

01999041

Economics for Better Living

Business element

By

Suwanna Sayruamyat

Department of Agricultural and Resource Economics
Faculty of Economics, Kasetsart University

Email: suwanna.s@ku.th

FB: Suwanna Sayruamyat

FB Page: EatEcon

Website: www.eatecon.com

Objectives

1. To understand the major business functions/activities
2. To understand the management of various business functions/activities
3. To be able to apply knowledge with daily life and work in the future

ปัจจัยนำเข้า (Input)

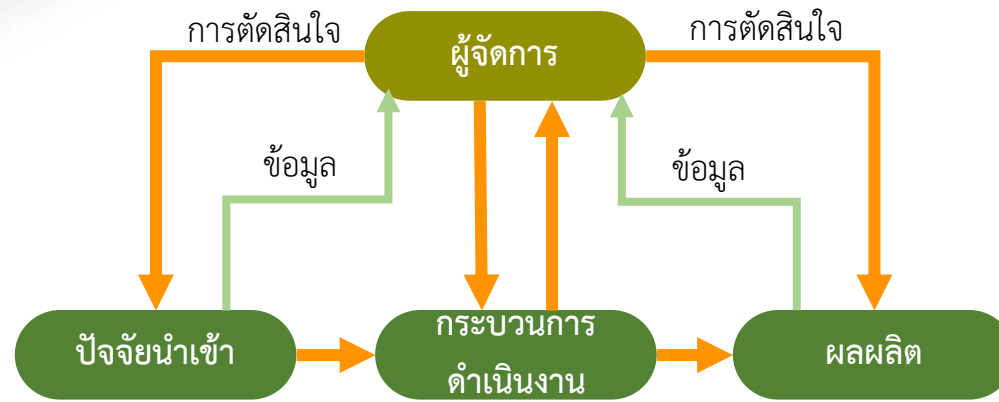
- ทรัพยากรที่ใช้แปรสภาพ
 - วัตถุดิบ
 - ส่วนประกอบ
 - ข้อมูล
- ทรัพยากรที่ทำหน้าที่แปรสภาพ
 - บุคลากร
 - อุปกรณ์
 - อาคาร สิ่งปลูกสร้าง
 - สิ่งอำนวยความสะดวก

กระบวนการ (Process)

- กระบวนการ
 - การผลิต/แปรรูป
 - ให้บริการ
 - ขนส่ง
 - ขาย

ผลผลิต (Output)

- สิ่งที่ได้
 - ผลิตภัณฑ์
 - ผลพลอยได้
 - เศษซาก
 - ข้อเสีย
- ผลได้ที่เป็นตัวเงิน
 - รายได้ของผู้ประกอบการ
- ผลได้ที่ไม่เป็นตัวเงิน
 - วัฒนธรรมองค์กร



แผนผังการจัดการการผลิต

การตลาดเป็นกิจกรรมที่ก่อให้เกิดกระบวนการแลกเปลี่ยน (exchange process) ประกอบไปด้วยกิจกรรมต่าง ๆ ที่เป็นประโยชน์ต่อลูกค้า ผู้ผลิต และคนกลางทางการตลาด

กิจกรรม การตลาด

1. การซื้อ (buying)
2. การขาย (selling)
3. การขนส่ง (transporting)
4. การเก็บรักษาสินค้า (storing)
5. การเงิน (financing)
6. การรับความเสี่ยงภัย (risk taking)
7. การจัดมาตรฐานและแบ่งเกรดสินค้า (standardizing and grading)
8. การจัดการระบบสารสนเทศ (managing information systems)

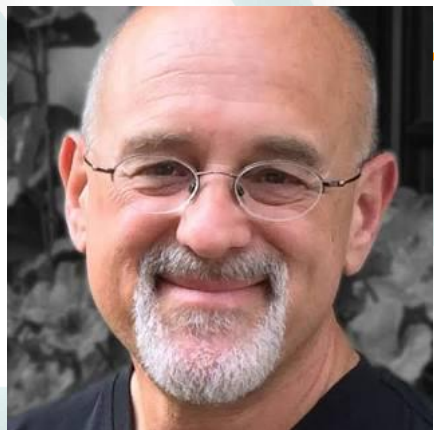
การสร้าง อรรถประโยชน์

- ด้านรูปร่าง
- ด้านสถานที่
- ด้านเวลา
- ด้านความเป็นเจ้าของ

การแลกเปลี่ยน

การแลกเปลี่ยนสามารถ
ตอบสนองความต้องการของ
บุคคลและองค์กรให้ได้รับ
ความพึงพอใจ

Happiness and Consumption



“Money itself doesn’t
make you happy -
what makes a person
happy is what is done
with the money.”

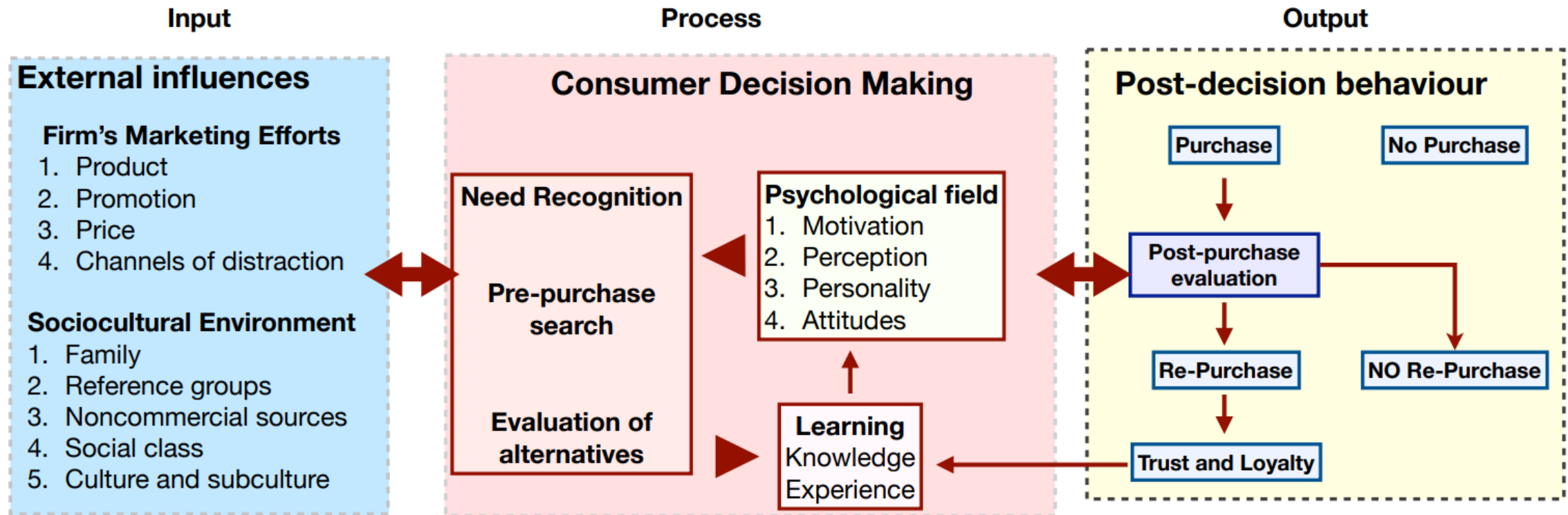
...Daniel Gilbert
Author of Stumbling on Happiness

Think about the last time you were really happy.

- Where were you?
- Who were you with?
- What were you doing?
- Was consumption involved?

Do you agree or disagree with what Daniel Gilbert says?

Schiffman and Wisenblit Model (2014)



Motivation = Drive (Fullfill Needs)

Perception = Image in mind

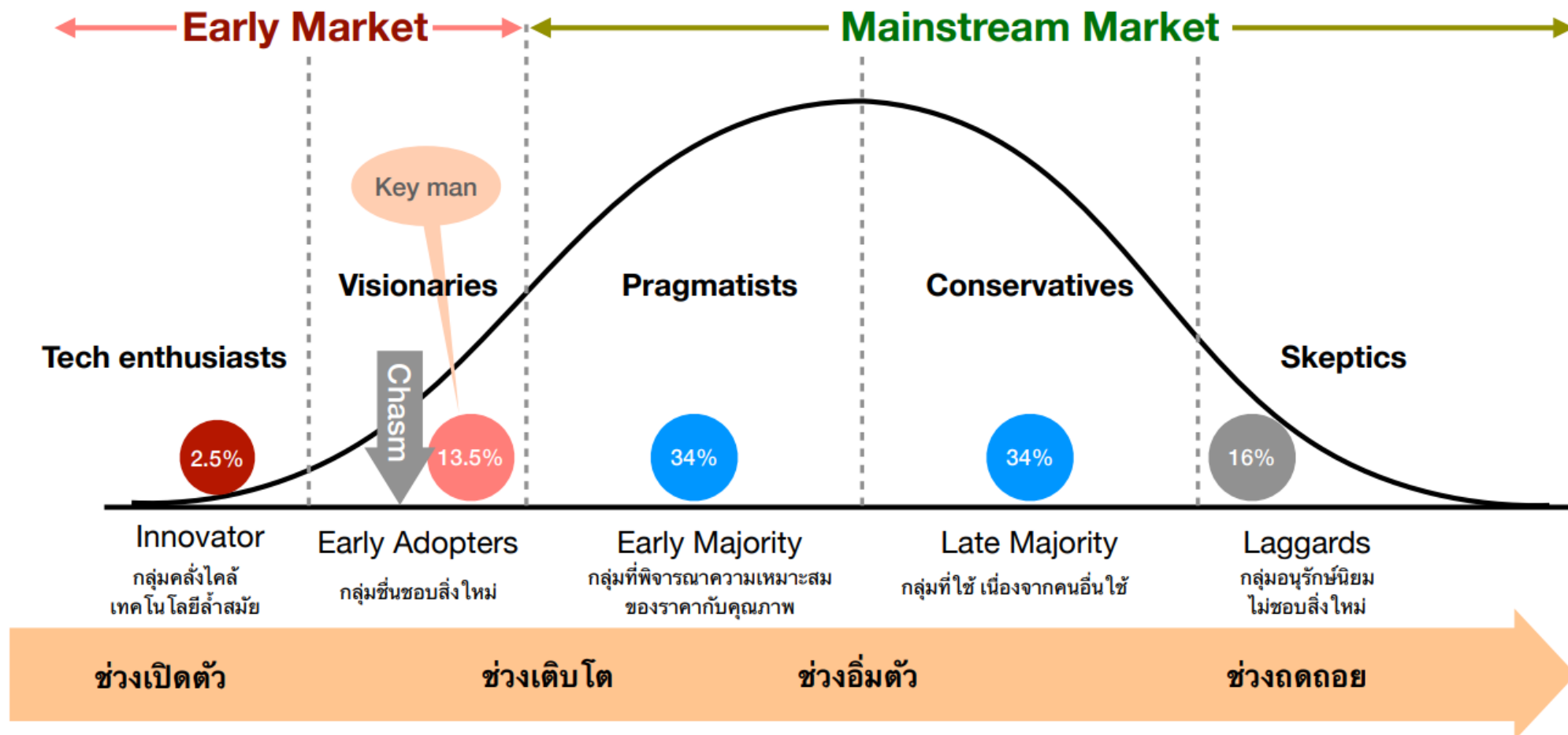
Learning = Knowledge

Personality = Habit

Attitudes = Like or dislike

Rogers Technology Adoption Curve

ทฤษฎีการแพร่กระจายของนวัตกรรม (Diffusion of Innovation)



ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการซื้อของผู้บริโภค

Cultural

- Culture
- Subculture
- Social class

Social

- Family
- Reference
- Role and status

Personal

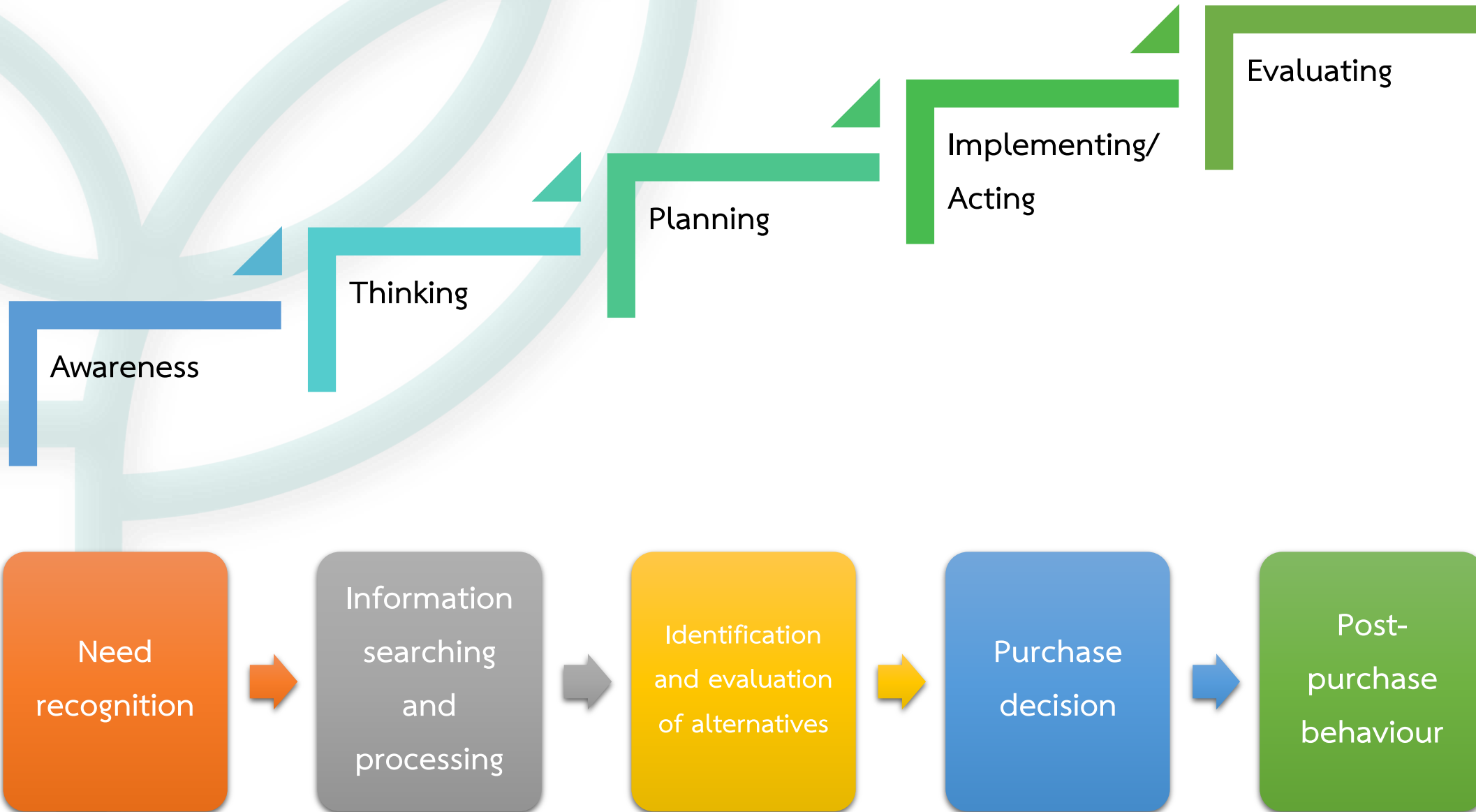
- Age
- Income
- Occupation
- Lifestyle
- Personality

Psychological

- Motivation
- Perception
- Learning
- Beliefs
- Attitudes

Economics

- Personal income
- Family income
- Income expectations
- Liquid assets
- Government Policy



4Ps

- Production
- Price
- Place
- Promotion

4Cs

- Customer
- Cost
- Convenience
- Communication

4Es

- Emotion
- Experience
- Exclusivity
- Engagement

4Ds

- Disruption
- Digitalization
- De-silotage
- Diffusion

กรณีศึกษา: 7-eleven



Brand
Case

สรุป
7-Eleven

ไตรมาส 2

รายได้ 100,000 ล้าน
กำไร 6,000 ล้าน

7-Eleven อยู่ภายใต้การบริหารจัดการของ
บริษัท ซีพี ออลล์ จำกัด (มหาชน) หรือ CPALL

ผลประกอบการของ 7-Eleven ไตรมาส 2 ปี 2566

รายได้จากการขาย
สินค้า และการให้บริการ **102,481**
ล้านบาท

+16.1% จากไตรมาสเดียวกันของปีก่อน

กำไรสุทธิ **6,121**
ล้านบาท

+19.3% จากไตรมาสเดียวกันของปีก่อน

สัดส่วนรายได้



สินค้าอุปโภค



สินค้ากลุ่มอาหาร

24.5%

75.5%

จำนวนสาขา ณ สิ้นไตรมาส 2 ปี 2566

14,215 สาขา

+168 สาขา ในช่วงไตรมาส 2 ปี 2566

แบ่งเป็น **50%** สาขาของบริษัทเอง
50% ร้าน Store Business Partner และ
ร้านค้าที่ได้รับสิทธิช่วงอาณาเขต

สถานที่ตั้ง



แบบ Stand Alone **86%**
แบบที่ตั้งอยู่ตามสถานี
บริการน้ำมัน ปตท. **14%**

ยอดขายเฉลี่ย
ต่อสาขาต่อวัน

83,558 บาท

ยอดซื้อ
เฉลี่ยต่อบิล

84 บาท

จำนวนลูกค้า
เฉลี่ย ต่อสาขาต่อวัน

995 คน

รู้หรือไม่ ?

ปีนี้ CPALL วางแผนจะเปิด 7-Eleven เพิ่มอีก
700 สาขาในไทย และขยายให้ครบ 100 สาขา ในกัมพูชา

ที่มา: คำอธิบายและวิเคราะห์ของฝ่ายจัดการ ไตรมาส 2 ปี 2566 บริษัท ซีพี ออลล์ จำกัด (มหาชน)





ส่วนประสมทาง การตลาดสำหรับ ธุรกิจบริการ

AD ADDICT 7Ps พื้นฐานการตลาด ที่ทุกธุรกิจ 'บริการ' ต้องรู้!

1	Product	สินค้า หรือ การบริการ	การหาสิ่งที่ตอบสนองความต้องการของกลุ่มเป้าหมายและสร้างประโยชน์ให้ธุรกิจ
2	Price	ราคา	การกำหนดกลยุทธ์ราคาขายที่ครอบคลุมต้นทุนและสร้างผลกำไรให้แก่ตัวสินค้าหรือบริการ
3	Place	สถานที่	การเลือกช่องทางการขายสินค้าหรือบริการที่ตอบโจทย์กลุ่มเป้าหมาย
4	Promotion	การส่งเสริม	กลยุทธ์การนำเสนอสินค้าหรือบริการเพื่อดึงดูดให้กลุ่มเป้าหมายสนใจซื้อ เช่น ลด แลก แจก แถม
5	People	บุคลากร	การพัฒนาพนักงานให้มีคุณภาพและสามารถตอบสนองความต้องการของกลุ่มเป้าหมายอย่างเหมาะสม
6	Process	กระบวนการ	การวางแผนขั้นตอนในการดำเนินการให้มีระบบเพื่อให้ธุรกิจสามารถดำเนินไปอย่างมีประสิทธิภาพ
7	Physical Evidence	องค์ประกอบทางกายภาพ	การตกแต่งและสร้างสรรค์ประสบการณ์ที่ทำให้กลุ่มเป้าหมายมีประสบการณ์ที่ดีที่สุด

@adaddictth

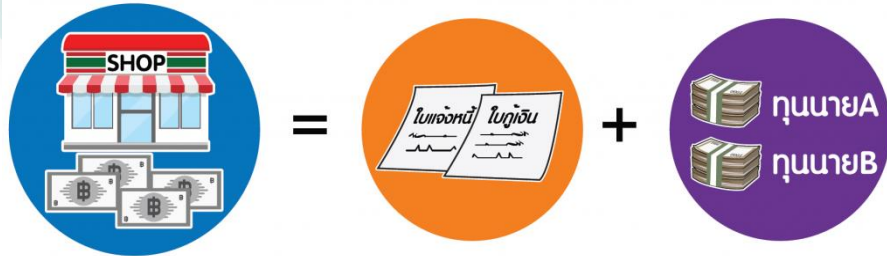
การเงินและการเงินธุรกิจ เป็นหัวใจสำคัญประการหนึ่งของการดำเนินงานภายในองค์กร เมื่อธุรกิจมีเงินทุนจำนวนหนึ่งแล้ว ต้องมีวิธีการบริหารจัดการให้เงินทุนนั้นเกิดประโยชน์สูงสุด เพื่อบรรลุเป้าหมายของธุรกิจ



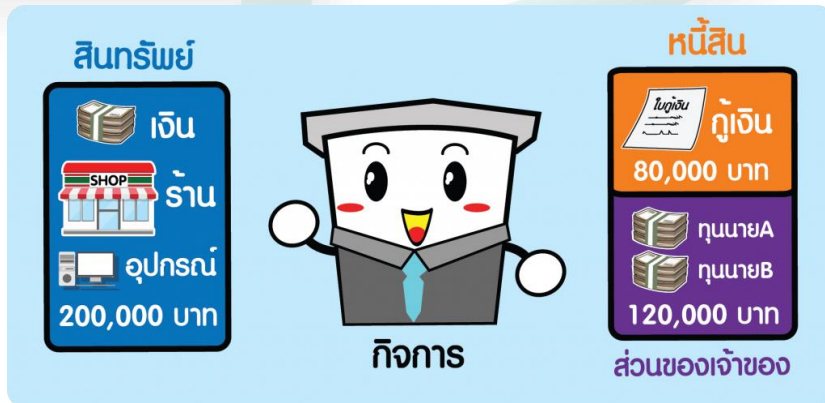
<https://sme.krungthai.com/sme/productListAction.action?command=getDetail&cateMenu=KNOWLEDGE&catelId=45&itemId=293>

ตัวอย่างงบการเงิน CPALL

ไตรมาส 2/2566



สินทรัพย์ = หนี้สิน + ส่วนของเจ้าของ



Cr. <https://www.mrlikestock.com/>

งวดงบการเงิน ณ วันที่	งบปี 2562 31 ธ.ค. 2562	งบปี 2563 31 ธ.ค. 2563	งบปี 2564 31 ธ.ค. 2564	งบปี 2565 31 ธ.ค. 2565	งบ 6 เดือน 2566 30 มิ.ย. 2566
บัญชีทางการเงินที่สำคัญ					
สินทรัพย์รวม	375,617.45	523,354.33	931,892.56	924,061.49	892,007.20
หนี้สินรวม	267,249.66	411,759.30	639,085.34	633,760.19	600,174.11
ส่วนของผู้ถือหุ้น	93,738.86	96,758.74	104,134.13	100,724.20	102,228.62
มูลค่าหุ้นที่เรียกชำระแล้ว	8,983.10	8,983.10	8,983.10	8,983.10	8,983.10
รายได้รวม	571,006.48	546,364.02	587,189.76	852,605.22	454,021.60
กำไร (ขาดทุน) จากกิจกรรมอื่น	103.58	162.56	6,895.02	822.11	694.49
กำไรสุทธิ	22,343.08	16,102.42	12,985.48	13,271.71	8,561.18
กำไรต่อหุ้น (บาท)	2.38	1.68	1.33	1.39	0.93
อัตราส่วนทางการเงินที่สำคัญ					
ROA (%)	8.94	6.18	3.47	3.98	4.47
ROE (%)	25.02	16.91	12.93	12.96	14.84
อัตรากำไรสุทธิ (%)	3.97	3.02	2.05	1.90	2.20

ค่าสถิติสำคัญ ณ วันที่	30 ธ.ค. 2562	30 ธ.ค. 2563	30 ธ.ค. 2564	30 ธ.ค. 2565	11 ธ.ค. 2566
ราคาล่าสุด (บาท)	72.25	58.25	59.00	68.25	61.50
มูลค่าหลักทรัพย์ตามราคาตลาด (ล้านบาท)	649,029.07	523,265.65	530,002.98	613,096.67	552,460.73
วันที่ของงบการเงินที่ใช้คำนวณค่าสถิติ					
P/E (เท่า)	29.87	27.99	53.78	36.41	35.93
P/BV (เท่า)	7.35	5.62	5.52	6.22	5.40
มูลค่าหุ้นทางบัญชีต่อหุ้น (บาท)	9.83	10.36	10.69	10.98	11.38
อัตราส่วนเงินปันผลตอบแทน (%)	1.66	2.15	1.53	0.88	1.22

ตัวอย่าง: งบดุลบริษัท ซีพี ออลล์ จำกัด (มหาชน) ณ 31 ธันวาคม 2565

รายการ	จำนวนเงิน (พันบาท)	รายการ	จำนวนเงิน (พันบาท)
สินทรัพย์		หนี้สินและส่วนของผู้ถือหุ้น	
สินทรัพย์หมุนเวียน	56,319,147	หนี้สินหมุนเวียน	111,062,565
สินทรัพย์ไม่หมุนเวียน	374,925,539	หนี้สินไม่หมุนเวียน	243,863,350
		ส่วนของผู้ถือหุ้น	76,318,771
รวมสินทรัพย์	431,244,686	รวมหนี้สินและส่วนของผู้ถือหุ้น	431,244,686

ตัวอย่างรายการสินทรัพย์

- สินทรัพย์หมุนเวียน
 - เงินสด
 - ลูกหนี้การค้า
 - สินค้าคงเหลือ
- สินทรัพย์ไม่หมุนเวียน
 - เงินทุนในบริษัทย่อย
 - ที่ดิน อาคาร และอุปกรณ์
 - สินทรัพย์สิทธิการใช้

ตัวอย่างรายการหนี้สิน

- หนี้สินหมุนเวียน
 - เงินกู้ยืมระยะสั้นจากสถาบันการเงิน
 - เจ้าหนี้การค้า
 - หนี้ที่ถึงกำหนดชำระภายในหนึ่งปี
- หนี้สินไม่หมุนเวียน
 - หนี้กู้ยืม
 - หนี้สินตามสัญญาเช่า
 - เงินประกันค้ำจำย

ตัวอย่างรายการส่วนของผู้ถือหุ้น

- ทุนเรือนหุ้น
 - ทุนจดทะเบียน
- ส่วนเกินมูลค่าหุ้นสามัญ
- กำไรสะสม
 - จัดสรรแล้ว
 - ทุนสำรองตามกฎหมาย
 - ยังไม่ได้จัดสรร
- หนี้กู้ยืมด้วยสิทธิที่มีลักษณะคล้ายทุน

ตัวอย่าง:
งบกำไรขาดทุน
บริษัท ซีพี ออลล์ จำกัด (มหาชน)
30 มิ.ย. 66



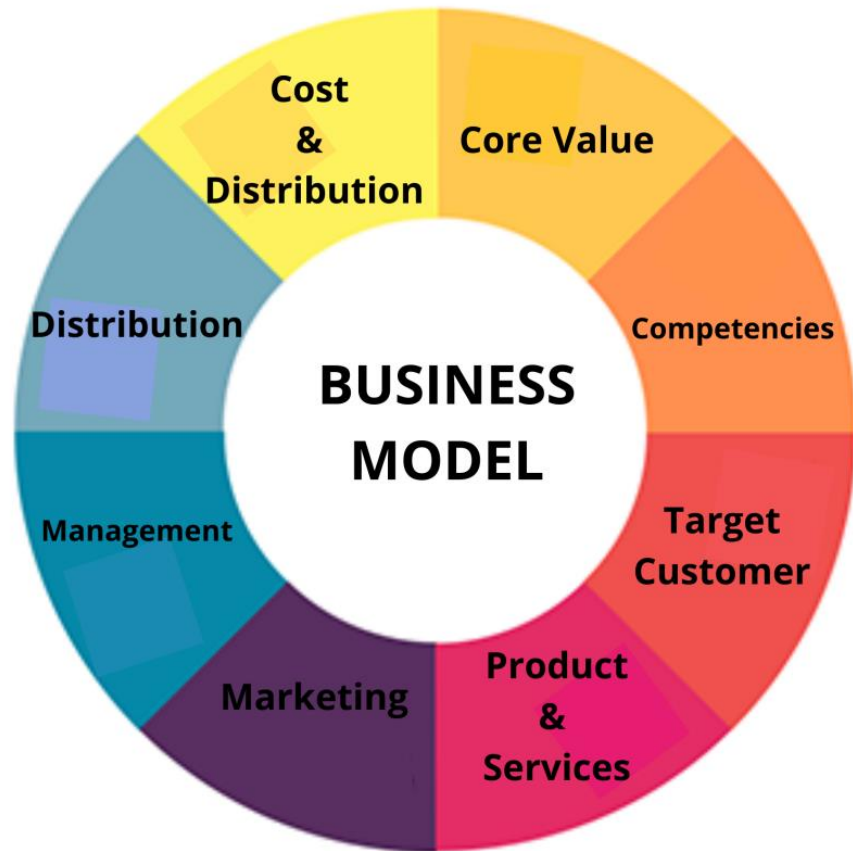
รายการ	จำนวนเงิน (พันบาท)
รายได้	112,118,445
รายได้จากการขายสินค้าและการให้บริการ	102,481,239
รายได้ดอกเบี้ย	83,125
เงินปันผลรับ	3,494,027
กำไรจากอัตราแลกเปลี่ยนสุทธิ	79,696
รายได้อื่น	5,980,358
ค่าใช้จ่าย	103,041,526
ต้นทุนขายสินค้าและต้นทุนการให้บริการ	73,401,429
ต้นทุนในการจัดจำหน่าย	25,588,611
ค่าใช้จ่ายในการบริหาร	4,051,486
กำไรจากกิจกรรมดำเนินงาน	9,076,919
ต้นทุนทางการเงิน	2,566,518
กำไรก่อนค่าใช้จ่ายภาษีเงินได้	6,510,401
ค่าใช้จ่ายภาษีเงินได้	388,976
กำไรสำหรับงวด	6,121,425

ระบบสารสนเทศเพื่อการจัดการ
(management information system –MIS)

MIS:



แบบจำลองธุรกิจ (Business model)



แบบจำลองธุรกิจ Business Model Canvas: BMC

The Business Model Canvas

ผลิตภัณฑ์สำหรับ (ประเภทลูกค้า) :

ออกแบบโดย :

ว/ด/ป :

Version:

Key Partners  พันธมิตรหรือเครือข่ายธุรกิจ	Key Activities  กิจกรรมสำคัญที่ทำให้เกิดสินค้า	Value Propositions  คุณค่า, คุณประโยชน์ให้กับลูกค้า	Customer Relationships  การสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า	Customer Segments  กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย
Key Resources  ทรัพยากรสำคัญ			Channels  ช่องทางในการเข้าถึงลูกค้า	
		Cost Structure  ต้นทุนทั้งหมดที่ก่อให้เกิดสินค้า	Revenue Streams  แหล่งที่มาของรายได้	

แบบจำลองธุรกิจ Business Model Canvas: BMC

The Business Model Canvas		ผลิตภัณฑ์สำหรับ (ประเภทลูกค้า) :	ออกแบบโดย :	ว/ด/ป :	Version:
Key Partners พันธมิตรหรือเครือข่ายธุรกิจ	Key Activities กิจกรรมสำคัญที่ทำให้เกิดสินค้า	Value Propositions คุณค่า, คุณประโยชน์ให้กับลูกค้า	Customer Relationships การสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า	Customer Segments กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย	
Key Resources ทรัพยากรสำคัญ			Channels ช่องทางในการเข้าถึงลูกค้า		
Cost Structure ต้นทุนทั้งหมดที่ก่อให้เกิดสินค้า		Revenue Streams หลังจากที่ขายได้			

HOW

WHAT

WHO

MONEY

แบบจำลองธุรกิจ Business Model Canvas: BMC

The Business Model Canvas			ผลิตภัณฑ์สำหรับ (ประเภทลูกค้า) :	ออกแบบโดย :	ว/ด/ป :	Version:
Key Partners พันธมิตรหรือเครือข่ายธุรกิจ	Key Activities กิจกรรมสำคัญที่ทำให้เกิดสินค้า	Value Propositions คุณค่า, คุณประโยชน์ให้กับลูกค้า	Customer Relationships การสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า			
FEASIBILITY			Customer Segments กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย			
			DESIRABILITY			
Cost Structure ต้นทุนทั้งหมดที่ก่อให้เกิดสินค้า			Revenue Streams รายได้ที่มาจากสินค้า			
VIABILITY			Channels ช่องทางในการเข้าถึงลูกค้า			

ตัวอย่าง Starbucks Business Model



ลิขสิทธิ์



ลิขสิทธิ์คืออะไร ?



- ลิขสิทธิ์ คือ ความคุ้มครองทางกฎหมายที่ให้แก่เจ้าของผลงาน ที่เกิดจากการใช้ความคิดสร้างสรรค์
- การคุ้มครองลิขสิทธิ์เกิดขึ้นทันทีที่มีการสร้างสรรค์ผลงาน โดยไม่ต้องจดทะเบียน

ประเภทของงานอันมีลิขสิทธิ์

- ได้แก่ งานวรรณกรรม งานนาฏกรรม งานศิลปกรรม งานดนตรีกรรม งานโสทรทัศน์วัตถุ งานภาพยนตร์ งานสิ่งบันทึกเสียง งานแพร่เสียงแพร่ภาพ และงานอื่นๆ ในแผนกวรรณคดี วิทยาศาสตร์ หรือศิลปะ
- ตัวอย่างลิขสิทธิ์ในธุรกิจร้านอาหาร เช่น ภาพถ่าย Display สินค้า ลวดลาย และรูปเล่มของเมนูอาหาร ลวดลายหรือภาพวาดบนภาชนะใส่อาหาร เป็นต้น



การรับแจ้งข้อมูลลิขสิทธิ์

คำแนะนำสำหรับผู้ประกอบการ

"การนำภาพวาดหรือภาพถ่ายของผู้อื่นไปใช้ ต้องได้รับอนุญาตจากเจ้าของลิขสิทธิ์ก่อนเสมอ ภาพวาดหรือภาพถ่ายที่สร้างขึ้นด้วยตนเอง แม้จะออกมาคล้ายกัน เพราะเป็นมุมมองที่คล้ายกัน แนวคิดเดียวกัน ก็ไม่ถือว่าเป็นการละเมิดลิขสิทธิ์ของใคร"

กรมทรัพย์สินทางปัญญา มีบริการรับแจ้งข้อมูลลิขสิทธิ์ เพื่อเป็นฐานข้อมูลสำหรับตรวจสอบและขออนุญาตใช้ลิขสิทธิ์ ท่านสามารถแจ้งข้อมูลลิขสิทธิ์ของท่านได้ที่

สแกนเพื่อเข้าสู่ระบบการแจ้งข้อมูลลิขสิทธิ์ >>>>



สิทธิบัตร



สิทธิบัตรการประดิษฐ์

- ✓ การประดิษฐ์ขึ้นใหม่ที่มีความซับซ้อนหรือมีการแก้ไขปัญหาค้นพบเทคนิค เช่น
 - กระบวนการฆ่าเชื้อสเตอริไลซ์สำหรับอาหาร
 - นมปราศจากแลคโตส



อนุสิทธิบัตร

- ✓ การประดิษฐ์ขึ้นใหม่ที่มีประโยชน์ใช้สอยมากขึ้น แต่ไม่มีความซับซ้อนทางเทคนิคมากนัก เช่น
 - สูตรอาหารเจลสำหรับพกพา
 - เครื่องผลิตน้ำแข็งแบบเกล็ดละเอียด

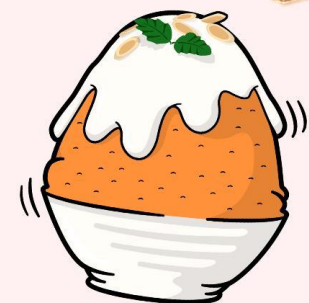


สิทธิบัตรการออกแบบผลิตภัณฑ์

- ✓ การคุ้มครองรูปร่าง ลวดลาย หรือองค์ประกอบของสิ่ง เช่น
 - รูปร่างของขนมที่มีลักษณะพิเศษ
 - ลวดลายของกล่องบรรจุอาหาร



น้ำแข็งไสราดชาไทยมีขายมานานแล้ว
จึงไม่มีใครสามารถจดสิทธิบัตรและอนุสิทธิบัตร
แล้วอ้างเป็นสิทธิแต่เพียงผู้เดียวในเมนูนี้ได้



แต่ภาชนะที่ใช้ใส่



"ปังชา"

ของแบรนด์ที่เป็นข่าว

เขาจดสิทธิบัตรการออกแบบผลิตภัณฑ์ไว้แล้ว

คำแนะนำสำหรับผู้ประกอบการ

เมนูน้ำแข็งไสราดชาไทย **ใครก็ทำได้**
แต่อย่านำลวดลายหรือแบบภาชนะที่คนอื่นจดสิทธิบัตรการออกแบบผลิตภัณฑ์ไว้ไปผลิต

แต่ ถ้าคิดค้นสูตรขนมขึ้นใหม่ ซึ่งยังไม่เคยปรากฏในที่ใดมาก่อน สามารถนำมาขอลงอนุสิทธิบัตรได้ด้วยนะ



สแกนเพื่อเข้าสู่ระบบการแจ้งข้อมูลลิขสิทธิ์ >>>>



สิทธิบัตรการประดิษฐ์และอนุสิทธิบัตรนั้น ให้ความคุ้มครองใน "ผลิตภัณฑ์" เช่น สูตรอาหาร (องค์ประกอบ สัดส่วน ปริมาณ) หรือ "กรรมวิธี" เช่น การผลิตอาหาร ขั้นตอนการปรุงอาหาร กรรมวิธีการถนอมอาหาร โดยมีข้อแม้ว่า ต้องเป็นสูตรหรือกรรมวิธีที่ถูกคิดค้นขึ้นใหม่ ไม่สามารถคาดเดาถึงผลลัพธ์ได้โดยง่าย และมีความสามารถในการประยุกต์ทางอุตสาหกรรม (ทำซ้ำได้)

เจ้าของจะเป็นผู้มี "สิทธิแต่เพียงผู้เดียว" ในสิ่งที่ได้รับความคุ้มครองนั้น ภายในระยะเวลาที่กฎหมายกำหนด หากใครต้องการใช้สูตร หรือกรรมวิธี  ต้องได้รับการอนุญาตจากเจ้าของสิทธิก่อน



จดสิทธิบัตร **-Vs-** ความลับทางการค้า

	การคุ้มครอง	การเปิดเผยข้อมูล	ระยะเวลา
สิทธิบัตร	สูตร / กรรมวิธี	✓	20 ปี
อนุสิทธิบัตร	สูตร / กรรมวิธี	✓	10 ปี
ความลับทางการค้า	สูตร / กรรมวิธี	✗	ไม่จำกัด



เครื่องหมายการค้า

Cr.กรมทรัพย์สินทางปัญญา

เครื่องหมายการค้า



เครื่องหมายการค้า คือ ชื่อ ข้อความ โลโก้ ภาพ กลุ่มของสี หรือเสียง อย่างใดอย่างหนึ่งหรือหลายอย่างรวมกัน ที่นำมาใช้ เพื่อสร้างความจดจำของผู้บริโภคในการแยกแยะแบรนด์ต่างๆ



แต่ เครื่องหมายการค้าคุ้มครองได้ตามรูปแบบ ที่จดทะเบียนไว้เท่านั้น หากข้อความหรือภาพบางส่วน ที่สื่อถึงคุณสมบัติหรือคุณภาพของสินค้าและบริการ ข้อความหรือภาพนั้นต้องถูก**สลесสิกริ** แต่ยังปรากฏ บนเครื่องหมายการค้านั้นได้

การสลесสิกริ

หมายถึง ไม่สามารถห้ามคนอื่นใช้ข้อความหรือภาพนี้ ในลักษณะอื่น แต่ถ้านำมาจัดวาง ในรูปแบบที่จดทะเบียนเครื่องหมายการค้าเอาไว้ และเป็นสินค้าหรือบริการที่ใกล้เคียงกัน **ยังสามารถห้ามได้อยู่**



ข้อความหรือภาพ ที่แม้จะสื่อถึงคุณสมบัติหรือคุณภาพ ของสินค้าก็อาจจดเป็นเครื่องหมายการค้าได้ หากนำสืบได้ว่ามีการใช้มาต่อเนื่องยาวนาน จนผู้บริโภคจดจำและแยกได้ว่าเป็นแบรนด์ของสินค้า

หากอยากรู้ว่าเครื่องหมายการค้า
จดทะเบียนไว้อย่างไร?

สามารถสืบค้นโดยเข้าไปที่
บริการสืบค้นด้วยภาพ (Image Search)

ผ่านเว็บไซต์กรมทรัพย์สินทางปัญญา
หรือแอปพลิเคชัน DIP e-Service
สะดวก รวดเร็ว ไม่มีค่าใช้จ่าย

สแกนเพื่อใช้บริการ
Image Search >>>>



คำแนะนำสำหรับผู้ประกอบการ

การใช้คำว่า “...ปัง...ชา...” หรือ “...ปังชา...”
กับเมนูน้ำแข็งไสราดชาไทย **ยังทำต่อไปได้**
แต่ไม่ควรใช้รูปแบบฟอนต์ที่ชวนให้นึกถึงแบรนด์นั้นๆ



กิจกรรม:

- 1) ให้นิสิตวิเคราะห์ Business model canvas ของสุกี้ตีน้อย ปี 2566 หรือธุรกิจอื่นที่นิสิตสนใจ
- 2) ให้ข้อเสนอแนะแก่ธุรกิจนั้นจากมุมมองของนิสิตในฐานะลูกค้า



Cr. ภาพจาก The Bangkok Insight

งบการเงิน บริษัท พี เอ็น เอ็น เรสเตอรองท์ กรุ๊ป จำกัด (สุกี้ตีน้อย) ปี 2565

หน่วย : บาท	2565	
	จำนวนเงิน	%เปลี่ยนแปลง
รายได้หลัก	3,967,894,932.00	153.56
รายได้รวม	3,976,340,210.00	152.90
ต้นทุนขาย	2,142,485,517.00	149.52
กำไร(ขาดทุน) ขั้นต้น	-	0.00
ค่าใช้จ่ายในการขายและบริหาร	1,089,258,203.00	106.45
รายจ่ายรวม	3,231,743,720.00	133.13
ดอกเบี้ยจ่าย	943,313.00	-8.51
กำไร(ขาดทุน) ก่อนภาษี	743,653,177.00	301.94
ภาษีเงินได้	152,175,272.00	311.09
กำไร(ขาดทุน) สุทธิ	591,477,905.00	299.65

ที่มา: กรมพัฒนาธุรกิจการค้า (2566)

https://datawarehouse.dbd.go.th/company/profile/SkTHrr8-FWoqhauH7RbH_0Zvoc07GjuEpL3-2TUcx2l8nRXsUZc9jmml2Flnju6v