบถามภายในวันที่ 15 พฤษภาคม 2553



แบบสอบถามเกี่ยวกับพฤติกรรมในการใช้สื่อออนไลน์ ARE YOU ONLINE?

1. ความถี่ในการใช้อินเทอร์เน็ตของท่าน
 ทุกวัน 4 - 5 ครั้งต่อสัปดาห์ 2 - 3 ครั้งต่อสัปดาห์ 1 ครั้งต่อสัปดาห์
 2 - 3 ครั้งต่อเดือน 1 ครั้งต่อเดือน นานๆ ครั้ง
 ไม่ใช่ เพราะ.....(ข้ามไปตอบข้อ 4)
2. ท่านใช้อินเทอร์เน็ต เพื่อวัตถุประสงค์ใด (เลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)
 สืบค้นข้อมูล ติดตามอ่านข่าวสาร เช็คอีเมล
 ซื้อของผ่าน e-Commerce Update ข้อมูลใน Social Networking (Hi5 / Facebook / Twitter / อื่นๆ)
 อื่นๆ (โปรดระบุ.....)
3. ท่านใช้บริการเว็บไซต์ใดบ่อยที่สุด (โปรดเรียงลำดับตั้งแต่ 1 - 5)
 3.1.....
 3.2.....
 3.3.....
 3.4.....
 3.5.....
4. บริษัท / ธุรกิจ ของท่านมีการทำธุรกิจผ่านอินเทอร์เน็ตหรือไม่ อย่างไร
 มี (โปรดระบุ) เว็บไซต์ให้ข้อมูลทั่วไป ขายสินค้าผ่านระบบ e-Commerce
 ไม่มี
5. บริการธนาคารผ่านอินเทอร์เน็ตของธนาคารไทยพาณิชย์ที่ท่านรู้จักหรือเคยใช้บริการ (เลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)
 บริการ SCB Easy Net บริการ SCB Business Net บริการ SCB FX Online
 บริการ SCB Trade อื่นๆ (โปรดระบุ.....)

ขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูงที่ท่านได้กรุณาตอบแบบสอบถาม
กรุณาส่งแบบสอบถามมาที่ กองบรรณาธิการวารสาร Biz Circle โทรสาร 02-937-7454

ชื่อ.....นามสกุล.....
ชื่อกิจการ.....
ที่อยู่ในการจัดส่งของที่ระลึก เลขที่..... หมู่..... ซอย..... ถนน.....
ตำบล/แขวง.....อำเภอ/เขต.....
จังหวัด.....รหัสไปรษณีย์.....โทรศัพท์.....

รายละเอียดสำหรับจัดส่งของรางวัล : ท่านผู้ตอบแบบสอบถามต้องมีชื่อเป็นผู้ได้รับวารสาร Biz Circle ตามที่ธนาคารจัดส่งโดยตรง จึงจะมีสิทธิ์ได้รับของที่ระลึก
ทั้งนี้ ธนาคารจะพิจารณาเวลาที่ได้รับแบบสอบถามจากท่านที่อยู่ในกรุงเทพฯและบริเวณพล แยกจากท่านที่อยู่ต่างจังหวัด เพื่อให้ท่านได้รับสิทธิ์อย่างเท่าเทียม
(ส่งของที่ระลึกถึงภายในวันที่ 30 พฤษภาคม 2553)



“Together, we can” คอลัมน์ใหม่ที่อยากเชิญชวนให้ท่านผู้อ่านได้ร่วมสนุกส่งภาพถ่ายที่สอดคล้องกับหัวข้อ “Together, we can” หรือ “ไปด้วยกัน ไปได้ไกล” slogan ใหม่ของธนาคารไทยพาณิชย์ ภาพใดที่ได้รับการคัดเลือกให้ตีพิมพ์ในวารสารจะได้รับของที่ระลึก เป็น gift set ตุ๊กตาเสืออินทรีนั้ดสุด ๆ จำนวน 5 รางวัลๆ ละ 1 ชุด ประกอบด้วย ตุ๊กตาเสือ หมอนลายเสือ และที่ใส่ CD รูปเสือ

กติกา : ส่งภาพถ่ายที่เข้ากับหัวข้อ “Together, we can” หรือ “ไปด้วยกัน ไปได้ไกล” ที่สามารถสื่อถึงการร่วมกันทำกิจกรรมต่างๆ พร้อมคำบรรยายใต้ภาพสั้นๆ ถึงกิจกรรมที่ทำ



“ร่วมกันร้องเต้นอย่างสนุกสนาน”



“ช่วยกันสร้างสนามเด็กเล่น ให้แก่สถานศึกษา”



“คนละไม้คนละมือช่วยกันตัดกระดาษทำช่องลม”



“พินึกกำลังร่วมกันแข่งขันวาดภาพ”

ธนาคารไทยพาณิชย์ ตอบแทนลูกค้าคนสำคัญ ด้วยแคมเปญ

SCB Triple Thanks แทนคำขอบคุณจากใจ

มอบของสมนาคุณสุดพิเศษถึง 3 ชั้น แด่ลูกค้า SCB ที่แนะนำเพื่อนมาใช้บริการสินเชื่อธุรกิจ ร่วมเป็นหนึ่งในครอบครัวไทยพาณิชย์



ขอบคุณชั้นที่ 1

รับง่าย ๆ เพียงแนะนำลูกค้าใหม่ที่มีคุณสมบัติตามที่กำหนด* 3 ราย

รับทันที บัตรกำนัล Big C

มูลค่า 1,000 บาท



ขอบคุณชั้นที่ 2

พิเศษยิ่งกว่า เมื่อลูกค้าใหม่ที่แนะนำผ่านการพิจารณาอนุมัติสินเชื่อและตั้งวงเงิน**

รับทันที บัตรน้ำมัน Caltex

มูลค่าสูงสุดถึง 10,000 บาท



ขอบคุณชั้นที่ 3 พิเศษสุดๆ

สำหรับลูกค้าเดิมที่แนะนำลูกค้าใหม่ได้จำนวนมากที่สุด 2 อันดับแรก รับของขวัญพิเศษ

Platinum Prize

รับ Package ตัวเครื่องบินไป - กลับ พร้อมที่พัก กรุงเทพ - ฮ่องกง ให้ท่านได้ช้อปปิ้งแฮปปี้ 4 วัน 3 คืน สำหรับ 2 ท่าน 1 รางวัล

มูลค่า 35,000 บาท

Gold Prize

รับ Package ห้องพักรีสอร์ท Alila Cha-Am พักผ่อน รีสอร์ท Hip Hotel สุทธิ ระดับ 5 ดาว ในเครือ Design Hotel 3 วัน 2 คืน สำหรับ 2 ท่าน 1 รางวัล

มูลค่า 25,000 บาท

แะลูกค้าเดิมที่แนะนำลูกค้าใหม่ มีวงเงินสินเชื่อใหม่สะสมสูงสุด 2 อันดับแรก รับของขวัญถูกใจ ด้วย Concept “จะไปไหน SCB จัดให้”

Platinum Prize

รับ Package สุดว้าว ตัวเครื่องบินไป - กลับ พร้อมที่พัก ทุกที่ที่ท่านต้องการ สำหรับ 2 ท่าน 1 รางวัล

มูลค่าไม่เกิน 100,000 บาท

Gold Prize

รับ Package ตัวเครื่องบินไป - กลับ พร้อมที่พัก ทุกที่ที่ท่านต้องการ สำหรับ 2 ท่าน 1 รางวัล

มูลค่าไม่เกิน 75,000 บาท

สอบถามข้อมูลเพิ่มเติมได้ที่ ผู้จัดการธุรกิจสัมพันธ์ที่ดูแลท่าน หรือ SCB Business Call Center โทร. 02-722-2222 ตั้งแต่ 1 เมษายน ถึง 31 กรกฎาคม 2553

*คุณสมบัติใหม่ตามหลักเกณฑ์ที่ธนาคารกำหนด

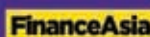
**ธนาคารขอสงวนสิทธิ์ในการพิจารณาเปลี่ยนแปลงเงื่อนไขและการอนุมัติสินเชื่อตามหลักเกณฑ์ของธนาคาร



ก้าวไปข้างหน้าอย่างไม่หยุดยั้งเพื่อความสำเร็จร่วมกัน

ไทยพาณิชย์พร้อมเดินเคียงข้างคุณในทุกย่างก้าวของธุรกิจ
ด้วยทีมงานที่เชี่ยวชาญที่พร้อมจะนำเสนอผลิตภัณฑ์และบริการที่ดีที่สุด
สำหรับธุรกิจของคุณ ทำให้วันนี้เราก้าวไปได้ไกลตามที่ต้องการ

• Best Bank in Thailand 2009



• No.1 in Financial Reputation 2009

