

## บรรณานุกรม

- กชกร เฉลิมกาญจนา. (2544) การบัญชีบริหาร. กรุงเทพมหานคร : โรงพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- กนิษฐา ปวะบุตร. (2550) ผลกระทบของศักยภาพการบริหารการเงินที่มีต่อความสำเร็จองค์กรของธุรกิจ SMEs ในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง. วิทยานิพนธ์ บข.ม. (บัญชี) กรุงเทพมหานคร: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยมหาสารคาม.
- คณะกรรมการอาหารแห่งชาติ. (2552) กรอบยุทธศาสตร์การจัดการด้านอาหารของประเทศไทย. กรุงเทพมหานคร : สำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ (สสส.).
- เครื่องปรุงรสของประเทศไทยและประเทศจีน. สารนิพนธ์ ศศ.ม. (เศรษฐศาสตร์) กรุงเทพมหานคร: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- จารุณี ทรงยศ. (2552) การส่งเสริมการตลาดของร้านอาหารไทย สำหรับนักท่องเที่ยวต่างชาติ กรณีศึกษาจังหวัดภูเก็ต. ภาคนิพนธ์ บข.ม. (การตลาด) ภูเก็ต: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยราชภัฏภูเก็ต.
- จิรพร มหาอินทร์ และคณะ. (2554) การดำเนินงานและการส่งเสริมศักยภาพของวิสาหกิจชุมชน: กรณีศึกษา กลุ่มวิสาหกิจชุมชนผลิตภัณฑ์ผ้าและเครื่องแต่งกาย จังหวัดปทุมธานี. รายงานวิจัยคณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร.
- นัตยาพร เสมอใจ. (2545) การตลาดธุรกิจบริการ. กรุงเทพมหานคร : เอ็กซ์เปอร์เน็ท.
- ชมรม เอเชียไอ ประเทศไทยและคณะทำงาน ธนาคารแห่งประเทศไทย. (2554) เรื่องน่ารู้เกี่ยวกับการบริหารความเสี่ยงจากอัตราแลกเปลี่ยน. พิมพ์ครั้งที่ 4. กรุงเทพมหานคร : ละม่อม.
- เชฟโรงแรมระดับ 5 ดาว เป็นผู้ให้สัมภาษณ์ ฌัฐพล พนมเลิศมงคล เป็นผู้สัมภาษณ์ ที่มหาวิทยาลัยหัวเฉียวเฉลิมพระเกียรติ เมื่อวันที่ 8 มกราคม 2557.
- รัชพงศ์ เศรษฐบุตร. (2555) “การศึกษาความต้องการสมรรถนะของนักทรัพยากรมนุษย์สำหรับภาคอุตสาหกรรม” *Veridian E-Journal SU*. 5 (2) หน้า 426-448.
- ธิดารัตน์ โชคสุชาติ. (2555) “ศักยภาพของประเทศสมาชิกอาเซียนกับการปรับตัวของผู้ประกอบการไทย” *วารสารนักบริหาร*. 32 (3) หน้า 26-39.
- นันทรัตน์ วรรณตุง. (2549) “การนำปัจจัยทางการตลาดมาใช้เพื่อส่งเสริมอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของไทย กรณีศึกษา : กลุ่มนักท่องเที่ยวจีน” *ศรีปทุมปริทัศน์*. 6 (1) หน้า 90-100.

- ปภาวิ สุขมณี และ ฉัตรรัชดา วิโรจน์รัตน์. (2554) “ศักยภาพการบริหารจัดการของวิสาหกิจชุมชน ในจังหวัดกาฬสินธุ์ที่มีต่อประสิทธิผลการดำเนินงาน” ใน การประชุมวิชาการเสนอ ผลงานวิจัยระดับบัณฑิตศึกษาแห่งชาติครั้งที่ 23 วันที่ 23-24 ธันวาคม 2554 ณ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน จัดโดยมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน. หน้า 765-771. มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน.
- ประไพทิพย์ ลือพงษ์. (2555) “การพัฒนาทุนมนุษย์ให้มีสมรรถนะความสามารถในการแข่งขัน” วารสารนักบริหาร. 32 (4). หน้า 103-108.
- ประเวศน์ มหารัตน์สกุล. (2554) “การจัดการทรัพยากรมนุษย์ในยุคโลกาภิวัตน์” วารสารนักบริหาร. 31 (4). หน้า 168-173.
- ปราณี ดปนียวรวงษ์. (2552) โหมดการวิเคราะห์ปัจจัยความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมส่งออกของไทย. วิทยานิพนธ์ ปร.ด. (บริหารธุรกิจ) กรุงเทพมหานคร: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- ปราณี ต้นประยูร. (ม.ป.ป.) “คุณลักษณะของผู้ประกอบการและความสำเร็จของผู้ประกอบการ วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา” [ออนไลน์] แหล่งที่มา : <http://management.aru.ac.th/mnge/images/pdf/entrepreneurial.pdf>. (21 มกราคม 2556)
- ผู้จัดการร้านอาหารไทยระดับชาติ เป็นผู้ให้สัมภาษณ์ รัชสมัย เจียรกุล เป็นผู้สัมภาษณ์ ที่มหาวิทยาลัยหัวเฉียวเฉลิมพระเกียรติ เมื่อวันที่ 11 ธันวาคม 2556.
- ผู้จัดการโรงเรียนสอนทำอาหารและขนมไทยระดับชาติ เป็นผู้ให้สัมภาษณ์ ฉัฐพล พนมเลิศมงคล เป็นผู้สัมภาษณ์ ที่มหาวิทยาลัยหัวเฉียวเฉลิมพระเกียรติ เมื่อวันที่ 15 ธันวาคม 2556.
- ผู้จัดการห้องอาหารของโรงแรมระดับ 3 ดาว เป็นผู้ให้สัมภาษณ์ ฉัฐพล พนมเลิศมงคล เป็นผู้สัมภาษณ์ ที่มหาวิทยาลัยหัวเฉียวเฉลิมพระเกียรติ เมื่อวันที่ 7 มีนาคม 2557.
- ผู้บริหารบริษัทผลิตและจำหน่ายกะทิสำเร็จรูป เป็นผู้ให้สัมภาษณ์ รัชสมัย เจียรกุล เป็นผู้สัมภาษณ์ ที่บริษัทผลิตและจำหน่ายกะทิสำเร็จรูป เมื่อวันที่ 12 ธันวาคม 2556.
- ผู้บริหารบริษัทผลิตและจำหน่ายซีอิ๊วขาวขนาดใหญ่ เป็นผู้ให้สัมภาษณ์ รัชสมัย เจียรกุล เป็นผู้สัมภาษณ์ ที่บริษัทผลิตและจำหน่ายซีอิ๊วขาว เมื่อวันที่ 20 ธันวาคม 2556.
- ผู้บริหารบริษัทผลิตและจำหน่ายน้ำตาลขนาดใหญ่ เป็นผู้ให้สัมภาษณ์ รัชสมัย เจียรกุล เป็นผู้สัมภาษณ์ ที่บริษัทผลิตและจำหน่ายน้ำตาล เมื่อวันที่ 15 มกราคม 2557.
- ผู้บริหารบริษัทผลิตและจำหน่ายน้ำตาลขนาดใหญ่ เป็นผู้ให้สัมภาษณ์ สุทธินันท์ พรหมสุวรรณ เป็นผู้สัมภาษณ์ ที่บริษัทผลิตและจำหน่ายน้ำตาล เมื่อวันที่ 26 กุมภาพันธ์ 2557.

- ผู้บริหารบริษัทผลิตและจำหน่ายน้ำพริกขนาดใหญ่ เป็นผู้ให้สัมภาษณ์ ชันยมัย เจียรกุล เป็นผู้สัมภาษณ์ บริษัทผลิตและจำหน่ายน้ำพริก เมื่อวันที่ 20 มกราคม 2557.
- ผู้บริหารภัตตาคารอาหารญี่ปุ่น เป็นผู้ให้สัมภาษณ์ สุทธินันท์ พรหมสุวรรณ เป็นผู้สัมภาษณ์ ที่มหาวิทยาลัยกรุงเทพ เมื่อวันที่ 25 กุมภาพันธ์ 2557.
- ผู้ประกอบการผลิตและจำหน่ายซอส XO เป็นผู้ให้สัมภาษณ์ ชันยมัย เจียรกุล และฉัฐพล พนมเลิศมงคล เป็นผู้สัมภาษณ์ ที่โลตัส อ่อนนุช เมื่อวันที่ 26 กุมภาพันธ์ 2557.
- ผู้ประกอบการผลิตและจำหน่ายน้ำปลาขนาดย่อม เป็นผู้ให้สัมภาษณ์ ชันยมัย เจียรกุล เป็นผู้สัมภาษณ์ ที่บริษัทผลิตและจำหน่ายน้ำปลา เมื่อวันที่ 2 ธันวาคม 2556.
- ผู้ประกอบการผลิตและจำหน่ายน้ำพริกสำเร็จรูป เป็นผู้ให้สัมภาษณ์ ชันยมัย เจียรกุล เป็นผู้สัมภาษณ์ ที่โรงงานผลิตน้ำพริกของผู้ประกอบการ เมื่อวันที่ 6 มกราคม 2557
- ผู้ประกอบการผลิตและจำหน่ายน้ำมันหอย เป็นผู้ให้สัมภาษณ์ ชันยมัย เจียรกุล และฉัฐพล พนมเลิศมงคล เป็นผู้สัมภาษณ์ ที่บริษัทผลิตและจำหน่ายน้ำมันหอย เมื่อวันที่ 27 มกราคม 2557.
- ผู้ประกอบการผลิตและจำหน่ายผงปรุงรสขนาดใหญ่ เป็นผู้ให้สัมภาษณ์ ชันยมัย เจียรกุล เป็นผู้สัมภาษณ์ ที่บริษัทผลิตและจำหน่ายผงปรุงรส เมื่อวันที่ 10 มกราคม 2557.
- ผู้ประกอบการผลิตและจำหน่ายพริกไทยขนาดใหญ่ เป็นผู้ให้สัมภาษณ์ ชันยมัย เจียรกุล เป็นผู้สัมภาษณ์ ที่บริษัทผลิตและจำหน่ายพริกไทย เมื่อวันที่ 16 มกราคม 2557.
- พรสทิพย์ จันทร. (2551) นวัตกรรมทางการตลาดและการรับรู้ประเทศแหล่งกำเนิดสินค้าที่มีผลต่อการยอมรับสินค้าแฟชั่นแบรนด์เนมไทยของคนไทย. วิทยานิพนธ์ บช.ม. (การตลาด) กรุงเทพมหานคร : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- แพรววรินทร์ มหาวรรณ. (2551) กลยุทธ์การตลาดผลิตภัณฑ์ผักปลอดภัยจากสารพิษของโครงการหลวง ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่. วิทยานิพนธ์ บช.ม. (บริหารธุรกิจ) เชียงใหม่ : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยแม่โจ้.
- มนัสนันท์ พงษ์ประเสริฐชัย. (2550) การศึกษาความสามารถในการแข่งขันของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมของไทยตามแนวคิดฐานทรัพยากร: กรณีศึกษากลุ่มผู้ผลิตสินค้าประเภทอาหารเพื่อการส่งออก. วิทยานิพนธ์ ปร.ค. (บริหารธุรกิจ) กรุงเทพมหานคร: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- มานพ จันทรเทศ. (2550) การวิจัยและพัฒนากำหนดยุทธ์ศาสตร์การจัดการต้นทุนที่เหมาะสมของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดย่อมในภาคตะวันตก เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน. รายงานวิจัย มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบุรี.

- วรางค์ศิริ ทรงศีล. (2550) การกำหนดขีดความสามารถหลักและขีดความสามารถด้านการบริหารจัดการของบุคลากร กรณีศึกษาบริษัท เอ็น เอส เค แบร์ริงส์ แมนูแฟคเจอร์ริง (ประเทศไทย) จำกัด. สารนิพนธ์ วท.ม. (การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์และองค์การ) กรุงเทพมหานคร : สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.
- วิจิต สุรพงษ์ชัย (2555) “งานสัมมนาความท้าทายของ AEC ต่อผู้ประกอบการธุรกิจ SME ไทย”. [ออนไลน์] แหล่งที่มา : <http://www.scbsme.com/th/seminars/other-seminars/90/งานสัมมนาความท้าทายของ-aec->. (18 กุมภาพันธ์ 2556)
- วิรัช อยู่ชา, สุรเชษฐ สิทธิกิจ และ ทานตะวันธรรม เต็กชั้น. (2554) “การศึกษาการพัฒนาเทคโนโลยีและกำลังคน เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมไทย (เครื่องจักรกล)” วารสารวิชาการพระจอมเกล้าพระนครเหนือ. 21 (2). หน้า 396-405.
- ศูนย์วิจัยกสิกรไทย. (2549) “เครื่องปรุงรสอาหาร : รุกขขยายตลาดช่วงเทศกาลกินเจ” [ออนไลน์] แหล่งที่มา : <http://www.positioningmag.com/content/เครื่องปรุงรสอาหาร-รุกขขยายตลาดช่วงเทศกาลกินเจ>. (21 กุมภาพันธ์ 2556)
- สมชนก (กุ่มพันธุ์) ภาสกรจรัส. (2556) **หลักการจัดการธุรกิจระหว่างประเทศ**. กรุงเทพมหานคร : แมคกรอ-ฮิล อ้างถึงใน Johansson, J. K. (2000) **Global Marketing : Foreign Entry, Local Marketing, & Global Management**. 2<sup>nd</sup> ed. New York : McGraw-Hill Irwin.
- สมวงศ์ พงศ์สถาพร. (2546) **Service Marketing**. กรุงเทพมหานคร : นัทรียพับลิค.
- สมศรี มณีฉาย. (2552) **การจัดการการผลิตสำหรับผลิตภัณฑ์ผู้นำของบริษัท ยูนิคอร์น จำกัด (มหาชน)**. การค้นคว้าแบบอิสระ บธ.ม. (บริหารธุรกิจ) เชียงใหม่ : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- สำนักส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม. (2556). “โอกาสของอุตสาหกรรมอาหารในอาเซียน” [ออนไลน์] แหล่งที่มา : <http://www.thai-aec.com/688>. (31 มกราคม 2556)
- สิทธิชัย บุญสุราง. (2550) **ผลกระทบของศักยภาพการใช้ข้อมูลสารสนเทศทางการบัญชีที่มีต่อความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือ**. วิทยานิพนธ์ บช.ม. (บัญชี) มหาสารคาม : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยมหาสารคาม.
- สุปราณี แดงวงษ์. (2550) “สวัสดิการและการจัดบริการต่างๆ สำหรับผู้สูงอายุไทย” วารสารมหาวิทยาลัยคริสเตียน. 13 (3) หน้า 187-192.

- หนังสือพิมพ์แนวหน้า. (2556) “อุตสาหกรรมส่งออกอาหารสิ้นปี 56 โต 6% หวังทำเงินทะลุ 1 ล้านล้านบาท” [ออนไลน์] แหล่งที่มา : <http://www.naewna.com/business/42266>. (21 กุมภาพันธ์ 2556)
- อรรณพ นุชนา. (2551) การวิเคราะห์ความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมผงชูรสและเครื่องปรุงรสของประเทศไทยและประเทศจีน. สารนิพนธ์ ศศ.ม. (เศรษฐศาสตร์) กรุงเทพมหานคร: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- อรรณพ สันติกร. (2552) ความสามารถในการแข่งขันระหว่างประเทศของประเทศไทยที่มีผลจากการเปลี่ยนแปลงเทคโนโลยีจากการลงทุนทางตรงระหว่างประเทศ. วิทยานิพนธ์ ศศ.ม. (เศรษฐศาสตร์) กรุงเทพมหานคร: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- \_\_\_\_\_. (1985) **Competitive advantage**. New York : Free Press.
- Ansoff, I. (1965) **Corporate strategy**. New York : McGraw Hill.
- Apak, S., Erol, M., Elagoz, I. and Atmaca, M. (2012) “The Use of Contemporary Developments in Cost Accounting in Strategic Cost Management” **Social and Behavioral Sciences**. 41. page 528-534.
- Barney, J. (1991) “Firm resources and Sustainable competitive advantage” **Journal of Management**. 17 (1) page 99-120.
- Boyatzis, R.E. (1982) **The Competent Manager**. New York : McGraw-Hill.
- Boynton, A.C., and Zmud, R.W. (1984) “A assessment of critical success factors” **Sloan Management Review**. 25 (3) P. 17-27.
- Brech, E., Thomson, A., and Wilson, J. F. (2010) **Lyndall urwick, management pioneer: A biography**. New York : Oxford University Press.
- Brech, E., Thomson, A., and Wilson, J.F. (2010) **Lyndall Urwick, Management Pioneer: A Biography**. New York : Oxford University Press.
- Cairns, G. (2013) “Evolutions in Food Marketing, Quantifying the Impact, and Policy Implications” **Appetite**. 62 page 194-197.
- Cecelia, S.K. (1992) **The world of W. Edwards deming**. (2nd ed.). Knoxville, TN : SPC Press.
- Dales, M., and Hes, K. (1995) **Creating training miracles**. Sydney : Prentice Hall.
- Day, G.S., and Wensley, R. (1988) “Assessing advantage: A framework for diagnosing competitive superiority” **Journal of Marketing**. 55 (2) page 1-20.
- Deming, W.E. (1986) **Out of the Crisis**. MIT Center for Advanced Engineering Study.

- Dobyns, L., and Clare, C. (1991) **Quality or else**. Boston, MA : Houghton Mifflin.
- Ferguson, C.R., and Dickinson, R. (1982) “Critical success factors for directors in the eighties”  
**Business Horizons** (May-June) P. 14-20.
- Gabor, A. (1990) **The man who discovered quality**. New York : Times Books.
- INCquity. (2553) “รับมืออย่างไรเมื่อค่าเงินผันผวน” [ออนไลน์] แหล่งที่มา :  
<http://incquity.com/articles/money-talk/6-ways-handle-currency-fluctuation>. (20 มกราคม 2556)
- Ismail, M., Domil, A. and Isa, A. (2014) “Managerial Competence, Relationship Quality and Competitive Advantage among SME Exporters” **Social and Behavioral Sciences**. 115 page 138-146.
- Kellezi, J. (2014) “Trade shows: A Strategic Marketing Tool for Global Vompetition”  
**Economics and Finance**. 9 P.466-471.
- Kolter. (2000) **Marketing Management**. Millenium Edition. Prentice Hall
- Kotler, P. (2003) **Marketing Insights from A to Z: 80 Concepts Every Manager Needs to Know**. New Jersey : John Wiley & Sons., Hoboken.
- Kotler, P. (2003) **Marketing Management**. 11<sup>th</sup> edition. New Jersey : Pearson Education, Inc.
- Lovelock, C., et al. (2005) **Service Marketing in Asia**. 2<sup>nd</sup> edition. New York : Pearson Prentice Hall.
- Mahdi, O. and Almsafir, M. (2014) “The Role of Strategic Leadership in Building Sustainable Competitive Advantage in The Academic Environment” **Social and Behavioral Sciences**. 129 page 289-296.
- Meidute-Kavaliauskiene, I., Vasiliauskas, A.V. and Zinkeviciute, V. (2014) “Securing Enterprises Competitive Advantage Through the Management of Components of Distribution System” **Social and Behaioral Sciences**. 110 page 353-360.
- Meutia and Ismail, T. (2012) “The Development of Entrepreneurial Social Competence And Business Network to Improve Competitive Advantage And Business Performance of Small Medium Sized Enterprises: A Case Study of Batik Industry In Indonesia” **Social and Behavioral Sciences**. 65 page 46-51.
- Mintzberg, H., and Quinn, J.B. (1988) **The strategy process**. Harlow: Prentice-Hall.

Mitrani, A., Dalziel, M., and Fitt, D. (1992) **Competence based human resource management: Value driven strategies for recruitment, development, and reward.** London : McGraw-Hill.

Munro, M.C., and Wheeler, B.R. (1980) "Planning, critical success factors, and management's information requirements" **MIS Quarterly.** 4 (4) page 27-38.

Porter, M.E. (1980) **Competitive strategy.** New York : Free Press.

Salinkin, N., Wahab, N. and Muhammad, I. (2014) "Strengths and Weaknesses among Malaysian SMEs: Financial Management Perspectives" **Social and Behavioral Sciences.** 129 P.334-340.

Spencer, M., and Spencer, M.S. (1993) **Competence at work: Models for Superior Performance.** New York : Wiley & Sons.

Sri Indrawati. (2012) "SMEs' Product Investment Priority and Selection Based on Local Competencies" In **International Conference on Small and Medium Enterprises Development with a Theme "Innovation and Sustainability in SME Development" (ICSMED 2012).** page 59-67. Elsevier

Wren, D. A., Bedeian, A. G, and Breeze, J. D. (2002) "The foundations of Henri Fayol's administrative theory" **Management Decision.** 40 (9) page 906-918.

Yeu, C., et al. (2012) "Comparative Study on International Marketing Mix in China and India: The Case of McDonald's" **Social and Behavioral Sciences.** 65 page 1054-1059.



ณานุกาญจน์





### แบบสัมภาษณ์

#### แนวคำถามในการสัมภาษณ์เชิงลึก โครงการวิจัยเรื่อง “ศักยภาพของผู้ประกอบการธุรกิจเครื่องปรุงรสไทยเพื่อเข้าสู่ตลาดการแข่งขันในประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน”

1. ขอให้ท่านกล่าวถึงธุรกิจของท่านโดยสังเขป พร้อมเป้าหมายในการดำเนินธุรกิจในอนาคต เมื่อเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน
2. ท่านตระหนักถึงความสำคัญในการแข่งขัน เมื่อเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนของไทยเพียงไร อย่างไร
3. ท่านคิดว่าแนวโน้มธุรกิจเครื่องปรุงรสไทยในต่างประเทศ จะเป็นอย่างไร เมื่อเกิดการรวมตัวของประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนแล้ว เราจะได้ประโยชน์อย่างไร และได้รับโอกาสในการเข้าสู่ตลาดต่างประเทศได้ง่ายขึ้นหรือไม่ อย่างไร
4. ท่านคิดว่าศักยภาพในการแข่งขันในต่างประเทศนั้น ธุรกิจของท่านควรเตรียมพร้อมในเรื่องใดบ้าง และหากสามารถจัดเรียงลำดับความสำคัญลำดับ 3 อันดับแรก ท่านคิดเห็นเป็นอย่างไร
5. บริษัทของท่านมีการเตรียมพร้อมอย่างไร ในระยะ 3-5 ปี ตั้งแต่ปี 2556 เป็นต้นไป
6. ท่านคิดว่าโอกาสและอุปสรรคธุรกิจเครื่องปรุงรสไทยในประเทศในต่างประเทศจะเป็นอย่างไร
7. หากให้ท่านประเมินความสามารถในการประกอบการ (Capabilities) เพื่อการแข่งขันในต่างประเทศของธุรกิจของท่านเป็นเช่นไร ไม่ว่าจะเป็น
  - a. ด้านการจัดการทรัพยากรมนุษย์
  - b. ด้านการตลาดและบริการ
  - c. ด้านการดำเนินงานผลิต
  - d. ด้านการเงินและการบริหารความเสี่ยงทางการเงิน
 และท่านคิดว่าธุรกิจของท่าน ควรมีการเร่งเตรียมความพร้อมด้านใดตามลำดับ และเตรียมพร้อมอย่างไร (ผู้วิจัยจะสัมภาษณ์ในเชิงลึกในแต่ละประเด็น เท่าที่ผู้ให้สัมภาษณ์จะสามารถให้ข้อมูลในเชิงลึกได้ ทั้งในระดับนโยบายและระดับปฏิบัติ)
8. หากให้ท่านประเมินปัจจัยด้านการบริหารจัดการเพื่อการแข่งขันในต่างประเทศของธุรกิจของท่านเป็นเช่นไร ไม่ว่าจะเป็น
  - a. ด้านกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย
  - b. ความสามารถหลัก (Core Competencies)
  - c. ด้านต้นทุนที่แข่งขันได้
  - d. ด้านข้อได้เปรียบเชิงการแข่งขัน

และท่านคิดว่าธุรกิจของท่าน ควรมีการเร่งเตรียมความพร้อมด้านใดตามลำดับ และเตรียมพร้อมอย่างไร (ผู้วิจัยจะสัมภาษณ์ในเชิงลึกในแต่ละประเด็น เท่าที่ผู้ให้สัมภาษณ์จะสามารถให้ข้อมูลในเชิงลึกได้ ทั้งในระดับนโยบายและระดับปฏิบัติ)

9. ท่านมีตลาดเป้าหมายในประเทศใดเป็นอันดับแรก เพราะเหตุใด
10. ความสามารถหลัก (Core Competencies) ของธุรกิจเครื่องปรุงรสไทยคืออะไรและท่านคิดว่าความสามารถหลักของธุรกิจของท่านคืออะไร เข้มแข็งเพียงพอที่จะแข่งขันกับตลาดในอาเซียนได้หรือไม่ อย่างไร
11. ต้นทุนหลักในการแข่งขันของธุรกิจประเภทเครื่องปรุงรสนั้น ต้นทุนใดสำคัญที่สุด ธุรกิจของท่านมีแผนนโยบายหลักด้านการบริหารต้นทุนอย่างไร เท่าที่ท่านสามารถเปิดเผยได้
12. คู่แข่งที่สำคัญของธุรกิจเครื่องปรุงรสไทยในต่างประเทศ รายสำคัญคือใคร เขามีจุดแข็งที่สำคัญอย่างไร
13. ท่านคิดว่าธุรกิจของท่านมีข้อได้เปรียบในการแข่งขันในธุรกิจปรุงรส ในประเทศอาเซียนอย่างไร
14. ท่านคิดว่า แผนกลยุทธ์การแข่งขันในต่างประเทศของธุรกิจท่านโดยภาพรวมเป็นอย่างไร
15. ปัญหา อุปสรรคที่ท่านคิดว่าหน่วยงานภาครัฐต้องเข้ามาช่วยเหลือในด้านใด อย่างไร
16. ปัญหาที่สำคัญที่บริษัทท่านต้องเร่งแก้ไข หรือพัฒนาคืออะไร ต้องดำเนินการอย่างไร
17. ท่านมีความคิดเห็นอย่างไร ต่อแนวทางในการพัฒนาธุรกิจเครื่องปรุงรสไทย เพื่อเตรียมตัวแข่งขันเมื่อเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน
18. ท่านคิดว่า หน่วยงานต่างๆ ทั้งภาครัฐและเอกชน ควรดำเนินการอย่างไรสำหรับธุรกิจเครื่องปรุงรสไทย ในการเตรียมความพร้อมเพื่อการแข่งขันในระดับระหว่างประเทศ เมื่อเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน

หมายเหตุ: แนวคำถามสัมภาษณ์จะส่งให้ผู้ให้สัมภาษณ์อ่านก่อนล่วงหน้าเมื่อทำจดหมายขออนุญาตในการขอสัมภาษณ์เชิงลึก และจะแจ้งให้ผู้ให้สัมภาษณ์ทราบถึงวัตถุประสงค์ในการสัมภาษณ์เชิงลึกให้ชัดเจน ในอันจะก่อให้เกิดเป็นแนวทางในการพัฒนาและเตรียมความพร้อมในการดำเนินธุรกิจเครื่องปรุงรสไทยเพื่อขยายสู่ต่างประเทศ เมื่อเกิดการรวมของประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน โดยขอข้อมูลเชิงลึกเท่าที่ผู้ให้สัมภาษณ์ยินดีให้ข้อมูลหรืออนุญาตให้เปิดเผยข้อมูลได้

สรุปผลสัมฤทธิ์ผู้ประกอบการ  
ด้านการบริหารจัดการของผู้ประกอบการ



1. บริษัทผลิตและจำหน่ายน้ำพริก SMEs

ด้านกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย	ด้านความสามารถหลัก	ด้านต้นทุนที่แข่งขันได้	ด้านข้อได้เปรียบเชิงการแข่งขัน
<p>-กลุ่มลูกค้าของบริษัท คือ กลุ่มตลาดในประเทศ ทั้งบน กลาง และล่าง แต่เน้นกลุ่มคนในเมืองเป็นส่วนใหญ่ โดยที่ทางบริษัทมีการคิดว่า สินค้าน้ำพริกนั้นเป็นอาหารที่คนไทยส่วนใหญ่นิยมเลือกรับประทานกัน ในแต่ละมื้ออาหาร แต่ส่วนใหญ่เมื่อซื้อเป็นแบบกระปุกมาแล้วก็กินไม่หมดจึงเกิดเป็นปัญหา ทางบริษัทจึงคิดค้นขนาดของน้ำพริกให้มีขนาดเล็กลงและคิดว่า สินค้าของตนนั้นเหมาะที่จะทำเป็นของฝากโดยการนำไปฝากขายยังร้านขายของฝากตามภาคต่างๆ และขายให้กับคนในเมือง โดยการขายกับ 7-eleven และห้างสรรพสินค้าชั้นนำทั่วไป</p>	<p>-ความสามารถหลัก ด้านนวัตกรรม คือการคิดค้นรสชาติใหม่ๆของน้ำพริก และคิดค้นขนาดใหม่ของตัวบรรจุภัณฑ์ให้มีขนาดที่รองรับตามความต้องการของลูกค้ากลุ่มเป้าหมาย ที่ต้องการให้มีบรรจุภัณฑ์ที่มีขนาดหลากหลายพกพาสะดวก และทันสมัย</p> <p>-ความสามารถหลัก ด้านการตลาด คือ เน้นการสื่อสารกับผู้บริโภคผ่านสื่อสังคมออนไลน์ (Social Media Marketing) โดยใช้ Facebook เป็นช่องทางในการสื่อสารทางการตลาด เช่น มีการชิงโชคโทรศัพท์เคลื่อนที่เพื่อใช้ในการดึงดูดความสนใจของผู้บริโภค และเป็นการทำให้ผู้บริโภคได้รู้จักสินค้า และมีการใช้ Google Adword ในการโฆษณาสินค้าของบริษัทโดยทางบริษัทเป็นผู้ทำขึ้นเอง</p>	<p>-ด้านวัตถุดิบ เพราะมีSupplier มารองรับ และมีให้เลือกหลายผู้ประกอบการทำให้สามารถเลือกราคาของวัตถุดิบที่มีราคาที่ต่ำที่สุดได้ จึงทำให้สามารถแข่งขันในเรื่องของต้นทุนได้</p>	<p>-ความคิดใหม่ๆของผู้บริหาร ที่มีเหนือกว่าคู่แข่ง คือมีการคิดค้นรสชาติของน้ำพริกใหม่ๆ ขึ้นมาอยู่เรื่อยๆ และคิดค้นตัวบรรจุภัณฑ์ขึ้นมาตามความเหมาะสมของน้ำพริก และตามโอกาส เทศกาลต่างๆ</p> <p>-การช่วยเหลือจากภาครัฐ ภาครัฐมีส่วนช่วยโดยการจัดโครงการสถาบันอาหาร และมาตรฐาน GMP HAC C โครงการลดต้นทุนการผลิต</p> <p>-คุณภาพของแรงงานคือทางบริษัทเลือกจ้างแรงงานคนไทยเพราะเห็นว่าแรงงานคนไทยมีคุณภาพในการทำงานมากกว่าคนต่างด้าว และแรงงานคนไทยสามารถเข้าใจในงานและภาษามากกว่า</p>

## 2. บริษัทผลิตน้ำพริกขนาดใหญ่

ด้านกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย	ด้านความสามารถหลัก	ด้านต้นทุนที่แข่งขันได้	ด้านข้อได้เปรียบเชิงการแข่งขัน
<p>-ในตลาดต่างประเทศนั้น บริษัทได้มีการขยายเครือข่ายการจำหน่ายให้กว้างยิ่งขึ้นในการเจาะตลาดระดับโลก โดยในปัจจุบันน้ำพริกเผาไทยได้ส่งออกสินค้าไปจำหน่ายในทวีปต่างๆ ทั่วโลก ทั้งเอเชีย ยุโรป ตะวันออกกลาง และอเมริกา โดยเฉพาะในเอเชียอย่างประเทศญี่ปุ่นนั้นถือเป็นตลาดใหญ่ที่สุดของผลิตภัณฑ์น้ำพริกไทย หากเห็นแบรนด์น้ำพริกของเราที่นั่นแล้ว มันใจได้ว่าผลิตภัณฑ์ผ่านเกณฑ์มาตรฐานความปลอดภัยที่ประเทศญี่ปุ่นกำหนด</p>	<p>- ด้วยรสชาติที่เป็นเอกลักษณ์ ประกอบกับคุณภาพตามหลักมาตรฐานสากล ทำให้ผลิตภัณฑ์น้ำพริกเผาไทยได้รับการยอมรับจากผู้บริโภคทั้งไทยและต่างประเทศ</p> <p>-"การทำอาหาร ไม่ว่าจะทำธุรกิจอาหารแบบไหน ต้องมีความซื่อสัตย์สุจริต ให้ ความ เคารพ ต่อ ผู้บริโภคอย่างยิ่ง ลด คุณ ค่า ลด คุณ ภาพ เปลี่ยนรสชาติจะดูถูกคนกินไม่ได้เลย เปลี่ยนสูตรนิดเดียว ลดน้ำปลา ลดกระเทียม ลดแป้งอะไรต่างๆ ลูกค้าโทรมาทันที คนกินมา 20-30 ปีพอเปลี่ยนสูตรปั๊บ มีโทรศัพท์มาทันทีว่าทำไมไม่เหมือนเก่า ความ คู้ น เคย มีความ สำ คัญ มาก เพราะฉะนั้น สิ่งสำคัญที่เราคำนึงถึงคุณภาพของวัตถุดิบ สูตรดั้งเดิมต้องรักษาไว้เสมอ มีบางบริษัทเขามองว่าเด็กยุคใหม่ไม่ทานเผ็ด เขาจะ</p>	<p>- "เราซื้อวัตถุดิบเพื่อใช้ในการผลิตเฉพาะในแต่ละวัน เพื่อให้ได้ผลผลิตที่สดใหม่มีคุณภาพดี และจะไม่มีการแปรรูป เพื่อให้เก็บรักษาได้นาน เช่น ไม่นำพริกสดมาดองเพื่อใช้ได้หลายวัน แต่ก่อนเราผลิตขายแค่ในประเทศ เรากินกันได้ อยู่ กันได้ แต่พอวันหนึ่งต้องส่งออกต่างประเทศซึ่งเข้มงวดมาก ก็ต้องหาวัตถุดิบที่ไม่ใช่ยาฆ่าแมลง หรือฉีดตามกำหนดเท่านั้นเท่านั้นใหม่ๆ จึงลำบากมาก แต่ตอนนี้เกษตรกรหลายรายเริ่มเข้าใจขึ้น ทางเราได้มีการจำหน่ายวัตถุดิบที่ไม่ได้คุณภาพ เช่น พริกบ่มไม่สุก ฯลฯ ให้แก่บุคคลภายนอกทำให้ไม่เป็นภาระต่อต้นทุนวัตถุดิบ"</p> <p>- "ไม่ว่ายามใดที่วัตถุดิบจะขึ้นราคาเราจะไม่มีการตัดหรือลดปริมาณส่วนผสมของวัตถุดิบสินค้าลงเพื่อลดต้นทุนเป็นอันดับ</p>	<p>-คุณภาพผลิตภัณฑ์ให้ได้คุณภาพมาตรฐานสากล ไม่ว่าจะเป็น GMP, HACCP, Q-Mark, ISO9001:2008 และเครื่องหมายฮาลาล นอกจากนี้ ยังยึดนโยบายจัดทำหมายเองโดยตรงเพื่อเข้าถึงข้อมูลและความต้องการของผู้บริโภค</p> <p>-การจะเติบโตปีละ 20 เปอร์เซ็นต์ได้ตามเป้าหมายสินค้าของเราต้องเป็นที่ยอมรับของผู้บริโภค ซึ่งผลิตภัณฑ์ทุกชนิดก่อนออกสู่ตลาดผู้บริหารจะได้ชิมได้ทดลองรับประทานก่อน นอกจากนี้ ยังให้ความสำคัญกับการตรวจสอบคุณภาพของสินค้าเพื่อรักษารสชาติให้คงความเป็นเอกลักษณ์อาหารไทยไม่ใส่สารเคมี สารกันบูดที่สำคัญ ยังรักษารสชาติสินค้าทั้งที่ส่งออกและจำหน่ายในประเทศให้คงรสชาติเดียวกัน ไม่ปรับเปลี่ยนไปตามความต้องการของต่างชาติเพื่อ</p>

ด้านกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย	ด้านความสามารถหลัก	ด้านต้นทุนที่แข่งขันได้	ด้านข้อได้เปรียบเชิงการแข่งขัน
	<p>ปรับเปลี่ยนสูตรไปตามนั้น แต่ของเราจะยืนสูตรเดิมไว้อย่างแน่นอน ถ้าเราจะเปลี่ยนแปลงสูตรเพื่อคนรุ่นใหม่ เราจะใช้แบรนด์ชื่ออื่น เราไม่เปลี่ยนแปลงสูตรดั้งเดิมที่ลูกค้าติดใจมา"</p> <p>- "ไม่ว่ายามใดที่วัตถุดิบจะขึ้นราคา เราจะไม่มี การตัดหรือลดปริมาณ ส่วนผสมของวัตถุดิบ สิ้นค้าลงเพื่อลดต้นทุน เป็นอันขาด โดยเฉพาะอย่างยิ่งในสถานะที่ น้ำมัน มี ราคา แพง เศรษฐกิจ ได้รับผลกระทบทำให้ต้นทุนสูง การขึ้นราคาสินค้า อาจทำให้ผู้บริโภคไม่พอใจ แต่เราจะใช้วิธีบริหารเพื่อลดต้นทุน ภายในองค์กร เช่น ธรรมชาติให้ประหยัดทรัพยากรทุกประเภท เพื่อประหยัดต้นทุน"</p>	<p>โดยเฉพาะอย่างยิ่งในสถานะที่น้ำมันมีราคาแพง เศรษฐกิจได้รับผลกระทบทำให้ต้นทุนสูง การขึ้นราคาสินค้า อาจทำให้ผู้บริโภคไม่พอใจ แต่เราจะใช้วิธีบริหารเพื่อลดต้นทุน ภายในองค์กร เช่น ธรรมชาติให้ประหยัดทรัพยากรทุกประเภท เพื่อประหยัดต้นทุน"</p>	<p>รักษาเอกลักษณ์ของอาหารไทยต้นตำรับ</p> <p>--เราวางเป้าหมายออกไปโดนอกบ้านมากขึ้น จากปัจจุบันที่จำหน่ายในประเทศ 70 เปอร์เซ็นต์ ส่งออก 30 เปอร์เซ็นต์ ในอนาคตตั้งเป้าขยาย สั ค ส ์ น ต ล า ค ต่างประเทศเพิ่มเป็น 40 เปอร์เซ็นต์ เพื่อเผยแพร่เอกลักษณ์สินค้าไทยปักธงสู่ตลาดโลก นอกจากนี้ยังเตรียมพร้อมรับมือการเปิดเสรีประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน หรือ AEC (ASEAN Economic Community) ซึ่งเรามองว่าน่าจะเป็นโอกาสในการขยายตลาดได้มากขึ้น เนื่องจากสินค้าของเราเป็นที่รู้จักในตลาดอาเซียน เช่น มาเลเซีย สิงคโปร์ อยู่แล้ว จุดแข็งที่เราได้เปรียบคือการรักษาแบรนด์ที่มีชื่อเสียง</p> <p>-ในการมุ่งสู่ตลาดต่างประเทศ ต้องเตรียมพร้อมทำความเข้าใจกฎระเบียบการค้า ตลอดจนวัฒนธรรมการบริโภคในประเทศนั้นๆ</p>

ด้านกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย	ด้านความสามารถหลัก	ด้านต้นทุนที่แข่งขันได้	ด้านข้อได้เปรียบเชิงการแข่งขัน
			<p>เป็นอย่างดี โดยในอนาคตเชื่อว่าทายาทในรุ่นที่ 3 จะเข้ามามีบทบาทติดต่อโดยใช้สื่อไอทีกับลูกค้าต่างชาติ และนำความรู้ที่ได้เรียนมาจากต่างประเทศ มาใช้พัฒนาองค์กรให้มากขึ้น"</p> <p>- "ไม่ว่ายามใดที่วัตถุดิบจะขึ้นราคา เราจะไม่มีการตัดหรือลดปริมาณส่วนผสมของวัตถุดิบสินค้าลงเพื่อลดต้นทุนเป็นอันขาด โดยเฉพาะอย่างยิ่งในสภาวะที่น้ำมันมีราคาแพง เศรษฐกิจได้รับผลกระทบทำให้ต้นทุนสูง การขึ้นราคาสินค้าอาจทำให้ผู้บริโภคไม่ได้รับ แต่เราจะใช้วิธีบริหารเพื่อลดต้นทุนภายในองค์กร เช่น อนุรักษ์ให้ประหยัดทรัพยากรทุกประเภทเพื่อประหยัดต้นทุน"</p>



3. บริษัท น้ำมันหอย SMEs

ด้านกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย	ด้านความสามารถหลัก	ด้านต้นทุนที่แข่งขันได้	ด้านข้อได้เปรียบเชิงการแข่งขัน
<p>-ในระยะเริ่มแรกที่เริ่มมีการก่อตั้งบริษัทฯ ได้ทำการผลิต และส่งออกไปยังต่างประเทศ กลุ่มลูกค้าเป้าหมายที่ในขณะนั้นคือ กลุ่มลูกค้าชาวอเมริกา และออสเตรเลีย โดยที่ทางบริษัทนั้นได้เล็งเห็นกลุ่มเป้าหมายที่แตกต่างจากคู่แข่งอื่นๆ</p> <p>-กลุ่มลูกค้า บริษัทเลือกกลุ่มลูกค้าทุกรายเพราะจะเป็นการลดคู่แข่งทางการค้าลดลง เนื่องจากกลุ่มลูกค้าทางบริษัทได้เลือกไปหมดแล้ว ทำให้คู่แข่งไม่สามารถเลือกกลุ่มลูกค้าคนอื่นๆได้ เท่ากับเป็นการรักษาส่วนแบ่งทางการตลาดอีกด้วย</p> <p>-ในอนาคต หากจะเข้าไปขยายกิจการในกลุ่มประเทศ AEC ทางบริษัทมองว่า พม่าเป็นกลุ่มลูกค้าใหญ่ เพราะมีจำนวนประชากรที่เยอะมากกว่าประเทศอื่น ซึ่งถือเป็นโอกาสทองที่ใครจะเข้าไปลงทุน และเลือกกลุ่มเป้าหมายนี้</p>	<p>-ทางบริษัท ได้ทำ contact farming กับผู้แปรรูปหรือผู้หาวัตถุดิบ เพื่อให้บริษัทมีวัตถุดิบที่ใช้ในการผลิตได้ในราคาที่ถูกลงและลดปัญหาวัตถุดิบขาดมือได้ นอกจากนั้นบริษัทยังมีอำนาจต่อรองกับซัพพลายเออร์ อีกด้วย</p> <p>-บริษัทมีความสามารถในการสร้าง product ได้มากกว่า 100 ชนิด ทั้งเครื่องดื่ม ผงปรุงรสนับว่าเป็นความสามารถอีกอย่างของบริษัท ทำให้ผู้บริหารมีโอกาสมีสินค้าไว้เลือกที่หลากหลาย และมีสินค้าที่เพียงพอ</p> <p>-นอกจากนั้นบริษัทยังมีอำนาจในการต่อรองที่ดีอีกด้วย เพราะทางบริษัทผู้บริหาร เป็นผู้ที่มีการ relation ที่ดี และมีประสบการณ์ที่หลากหลาย</p>	<p>-ต้นทุนในเรื่องของวัตถุดิบ อย่างพริกและน้ำตาล ที่ทางบริษัทสามารถแข่งขันกับผู้อื่นได้ เนื่องจากบริษัทได้ทำสัญญากับผู้จัดหาวัตถุดิบ เพื่อให้ผู้จัดหาวัตถุดิบให้แก่ตนเพียงแห่งเดียว และไม่ทำให้บริษัทประสบปัญหาวัตถุดิบขาดมือ</p> <p>-นอกจากนั้นบริษัทยังมีต้นทุนในการต่อรองกับซัพพลายเออร์ ที่สูง ซึ่งถือว่าเป็นข้อได้เปรียบกับคู่แข่งคนอื่นๆ</p>	<p>-มีconnection ที่ดีกับผู้จัดหาวัตถุดิบ เพราะทางบริษัทเชื่อว่า connection เป็นสิ่งสำคัญ ที่ทำให้เหนือกว่าคู่แข่งได้</p> <p>-คุณภาพของสินค้าก็เป็นสิ่งสำคัญที่ทำให้บริษัทอยู่เหนือกว่าคู่แข่งรายอื่นๆ เพราะทางบริษัทมีเครื่องหมายรับรองในด้านคุณภาพของสินค้า และมีเครื่องหมายฮาลาล เป็นเครื่องรับรองในกลุ่มของชาวมุสลิม</p> <p>-โครงสร้างองค์กรที่ดีมีส่วน ที่จะทำให้บริษัทอยู่เหนือกว่าคู่แข่งรายอื่นๆ เพราะองค์กรจะบริหารงานไปในทิศทางใด ก็ต้อง ขึ้นอยู่กับโครงสร้างขององค์กรที่เป็นตัวกำหนดทิศทางนั้นๆ นอกจากนั้นการที่บริษัทมีที่ปรึกษาที่ดีก็มีส่วนที่จะทำให้องค์กรประสบความสำเร็จอีกด้วย</p>

4. บริษัทผลิตและจำหน่ายน้ำตาล ขนาดใหญ่

ด้านกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย	ด้านความสามารถหลัก	ด้านต้นทุนที่แข่งขันได้	ด้านข้อได้เปรียบเชิงการแข่งขัน
<p>-ธุรกิจของเรามีการเตรียมพร้อมด้านการตลาด ด้วยการปรับโครงสร้างองค์กรเพื่อรองรับการขยายตัวของธุรกิจ โดยยังคงเน้นตลาดในประเทศเป็นหลัก และรองลงมาเป็นการตลาดต่างประเทศซึ่งปัจจุบันกลุ่มลูกค้าต่างประเทศหลักอยู่ในกลุ่ม AEC 80% ที่เหลือเป็นกลุ่มประเทศตะวันออกกลาง</p> <p>-ยังไม่กำหนดไว้อย่างชัดเจน แต่จะ Focus ไปประเทศแถบใกล้เคียง เช่น เวียดนาม ลาว กัมพูชา และกลุ่มประเทศที่มีความต้องการเอทานอล และพลังงานชีวมวลเป็นหลัก</p>	<p>-อาจเป็นที่แหล่งวัตถุดิบที่มีเพียงพอ เทคโนโลยีที่ทันสมัยเนื่องจากไทยได้มีความร่วมกับประเทศญี่ปุ่นมาเป็นเวลานาน ซึ่งเป็นที่ทราบกันว่าญี่ปุ่นนั้นเป็นเจ้าแห่งเทคโนโลยีที่ทันสมัย</p>	<p>-การเปิด AEC เป็นผลดีแน่เพราะหลายๆ ประเทศนั้นไม่สามารถผลิตน้ำตาลได้เอง การนำเข้าน้ำตาลจากไทยมีความสะดวกต้นทุนต่ำ (ค่าขนส่งต่ำ) กว้านำเข้าจากประเทศยักษ์ใหญ่ คือบราซิล ด้านภานำเข้าน้ำตาลของกลุ่มประเทศสมาชิก หลายประเทศชะลอการปรับอัตราภาษี และมีการกีดกันอยู่เนื่องจากหลายประเทศต้องการป้องกันผลกระทบน้ำตาลในประเทศตนเองเช่น อินโดนีเซีย เห็นได้จากการจัดน้ำตาลเป็นสินค้าอ่อนไหวสูงจึงลดอัตราภาษีลงเหลือร้อยละ 5 -10 หรือฟิลิปปินส์ที่ลดภาษีลงเหลือร้อยละ 0 - 5 ในปี 58 แม้กระทั่งมาเลเซียที่มีการกำหนดโควตาการนำเข้าน้ำตาล ดังนั้นเห็นได้ชัดเจนคือการผลักดันให้มีการเปิดเสรีทางการค้าน้ำตาลของกลุ่ม AEC ซึ่งยังไม่ชัดเจนทั้งเงื่อนไข</p>	<p>-บริษัทของเราเป็นกลุ่มบริษัทที่ดำเนินธุรกิจผลิตและจำหน่ายน้ำตาลทรายอย่างครบวงจร มีการวางแผนและปฏิบัติการเชื่อมโยงกลไกด้านเกษตรและอุตสาหกรรมเข้าด้วยกัน โดยใช้ความได้เปรียบในเชิงวัตถุดิบและการมีภูมิประเทศที่เหมาะสม บริษัทฯ มีวิสัยทัศน์ที่ชัดเจน คือการเป็นองค์กรที่มีความเป็นเลิศในการสร้างคุณค่าด้านเกษตรอุตสาหกรรมแบบครบวงจรระดับชั้นนำของประเทศ ภายใต้การพัฒนานวัตกรรม มีธรรมาภิบาลและรับผิดชอบต่อสังคม ซึ่งวิสัยทัศน์นี้ได้ถูกนำไปสู่การปฏิบัติที่เป็นรูปธรรมอย่างต่อเนื่อง ปัจจุบันเป็นบริษัทที่จำหน่ายน้ำตาลเป็นอันดับ 9 ในประเทศไทย ก่อตั้งขึ้นเมื่อ พ.ศ. 2508 เมื่อวันที่ 23 ธันวาคม 2553 บริษัทได้จดทะเบียนเป็นนิติบุคคล</p>

ด้านกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย	ด้านความสามารถหลัก	ด้านต้นทุนที่แข่งขันได้	ด้านข้อได้เปรียบเชิงการแข่งขัน
		<p>กรอบเวลาอาจทำให้การส่งออกไทยนั้นเกิดปัญหาได้ในอนาคต</p> <p>- ต้นทุนหลักในการแข่งขัน คือ ต้นทุนทางภาษี และค่าขนส่ง</p> <p>- แนวโน้มธุรกิจเครื่องปรุโรงสไทยในต่างประเทศ เมื่อเกิดการรวมตัวของประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนแล้ว คิดว่ามีโอกาสที่ดีทำให้ไทยส่งออกได้มากยิ่งขึ้น การจะได้ประโยชน์สูงสุดคงต้องลดเรื่องการกีดกันทางการนำเข้า กำแพงภาษีที่เป็นอัตราเดียวกันทั้งกลุ่ม AEC</p>	<p>ตามกฎหมายว่าด้วยบริษัทมหาชนจำกัด บริษัทสามารถขยายกำลังการผลิตได้ถึง 23,000 ตันต่อวัน</p> <p>- การเตรียมตัวผู้ตลาด AEC เราได้ร่วมมือเป็นพันธมิตรทางธุรกิจกับกลุ่มธุรกิจประเทศญี่ปุ่น ซึ่งการร่วมมือกับพันธมิตรนั้น บริษัทได้ประโยชน์ในการดำเนินธุรกิจ เช่น การตลาดที่สามารถขยายตลาดได้เพิ่มขึ้นไปยังประเทศต่างๆ ด้านการผลิตกลุ่มบริษัทญี่ปุ่นจะแนะนำและความร่วมมือในเชิงเทคนิค ทำให้เรา เติบโตและขยายตัวอย่างแข็งแกร่ง นอกจากนี้เรายังได้ดำเนินธุรกิจด้านพลังงานในการผลิตไฟฟ้าชีวมวลโดยการนำซากการผลิตที่เหลือจากการผลิตน้ำตาลมาผลิตเป็นไฟฟ้าชีวมวลส่งขายให้กับ กฟผ.</p> <p>- ส่วนปัญหาที่ยังมีความกังวลคือเมื่อมีการเปิดตลาด AEC การลอยตัว</p>

ด้านกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย	ด้านความสามารถหลัก	ด้านต้นทุนที่แข่งขันได้	ด้านข้อได้เปรียบเชิงการแข่งขัน
			<p>ราคาน้ำตาลเพื่อสะท้อนความเป็นจริงอาจส่งปัญหาต่อระบบของเราและสมาคมผู้ผลิตน้ำตาลได้เตรียมพร้อมกับการรับมือเหตุการณ์นี้แล้วเพียงแต่รอให้มีเจ้าภาพที่แท้จริง ซึ่งมองว่าควรเป็นภาครัฐที่ควรเข้ามามีส่วนร่วมในการกำหนดกรอบหรือแนวทางในการดำเนินการปรับโครงสร้างราคาน้ำตาลทราย ซึ่งปัจจุบันราคาน้ำตาลในตลาดไทยนั้นต่ำกว่าเพื่อนบ้าน ซึ่งหากยังไร้เจ้าภาพในการแก้ไขปัญหานี้ (อาจเป็นเพราะมีหลายกระทรวงที่ดูแลเรื่องราคาน้ำตาล) อาจทำให้ธุรกิจน้ำตาลได้รับผลกระทบเรื่องราคาก็เป็นไปได้</p> <p>- เราตระหนักถึงความสำคัญในการแข่งขันมาก มีความห่วงใยในเรื่องของการแข่งขัน การส่งออก ซึ่งหลายประเทศยังพยายามกีดกันการนำเข้าอยู่ หากรัฐบาลยังไม่ออกตัวเป็นเจ้าภาพ</p>

ด้านกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย	ด้านความสามารถหลัก	ด้านต้นทุนที่แข่งขันได้	ด้านข้อได้เปรียบเชิงการแข่งขัน
			<p>ในการจัดการเรื่องการค้ากีดกันทางการนำเข้าน้ำตาลอย่างชัดเจน ไทยคงได้รับผลกระทบการส่งออกน้ำตาลแน่ ทั้งที่ไทยคงจะได้เปรียบกว่าประเทศยักษ์ใหญ่อย่างบราซิลที่มีต้นทุนการขนส่งที่ต่ำกว่าอย่างเห็นได้ชัดเจน</p> <p>-เปิดเสรีทางการค้าจะทำให้มีผู้ประกอบการน้ำตาลจากกลุ่ม AEC เข้ามายังประเทศไทยได้ง่าย แต่ไม่เป็นปัญหา การป้องกันหรือเตรียมความพร้อมนั้นบริษัทได้ทำการขายน้ำตาลให้กับบริษัทยักษ์ใหญ่ที่ใช้น้ำตาลเช่น โคคาโคล่า หรือที่รู้จักในนาม “โค้ก” และกลุ่มลูกค้าในตลาด AEC บางส่วน ที่เหลือก็เป็นในกลุ่มตะวันออกกลาง</p> <p>-คู่แข่งที่สำคัญของธุรกิจคือ บราซิล เนื่องจากมีกำลังการผลิตที่สูงกว่า แต่อาจเสียเปรียบเรื่องต้นทุนค่าขนส่ง แต่เราก็เป็นผู้ผลิตรายใหญ่อันดับ 2 ของโลก และมีความ</p>

ด้านกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย	ด้านความสามารถหลัก	ด้านต้นทุนที่แข่งขันได้	ด้านข้อได้เปรียบเชิงการแข่งขัน
			<p>ชำนาญในการผลิตที่ดีกว่า</p> <p>-รัฐควรเข้ามาช่วยเหลือด้านการกำหนดมาตรการการไหลเข้าของน้ำตาลจากรายย่อยในกลุ่ม AEC การปรับอัตราราคาให้เป็นปัจจุบัน และการกำหนดมาตรฐานเสรีทางการค้าของน้ำตาลในกลุ่มสมาชิกที่ชัดเจนและเป็นรูปธรรม</p>

5. บริษัทผลิตและจำหน่ายน้ำตาล ขนาดใหญ่

ด้านกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย	ด้านความสามารถหลัก	ด้านต้นทุนที่แข่งขันได้	ด้านข้อได้เปรียบเชิงการแข่งขัน
<p>-ล่าสุดกลุ่มธุรกิจได้บรรลุข้อตกลงทางธุรกิจร่วมกับบริษัทต่างชาติผู้ค้าน้ำตาลรายใหญ่ของโลก ในการจัดตั้งบริษัทร่วมทุน ภายใต้ชื่อ 'บริษัทใหม่' พร้อมก่อสร้างคอนดิชันนิงไซโลน้ำตาล มูลค่ากว่า 150 ล้านบาทขึ้นเป็นแห่งแรกในประเทศไทย ยังเป็นโอกาสที่ดีในการขยายตลาดน้ำตาลทรายขาวบริสุทธิ์พิเศษไปยังกลุ่มลูกค้าที่เคยใช้น้ำตาลส่งออกจากสหภาพยุโรปหรืออียูด้วย ซึ่งหลังจากที่สหภาพยุโรปต้องปรับโครงสร้างการส่งออกน้ำตาลลดลงจากประมาณ 5-6 ล้านตันต่อปี มาอยู่ที่ 1.5 - 2.0 ล้านตันต่อปี หรือคิดเป็นอัตราที่ลดลงประมาณ 60-70% ทำให้เรามีโอกาสเติบโตในตลาดน้ำตาลคุณภาพสูงเพิ่มขึ้น"</p> <p>-เราเป็นผู้ส่งออกน้ำตาลอันดับ 1 ของเอเชีย โดย</p>		<p>-ราคาอ้อยขึ้นต้นฤดูกาลผลิต 52/53 ที่เกาะที่ 950 บาทต่อตันอ้อย สูงสุดในประวัติศาสตร์ สะท้อนให้เห็น "ขาขึ้น" ของอุตสาหกรรม โดยเฉพาะกลุ่มธุรกิจเรา</p> <p>-เราเป็นเจ้าของแหล่งผลิต ที่จะรับประโยชน์ไปเต็มๆ ในฐานะผู้ขายวัตถุดิบ และยังประโยชน์ไปเต็มๆ หากลุยทำเอง เพราะต้นทุนจะต่ำกว่าชาวบ้าน</p> <p>-ปัจจุบันเรายังมีลูกไร่อยู่มากถึง 3 หมื่นราย ปริมาณการผลิตอ้อยทั่วประเทศที่ 72 ล้านตันอ้อย ในจำนวนนี้ 13 ล้านตันอ้อย อยู่ในความครอบครองของเรา</p>	<p>-ธุรกิจน้ำตาลในประเทศที่มีโรงงานน้ำตาลอยู่ 5 โรง (โรงงานน้ำตาลด่านช้าง มิตรภาพสินธุ์ รวมเกษตรอุตสาหกรรม มิตรภูเวียง และสิงห์บุรี)</p> <p>ในจีนเรายังมีโรงงานน้ำตาลอีก 5 โรง (โรงงานน้ำตาลจงจิว หูหนาน ท้าวหลู หนิงหมิง และไห่ถิง) โรงงานเยื่อกระดาษ 1 โรง และกำลังจะผูกโรงงานไฟฟ้าชีวมวลอีก 1 โรงในเร็วนี้</p> <p>ในลาวและเวียดนาม โดยในลาวเราได้สัมปทานปลูกอ้อยและสร้างโรงงานน้ำตาลมิตรลาว และมีโรงงานน้ำตาลในเวียดนาม นอกจากนี้ยังได้สัมปทานที่ดินในกัมพูชา ปักธงรอผูกโรงงานน้ำตาล ในธุรกิจโรงไฟฟ้าชีวมวล เรามีโรงไฟฟ้าชีวมวล 2 โรง (โรงไฟฟ้าด่านช้าง และโรงไฟฟ้าภูเขียว) กำลังจะขึ้นโรงที่ 3 ในปลายปี 2554 และในธุรกิจเอทานอล เรามี</p>

ด้านกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย	ด้านความสามารถหลัก	ด้านต้นทุนที่แข่งขันได้	ด้านข้อได้เปรียบเชิงการแข่งขัน
<p>70% ได้ถูกส่งออกไปขายยังตลาดต่างประเทศ ตลาด ไห ญ่ อ ยู่ ที่ อิน โด นี เซีย ญี่ ปุ่น และ เกาหลี (เปิดตำนาน 55 ปี แห่งความหวาน น้ำตาลมิตรผล ต้นแบบธุรกิจครอบครัวมีอาชีพไทยรัฐออนไลน์ 3 ม.ค. 57)</p>			<p>โรงงานเอทานอล 3 โรง กำลังจะขึ้นโรงที่ 4 ในปลายปีนี้ ไม่นับรวมธุรกิจปาร์ติเกิลบอร์ด นอกจากนี้ ธุรกิจโรงไฟฟ้าชีวมวล 2 โรง ยังอยู่ระหว่างรอไฟเขียวจาก "ยูเอ็นเอฟซีซีซี" เพื่อขายคาร์บอนเครดิต ในปริมาณ 2 แสนตันคาร์บอน</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>-ธุรกิจที่ออกแนวเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมเช่นนี้ ยังกลายเป็น "เทรนด์" สำคัญของโลก</li> <li>-ดำเนินธุรกิจในอนาคต โดยการใช้นวัตกรรมทางเทคโนโลยีและการจัดการ</li> <li>-ไม่เฉพาะราคาน้ำตาลที่ทะยานขึ้น แม้แต่ราคากากน้ำตาล (โมลาส) และราคาเอทานอล ในตลาดโลก ก็ปรับตัวสูงขึ้นตามความต้องการใช้ไปเป็นวัตถุดิบในการผลิตพลังงานทดแทน (แก๊สโซฮอลล์) ซึ่งเราเป็นเจ้าของแหล่งผลิต ที่จะรับประโยชน์ไปเต็มๆ ในฐานะผู้ขายวัตถุดิบ และ ยังประโยชน์ไปเต็มๆหาก</li> </ul>



ด้านกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย	ด้านความสามารถหลัก	ด้านต้นทุนที่แข่งขันได้	ด้านข้อได้เปรียบเชิงการแข่งขัน
			<p>ลุยทำเอง เพราะต้นทุนจะต่ำกว่าชาวบ้าน</p> <p>-ปัจจุบันเรายังมีลูกไร่อยู่ มากถึง 3 หมื่นราย ปริมาณการผลิตอ้อยทั่วประเทศที่ 72 ล้านตัน อ้อย ในจำนวนนี้ 13 ล้านตัน อ้อย อยู่ในความครอบครองของเรา</p> <p>-เรายังมีความสนใจที่จะเข้าไปขยายการลงทุน โรงงาน น้ำตาล ในต่างประเทศ เพียงแต่รูปแบบการลงทุนอาจจะต่างจากเดิม โดยมีความเป็นไปได้ที่จะเข้าไปซื้อกิจการ โรงงานน้ำตาล ในต่างประเทศ แทนการลงทุนเอง</p> <p>"เมื่อก่อนเราใช้เวลานานถึง 4 ปีกว่าจะสร้าง โรงงานน้ำตาลในลาว ตอนนี้เราก็กลับมาคิด โมเดลใหม่ ทำยังไงให้เวลานั้นสั้นลง"</p> <p>-ล่าสุด เราได้บรรลุข้อตกลงทางธุรกิจ ร่วมกับบริษัท เทค แอนด์ ไสล์ อินเวสต์เม้นท์ จำกัด ผู้ค้าน้ำตาลรายใหญ่ของโลก ในการจัดตั้งบริษัท ร่วมทุน ภายใต้ชื่อ ' </p>

ด้านกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย	ด้านความสามารถหลัก	ด้านต้นทุนที่แข่งขันได้	ด้านข้อได้เปรียบเชิงการแข่งขัน
			<p>บริษัท ชูการ์ เอ็คเซียลเลนซ์ จำกัด' พร้อมก่อสร้างคอนดิชันนิงไซโลน้ำตาล มูลค่ากว่า 150 ล้านบาทขึ้นเป็นแห่งแรกในประเทศไทย สำหรับการร่วมทุนครั้งนี้ บริษัท รวมเกษตรกรอุตสาหกรรม จำกัด ในกลุ่มของเราถือหุ้นในสัดส่วนร้อยละ 60 และบริษัทต่างชาติถือหุ้นในสัดส่วนร้อยละ 40 โดยเราจะเป็นฝ่ายดำเนินงานในส่วนของการก่อสร้างไซโล และ ส่วนที่เกี่ยวข้องเนื่องกับการผลิตน้ำตาลเมื่อเปิดดำเนินการอย่างเป็นทางการ ขณะที่ เทค แอนด์ ไลต์ จะสนับสนุนด้านเทคโนโลยี และร่วมประสานงานด้านการตลาดต่างประเทศให้มีความแข็งแกร่งยิ่งขึ้น</p> <p>“การนำคอนดิชันนิงไซโลมาใช้กับระบบการผลิตน้ำตาลของเรา เป็นอีกก้าวหนึ่งของการพัฒนาผลิตภัณฑ์น้ำตาลให้มีคุณภาพสูงขึ้น อีกทั้งยังเป็นโอกาสที่ดีในการ</p>

ด้านกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย	ด้านความสามารถหลัก	ด้านต้นทุนที่แข่งขันได้	ด้านข้อได้เปรียบเชิงการแข่งขัน
			<p>ขยายตลาดน้ำตาลทรายขาวบริสุทธิ์พิเศษไปยังกลุ่มลูกค้าที่เคยใช้น้ำตาลส่งออกจากสหภาพยุโรปหรืออียูด้วย ซึ่งหลังจากที่สหภาพยุโรปต้องปรับโครงสร้างการส่งออกน้ำตาลลดลงจากประมาณ 5-6 ล้านตันต่อปี มาอยู่ที่ 1.5 - 2.0 ล้านตันต่อปี หรือคิดเป็นอัตราที่ลดลงประมาณ 60-70% ทำให้เรามีโอกาสเติบโตในตลาดน้ำตาลคุณภาพสูงเพิ่มขึ้น"</p>

6. บริษัทผู้ผลิตและจำหน่าย XO Sauce SMEs

ด้านกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย	ด้านความสามารถหลัก	ด้านต้นทุนที่แข่งขันได้	ด้านข้อได้เปรียบเชิงการแข่งขัน
<p>-ร้านอาหารจีน ญี่ปุ่น ในประเทศไทย และอนาคตจะขยายสู่ตลาดสิงคโปร์ ตลาดเวียดนาม</p>	<p>-สูตรเฉพาะที่พัฒนาขึ้นมาเองในครอบครัว</p> <p>-มีการปรับสูตรให้ลูกค้าแต่ละรายโดยเฉพาะ</p> <p>-ความสามารถในเรื่องรสชาติและ ราคา แต่ service ไม่น่าแตกต่างกัน</p>	<p>-ต้นทุนยังเหวี่ยงๆ นิดนึ่ง ถ้าไปขายในต่างประเทศ อย่างจีนก็จะเป็นราคาพริ้มๆ เพราะมีเรื่องของภาษีในประเทศจีนอีก</p> <p>จับตลาดกลางถึงบน</p>	<p>-คู่แข่งหลักคือ ต่างชาติ ยี่ห้อลีกุมก็ ในไทยไม่ค่อยมีคนทำขอสประเภทนี้ แต่ของถูกเรารสชาติเข้มข้นกว่า ราคาถูกกว่า</p> <p>-ตลาดที่จะเข้าไปสู่ต่างประเทศ คือ ตลาดสิงคโปร์ เพราะมีตัวแทนจำหน่ายที่นั่น</p> <p>-ต้องเกิดการรวมตัวของบริษัทผู้ผลิตในอาเซียน จึงจะสามารถแข่งขันกับต่างทวีปได้ ขึ้นกับภาครัฐที่จะสามารถสร้างความร่วมมือระหว่างกัน แล้วส่งออกไปนอกพื้นที่ด้วยกัน แต่ตอนนี้เหมือนกับทำขายกันเองในภูมิภาค ไม่ใช่การรวมตัวกันขายออกไปนอกภูมิภาค</p> <p>-กฎหมายของประเทศที่เราจะเข้าไปขึ้นตอนก็เยอะ และเราก็ไม่ค่อยเข้าใจกฎหมายของเค้า และเรื่องภาษาที่เราอาจยังคุยกันไม่ค่อยเข้าใจ อยากให้ภาครัฐช่วยตรงนี้</p>

7. บริษัทผลิตและจำหน่ายพริกไทย ขนาดใหญ่

ด้านกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย	ด้านความสามารถหลัก	ด้านต้นทุนที่แข่งขันได้	ด้านข้อได้เปรียบเชิงการแข่งขัน
<p>-จนถึงวันนี้กว่า 60 ปีแล้ว กลุ่มบริษัท ได้ส่งออก พริกไทยและผลิตภัณฑ์ เครื่องเทศ ที่มีคุณภาพ กว่า 100 ชนิด จนเป็นที่ ยอมรับของลูกค้ากว่า 20 ประเทศทั่วโลก ทั้งใน ทวีปยุโรป สหรัฐอเมริกา ออสเตรเลีย แอฟริกา และ แนนอน ทวีปเอเชียที่มีการจำหน่ายครอบคลุม พื้นที่มากที่สุด</p> <p>-เมื่อพิจารณาจากตลาด การกระจายสินค้าของ บริษัทแล้วพบว่าทวีป เอเชียมีพื้นที่การกระจาย สินค้าของบริษัทมากที่สุด เนื่องจาก 1) ปริมาณ จำนวนประชากร ซึ่งมี จำนวน มหาศาล 2) วัฒนธรรม การ รับประทานที่คล้ายคลึง กัน และ 3) ข้อกีดกันทาง การค้าในประเทศฟาก ยุโรปมีค่อนข้างมาก โดย ส่วนใหญ่จะเป็นผู้นำเข้า ของประเทศและเขต เศรษฐกิจนั้น ๆ เป็นผู้นำ สินค้าของบริษัทแม่ใน ประเทศไทยเข้าไปจัด จำหน่าย</p>			<p>-จนถึงวันนี้กว่า 60 ปีแล้ว กลุ่มบริษัท ได้ส่งออก พริกไทยและผลิตภัณฑ์ เครื่องเทศ ที่มีคุณภาพ กว่า 100 ชนิด จนเป็นที่ ยอมรับของลูกค้ากว่า 20 ประเทศทั่วโลก ทั้งใน ทวีปยุโรป สหรัฐอเมริกา ออสเตรเลีย แอฟริกา และ แนนอน ทวีปเอเชียที่มีการจำหน่ายครอบคลุม พื้นที่มากที่สุด</p> <p>-เมื่อพิจารณาจากตลาด การกระจายสินค้าของ บริษัทแล้วพบว่าทวีป เอเชียมีพื้นที่การกระจาย สินค้าของบริษัทมากที่สุด เนื่องจาก 1) ปริมาณ จำนวนประชากร ซึ่งมี จำนวน มหาศาล 2) วัฒนธรรม การ รับประทานที่คล้ายคลึง กัน และ 3) ข้อกีดกันทาง การค้าในประเทศฟาก ยุโรปมีค่อนข้างมาก โดย ส่วนใหญ่จะเป็นผู้นำเข้า ของประเทศและเขต เศรษฐกิจนั้น ๆ เป็นผู้นำ สินค้าของบริษัทแม่ใน ประเทศไทยเข้าไปจัด จำหน่าย</p>

ด้านกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย	ด้านความสามารถหลัก	ด้านต้นทุนที่แข่งขันได้	ด้านข้อได้เปรียบเชิงการแข่งขัน
<p>ในตลาดเอเชีย ตลาดกลุ่มเป้าหมายปัจจุบันของบริษัทฯ ได้แก่ ประเทศญี่ปุ่น และจีน โดยญี่ปุ่นเป็นตลาดดั้งเดิมที่บริษัทฯ เน้นส่งออกวัตถุดิบอยู่แล้ว ส่วนตลาดประเทศจีน อย่างที่ทุกคนทราบว่า มีประชากรจำนวนมาก เป็นตลาดผู้บริโภคขนาดใหญ่ที่มีศักยภาพเป็นอย่างยิ่งในอนาคต แม้ว่าในจีนเองสามารถเพาะปลูกพืชและสมุนไพรต่าง ๆ ได้มากมายหลากหลายชนิด แต่คุณภาพก็ยังไม่สามารถสู้กับที่เพาะปลูกในประเทศไทยได้จึงเป็นเหตุให้บริษัทมุ่งเป้าอย่างจริงจังมายังตลาดจีน</p>			<p>ในตลาดเอเชีย ตลาดกลุ่มเป้าหมายปัจจุบันของบริษัทฯ ได้แก่ ประเทศญี่ปุ่น และจีน โดยญี่ปุ่นเป็นตลาดดั้งเดิมที่บริษัทฯ เน้นส่งออกวัตถุดิบอยู่แล้ว ส่วนตลาดประเทศจีน อย่างที่ทุกคนทราบว่า มีประชากรจำนวนมาก เป็นตลาดผู้บริโภคขนาดใหญ่ที่มีศักยภาพเป็นอย่างยิ่งในอนาคต แม้ว่าในจีนเองสามารถเพาะปลูกพืชและสมุนไพรต่าง ๆ ได้มากมายหลากหลายชนิด แต่คุณภาพก็ยังไม่สามารถสู้กับที่เพาะปลูกในประเทศไทยได้จึงเป็นเหตุให้บริษัทมุ่งเป้าอย่างจริงจังมายังตลาดจีน</p>

### 8. บริษัทผู้ผลิตและจำหน่ายกะทิสำเร็จรูป ขนาดใหญ่

ด้านกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย	ด้านความสามารถหลัก	ด้านต้นทุนที่แข่งขันได้	ด้านข้อได้เปรียบเชิงการแข่งขัน
<p>-ตลาดต่างประเทศ โดยขยายตลาดในจีน และประเทศแถบละตินอเมริกา</p> <p>-สัดส่วนการส่งออกในตลาดโลกคือ สหรัฐอเมริกาและแคนาดา 55% ออสเตรเลีย-นิวซีแลนด์-หมู่เกาะ 17% ประเทศเอเชีย-แปซิฟิก (รวมจีนและญี่ปุ่น) 15% และยุโรป 13% (“ชาวเกาะไม่หวั่นการเมืองไทยเพิ่มการผลิตลุยตลาดโลก, ผู้จัดการออนไลน์, 21 ก.พ. 57 จาก <a href="http://www.gotomanager.com/content/“ชาวเกาะ”ไม่หวั่นการเมืองไทย-เพิ่มการผลิตลุยตลาดโลก">http://www.gotomanager.com/content/“ชาวเกาะ”ไม่หวั่นการเมืองไทย-เพิ่มการผลิตลุยตลาดโลก</a>)</p>		<p>- สังคมในองค์กร ก็หานวัตกรรมใหม่ๆ เพื่อให้ในทุกกระบวนการผลิตมีต้นทุนต่ำลง ทุกวันนี้ โจทย์ตามที่ตั้งไว้ว่า ต้องทำอะไรถึงจะใช้ทุกส่วนของมะพร้าว ไปเพิ่มมูลค่าของมะพร้าว ก็ทำได้ตามเป้าหมายแล้ว เรียกว่า เปลือก กะลา กากมะพร้าว หรือแม้แต่ น้ำใช้แล้วจากกระบวนการผลิต ก็นำกลับมาใช้ซ้ำ โยนไปรดผักของเรา เป็นระบบปิด สามารถลดการใช้พลังงาน (“คิดดี ทำดี : นวัตกรรม “อำพล พูดส์” สืบตำนานมะพร้าวแปรรูปรักษาสังคม “เกรียงศักดิ์ เทพผดุงพร”, ผู้จัดการออนไลน์, 10 เมษายน 2555 จาก <a href="http://www.manager.co.th/Dhamma/ViewNews.aspx?NewsID=9550000043258&amp;Html=1&amp;TabID=3&amp;">http://www.manager.co.th/Dhamma/ViewNews.aspx?NewsID=9550000043258&amp;Html=1&amp;TabID=3&amp;</a>)</p> <p>-การเป็นอีกองค์กรที่รักทั่วโลก ว่าปีที่แล้วนำผลิตภัณฑ์กะทิสำเร็จรูปตรา “ชาวเกาะ” เข้าสู่</p>	<p>-ด้วยปริมาณความต้องการของตลาดโลกที่เพิ่มขึ้นจนผลิตสินค้าออกไม่ทัน “ชาวเกาะ” ได้ประกาศทุ่มงบลงทุนในปี นี้ 400 ล้านบาทโดย 300 ล้านบาทจะลงทุนซื้อเครื่องจักร 4 เครื่อง และเพิ่มไลน์ขยายกำลังการผลิตกะทิและน้ำมะพร้าวยูเอชที โดยจะมีกำลังการผลิตเพิ่มขึ้นอีก 30,000 ตันต่อปี ซึ่งปัจจุบันมีกำลังการผลิตอยู่ที่ 100,000 ตันต่อปี ทั้งนี้ เครื่องจักรใหม่นี้จะสามารถติดตั้งเสร็จสมบูรณ์ในกลางปีนี้ และคาดว่าจะสามารถผลิตได้ประมาณไตรมาสที่ 3 ของปีนี้ ในขณะที่เดียวกัน ชาวเกาะได้ทุ่มงบลงทุนอีก 100 ล้านบาทเพื่อสร้างคลังสินค้า 2 แห่งที่จะสามารถสต็อกสินค้าได้อีก 15,000 ตันต่อปี ซึ่งคลังสินค้าใหม่นี้จะช่วย support บริษัทฯ ไม่ให้สินค้าขาดตลาด “ชาวเกาะ” ไม่หวั่นการเมืองไทยเพิ่มการผลิตลุย</p>

ด้านกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย	ด้านความสามารถหลัก	ด้านต้นทุนที่แข่งขันได้	ด้านข้อได้เปรียบเชิงการแข่งขัน
		<p>กระบวนการจน เป็นผลิตภัณฑ์ที่ได้รับฉลากลดคาร์บอนจากคณะกรรมการนักธุรกิจเพื่อสิ่งแวดล้อมไทย (TBCSD)</p> <p>“หากสังคมและสิ่งแวดล้อมอยู่ไม่ได้เราก็อยู่รอดยาก บริษัทฯ จึงให้ความสำคัญในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมในทุกกระบวนการผลิต ฉลากลดคาร์บอนที่ได้แสดงว่าช่วยลดปริมาณการปล่อยคาร์บอนไดออกไซด์สู่ชั้นบรรยากาศจากกระบวนการผลิตถึง 20%”</p> <p>มาปีนี้เรายังแสดงเจตนารมณ์ในการเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์ พร้อมกับเพิ่มประสิทธิภาพการบริหารจัดการด้วยการเข้าสู่กระบวนการพิจารณาติดฉลากฟุตพริ้นต์</p> <p>“มีคนพูดกันว่ายาก เพราะเป็นการดูแลตลอดกระบวนการผลิต จากต้นน้ำ-ปลายน้ำ ตั้งแต่เอาวัตถุดิบจนเป็นขยะ ทุก</p>	<p>ตลาดโลก (“ชาวเกาะไม่หวั่นการเมืองไทยเพิ่มการผลิตลดยุทธศาสตร์โลก, ผู้จัดการออนไลน์, 21 ก.พ. 57 จาก <a href="http://www.gotomanager.com/content/">http://www.gotomanager.com/content/</a> “ชาวเกาะ” - ไม่หวั่นการเมืองไทย-เพิ่มการผลิตลดยุทธศาสตร์โลก)</p> <p>-คุณภาพสินค้าภายใต้การดำเนินงานของ "เทพผดุงพรมะพร้าว" ยังเป็นเกราะป้องกันคู่แข่งที่จะเข้ามาช่วงชิงมาร์เก็ตแชร์ได้เป็นอย่างดี และแม้ว่า การเปิดเสรีของประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน หรือ AEC กำลังใกล้เข้ามาในอีกไม่ช้า อภิศักดิ์ก็เชื่อมั่นว่า จะยังมีคู่แข่งในตลาดรายใดสามารถเข้ามาช่วงชิงมาร์เก็ตแชร์ในตลาดของกะทิชาวเกาะได้</p> <p>"ชื่อเสียงของอาหารไทยยังเป็นแต้มต่ออยู่มากในสังเวียนธุรกิจ ผมมองว่าแนวโน้มธุรกิจอาหารไทยยังจะเติบโตต่อเนื่องไปได้อีกในช่วง 10-20 ปีข้างหน้า ดังนั้นสินค้า</p>



ด้านกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย	ด้านความสามารถหลัก	ด้านต้นทุนที่แข่งขันได้	ด้านข้อได้เปรียบเชิงการแข่งขัน
		<p>ขั้นตอนมีหลักการคิด ก็ต้องเรียนรู้อย่างฉลาดลดคาร์บอนที่ได้มา ก็ทำให้เห็นกระบวนการที่สร้างคุณค่าต่อทั้งตัวเราเองและสิ่งแวดล้อม เราจึงตั้งใจจะทำให้ได้ทุกผลิตภัณฑ์" ("คิดดี ทำดี : นวัตกรรม "อัมพลฟูลส์" สืบตำนานมะพร้าวแปรรูปรักษ์สังคม "เกรียงศักดิ์ เทพผดุงพร", ผู้จัดการออนไลน์, 10 เมษายน 2555 จาก <a href="http://www.manager.co.th/Dhamma/ViewNews.aspx?NewsID=9550000043258&amp;Html=1&amp;TabID=3&amp;">http://www.manager.co.th/Dhamma/ViewNews.aspx?NewsID=9550000043258&amp;Html=1&amp;TabID=3&amp;</a>)</p>	<p>ประเภทอาหารที่เป็นแบรนด์ไทยก็จะเติบโตควบคู่ไปด้วยกัน"</p>

๑. บริษัทผลิตและจำหน่ายซีอิ๊วขาว ขนาดใหญ่

ด้านกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย	ด้านความสามารถหลัก	ด้านต้นทุนที่แข่งขันได้	ด้านข้อได้เปรียบเชิงการแข่งขัน
-	<p>-บริษัทยังคงเน้นด้านเอกลักษณ์ รสชาติและคุณภาพสินค้าไว้ให้ดีขึ้นเรื่อยๆ เพื่อเป็นการสร้างแบรนด์ให้แข็งแรงและติดตลาดได้ทั่วโลก (หยั่นหว่าฮุ่ยน อัด 840 ลบ. เพิ่มกำลังผลิต, Hilight News : ฉบับที่ 299 ประจำวันที่ 1-15 กันยายน 2556 จาก <a href="http://www.theccn-news.com/2688-หยั่นหว่าฮุ่ยน_อัด_840_ลบ._เพิ่มกำลังผลิต_.html">http://www.theccn-news.com/2688-หยั่นหว่าฮุ่ยน_อัด_840_ลบ._เพิ่มกำลังผลิต_.html</a>)</p>		<p>-สิ่งที่บริษัทต้องเตรียมรับมือในเชิงรุก คือ การขยายตลาดให้ใหญ่ขึ้นจากการเจาะตลาดลูกค้าอาเซียน ที่บริษัทได้เปรียบทางภาษีจากการเปิดตลาด AEC พยายามขยายตลาดให้ใหญ่ขึ้นและใช้ประโยชน์จาก Economy of Scale อย่างตลาดอินโดไชน่าที่สินค้าของเราเริ่มเจาะตลาดเข้าไปและมุ่งเน้นขยายตลาดนี้ให้มากขึ้น (หยั่นหว่าฮุ่ยน อัด 840 ลบ. เพิ่มกำลังผลิต, Hilight News : ฉบับที่ 299 ประจำวันที่ 1-15 กันยายน 2556 จาก <a href="http://www.theccn-news.com/2688-หยั่นหว่าฮุ่ยน_อัด_840_ลบ._เพิ่มกำลังผลิต_.html">http://www.theccn-news.com/2688-หยั่นหว่าฮุ่ยน_อัด_840_ลบ._เพิ่มกำลังผลิต_.html</a>)</p> <p>การจะดำเนินธุรกิจให้มีความมั่นคงและยาวนานได้ สิ่งสำคัญส่วนหนึ่งคือการพัฒนาองค์กรและสินค้าให้มีความทันสมัยอยู่ตลอด สิ่งยืนยันว่าหยั่น หว่าฮุ่ยน ได้ให้</p>

ด้านกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย	ด้านความสามารถหลัก	ด้านต้นทุนที่แข่งขันได้	ด้านข้อได้เปรียบเชิงการแข่งขัน
			<p>ความใส่ใจในสินค้าและผู้บริโภคอย่างต่อเนื่อง พิสูจน์ได้จาก การที่ตราของเราได้รับการยอมรับ และไว้วางใจจากผู้ครัวชาวไทยมายาวนานกว่า 60 ปี และแนวทางในการทำงานที่บริษัทยึดปฏิบัติ มาโดยตลอดคือการบริหารจัดการโดยยึดหลักคุณธรรมและจรรยาบรรณองค์กร โปร่งใสในทุกๆ ส่วนของ stakeholder ทั้งหมด ไม่ว่าจะเป็นพนักงานของบริษัทที่ดี จะทำอะไรให้พนักงานรักองค์กรและมีความสุขในการทำงาน แม้กระทั่งลูกค้า ซัพพลายเออร์หรือผู้ถือหุ้น บริษัททำงานด้วยความโปร่งใส</p> <p>ทั้งนี้บริษัทได้รับประกาศเกียรติคุณจรรยาบรรณดีเด่น หอการค้าไทย ประจำปี 2552 ในฐานะเป็นองค์กรที่บริหารอย่างมีบรรษัทภิบาลตามหลักจรรยาบรรณและได้รับรางวัลองค์กรโปร่งใส ครั้งที่ 3 ประจำปี 2555</p>

ด้านกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย	ด้านความสามารถหลัก	ด้านต้นทุนที่แข่งขันได้	ด้านข้อได้เปรียบเชิงการแข่งขัน
			<p>จากสำนักงานคณะกรรมการป้องกันและปราบปรามการทุจริตแห่งชาติ (สำนักงาน ป.ป.ช.) เป็นต้น บริษัทจะสร้างความพึงพอใจต่อลูกค้าเพียงอย่างเดียวไม่ได้ ยังต้องสร้างความพึงพอใจของลูกค้าในองค์กรและลูกค้าในองค์กร นั่นคือทีมงานของบริษัท ที่สำคัญตลอดการดำเนินธุรกิจ พนักงานทุกคนได้ยึดหลักที่ท่านประธานผู้ก่อตั้งบริษัทใช้ในการดำเนินธุรกิจ “เราจะมุ่งพัฒนาสินค้า ยึดมั่นคุณภาพ และบริการที่ดีตลอดไป” นั่นคือคำปณิธานที่ให้ไว้และใช้ปฏิบัติมาจนถึงปัจจุบัน (เปิดวิสัยทัศน์แม่ทัพใหญ่ห้วย ห่อ หุ่น, Biz Focus Magazine, issue 038, July 2013, จาก <a href="http://www.bizfocusmagazine.com/biz-cover-news/315-biz-focus-magazine-issue-038,-july-2013.html#.U4WZ1v1_t">http://www.bizfocusmagazine.com/biz-cover-news/315-biz-focus-magazine-issue-038,-july-2013.html#.U4WZ1v1_t</a></p>

ด้านกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย	ด้านความสามารถหลัก	ด้านต้นทุนที่แข่งขันได้	ด้านข้อได้เปรียบเชิงการแข่งขัน
			<p>NM)</p> <p>-สิ่งที่อยากให้รัฐบาลช่วยส่งเสริมเพื่อเพิ่มศักยภาพการแข่งขัน คือ การส่งเสริมการลงทุน ในการให้สิทธิประโยชน์ทางด้านภาษี การยกเว้นการลดหย่อนอากรขาเข้า เครื่องจักร วัตถุดิบการเพิ่มประสิทธิภาพ ความคุ้มค่าในการใช้สิทธิประโยชน์ภาษีอากร โดยให้สิทธิประโยชน์แก่โครงการที่มีผลประโยชน์ต่อเศรษฐกิจอย่างแท้จริงที่ใช้หลักการบริหารและการจัดการองค์กรที่ดี (Good Governance) ในการให้สิทธิประโยชน์ด้านภาษีอากร และการสนับสนุนให้ภาคอุตสาหกรรมพัฒนาระบบคุณภาพและมาตรฐานการผลิตเพื่อแข่งขันในตลาดโลกได้ (เปิดวิสัยทัศน์แม่ทัพใหญ่ห้วย ห่อ หุ่น, Biz Focus Magazine, issue 038, July 2013, จาก <a href="http://www.bizfocusmag">http://www.bizfocusmag</a></p>

ด้านกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย	ด้านความสามารถหลัก	ด้านต้นทุนที่แข่งขันได้	ด้านข้อได้เปรียบเชิงการแข่งขัน
			<p>azine.com/biz-cover-news/315-biz-focus-magazine-issue-038-july-2013.html#.U4WZ1v1_tNM)</p> <p>-การก้าวเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนหรือ AEC (ASEAN Economic Community) ของไทยในปี 2558 จะเป็นโอกาสทางธุรกิจที่การลงทุนจะเปิดอย่างเสรี การนำเข้าและส่งออกของ 10 ประเทศสมาชิก จะเปิดเสรี ตลาดจะขยายตัวใหญ่ขึ้นจากการรวมเป็นหนึ่งของตลาดทั้ง 10 ประเทศ เป็นการเพิ่มขีดความสามารถในเชิงแข่งขันของภูมิภาคในหลายเรื่อง สิ่งที่บริษัทต้องเตรียมรับมือในเชิงรุกคือ การขยายตลาดให้ใหญ่ขึ้นจากการเจาะตลาดคู่ค้าอาเซียนที่บริษัทได้เปรียบทางภาษีจากการเปิดตลาด AEC พยายามขยายตลาดให้ใหญ่ขึ้นและใช้ประโยชน์จาก Economy of Scale</p>

ด้านกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย	ด้านความสามารถหลัก	ด้านต้นทุนที่แข่งขันได้	ด้านข้อได้เปรียบเชิงการแข่งขัน
			<p>อย่างตลาดอินโดไชน่าที่สินค้าของเราเริ่มเจาะตลาดเข้าไปและมุ่งเน้นขยายตลาดนี้ให้มากขึ้น</p> <p>การศึกษาพฤติกรรมความต้องการของตลาด AEC เพื่อนำมาพัฒนาปรับปรุงสินค้าและบริการให้เหมาะสมกับตลาด ศึกษาตลาดอย่างจริงจัง อย่างเช่นตลาดอินโดไชน่าที่มีทัศนคติที่ดีต่อสินค้าไทยที่เชื่อว่าดี มีคุณภาพ จึงเป็นโอกาสของสินค้าไทยที่จะเข้าไปแข่งขันในตลาดอินโดไชน่าได้</p> <p>การพัฒนาระบบโลจิสติกส์ของบริษัทให้มีความพร้อมและใช้ประโยชน์ได้อย่างเต็มที่กับความร่วมมือด้านระบบโลจิสติกส์ในภูมิภาคที่จะสะดวกรวดเร็วและราคาถูกลง</p> <p>ด้านการศึกษาเสาะหาแหล่งวัตถุดิบในตลาด AEC การนำเข้าวัตถุดิบจะสร้างความได้เปรียบ</p>

ด้านกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย	ด้านความสามารถหลัก	ด้านต้นทุนที่แข่งขันได้	ด้านข้อได้เปรียบเชิงการแข่งขัน
			<p>จากต้นทุน ราคาและคุณภาพแต่ผลกระทบที่ตามมาคือจะเกิดคู่แข่งเพิ่มขึ้น เกิดการเคลื่อนย้ายสินค้าและแรงงานอย่างเสรี สิ่งที่เราต้องเตรียมกลยุทธ์ในเชิงรับคือเร่งเสริมจุดแข็ง ลดจุดอ่อน (เปิดวิสัยทัศน์แม่ทัพใหญ่ห้วย ห่อ หุ่น, Biz Focus Magazine, issue 038, July 2013, จ 1 ก <a href="http://www.bizfocusmagazine.com/biz-cover-news/315-biz-focus-magazine-issue-038-july-2013.html#.U4WZ1v1_tNM">http://www.bizfocusmagazine.com/biz-cover-news/315-biz-focus-magazine-issue-038-july-2013.html#.U4WZ1v1_tNM</a>)</p>



10. บริษัทผู้ผลิตและจำหน่ายผงปรุงรส ขนาดใหญ่

ด้านกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย	ด้านความสามารถหลัก	ด้านต้นทุนที่แข่งขันได้	ด้านข้อได้เปรียบเชิงการแข่งขัน
<p>-ผลิตภัณฑ์เครื่องปรุงรสของเราที่สามารถตอบสนองความต้องการผู้บริโภคในการทำอาหารไทยหลากหลายเมนูทั้งต้ม ผัด แกง ทอด จนเป็นผู้นำในตลาดเครื่องปรุงรสมาเป็นเวลานานด้วยส่วนแบ่งตลาด 62%</p> <p>-จากการศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภค ยังพบว่าอาหารจีนได้รับความนิยมในการบริโภคมากเป็นอันดับ 2 รองจากอาหารไทย โดยมีเมนูยอดนิยมนิยมนคือเมนูอาหารสไตล์น้ำแดง เช่น ผัดผักลี้น้ำแดง เต้าหู้ น้ำแดง กว๊ายเตี้ยวราดหน้า ข้าวหน้าไก่ เป็นต้น แต่ผู้บริโภคส่วนใหญ่รู้สึกว่าการทำอาหารจีนมีวิธีการปรุงที่ยุ่งยาก</p> <p>-ลูกค้ากลุ่มธุรกิจร้านอาหาร ภัตตาคาร โรงแรมใหญ่ๆ และร้านอาหารเรือฟาสต์ฟู้ดที่มีการทำตลาดในรูปแบบการสรรคส์สร้าง</p>	<p>-จุดขายในเรื่องความสะดวกสบาย และประหยัดเวลาที่สอดคล้องกับไลฟ์สไตล์ของผู้บริโภคคนรุ่นใหม่และแม่บ้านสมัยใหม่ที่หันมาใช้ผลิตภัณฑ์ปรุงรสสำเร็จรูปแทนการปรุงจากวัตถุดิบสด (“อายุเปลี่ยนเกมตลาดผงปรุงรส ต้มผัดสู้ยุคซุกซุกซาดจากเมนู”, ผู้จัดการ 360° รายสัปดาห์, 19 มีนาคม 2553, จาก <a href="http://www.manager.co.th/iBizchannel/ViewNews.aspx?NewsID=9530000038585">http://www.manager.co.th/iBizchannel/ViewNews.aspx?NewsID=9530000038585</a>)</p>		<p>-จุดขายในเรื่องความสะดวกสบาย และประหยัดเวลาที่สอดคล้องกับไลฟ์สไตล์ของผู้บริโภคคนรุ่นใหม่และแม่บ้านสมัยใหม่ที่หันมาใช้ผลิตภัณฑ์ปรุงรสสำเร็จรูปแทนการปรุงจากวัตถุดิบสด (“อายุเปลี่ยนเกมตลาดผงปรุงรส ต้มผัดสู้ยุคซุกซุกซาดจากเมนู”, ผู้จัดการ 360° รายสัปดาห์, 19 มีนาคม 2553, จาก <a href="http://www.manager.co.th/iBizchannel/ViewNews.aspx?NewsID=9530000038585">http://www.manager.co.th/iBizchannel/ViewNews.aspx?NewsID=9530000038585</a>)</p>

ด้านกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย	ด้านความสามารถหลัก	ด้านต้นทุนที่แข่งขันได้	ด้านข้อได้เปรียบเชิงการแข่งขัน
<p>เมนูใหม่ๆ ให้กับลูกค้า ("รสดี" เติมนมกลอซด์ดี โปรแกรม รักษาบัลลังก์ ตลาดผงปรุงรส, ผู้จัดการ 360° รายสัปดาห์, 2 ตุลาคม 2552 จาก <a href="http://www.manager.co.th/iBizchannel/ViewNews.aspx?NewsID=9520000116166">http://www.manager.co.th/iBizchannel/ViewNews.aspx?NewsID=9520000116166</a>)</p>			



### 11. บริษัทผู้ผลิตและจำหน่ายน้ำปลาพรีเมียม

ด้านกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย	ด้านความสามารถหลัก	ด้านต้นทุนที่แข่งขันได้	ด้านข้อได้เปรียบเชิงการแข่งขัน
<p>-กลุ่มคนรุ่นใหม่ที่น่าสนใจ เรื่องการกินหรือการทำอาหารเพื่อสุขภาพ(เมกาเซฟ ทูม 25 ล้าน ลูขิตลาดปี 55 พร้อมรุก “โซเซียลเน็ตเวิร์ค” เจาะกลุ่มเป้าหมาย, ข่าวประชาสัมพันธ์ธุรกิจ สิ้นค้าอุปโภคและบริโภค วันศุกร์ที่ ๒ มีนาคม พ.ศ. ๒๕๕๕ จาก <a href="http://www.newswit.com/biz/2012-03-02/d9074442affe2f5f492e725f7c718fd/">http://www.newswit.com/biz/2012-03-02/d9074442affe2f5f492e725f7c718fd/</a>)</p> <p>-เน้นตลาดต่างประเทศ อาทิ ออสเตรเลีย จีน สหรัฐ อังกฤษ และสหภาพยุโรป (เมกาเซฟทูม 15 ล้านขายจริง. ผลิตซอสหอยนางรมลดยุโรป, ประชาชาติธุรกิจ วันที่ 15 ธันวาคม 2552, จาก <a href="http://citsnew.utcc.ac.th/News/Default_view.asp?NID=1783">http://citsnew.utcc.ac.th/News/Default_view.asp?NID=1783</a> สืบค้นเมื่อ วันที่ 29 พ.ค. 2557)</p>	<p>-เครื่องปรุงรสคุณภาพระดับพรีเมียม ผลิตจากธรรมชาติ 100% โดยไม่ใส่ผงชูรสและสารแต่งกลิ่นใด ๆ (เมกาเซฟทูม 15 ล้านขายจริง. ผลิตซอสหอยนางรมลดยุโรป, ประชาชาติธุรกิจ วันที่ 15 ธันวาคม 2552, จาก <a href="http://citsnew.utcc.ac.th/News/Default_view.asp?NID=1783">http://citsnew.utcc.ac.th/News/Default_view.asp?NID=1783</a> สืบค้นเมื่อ วันที่ 29 พ.ค. 2557)</p> <p>-ทำของดีให้คนไทยได้รับประทาน น้ำปลาจากน้ำปลาจริงๆ ไม่เค็ม จะกลมกล่อมนุ่มนวล</p>	<p>-มองไปที่โอกาสด้านการตลาดเนื่องจากเป็นผลิตภัณฑ์ที่ทุกคนต้องกินต้องใช้ อย่างในเมียนมาร์ มีวัตถุดิบทางด้านปลาเยอะแต่ยังไม่จับปลาได้ไม่เก่งเท่ากับเรา เครื่องมือต่างๆ ก็ถูกกว่า และไม่สามารถผลิตน้ำปลาได้เอง น้ำปลาและซอสต่างๆ ในเมียนมาร์เป็นของไทยทั้งนั้น หากมีโอกาสก็จะไปตั้งโรงงานที่นั่น เพราะมีวัตถุดิบที่คุณภาพดี สด และถูก ดังนั้น นี่ก็โอกาสที่เราจะสามารถเข้าถึงแหล่งวัตถุดิบชั้นดี (“กลยุทธ์พร้อมรบ : สนาม AEC” , ฐานเศรษฐกิจ (AEC World), ปีที่ 33 (1) ฉบับที่ 2871 (25), วันที่ 18-21 สิงหาคม 2556, น.46)</p>	<p>-ใช้นโยบายเชิงรุกด้วยความเชื่อมั่นในแนวโน้มการเติบโตของกลุ่มผู้บริโภคที่หันมาใส่ใจดูแลสุขภาพมากขึ้น (เมกาเซฟ ทูม 25 ล้าน ลูขิตลาดปี 55 พร้อมรุก “โซเซียลเน็ตเวิร์ค” เจาะกลุ่มเป้าหมาย, ข่าวประชาสัมพันธ์ธุรกิจ สิ้นค้าอุปโภคและบริโภค วันศุกร์ที่ ๒ มีนาคม พ.ศ. ๒๕๕๕ จาก <a href="http://www.newswit.com/biz/2012-03-02/d9074442affe2f5f492e725f7c718fd/">http://www.newswit.com/biz/2012-03-02/d9074442affe2f5f492e725f7c718fd/</a>)</p> <p>-ไม่ต้องการเข้าไปอยู่ใน Red Ocean ที่ต้องแข่งขันด้านราคา เพราะยังแข่งที่ยังเจ็บ จึงมองไปที่ตลาดระดับพรีเมียมและสุขภาพ (“กลยุทธ์พร้อมรบ : สนาม AEC” , ฐานเศรษฐกิจ (AEC World), ปีที่ 33 (1) ฉบับที่ 2871 (25), วันที่ 18-21 สิงหาคม 2556, น.46)</p> <p>-หากจะแข่งขันกับเขา ด้านราคาเป็นเรื่องที่ยาก</p>

ด้านกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย	ด้านความสามารถหลัก	ด้านต้นทุนที่แข่งขันได้	ด้านข้อได้เปรียบเชิงการแข่งขัน
			<p>มาก เพราะต้นทุนที่นั่นต่ำกว่า ดังนั้น ควรจะเน้นไปในด้านของคุณภาพ ความแตกต่าง และการสร้างแบรนด์ นอกจากนี้ ต้องวางแผนรับมือกับสินค้าต่างประเทศที่บุกเข้ามาแข่งขันกับเราในเมืองไทยเช่นกัน ต้องคิดล่วงหน้าว่าเราจะสู้ได้อย่างไร เราต้องเข้าใจผู้บริโภคชาวไทยมากกว่าชาวต่างชาติ</p> <p>(“กลยุทธ์ พร้อมรบ : ส น ำ ม AEC”, ฐานเศรษฐกิจ (AEC World), ปีที่ 33 (1) ฉบับที่ 2871 (25), วันที่ 18-21 สิงหาคม 2556, น.46)</p> <p>-ปัญหาหลักคือการหาลูกค้าที่ "ใช่" เนื่องจากเราเป็นบริษัทขนาดเล็ก เพราะลูกค้าที่ดีและมองในทิศทางเดียวกันเป็นปัจจัยสำคัญที่จะช่วยทำให้สามารถไปถึงเป้าหมายที่ตั้งไว้ อย่างไรก็ตามเราต้องทำให้ตัวเองมีจุดขายก่อน และพูดคุยกับลูกค้าให้ชัดเจน (“กลยุทธ์พร้อมรบ : ส น ำ ม AEC”,</p>

ด้านกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย	ด้านความสามารถหลัก	ด้านต้นทุนที่แข่งขันได้	ด้านข้อได้เปรียบเชิงการแข่งขัน
			ฐานเศรษฐกิจ (AEC World), ปีที่ 33 (1) ฉบับที่ 2871 (25), วันที่ 18-21 สิงหาคม 2556, น.46)



สรุปผลสัมภาษณ์ผู้ประกอบการ  
ด้านความสามารถในการประกอบการ



1. บริษัทผู้ผลิตและจำหน่ายน้ำพริก SMEs

ด้านการจัดการทรัพยากรมนุษย์	ด้านตลาดและบริการ	ด้านดำเนินงานผลิต	ด้านการเงินและการบริหารความเสี่ยงทางการเงิน
<p>-ทางบริษัทมีการจ้างแรงงานชาวไทยเพราะเห็นว่าคนไทยผลิตของไทยที่ดีกว่า แรงงานต่างด้าว โดยที่ทางบริษัทไม่มีการจ้างแรงงานต่างด้าวแต่อย่างใด</p> <p>-ปัญหาเรื่องค่าแรงขั้นต่ำ 300บาทบริษัทเคยเกิดปัญหา แต่ทางบริษัทได้แก้ไขโดยการพูดคุยกับลูกจ้างเพื่อชี้แจงให้ทราบถึงปัญหา บริษัทจึงได้ทำการปรับลดเรื่องการทำ Over Time (OT) ให้ลดลง และลดต้นทุนในการบรรจุภัณฑ์ เพื่อให้เพียงพอดต่อค่าแรง 300 บาท</p> <p>-แรงงานและพนักงานภายในบริษัท ส่วนใหญ่เป็นบุคคลภายในพื้นที่นั้นหรือพื้นที่ใกล้เคียงเนื่องจากสถานที่ทำงานค่อนข้างที่จะเข้ามาลำบาก</p>	<p>-เข้าร่วมกับ7-eleven เพื่อเป็นช่องทางในการกระจายสินค้าและทำให้เป็นที่รู้จักแก่ ผู้บริโภคทั่วไป</p> <p>-ทำการตลาดผ่านสื่อสังคมออนไลน์ (Social Media Marketing) โดยใช้ Facebook เป็นช่องทางในการสื่อสารทางการตลาด และใช้ Google Adword ในการโฆษณาสินค้าของบริษัทโดยทางบริษัทเป็นผู้ทำขึ้นเอง</p> <p>-การส่งเสริมการขาย โดยดูตามช่องทางการจัดจำหน่ายต่างๆ เช่น ร่วมทำโปรโมชั่นกับห้าง Big C และร่วมทำโปรโมชั่นกับ7-eleven และมีการขายโดยใช้แคตตาล็อก</p>	<p>-ทางบริษัทมีการจัดทำมาตรฐานสินค้าฮาลาลเพื่อใช้ในการผลิตและขยายตลาดไปยังกลุ่มผู้บริโภคชาวมุสลิม</p> <p>-การผลิตสินค้ามีการใช้เครื่องจักรเข้ามาช่วยในการผลิต และสินค้ามีหลายขนาดให้เลือกตามความต้องการของผู้บริโภค แต่ขนาดที่เป็นที่นิยมกันมากคือขนาดเล็ก หรือ ไซค์มินิ เพราะเป็นขนาดที่พกพาสะดวก และสามารถรับประทานได้มือเดียว</p> <p>-ในช่วงเทศกาลถือศีลกินเจ ทางบริษัทก็ได้ผลิตรสชาติที่เหมาะสมสำหรับผู้บริโภคที่รับประทานอาหารเจ</p>	<p>-มีการกู้เงินจากธนาคารบางส่วนและใช้เงินของตัวเองบางส่วนเพื่อใช้ในการดำเนินธุรกิจ เพื่อลดความเสี่ยงทางการเงิน</p> <p>-การบริหารความเสี่ยงโดยการลดต้นทุนในการผลิตให้น้อยลง เลือกวัตถุดิบ หรือ เลือกผู้ประกอบการที่มารับ และให้ราคาที่ถูกกว่ารายอื่นๆ</p> <p>-ค่าการดำเนินการทางการตลาดที่ค่อนข้างสูงและอำนาจในการต่อรองกับห้างสรรพสินค้าที่ทางบริษัทมีน้อยมาก</p> <p>-มีการคิดค้นผลิตภัณฑ์ที่มีความหลากหลายและมีหลายตัวผลิตภัณฑ์มากขึ้น</p> <p>-ทางบริษัทมีการกำหนดแผนการดำเนินงานภายในหนึ่งปีเพื่อลดความเสี่ยงในเรื่องของเงินลงทุน</p>

2. บริษัทผู้ผลิตและจำหน่ายน้ำพริก ขนาดใหญ่

ด้านการจัดการทรัพยากรมนุษย์	ด้านตลาดและบริการ	ด้านดำเนินงานผลิต	ด้านการเงินและการบริหารความเสี่ยงทางการเงิน
		<p>-“นอกจากนี้ ยังต้องพัฒนาอย่างไม่หยุดนิ่ง โดยนำเทคโนโลยีสมัยใหม่เข้ามาใช้ กระบวนการผลิต มีหน่วยงานวิจัยและพัฒนาสินค้า โดยเฉพาะผู้บริโภคในยุคนี้มีความรู้มากขึ้น ดังนั้น การตัดสินใจซื้อสินค้าจะมีการอ่าน วิเคราะห์ว่ามีผลต่อสุขภาพหรือไม่ เช่น ส่วนผสมในสินค้านั้นอะไรบ้าง จึงต้องแจ้งบนฉลากอย่างชัดเจน โดยนโยบายหลักของเราคือผลิตภัณฑ์ทุกชนิดของเราปราศจากสีเจือปน ไม่ใส่ผงชูรส และไม่ใส่วัตถุกันเสีย เพื่อให้ผู้บริโภคจะได้รับความปลอดภัย”</p> <p>-การจะเติบโตปีละ 20 เปอร์เซ็นต์ได้ ตามเป้าหมาย สินค้าของเราต้องเป็นที่ยอมรับของผู้บริโภค ซึ่งผลิตภัณฑ์ทุกชนิดก่อนออกสู่ตลาดผู้บริหารจะได้ชิมได้ทดลองรับประทานก่อน</p>	<p>- "เราซื้อวัตถุดิบเพื่อใช้ในการผลิตเฉพาะในแต่ละวัน เพื่อให้ได้ผลผลิตที่สดใหม่มีคุณภาพดี และจะไม่มีมีการแปรรูปเพื่อให้เก็บรักษาได้นาน เช่น ไม่นำพริกสดมาดองเพื่อใช้ได้หลายวัน แต่ก่อนเราผลิตขายแค่ในประเทศ เรากินกันได้อยู่กันได้ แต่พอวันหนึ่งต้องส่งออกต่างประเทศซึ่งเข้มงวดมาก ก็ต้องหาวัตถุดิบที่ไม่ใช่เข้ามาแมลง หรือฉีดตามกำหนดเท่านั้นเท่านั้นใหม่ๆ จึงลำบากมาก แต่ตอนนี้เกษตรกรหลายรายเริ่มเข้าใจขึ้น ทางเราได้มีการจำหน่ายวัตถุดิบที่ไม่ได้คุณภาพ เช่น พริกบ่มไม่สุก ฯลฯ ให้แก่บุคคลภายนอกทำให้ไม่เป็นภาระต่อต้นทุนวัตถุดิบ"</p> <p>-ปัจจุบัน บริษัทเรามีการเจริญเติบโตและขยายกำลังการผลิตอย่างค่อยเป็นค่อยไป โดยพิจารณา</p>



ด้านการจัดการทรัพยากรมนุษย์	ด้านตลาดและบริการ	ด้านดำเนินงานผลิต	ด้านการเงินและการบริหารความเสี่ยงทางการเงิน
		<p>นอกจากนี้ ยังให้ความสำคัญกับการตรวจสอบคุณภาพของสินค้า เพื่อรักษารสชาติให้คงความเป็นเอกลักษณ์อาหารไทย ไม่ใส่สารเคมี สารกันบูด ที่สำคัญ ยังรักษารสชาติสินค้าทั้งที่ส่งออกและจำหน่ายในประเทศให้คงรสชาติเดียวกัน ไม่ปรับเปลี่ยนไปตามความต้องการของต่างชาติ เพื่อรักษาเอกลักษณ์ของอาหารไทยต้นตำรับ</p> <p>-กระบวนการควบคุมคุณภาพในการผลิตในโรงงานที่เราใช้วัตถุดิบสดที่ได้รับการคัดสรรว่ามีคุณภาพ ปลอดภัย สารพิษ ปราศจากยาฆ่าแมลง และมีการควบคุมกระบวนการผลิตทุกขั้นตอน ทำให้ไม่มีปัญหาด้านสินค้าไม่ได้คุณภาพมาตรฐาน เนื่องจากบริษัทเข้มงวดด้านความปลอดภัยของผู้บริโภค เป็นสำคัญ เช่นเมื่อไม่นานมานี้ นิตยสาร TEST</p>	<p>ปัจจัยต่างๆ อย่างรอบคอบ ไม่เคยผู้เงินมาลงทุนเกินจำเป็น มีการวางแผนในการลงทุนอย่างรอบคอบ ไม่สร้างภาระหนี้สินให้เกิดความเสี่ยง เช่น ซื้อเครื่องมือหรือเครื่องจักรที่ใช้ในการผลิตด้วยเงินกำไรสะสม เป็นต้น ที่สำคัญคือ เลือกทำธุรกิจเฉพาะด้านที่มีความชำนาญ คือ ด้านอาหารไทย เช่น น้ำพริก, น้ำปรุง, เครื่องแกง ฯลฯ โดยประกอบธุรกิจตามกำลังความสามารถ ใช้เงินทุนส่วนตัวเท่านั้น ทำให้ได้รับรางวัลรองชนะเลิศ จากการประกวดผลงานตามปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง ด้านธุรกิจขนาดกลาง จากสำนักงาน กปร.</p>

ด้านการจัดการทรัพยากรมนุษย์	ด้านตลาดและบริการ	ด้านดำเนินงานผลิต	ด้านการเงินและการบริหารความเสี่ยงทางการเงิน
		<p>ของประเทศเยอรมนี ได้มีการตรวจสอบคุณภาพผลิตภัณฑ์ของบริษัทและประกาศเป็นสินค้ามีคุณภาพปราศจากอันตรายจากสารปนเปื้อนเจือปน</p> <p>- "เราซื้อวัตถุดิบเพื่อใช้ในการผลิตเฉพาะในแต่ละวัน เพื่อให้ได้ผลผลิตที่สดใหม่มีคุณภาพดี และจะไม่มี การแปรรูปเพื่อให้เก็บรักษาได้นาน เช่น ไม่นำพริกสดมาดองเพื่อใช้ได้หลายวัน แต่ก่อนเราผลิตขายแค่ในประเทศเรากันได้ อยู่กันได้ แต่พอวันหนึ่งต้องส่งออกต่างประเทศซึ่งเข้มงวดมาก ก็ต้องหาวัตถุดิบที่ไม่ใช่ข่าฆ่าแมลง หรือฉีดตามกำหนดเท่านี้เท่า นั้นใหม่ ๆ จึงลำบากมาก แต่ตอนนี้เกษตรกรหลายรายเริ่มเข้าใจขึ้น ทางเราได้มีการจำหน่ายวัตถุดิบที่ไม่ได้คุณภาพ เช่น พริกบ่มไม่สุก ฯลฯ ให้แก่บุคคลภายนอกทำให้ไม่</p>	

ด้านการจัดการทรัพยากร มนุษย์	ด้านตลาดและบริการ	ด้านดำเนินงานผลิต	ด้านการเงินและการ บริหารความเสี่ยงทาง การเงิน
		<p>เป็นภาระต่อต้านทุน วัตถุดิบ"</p> <p>- "การทำอาหาร ไม่ว่าจะทำ ธุรกิจอาหารแบบไหน ต้องมีความซื่อสัตย์สุจริต ให้ความเคารพต่อ ผู้บริโภคอย่างยิ่ง ลด คุณค่า ลดคุณภาพ เปลี่ยน รสชาติจะถูกคนกิน ไม่ได้เลย เปลี่ยนสูตรนิด เดียว ลดน้ำปลา ลด กระเทียม ลดแป้งอะไร ต่างๆ ลูกค้าโทรมาทันที คนกินมา 20-30 ปีพอ เปลี่ยนสูตรบ้าง มี โทรศัพท์มาทันทีว่าทำไม ไม่เหมือนเก่า ความคุ้นเคยมี ความสำคัญมาก เพราะฉะนั้น สิ่งสำคัญที่ เราคำนึงถึงคุณภาพของ วัตถุดิบ สูตรดั้งเดิมต้อง รักษาไว้เสมอ มีบาง บริษัทเขามองว่าเด็กยุค ใหม่ไม่ทานเผ็ด เขาจะ ปรับเปลี่ยนสูตรไป ตามนั้น แต่ของเราเราจะ ยืนสูตรเดิมไว้อย่าง แน่นอน "</p>	

### 3. บริษัทผู้ผลิตและจำหน่ายน้ำมันหอย SMEs

ด้านการจัดการทรัพยากรมนุษย์	ด้านตลาดและบริการ	ด้านดำเนินงานผลิต	ด้านการเงินและการบริหารความเสี่ยงทางการเงิน
<p>- สะสมบุคลากรที่มีคุณภาพ โดยส่วนใหญ่มีอายุอยู่ในช่วง 40-60ปี การทำงานทางบริษัทจัดให้มีการประชุมอย่างเดี่ยว เพราะบุคลากรส่วนใหญ่ที่อยู่ในช่วงนี้จะเริ่มเกษียณงานกันบ้างแล้ว บางส่วน และมีอายุที่ค่อนข้างมากกันแล้ว จึงทำให้บางท่านไม่สะดวกในการมาทำงาน ในเวลาปกติเหมือนพนักงานทั่วไป</p> <p>-ทางบริษัท มีที่ปรึกษาคอยช่วยเหลือ ให้คำปรึกษา และคิดโครงสร้างองค์กรให้ทั้งหมด โดยผู้ที่ทำหน้าที่เป็นที่ปรึกษาให้แก่ทางบริษัท บริษัทได้ทำการจ้างมาจากด้านนอกและมีความเชี่ยวชาญเป็นพิเศษ จึงทำให้ บริษัท มีโครงสร้างองค์กรที่ดี</p> <p>-พนักงานมีจำนวนทั้งสิ้น 70 คน แต่ถ้าหากไปสร้างโรงงานใหม่จะเพิ่ม</p>	<p>-ทางบริษัทมีการวิเคราะห์ผู้ซื้อ ก่อนที่จะทำการตลาดเพื่อเป็นการสำรวจความต้องการของลูกค้า และ เพื่อสนองความต้องการของลูกค้าให้สูงสุด</p> <p>-ทางบริษัทส่วนใหญ่จะผลิตซอสหอยนางรมเป็นหลัก เพราะสินค้าของทางบริษัทจะเน้นไปทางซอสมากกว่าสินค้าตัวอื่น เนื่องจากทางบริษัทมองว่า ซอสเป็นสินค้าที่ขายง่าย รับประทานได้ทุกเพศ ทุกวัย</p> <p>-มีการผลิตซอสตัวใหม่ในชื่อของตนเอง เพื่อใช้วางขายในกลุ่มประเทศ AEC และที่สำคัญคุณภาพของผลิตภัณฑ์เป็นสิ่งสำคัญมากที่ทางบริษัทจะต้องมี เพื่อเป็นสิ่งรับรองให้ลูกค้าไว้วางใจกับทางบริษัทได้</p> <p>-ในกลุ่มลูกค้า ชาว AEC ทางบริษัทจะเข้าไปทำการตลาดโดยใช้เทศโก้</p>	<p>-ในการผลิต บริษัทจะมุ่งหาคนมารับรอง ในเรื่องของมาตรฐานการผลิต โดยหาจากสถาบันรับรองต่างๆ มาตรฐานต่าง เพื่อเป็นเครื่องมือในการรับรองคุณภาพและสร้างความไว้วางใจให้แก่ลูกค้า</p> <p>-ในกลุ่มประเทศ AEC ให้ความเชื่อมั่นและเชื่อถือในคุณภาพของสินค้าจากประเทศไทยมาก</p>	<p>-ทางบริษัทมีการรักษาเครดิตของทางธนาคารที่ดี เพื่อให้ง่ายต่อการขอกู้เงินจากธนาคาร เพื่อใช้ในการลงทุนกิจการต่างๆ</p> <p>-สถาบันทางการเงินที่ทางบริษัท ใช้บริการในการกู้ยืมเงินเพื่อมาใช้ในการบริหารงานต่างๆ ส่วนใหญ่ทางบริษัท จะเลือกสถาบันที่อยู่ในเมืองไทยมากกว่า เลือกที่อยู่ต่างประเทศ</p>

ด้านการจัดการทรัพยากรมนุษย์	ด้านตลาดและบริการ	ด้านดำเนินงานผลิต	ด้านการเงินและการบริหารความเสี่ยงทางการเงิน
<p>พนักงานเป็น 100 คน เพื่อรองรับโรงงานที่กำลังสร้างใหม่ซึ่งมีขนาดใหญ่มาก และขนาดของโรงงานเพียงพอต่อความต้องการของลูกค้าที่ต้องการจ้างโรงงานผลิตสินค้าให้</p> <p>-ด้านแรงงาน ในโรงงานมีแรงงานต่างด้าวและแรงงานชาวไทยอยู่ในอัตราส่วนที่เท่ากัน คือ 50% - 50% ซึ่งความเสมอภาค ทุกคนมีความเท่าเทียมกัน การทำงานส่วนใหญ่แรงงานต่างด้าวจะขยันมากกว่า แรงงานชาวไทย ไม่ค่อยเลือกงาน นายจ้างให้ทำอะไรก็ตามที่นายจ้างสั่งทุกอย่าง ไม่เกี่ยงงาน โดยที่พนักงานทุกคนต้องปฏิบัติตามนโยบายของบริษัทที่ได้วางไว้อย่างเคร่งครัด อีกทั้งทางบริษัทยังมีวัฒนธรรมองค์กรที่ดีอีกด้วย ซึ่งทางบริษัทให้ความสำคัญกับคนมาก เพราะทางบริษัท</p>	<p>โลตัส เป็นตัวผ่านให้ผู้บริโภคได้รู้จักมากยิ่งขึ้น แต่ในทางตรงกันข้ามบริษัทกลับคิดว่า Modern Trade มักจะเอาเปรียบผู้ประกอบการถึง 55% เมื่อทางบริษัทได้ทำการวิเคราะห์ตลาดใน AEC แล้วกลับพบว่าถ้าหากเข้าตอนนี้ยังไม่ค่อยดี ฉะนั้นจึงต้องทำการสร้างตลาดในเมืองไทยก่อน ที่จะเข้าไปยังกลุ่มประเทศ AEC</p> <p>-สำหรับกลยุทธ์ ทางบริษัทเลือกใช้กลยุทธ์ราคาเดียว เพราะเนื่องจากบริษัทมีสินค้าที่ใช้เพื่อการบริโภค หรือ Mass Product โดยที่มาตรฐานของสินค้าที่ทำการผลิตเหมือนกันทั่วโลกจึงทำให้ทางบริษัทต้องตั้งราคาสินค้าราคาเดียว เพื่อให้เป็นมาตรฐานเดียวกันทั่วโลก</p> <p>-นอกจากนั้นทางบริษัทยังเลือกมองจากตลาดเครื่องปรุงรส เพราะทางบริษัทมองว่าตลาด</p>		

ด้านการจัดการทรัพยากรมนุษย์	ด้านตลาดและบริการ	ด้านดำเนินงานผลิต	ด้านการเงินและการบริหารความเสี่ยงทางการเงิน
<p>เห็นความสำคัญที่ว่องไวที่จะสำเร็จได้ต้องเริ่มที่คน นอกจากนั้นทางบริษัทยังมีสิ่งจูงใจที่ทำให้พนักงานทุกคนทำตามเป้าหมายที่องค์กรได้วางไว้ให้บรรลุเป้าหมาย โดยการพาพนักงานไปเที่ยวยังสถานที่ต่างๆตามที่พักผ่อนตากันไว้เพื่อเป็นสิ่งจูงใจให้พนักงานอยากจะทำานให้สำเร็จอย่างรวดเร็ว</p> <p>-ค่าตอบแทนทางบริษัทมีการกำหนดค่าแรงขั้นต่ำอยู่ที่ 300 , 330 , 400 ซึ่งค่าตอบแทนนี้จะให้พนักงานตามผลงานที่ทำและขึ้นอยู่กับความสามารถของพนักงานอีกด้วย ส่วนค่าครองชีพนั้น ทางบริษัทจะจ่ายให้แก่พนักงานอีกต่างหาก</p>	<p>เครื่องปรุงรสเป็นตลาดที่ใหญ่ที่สุด เนื่องจากสินค้าเป็นสินค้าที่ขายง่ายกลุ่มคนสามารถเลือกได้หลากหลาย full time</p>		

4. บริษัทผลิตและจำหน่ายน้ำตาล ขนาดใหญ่

ด้านการจัดการ ทรัพยากรมนุษย์	ด้านตลาดและบริการ	ด้านดำเนินงานผลิต	ด้านการเงินและการ บริหารความเสี่ยงทาง การเงิน
<p>-ธุรกิจมีการเตรียมความพร้อมด้านบุคลากร ซึ่งต้องมีการเพิ่มศักยภาพให้สอดคล้องกับด้านการตลาด เพื่อรองรับการขยายตัวไปยังตลาดต่างประเทศ ด้วยการจัดอบรมพนักงานอย่างต่อเนื่องเพื่อเสริมความรู้ความสามารถ และความเชี่ยวชาญในงานที่รับผิดชอบ</p>	<p>-ธุรกิจของเรามีการเตรียมพร้อมด้านการตลาด ด้วยการปรับโครงสร้างองค์กรเพื่อรองรับการขยายตัวของธุรกิจ โดยยังคงเน้นตลาดในประเทศเป็นหลัก และรองลงมาเป็นตลาดต่างประเทศซึ่งปัจจุบันกลุ่มลูกค้าต่างประเทศหลักอยู่ในกลุ่ม AEC 80% ที่เหลือเป็นกลุ่มประเทศตะวันออกกลาง</p> <p>-เรื่องของการตลาดและบริการต้องมีการวางแผนการตลาดโดยมุ่งเน้นการส่งมอบสินค้าที่รวดเร็ว และมีต้นทุนด้านการขนส่งที่ต่ำกว่าคู่แข่ง โดยอาจต้องมองเรื่องของผลิตภัณฑ์รองเช่น เอทานอล ไฟฟ้าชีวมวลที่มีความต้องการสูง แต่มีคู่แข่งทางการผลิตน้อยรายอยู่ เป็นต้น</p>	<p>-มีการเตรียมความพร้อมด้านการลงทุน ทั้งเครื่องจักร และโรงไฟฟ้าใหม่ที่จะช่วยเสริมประสิทธิภาพของโรงงานน้ำตาลให้สามารถได้กำลังการผลิตตามความต้องการของปริมาณการบริโภคของตลาดได้</p> <p>-บริษัทมองว่าแผนการจัดหาอ้อยเป็นหนึ่งในยุทธศาสตร์หลัก เนื่องจากปริมาณอ้อยที่จัดหาได้ในแต่ละปีเป็นปัจจัยสำคัญ ปัจจัยหนึ่งที่มีผลกระทบต่อกำไร เพราะหากบริษัทสามารถจัดหาอ้อยเข้าสู่กระบวนการผลิตได้มาก จะทำให้ต้นทุนต่อหน่วยลดลง นอกจากนั้น บริษัทจะได้กากอ้อยที่เหลือจากกระบวนการหีบอ้อยไปเป็นเชื้อเพลิงชีวมวลในการผลิตกระแสไฟฟ้าที่ใช้ในกระบวนการผลิตได้อย่างเพียงพอ และ</p>	<p>1.1 ความเสี่ยงจากการผันผวนของรายได้จากการขาย การผลิตและจำหน่ายน้ำตาลจะมีผลกระทบจากฤดูกาลของอ้อย (Seasonal Effect) ปกติฤดูกาลตัดอ้อยในประเทศไทย จะเริ่มตั้งแต่ช่วงปลายเดือนพฤษภาคมจนถึงต้นเดือนธันวาคม และสิ้นสุดการนำอ้อยเข้าหีบในกระบวนการผลิตน้ำตาลในช่วงปลายเดือนมีนาคมหรือต้นเดือนเมษายน ส่วนกระบวนการผลิตน้ำตาลทรายยังคงมีความต่อเนื่อง โรงงานน้ำตาลจะเริ่มขายน้ำตาล ตั้งแต่เดือนมกราคมเป็นต้นไป และจะทยอยขายไปเรื่อยๆ จนถึงสิ้นปี บริษัทพิจารณาจังหวะในการขายน้ำตาลจากปัจจัยต่างๆ เช่น ระดับสินค้าคงเหลือที่มีอยู่ การประมาณการผลผลิต</p>

ด้านการจัดการ ทรัพยากรมนุษย์	ด้านตลาดและบริการ	ด้านดำเนินงานผลิต	ด้านการเงินและการ บริหารความเสี่ยงทาง การเงิน
		<p>สามารถทำกำไรได้เพิ่มเติมจากการขายกระแสไฟฟ้าให้แก่ กฟภ. ในทางกลับกัน หากบริษัทจัดหาอ้อยนำเข้าสู่กระบวนการผลิตได้น้อยจะทำให้ต้นทุนต่อหน่วยของน้ำตาลจะเพิ่มขึ้นและปริมาณกากอ้อยที่เหลือจากกระบวนการหีบอ้อยก็จะลดลงด้วย หากกากอ้อยไม่เพียงพอต่อการผลิตกระแสไฟฟ้าที่บริษัทต้องใช้ในโรงงาน บริษัทก็ต้องซื้อเชื้อเพลิงเพิ่มเติมจากที่อื่นซึ่งจะส่งผลให้กำไรโดยรวมของบริษัทลดลง - บริษัท ไม่มีพื้นที่เพาะปลูกอ้อยเป็นของตนเอง จึงจำเป็นต้องจัดหาอ้อยโดยการส่งเสริมให้เกษตรกรเปลี่ยนการปลูกพืชอื่นมาปลูกอ้อย โดยบริษัทเชื่อว่า การให้บริการที่ดีและความสัมพันธ์ที่ดีกับชาวไร่เป็นปัจจัยสำคัญในการจัดหาวัตถุดิบ จึงให้ความสำคัญกับการ</p>	<p>และระดับราคาน้ำตาลในตลาดโลก การขายน้ำตาลของบริษัทจึงไม่สม่ำเสมอในแต่ละไตรมาส</p> <p>1.2 ความเสี่ยงจากความผันผวนของราคาน้ำตาลตลาดโลกในการซื้อขายน้ำตาลในตลาดโลกนั้น น้ำตาลจัดได้ว่าเป็นสินค้าหนึ่งที่มีความผันผวนทางด้านราคาสูงเมื่อเทียบกับสินค้าเกษตรอื่นๆ โดยราคาน้ำตาลในตลาดโลกจะขึ้นอยู่กับปัจจัยหลายอย่าง เช่น อุปสงค์อุปทานของประเทศผู้ผลิต ผู้บริโภค ผู้ส่งออก และผู้นำเข้า รวมถึงการเก็งกำไรจากนักเก็งกำไร ซึ่งจะเกี่ยวพันกับสภาพภูมิอากาศที่เอื้ออำนวยหรือเป็นอุปสรรคต่อการเพาะปลูกของแต่ละประเทศ นโยบายการส่งเสริมการแทรกแซงการส่งออก การนำเข้าของอุตสาหกรรมน้ำตาลของภาครัฐ โดยเฉพาะ</p>



ด้านการจัดการ ทรัพยากรมนุษย์	ด้านตลาดและบริการ	ด้านดำเนินงานผลิต	ด้านการเงินและการ บริหารความเสี่ยงทาง การเงิน
		<p>บริหารความสัมพันธ์กับ ชาวไร่ฮ้อย ผ่านทางการ ให้เงินสนับสนุนและการ สร้างความสัมพันธ์โดย นักวิชาการเกษตร ทำให้มีจำนวนชาวไร่หัน มาปลูกฮ้อยเพื่อขาย ให้กับบริษัทเพิ่มขึ้น เรื่อยๆ ( <a href="http://kbs.listedcompany.com/misc/AR/20140325-KBS-AR2013-TH-02.pdf">http://kbs.listedcompany.com/misc/AR/20140325-KBS-AR2013-TH-02.pdf</a>)</p>	<p>ในกลุ่มประเทศที่พัฒนา แล้ว ปัจจุบันราคาน้ำตาล ยังมีส่วนหนึ่งที่สัมพันธ์ กับราคาน้ำมันเชื้อเพลิง ด้วย เนื่องจากฮ้อยรวมถึง กากน้ำตาล สามารถ นำไปผลิตเป็น แอลกอฮอล์ หรือที่ เรียกว่าเอทานอล สำหรับ ผสมกับน้ำมันเพื่อใช้เป็น เชื้อเพลิงในรถยนต์ได้ ด้วย ปัจจัยดังกล่าวส่งผล ให้ราคาซื้อขายน้ำตาลใน ตลาดโลกมีความผันผวน สูง ความผันผวนของ ราคาน้ำตาลในตลาดโลก ทำให้บริษัทต้องบริหาร ความเสี่ยงโดยใช้ตราสาร ทางการเงินที่เหมาะสม เช่น สิทธิที่จะซื้อหรือ ขายน้ำตาล เพื่อลดความ ผันผวนของกำไรของ บริษัทจากความเสี่ยงจาก การผันผวนของราคา น้ำตาลในตลาดโลก การ ป้องกันความเสี่ยง ดังกล่าว อาจส่งผล กระทบในทางลบต่อผล การดำเนินงานของ บริษัทรายได้ไตรมาสได้</p>

ด้านการจัดการ ทรัพยากรมนุษย์	ด้านตลาดและบริการ	ด้านดำเนินงานผลิต	ด้านการเงินและการ บริหารความเสี่ยงทาง การเงิน
			<p>เนื่องจากบริษัทต้อง บันทึกบัญชีกำไรขาดทุน จากการป้องกันความ เสี่ยงในงบกำไรขาดทุน ตามมูลค่ายุติธรรมของ ตราสารทางการเงินทุก สิ้นงวดบัญชี ซึ่งอาจไม่ ตรงกับงวดที่บริษัทส่ง มอบน้ำตาล และจากเดิม ที่ผลประกอบการของ บริษัทพึ่งพิงอยู่กับธุรกิจ น้ำตาลและกากน้ำตาล อย่างเดียว ความผันผวน ของราคาน้ำตาล ตลาดโลก จึงส่งผล กระทบต่อการ ดำเนินงานของบริษัท อย่างมาก แต่การที่บริษัท ได้ลงทุนในโครงการต่อ ยอด เช่น โครงการ โรงงานผลิต กระแสไฟฟ้าจาก เชื้อเพลิงชีวมวล ใน อนาคตบริษัทคาดว่า ผล ประกอบการของบริษัท จะพึ่งพิงกับราคาน้ำตาล ตลาดโลกน้อยลง</p> <p>1.3 ความเสี่ยงจากอัตรา แลกเปลี่ยน เนื่องจากบริษัทส่งออก</p>

ด้านการจัดการ ทรัพยากรมนุษย์	ด้านตลาดและบริการ	ด้านดำเนินงานผลิต	ด้านการเงินและการ บริหารความเสี่ยงทาง การเงิน
			<p>น้ำตาลประมาณร้อยละ 70 ของยอดขายทั้งหมด โดยส่วนใหญ่อ้างอิงจากสกุลเงินเหรียญสหรัฐหรือเม็กซิโกของยอดขายของบริษัท จึงมีความผันผวนตามอัตราแลกเปลี่ยน อย่างไรก็ตาม การกำหนดราคาอ้อยที่บริษัทต้องจ่ายให้ชาวไร่ตามระบบแบ่งปันผลประโยชน์ 70:30 ทำให้ต้นทุนค่าอ้อยของบริษัทผันผวนตามอัตราแลกเปลี่ยนเช่นเดียวกัน ดังนั้น รายได้และต้นทุนส่วนใหญ่ของบริษัท จึงมีความสัมพันธ์กับอัตราแลกเปลี่ยนไปในทิศทางเดียวกัน (Natural Hedge) นอกจากนี้ บริษัทพิจารณาใช้สัญญาซื้อขายอัตราแลกเปลี่ยนเพื่อลดผลกระทบจากการผันผวนของอัตราแลกเปลี่ยนที่มีต่อผลประกอบการของบริษัท การป้องกันความเสี่ยงดังกล่าว อาจส่งผลกระทบต่อผล</p>

ด้านการจัดการ ทรัพยากรมนุษย์	ด้านตลาดและบริการ	ด้านดำเนินงานผลิต	ด้านการเงินและการ บริหารความเสี่ยงทาง การเงิน
			<p>การดำเนินงานของบริษัท รายไตรมาสได้</p> <p>1.4 ความเสี่ยงจากการ จัดหาวัตถุดิบ – อ้อย</p> <p>1.5 ความเสี่ยงเรื่องต้นทุน ค่าอ้อย</p> <p>1.6 ความเสี่ยงจาก คุณภาพของวัตถุดิบ – อ้อย โดยปัจจัยที่มี ผลกระทบต่อคุณภาพ ของอ้อย ได้แก่ สภาพ ภูมิอากาศที่แปรปรวน เช่น ฝนหลงฤดู</p> <p>1.7 ความเสี่ยงจากการ เกิดหนี้เสียจากระบบการ ให้สินเชื่อชาวไร่อ้อย (เงินกู้ยืม)</p> <p>1.8 ความเสี่ยงเรื่อง ผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม โดยในเรื่องของฝุ่น ละอองจากโรงงาน บริษัทได้ทำการซ่อมแซม และติดตั้งอุปกรณ์ดักฝุ่น รวมถึงปรับปรุงระบบ การกรองฝุ่นของปล่อง กว้านเพิ่มเติมด้วยการ ติดตั้งเครื่องดักจับฝุ่นด้วย น้ำ</p>

5. บริษัทผู้ผลิตและจำหน่ายน้ำตาล ขนาดใหญ่

ด้านการจัดการ ทรัพยากรมนุษย์	ด้านตลาดและบริการ	ด้านดำเนินงานผลิต	ด้านการเงินและการ บริหารความเสี่ยงทาง การเงิน
<p>-สิ่งหนึ่งที่จำเป็นอย่างยิ่งในการสร้างองค์กรให้แข็งแกร่ง นั่นคือการเสริมสร้างและพัฒนาบุคลากร สภาวะการณ์ที่ทำให้พนักงานรู้สึกไม่มั่นคง เช่นนี้ กำลังใจในการทำงานเป็นสิ่งสำคัญ หากบุคลากรขาดแรงจูงใจ คงไม่อาจนำพาองค์กรไปสู่จุดที่มุ่งหวังได้</p> <p>-สำหรับกลุ่มเราเองให้ ความสนใจ กับการสร้างพลวัตในการเรียนรู้และ นำสิ่งที่เรียนรู้ไปสร้างให้เกิดผลงานออกมา</p> <p>-น้ำตาลของเรา มีนโยบาย การบริหารทรัพยากร มนุษย์ โดย</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. ไม่ลด ไม่ตัด แต่บริหาร ให้คุ้มค่า เกิดผลชัดเจน จับต้องได้</li> <li>2. คิดว่าจะทำอะไรก่อนที่ จะคว่าต้องอบรมอะไร</li> <li>3. เน้นการเรียนรู้ด้วย ตนเอง (Self Study), การ เรียนรู้ร่วมกับผู้อื่น (Partner),</li> </ol>	<p>-ล่าสุดกลุ่มเราได้บรรลุ ข้อตกลงทางธุรกิจ ร่วมกับบริษัทต่างชาติ ผู้ค้าน้ำตาลรายใหญ่ของโลก ในการจัดตั้งบริษัท ร่วมทุน ภายใต้ชื่อบริษัท ใหม่พร้อมก่อสร้างคอนดิชันนิง 'ไซโลน้ำตาล' มูลค่ากว่า 150 ล้านบาท ขึ้น เป็นแห่งแรกใน ประเทศไทย</p> <p>สำหรับการร่วมทุนครั้งนี้ บริษัทในกลุ่มเราถือหุ้น ในสัดส่วนร้อยละ 60 และบริษัทต่างชาติถือหุ้น ในสัดส่วนร้อยละ 40 โดย กลุ่มเราจะ เป็นฝ่าย ดำเนินงานในส่วน ของ การก่อสร้างไซโล และ ส่วนที่เกี่ยวข้องกับการ ผลิตน้ำตาลเมื่อเปิด ดำเนินการอย่างเป็นทางการ ขณะ ที่บริษัท ต่างชาติจะสนับสนุนด้าน เทคโนโลยี และร่วม ปร ะ สาน งาน ด้าน การตลาดต่างประเทศให้ มีความแข็งแกร่งยิ่งขึ้น</p>	<p>-ล่าสุดกลุ่มเราได้บรรลุ ข้อตกลงทางธุรกิจ ร่วมกับบริษัทต่างชาติ ผู้ค้าน้ำตาลรายใหญ่ของโลก ในการจัดตั้งบริษัท ร่วมทุน ภายใต้ชื่อ 'บริษัท ซูการ์ เอ็กเชิลเลนซ์ จำกัด' พร้อม ก่อสร้างคอนดิชันนิง 'ไซโลน้ำตาล' มูลค่ากว่า 150 ล้านบาทขึ้นเป็นแห่ง แรกในประเทศไทย</p> <p>สำหรับการร่วมทุนครั้งนี้ บริษัทในกลุ่มเราถือหุ้น ในสัดส่วนร้อยละ 60 และต่างชาติถือหุ้นใน สัดส่วนร้อยละ 40 โดย กลุ่มเราจะ เป็นฝ่าย ดำเนินงานในส่วน ของ การก่อสร้างไซโล และ ส่วนที่เกี่ยวข้องกับการ ผลิตน้ำตาลเมื่อเปิด ดำเนินการอย่างเป็นทางการ ขณะ ที่บริษัท ต่างชาติจะสนับสนุนด้าน เทคโนโลยี และร่วม ปร ะ สาน งาน ด้าน การตลาดต่างประเทศให้</p>	

ด้านการจัดการ ทรัพยากรมนุษย์	ด้านตลาดและบริการ	ด้านดำเนินงานผลิต	ด้านการเงินและการ บริหารความเสี่ยงทาง การเงิน
<p>การเรียนรู้โดยการลงมือปฏิบัติ (Doing), การเรียนรู้โดยการสอนงานและพัฒนาผู้อื่น (Coaching) เราเรียกกันภายในว่า SPDC Model</p> <p>4. เน้นการสร้างและใช้วิทยากรภายใน</p> <p>5. การพัฒนาบุคลากรเป็นความรับผิดชอบของผู้บังคับบัญชาทุกคน เช่น ในบางโปรแกรมการเรียนรู้ จะมีการนำผู้บังคับบัญชาเข้ามาเป็น Mentor เพื่อกระตุ้นและเอื้อกระบวนการเรียนรู้ให้เกิดประสิทธิภาพมากขึ้น</p> <p>6. การปฏิบัติงานและการพัฒนาบุคลากรถูกดำเนินไปอย่างเป็นเนื้อเดียวกัน อาทิ บางโปรแกรมเรานำ KPI มาเป็น Goal &amp; Objective ในการพัฒนาและติดตามผลความสำเร็จ</p> <p>7. ไม่ขโมยเวลาจากการทำงานปกติ แต่บริหารเวลาให้ดูเหมือนทำงานไปด้วย เช่น แทนที่จะเป็น</p>	<p>“การนำคอนดิชันนิ่ง โซโลมาใช้กับระบบการผลิตน้ำตาลของเราเป็นอีกก้าวหนึ่งของการพัฒนาผลิตภัณฑ์น้ำตาลให้มีคุณภาพสูงขึ้น อีกทั้งยังเป็นโอกาสที่ดีในการขยายตลาดน้ำตาลทรายขาวบริสุทธิ์พิเศษไปยังกลุ่มลูกค้าที่เคยใช้น้ำตาลส่งออกจากสหภาพยุโรปหรืออียูด้วย ซึ่งหลังจากที่สหภาพยุโรปต้องปรับโครงสร้างการส่งออกน้ำตาลลดลงจากประมาณ 5-6 ล้านตันต่อปี มาอยู่ที่ 1.5 - 2.0 ล้านตันต่อปี หรือคิดเป็นอัตราที่ลดลงประมาณ 60-70% ทำให้เรามีโอกาสเติบโตในตลาดน้ำตาลคุณภาพสูงเพิ่มขึ้น”</p>	<p>มีความแข็งแกร่งยิ่งขึ้น</p> <p>“การนำคอนดิชันนิ่ง โซโลมาใช้กับระบบการผลิตน้ำตาลของเราเป็นอีกก้าวหนึ่งของการพัฒนาผลิตภัณฑ์น้ำตาลให้มีคุณภาพสูงขึ้น อีกทั้งยังเป็นโอกาสที่ดีในการขยายตลาดน้ำตาลทรายขาวบริสุทธิ์พิเศษไปยังกลุ่มลูกค้าที่เคยใช้น้ำตาลส่งออกจากสหภาพยุโรปหรืออียูด้วย ซึ่งหลังจากที่สหภาพยุโรปต้องปรับโครงสร้างการส่งออกน้ำตาลลดลงจากประมาณ 5-6 ล้านตันต่อปี มาอยู่ที่ 1.5 - 2.0 ล้านตันต่อปี หรือคิดเป็นอัตราที่ลดลงประมาณ 60-70% ทำให้เรามีโอกาสเติบโตในตลาดน้ำตาลคุณภาพสูงเพิ่มขึ้น”</p> <p>-กลุ่มธุรกิจน้ำตาลในกลุ่มเรา กล่าวว่า คอนดิชันนิ่ง โซโลน้ำตาลใหม่ภายใต้การบริหารจัดการของซูการ์ เอ็คเซลเลนซ์ ที่ตั้งอยู่ ณ โรงงานรวมเกษตรกร</p>	

ด้านการจัดการ ทรัพยากรมนุษย์	ด้านตลาดและบริการ	ด้านดำเนินงานผลิต	ด้านการเงินและการ บริหารความเสี่ยงทาง การเงิน
<p>การเรียนรู้ 1-2 วัน ก็แบ่ง ออกเป็นสัปดาห์ละ 3 ชั่วโมง 12 สัปดาห์เป็น ต้น และมีการประเมิน ความสำเร็จจากการ เปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นจริง ในองค์กร (Impact)</p> <p>8.เน้นการเรียนรู้นอก Silo แบบ Cross Functional ส่งเสริมให้คิดและทำงาน นอก Silo รวมถึงสร้างลู่ วิ่งให้สามารถเติบโตนอก Silo ของตนเองได้ด้วย</p> <p>9.“รู้” ก่อนว่าปัญหาอยู่ที่ ไหน แล้วค่อยสร้าง กระบวนการเรียนรู้ที่ สามารถตอบสนองได้ ตรงจุด</p> <p>10.เน้นทั้ง “คน” และ “กระบวนการ” เช่น เรา พัฒนาคนไปพร้อม ๆ กับ พัฒนา ไอ ให้ เกิด กระบวนการที่เอื้อให้คน ปฏิบัติงานอย่างมี ประสิทธิภาพด้วย</p> <p>11.เราให้ความสำคัญทั้ง IDP (Individual Development Plan) และ IWP (Individual Work Plan) เป็นกลไกหลักใน</p>		<p>อุตสาหกรรมนี้ ได้รับการ ออกแบบพิเศษให้ สามารถบรรจุน้ำตาลได้ ถึง 1,500 ตัน และมี คุณสมบัติเฉพาะสำหรับ พักและสามารถทำให้น้ำตาลเย็นตัวลงอย่างรวดเร็ว ซึ่งภายใน 48 ชั่วโมง น้ำตาลจะคายความร้อนที่อาจหลงเหลืออยู่ลงได้หมด ทำให้เกิดน้ำตาลร่วน เมื่อบรรจุหีบห่อเพื่อขนส่งจะไม่ไปพบปัญหาการจับตัวเป็นก้อน นับเป็นการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับน้ำตาลได้เป็นอย่างดี และยังช่วยลดการกระทบกอื่นจะก่อให้เกิดความเสียหายได้อีกทางหนึ่งด้วย</p>	

ด้านการจัดการ ทรัพยากรมนุษย์	ด้านตลาดและบริการ	ด้านดำเนินงานผลิต	ด้านการเงินและการ บริหารความเสี่ยงทาง การเงิน
<p>การขับเคลื่อนขีด ความสามารถของคน</p> <p>“ที่กล่าวมาเป็นเพียงแค่ ส่วนหนึ่งเท่านั้นเอง มีอีก มากมายที่เราพยายาม สร้างความแตกต่างจาก องค์กรทั่วไป ซึ่งล้วนมา จากความตระหนักที่ว่า “If you think and do the same way, you will get the same result” “จะสังเกตว่าสิ่งเหล่านี้ ไม่ได้ใช้ “เงิน” สัก เท่าไร แต่ใช้ “ความ ต่อเนื่องมากกว่า”</p>			



6. บริษัทผู้ผลิตและจำหน่าย XO Sauce -SMEs

ด้านการจัดการทรัพยากรมนุษย์	ด้านตลาดและบริการ	ด้านดำเนินงานผลิต	ด้านการเงินและการบริหารความเสี่ยงทางการเงิน
<p>-ยัง เป็น ธุรกิจ ของ ครอบครัว</p> <p>-มีการพัฒนาพนักงานของตนเอง ไม่ค่อยรับแรงงานต่างด้าว เพราะเชื่อว่าคนไทยน่าจะดีกว่า</p> <p>-ระดับหัวหน้ายังไม่ต้องเป็นคนไทย ระดับล่างก็แล้วแต่พยายามให้แต่ละแผนกควรเป็นชาติเดียวกัน จะได้ไม่มีปัญหาใช้แรงงานต่างด้าวบ้าง แต่มักใช้คนที่พูดไทยได้บ้าง จะได้สื่อสารกันได้</p> <p>-คิดว่าในปี 2558 คงไม่ต่างจากตอนนี้แล้ว ในเรื่องแรงงานไม่น่าจะต่างกับตอนนี้ เพราะได้ทำมาก่อนหน้านี้แล้ว</p> <p>-การจะย้ายฐานการผลิตไปใกล้ชายแดน มันไม่คุ้มค่า เพราะมันมีต้นทุนการขนส่ง แหล่งวัตถุดิบอยู่ไหน ตอนนี้เราก็ผลิตตรงนี้ก็คุ้มกว่า วัตถุดิบเราก็อยู่ตรงนี้และก็มีบางส่วนนำเข้าจากต่างประเทศ พวกอาหาร</p>	<p>-เริ่มจากตลาดล่างก่อน</p> <p>-มีการผลิตและปรับสูตรให้สอดคล้องกับความต้องการของลูกค้าแต่ละราย</p> <p>-ราคาประมาณ 400-500 ถือว่าอยู่ในระดับ Premium</p> <p>-ส่วนใหญ่เรายังใช้บริการของ Freight forwarder ให้เค้าช่วย deal ให้</p> <p>-ตลาดหลักยังเป็นในประเทศ แนวโน้มก็กำลัง deal กับต่างประเทศบ้าง</p> <p>-สินค้ามีช่วง high season ในช่วงหน้าหนาว และช่วง low season ในหน้าฝน</p> <p>-การส่งเสริมการขายจะใช้วิธีการติดตามลูกค้า นำเสนอสินค้าใหม่ๆ ที่จะนำไปใช้ในการปรุงอาหารชนิดใหม่ๆ คุยกับ chef ร้านเค้าว่ามีไอเดียอาหารใหม่ๆ มั้ย ก็จะผลิต ซ้อส ให้เข้ากับอาหารชนิดใหม่ๆ ของ</p>	<p>-ยัง ใช้ ทั้ง คน และ เครื่องจักรช่วยในการผลิต</p> <p>-สินค้าส่วนใหญ่ขนส่งทางเรือ ทางรถ แต่ทางรถจะแพงมากเหมือนกัน</p> <p>เพราะส่วนใหญ่เป็นการขนส่งสินค้าวัตถุดิบจากจีนมาที่นี้มากกว่า</p>	<p>-ขายสินค้าเป็นสกุลดอลลาร์</p> <p>-ทำ forward ไว้ในการนำเข้า แล้วไปบริหารในเรื่องต้นทุนการผลิตเอา</p> <p>-</p>

ด้านการจัดการ ทรัพยากรมนุษย์	ด้านตลาดและบริการ	ด้านดำเนินงานผลิต	ด้านการเงินและการ บริหารความเสี่ยงทาง การเงิน
ทะเล ก็เลยไม่จำเป็นต้อง ย้ายฐานการผลิต	<p>เค้า</p> <p>-ช่องทางการจัดจำหน่าย ก็ขายตรง ยังไม่มีการขาย ออนไลน์ เพราะลูกค้า เป็น wholesale แต่ถ้าขาย รีเทลเมื่อไหร่ก็คงต้องทำ การขายออนไลน์ และ ขายบน shelf ของห้าง ระดับพรีเมียมหน่อยนึง</p> <p>-ราคาสินค้ามีระดับเดียว คือ 400-500 ขนาดเดียว</p>		

7. บริษัทผู้ผลิตและจำหน่ายพริกไทย ขนาดใหญ่

ด้านการจัดการทรัพยากรมนุษย์	ด้านตลาดและบริการ	ด้านดำเนินงานผลิต	ด้านการเงินและการบริหารความเสี่ยงทางการเงิน
	<p>- การเปิดตลาดในจีน ประการแรกคือการสร้างความรู้จักอาหารไทย ซึ่งถึงแม้จะมีความคล้ายคลึงกับอาหารจีน แต่ก็ไม่เหมือนกันซะทีเดียวครับ ต้องให้ผู้ใช้รู้จักอาหารไทยที่แท้จริง ไม่จำเป็นต้องเน้นขั้นตอนการปรุงที่ง่ายเกินไป แต่เน้นการสร้างความตระหนัก การรู้จักในอาหารไทย เป็นสำคัญ สิ่งที่สำคัญคือสิ่งที่สอดคล้องกับแนวทางของเรา คือการสื่อไม่เฉพาะแค่สินค้าของเรา แต่ยังสื่อถึงประวัติและวัฒนธรรมอาหารไทย เพื่อให้ลูกค้าได้รู้จักพร้อมกับชื่นชอบสินค้าของเราไปพร้อมๆ กัน อันจะสร้าง loyalty ต่อแบรนด์เราในกลุ่มลูกค้าอีกด้วย นอกจากนี้บรรจุกุณพจน์ของสินค้าที่นำมาเข้ามาขาย ก็มีความสำคัญมากๆ ครับ</p> <p>-ผมคิดว่าประการแรก</p>		

ด้านการจัดการทรัพยากรมนุษย์	ด้านตลาดและบริการ	ด้านดำเนินงานผลิต	ด้านการเงินและการบริหารความเสี่ยงทางการเงิน
	<p>ผู้ประกอบการต้องไม่กลัวครับ และต้องมั่นใจว่า สินค้าของตนมีดีจริงๆ รวมทั้งศึกษาให้รอบคอบว่า ประเภทสินค้าของตนมีความเสี่ยงต่อการปลอมแปลงมากน้อยเพียงใด นอกจากนี้ ผู้บริโภคชาวจีนในปัจจุบันมีความรู้มากขึ้น ศึกษาข้อมูลและที่มาของสินค้าที่ตนบริโภคมากขึ้นเช่นกัน ซึ่งตรงนี้ ก็ตรงกับจุดที่ผมชี้ว่า การทำการตลาดผ่านการสร้างความรู้ ความเข้าใจของผู้บริโภค จึงมีความสำคัญมาก</p>		

### 8. บริษัทผู้ผลิตและจำหน่ายกะทิสำเร็จรูป ขนาดใหญ่

ด้านการจัดการทรัพยากรมนุษย์	ด้านตลาดและบริการ	ด้านดำเนินงานผลิต	ด้านการเงินและการบริหารความเสี่ยงทางการเงิน
<p>- ใน ด้าน หลัก การบริหารงานที่ทำให้บริษัทประสบความสำเร็จจะเน้นในเรื่องของ บุคลากร ต้องมาเป็นอันดับ 1 คือ บริษัทให้ความสำคัญกับ เรื่องของบุคลากร โดย มอง ว่า การ พัฒนา บุคลากรเป็นสินทรัพย์ ไม่ใช่ค่าใช้จ่ายซึ่งเป็นสินทรัพย์ ที่สามารถพัฒนาได้ เพราะฉะนั้น บุคลากร ของ บริษัท ค่อนข้างมีพัฒนาการที่ดี ซึ่งเป็นหัวใจหลักทำให้ บริษัทโตอย่างยั่งยืนและ พร้อมก้าวไปข้างหน้าซึ่ง จะทำ ให้องค์กรพร้อมที่จะ เปลี่ยน แปลง อยู่ ตลอดเวลา รวมทั้งเน้น ใน เรื่อง บุคลากร ที่ สามารถเสนอในเรื่อง ความคิดเห็นซึ่งเป็นหัวใจ หลักขององค์กร (Biz Focus Magazine, No.030, Nov.2012 จาก <a href="http://www.bizfocusmagazine.com/biz-cover">http://www.bizfocusmagazine.com/biz-cover</a></p>	<p>-ชาวเกาะยังจะพัฒนา สินค้าใหม่ประเภทน้ำมัน มะพร้าวอีกด้วย เนื่องจาก กำลังเป็นที่นิยม ของ ตลาดโลก แปรนต์ “ชาว เกาะ” ยังเป็นที่นิยมของ คนเอเชียในต่างประเทศ โดยเฉพาะออสเตรเลีย จาก อเมริกา ซึ่งเป็นตลาด ใหญ่ ของเรา จากการ เดินทางไปดูตลาดทำให้ พบว่าสินค้าของเราขาด ตลาด (“ชาวเกาะไม่หวั่น การเมืองไทยเพิ่มการผลิต ลุยตลาดโลก, ผู้จัดการออนไลน์, 21 ก . พ . 5 7 จาก <a href="http://www.gotomanager.com/content/">http://www.gotomanager.com/content/</a> “ชาว เกาะ”- ไม่หวั่นการ เมืองไทย-เพิ่มการผลิต ลุยตลาดโลก)</p> <p>-เรื่องนวัตกรรม โดย บริษัทมีการบริหารที่เป็น แบบ Product Leader คือ บริษัทจะเป็นผู้ผลิตสินค้า ก่อนผู้ประกอบการอื่น</p>	<p>-ทำอย่างไรเราถึงมีกำไร เพิ่มขึ้นทุกปี มาจากการ ปรับปรุงภายในองค์กร นั่นเอง เราลดของเสียลง เราใช้ผลประโยชน์ของ มะพร้าวให้มีประโยชน์ ทั้งลูก โดยเรานำเปลือก มะพร้าวมาอัดเป็นเม็ด แข็งๆ คล้ายกระสุนไม้ซึ่ง นำมาใช้เป็น แหล่ง เชื้อเพลิงใน Boiler แทน น้ำมันเตา เราประหยัดค่า น้ำมันเตาต่อเดือน 3 ล้าน บาท ใน 1 ปีเราประหยัด ได้ถึง 30 กว่าล้าน ส่วน กะลามะพร้าว เราทำ งาน วิจัย ร่วมกับ มหาวิทยาลัยสุรนารี ซึ่ง ขณะนี้ผมเริ่มตั้งโรงงาน แล้วย โด ย น ำ กะลามะพร้าวมาเผาโดย กรรมวิธี Gasification ซึ่ง ในกระบวนการเผาจะได้ แก๊สออกมาก่อนซึ่งแก๊ส ที่ได้เราก็นำมาปั่นเป็น กระแสไฟฟ้าใช้ใน โรงงานส่วนกะลาที่ถูก เผาแล้ว เราก็อัดด้วยไอ</p>	

ด้านการจัดการทรัพยากรมนุษย์	ด้านตลาดและบริการ	ด้านดำเนินงานผลิต	ด้านการเงินและการบริหารความเสี่ยงทางการเงิน
<p>news/109-biz-focus-magazine-issue-030-november-2012.html#.U33Ar_1_tNM)</p>	<p>อย่างเช่นกะทิกล่องบริษัทเป็นผู้ผลิตรายแรกและรอยไทยใหม่คือนวัตกรรมใหม่ของบริษัท (Biz Focus Magazine, No.030, Nov.2012 จาก <a href="http://www.bizfocusmagazine.com/biz-cover-news/109-biz-focus-magazine-issue-030-november-2012.html#.U33Ar_1_tNM">http://www.bizfocusmagazine.com/biz-cover-news/109-biz-focus-magazine-issue-030-november-2012.html#.U33Ar_1_tNM</a>)</p> <p>-ในด้านการเตรียมความพร้อมเพื่อรับมือการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน หรือ AEC ซึ่งส่งผลให้บริษัทตกอยู่ในสถานการณ์ค่อนข้างลำบาก เพราะประเทศอินโดนีเซียมีมะพร้าวมากกว่าประเทศไทยเป็นจำนวนมาก โดยประเทศไทยเป็นอันดับ 6 ส่วนประเทศอินโดนีเซียเป็นอันดับ 1 นอกจากนี้ราคามะพร้าวและค่าแรงในประเทศอินโดนีเซียยังถูก</p>	<p>น้ำแรงดันสูงเพื่อให้เกิดเป็นรูพรุนขึ้นมา ทำให้เกิด Activated carbon ที่มีมูลค่าสูงมาก ซึ่งนำไปใช้ดูดกลิ่น ดูดสี ดูดสารพิษ ซึ่งทุกๆ โปรเจกต์ที่เกิดขึ้นส่วนแล้วมาจาก การวิจัยและพัฒนาทั้งหมด และเรื่องที่สำคัญอย่างยิ่งอีกเรื่องคือนวัตกรรมทางด้านผลิตภัณฑ์ก็เป็นเรื่องที่สำคัญมาก เพราะถ้าคุณไม่พัฒนาอย่างต่อเนื่อง คุณจะสู้คู่แข่งของคุณไม่ได้เลย. (“Thailand Food Valley อนาคตประเทศไทยสู่หุบเขาอาหาร และ AEC”, อุดสาหกรรมสาร ปีที่ 54 ฉบับเดือนกันยายน-ตุลาคม 2555 น.16 จาก <a href="http://e-journal.dip.go.th/LinkClick.aspx?fileticket=IhhYvertLEM%3D&amp;tabid=36">http://e-journal.dip.go.th/LinkClick.aspx?fileticket=IhhYvertLEM%3D&amp;tabid=36</a>)</p> <p>-ด้วยการบริหารวัตถุดิบได้อย่างมีประสิทธิภาพทำให้เทพผดุงพร</p>	

ด้านการจัดการทรัพยากรมนุษย์	ด้านตลาดและบริการ	ด้านดำเนินงานผลิต	ด้านการเงินและการบริหารความเสี่ยงทางการเงิน
	<p>กว่าประเทศไทยอีก ด้วย โดยวิธีการรับมือที่บริษัทมีความเชื่อว่าบริษัทมีเทคโนโลยีขั้นสูง และมีความทันสมัยกว่า โดยมีการพัฒนาอย่างไม่หยุดนิ่ง ซึ่งเป็นอาวุธสำคัญในการแข่งขันกับประเทศเพื่อนบ้านและยังมีในส่วนของนวัตกรรมซึ่งเป็นเรื่องสำคัญที่ต้องมีนวัตกรรมใหม่ๆ อยู่เสมอ (Biz Focus Magazine, No.030, Nov.2012 จาก <a href="http://www.bizfocusmagazine.com/biz-cover-news/109-biz-focus-magazine-issue-030-november-2012.html#.U33Ar_1tNM">http://www.bizfocusmagazine.com/biz-cover-news/109-biz-focus-magazine-issue-030-november-2012.html#.U33Ar_1tNM</a>)</p> <p>-ผมมองว่า นวัตกรรม มะพร้าวเป็นทางรอดขององค์กร โดยเฉพาะตอนที่ไทยเข้าไปสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน หรือ AEC ในปี 2558 ถ้าเราไม่เตรียมตัว วัตถุประสงค์ที่แพง</p>	<p>มะพร้าวสามารถขยายตลาดส่งออกได้ตามเป้าหมายต่อเนื่อง ครอบคลุมเขตเศรษฐกิจหลักทุกภูมิภาคทั่วโลก เช่น สหรัฐอเมริกา ออสเตรเลีย อังกฤษ เยอรมัน แคนาดา เป็นต้น โดย 50% ของมูลค่าตั้งของอยู่ที่สหรัฐอเมริกา (อภิศักดิ์ เทพผดุงพร : กะเทาะเปลือก "กะทิชาวเกาะ" แบรินด์ไทยแกร่ง ก้องโลก, กรุงเทพธุรกิจ ออนไลน์, 7 มี.ค. 2557 จาก <a href="http://www.bangkokbiznews.com/home/detail/business/ceo-agenda/20140307/565922/อภิศักดิ์-เทพผดุงพร--กะเทาะเปลือก-กะทิชาวเกาะ--แบรินด์ไทยแกร่ง ก้องโลก.html">http://www.bangkokbiznews.com/home/detail/business/ceo-agenda/20140307/565922/อภิศักดิ์-เทพผดุงพร--กะเทาะเปลือก-กะทิชาวเกาะ--แบรินด์ไทยแกร่ง ก้องโลก.html</a>)</p>	

ด้านการจัดการทรัพยากรมนุษย์	ด้านตลาดและบริการ	ด้านดำเนินงานผลิต	ด้านการเงินและการบริหารความเสี่ยงทางการเงิน
	<p>กว่าเขาไม่ว่า อินโดนีเซีย ฟิลิปปินส์ อินเดีย ศรีลังกา ที่มีมะพร้าวมากกว่าเรา ซึ่งเป็นอันดับ 6 ของโลก เขาเอาราคามาสู้ แคมป์แข่งยังถูกกว่าเรา จำเป็นต้องหาข้อได้เปรียบ ในเมื่อเรามีดีที่อาหารไทย คิด 1 ใน 5 ของโลก และกะทิกี้เป็นส่วนประกอบหลักของอาหารไทย การที่เราสร้างนวัตกรรมโดยต่อยอดอาหารของเราเอง อย่างน้ำแกงร่อยไทย น้ำแกงสำเร็จรูป เราก้าวข้าม "ไปอีกขั้นก่อน" ("คิดดี ทำดี : นวัตกรรม "อำพลฟู้ดส์" สืบตำนานมะพร้าวแปรรูปรักษ์สังคม "เกรียงศักดิ์ เทพผดุงพร", ผู้จัดการออนไลน์, 10 เมษายน 2555 จาก <a href="http://www.manager.co.th/Dhamma/ViewNews.aspx?NewsID=955000043258&amp;Html=1&amp;TabID=3&amp;">http://www.manager.co.th/Dhamma/ViewNews.aspx?NewsID=955000043258&amp;Html=1&amp;TabID=3&amp;</a>)</p>		



9. บริษัทผู้ผลิตและจำหน่ายซีอิ๊วขาว ขนาดใหญ่

ด้านการจัดการทรัพยากรมนุษย์	ด้านตลาดและบริการ	ด้านดำเนินงานผลิต	ด้านการเงินและการบริหารความเสี่ยงทางการเงิน
<p>-บริษัทให้ความสำคัญกับบุคลากรมาก เรามี knowledge, know how ในตัวของคนเยอะ เกิดจากการปลูกฝังตั้งแต่เริ่มต้น คุณงามความดีต้องยกให้บรรพบุรุษยุคบุกเบิก ขยายทอดเจเนอเรชั่น คุณ วิเชียร และ คุณ สมหวัง (กรรมการผู้จัดการ) ที่มองคนมีศักยภาพเป็นบุคลากรที่มีความสามารถสูง”</p> <p>-เราส่งเสริมการทำ ความดี ตั้งแต่บุคคล ระดับ บริษัท และประเทศ “เรามองว่าเป็นกิจวัตรที่ ทำต่อตนเอง ครอบครัว เพื่อนร่วมงาน และ หน่วยงาน มีการส่งเสริม ตั้งแต่เริ่มต้น เน้นสร้าง คนที่ซื่อสัตย์ มีจิตสำนึก และตระหนักในหน้าที่ มีความรับผิดชอบใน การกระทำของตนเอง มีความยุติธรรมต่อเพื่อน ร่วมงานและองค์กร มีความโปร่งใสในการ ดำเนินการและตรวจสอบ</p>	<p>- สำหรับจุดเด่นของ ผลิตภัณฑ์ที่ได้รับความนิยม ใ้ว่างใจจากลูกค้ามา ยาวนาน คุณสมหวัง กล่าวว่าคุณสมบัติของ บริษัทอยู่เคียงคู่คนไทย มากกว่า 60 ปี และเป็นแบ รนด์ที่ถือกำเนิดจาก ประเทศไทยรวมทั้งเป็น แแบรนด์ของคนไทย 100% ปัจจุบันผู้ถือหุ้นก็ เป็นคนไทย 100% โดย แแบรนด์ของบริษัทเป็น ผลิตภัณฑ์ที่ครองตลาด อันดับ 1 ของตลาดซอส ในประเทศไทย ทั้งนี้การ ดำเนินการของบริษัทใน ปัจจุบันนอกจากการ จำหน่ายในประเทศแล้ว ยังมีเป้าหมายที่พยายาม จะผลักดันสินค้าให้ไปสู่ ตลาดต่างประเทศไม่ว่า จะเป็นประเทศเพื่อนบ้าน หรือยุโรป (หย่น หว่อ หยุ่น เทงบ 2,000 ลป., Biz Focus Magazine, Issue 033, Febuary 2013 จาก <a href="http://www.bizfocusmag">http://www.bizfocusmag</a></p>	<p>-สำหรับการเพิ่มกำลังการผลิตรองรับการขยายตัว ของสินค้าในหมวดของ กลุ่มถั่วเหลือง ได้แก่ ซีอิ๊วขาวและ เต้าเจี้ยว รวมทั้ง การนำเข้า เครื่องจักรใหม่จาก ต่างประเทศเพื่อทดแทน เครื่องจักรเดิมที่เริ่ม เสื่อมสภาพและเป็นการ ขยายกำลังการผลิต โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อ ตอบสนองความต้องการ ของผู้บริโภคในอนาคต อย่างต่อเนื่อง ปัจจุบัน บริษัทมีกำลังการผลิต ประมาณ 3 ล้านขวด/ เดือน ซึ่งในอนาคตจะ ขยายกำลังการผลิตเพิ่ม ให้ได้ประมาณ 4.5 ล้าน ขวด/เดือน โดยเฉลี่ยเพิ่ม กำลัง การ ผลิต อีก ประมาณ 50% จากเดิม”</p> <p>คุณสมหวังกล่าว (หย่น หว่อ หยุ่น เทงบ 2,000 ลป., Biz Focus Magazine, Issue 033, Febuary 2013 จาก <a href="http://www.bizfocusmag">http://www.bizfocusmag</a></p>	



ด้านการจัดการทรัพยากรมนุษย์	ด้านตลาดและบริการ	ด้านดำเนินงานผลิต	ด้านการเงินและการบริหารความเสี่ยงทางการเงิน
<p>(นอกเหนือจากประกันสังคม) กองทุนการศึกษาสำหรับบุตรใครมีจุดด้อยส่วนไหน ส่งเข้าอบรม ให้ทำโอทีไม่เกินสองชั่วโมง ไม่ให้พนักงานทำงานหนักมาก ทำแบบพอดี เพื่อให้มีความสุขในการทำงาน”</p> <p>เราเน้นสร้างคุณภาพชีวิต คุณภาพงาน และเป็นบริษัทในกลุ่มอุตสาหกรรมอาหารที่ไม่มีแรงงานต่างชาติ</p> <p>“การจ้างแรงงานต่างชาติไม่ใช่นโยบายของเรา บริษัทยังเห็นคุณค่าแรงงานไทย ต้องส่งเสริมอยู่ตลอดเวลา โดยบริษัทได้มาตรฐานแรงงานไทย 2551 มีความรับผิดชอบต่อบริษัท สังคม แรงงาน ไม่กดขี่พนักงาน ปฏิบัติถูกต้องตามกฎหมาย”</p> <p>- ครอบครัวของเราทั้งใน ส่วนสำนักงานและ โรงงาน 900 คน เป็น สักส่วนของโรงงาน 60%</p>	<p>เพื่อให้สินค้ามีความแตกต่างและตอบโจทย์ความต้องการของลูกค้าอย่างแท้จริง (เปิดวิสัยทัศน์แม่ทัพใหญ่ห้วย ห่อ หุ่น, Biz Focus Magazine, issue 038, July 2013, จาก <a href="http://www.bizfocusmagazine.com/biz-cover-news/315-biz-focus-magazine-issue-038-july-2013.html#.U4WZ1vI_tNM">http://www.bizfocusmagazine.com/biz-cover-news/315-biz-focus-magazine-issue-038-july-2013.html#.U4WZ1vI_tNM</a>)</p> <p>-ส่วนตลาดต่างประเทศมีแผนขยายฐานลูกค้าใหม่ ด้วยการเปิดตัวสินค้าใหม่อย่าง Cooking Set ในชุดประกอบด้วยข้าวหรือเส้นพร้อมเครื่องปรุงรสในซองเดี่ยวที่พร้อมผัดหรือปรุงได้ทันที เช่น Cooking Set ชุดผัดไทย จะประกอบด้วยเส้นก๋วยเตี๋ยวและซอสผัดไทยพร้อมปรุงในซองเดี่ยว ซึ่งมีทั้งหมด 7 เมนูให้เลือกหลากหลาย อาทิ</p>		

ด้านการจัดการทรัพยากรมนุษย์	ด้านตลาดและบริการ	ด้านดำเนินงานผลิต	ด้านการเงินและการบริหารความเสี่ยงทางการเงิน
<p>ได้รับค่าแรงสูงกว่าขั้นต่ำ “เราฝึกให้ทุกคนเป็นเด็กสมบูรณ์ ไม่มีเวลาคิดที่จะไม่มีความสุข อย่ามองว่างานหนักทำให้ทำงาน ยุ่ง เยอะ ยิ่งมีความสุข” คุณสมชายมองอย่างวิถิพุทธ เปิดรับในความแตกต่างไม่ว่าทัศนคติเชิงบวกหรือลบด้วยความเชื่อมั่นว่าทุกคนมีศักยภาพ สามารถส่งเสริมผ่านเวทีที่เปิดโอกาสให้พนักงานนำเสนอ โดยมีผู้บริหารให้ความสำคัญ</p> <p>“เหมือนหยินกับหยาง ถ้าสมดุลไปกันได้ มีดีต้องมีเลวบ้าง เรามองเรื่องความสมดุล full system ต้อง put people ระบบเต็มรูปแบบ ต้องวางคน มองแบบเต๋าไม่ว่าหยินกับหยาง ความคิดเชิงลบเป็นการตีเตือน มีร้อนต้องมีเย็น ไปคู่กัน ต้องยอมรับความจริงในโลกนี้ไม่มีอะไรที่สมบูรณ์แบบ ต้อง put</p>	<p>ชุดผัดไทย ชุดข้าวมันไก่ ชุดแกงเขียวหวาน เป็นต้น เน้นรุกตลาดส่งออกต่างประเทศ เจาะกลุ่มลูกค้าที่ชอบรับประทานอาหารสไตล์เอเชียที่ปรุงง่าย ต้องการความสะดวกและไม่ต้องหาวัตถุดิบในการปรุงให้ยุ่งยาก โดยมีการเปิดตัวในงาน THAIFEX – World of food ASIA 2013 ที่ผ่านมา และลูกค้าต่างประเทศให้การตอบรับที่ดีมาก ที่สำคัญส่วนหนึ่งคือการพัฒนาองค์กรและสินค้าให้มีความทันสมัยอยู่ตลอด</p> <p>-จะมีการเพิ่มช่องทางการจัดจำหน่ายมากขึ้นและพยายามเพิ่มทีมขายที่สามารถเข้าถึงลูกค้ามากยิ่งขึ้นในตลาดต่างจังหวัด และตลาดที่บริษัทยังเข้าไม่ถึง รวมทั้งบริษัทจะมีสินค้าที่จะออกใหม่สู่ตลาดในปี 2556 นี้ด้วย เพื่อเพิ่มยอดขายให้กับบริษัท</p>		

ด้านการจัดการทรัพยากรมนุษย์	ด้านตลาดและบริการ	ด้านดำเนินงานผลิต	ด้านการเงินและการบริหารความเสี่ยงทางการเงิน
<p>คนให้ได้”</p> <p>“เราจัด morning talk ที่ โรงงาน และ สำนักงาน ประมาณ 15 นาที เวลา 08.30-08.45 น. มีพุทธสุภายัตก่อนจบทุกครั้ง เราส่งเสริมว่าเป็นชาวพุทธ มีข้อคิดเตือนใจทุกเช้า ทุกคนต้องมีสติก่อน สติทำให้เกิดปัญญา หลังจากนั้นมิเวที โคะเซน ให้ มีอะไรเสนอต่อผู้บังคับบัญชาได้ และผลงานนั้นจะถูกนำเสนอต่อผู้บริหารตลอดเวลา ไม่มีปิดกั้นข้อดีของระบบโคเซนได้ ดึงศักยภาพความคิดของพนักงานออกมาใช้เป็นมาตรฐาน รู้ว่าเขาคิดอะไรอยู่ สามารถถอดขั้นตอนการทำงาน และปรับปรุงการทำงานตลอดเวลา” เป็นวิธีบริหารจัดการแบบฝั่งเอเชีย ที่เน้นเรื่องคนเป็นหลัก เชื่อว่าคนเป็นสิ่งประเสริฐที่สุด ตรงกันข้ามกับตะวันตกที่มุ่งไปที่ระบบมากกว่า</p>	<p>“ทุกครั้งที่ผมคุยกับทางทีมขายไม่ว่าจะเป็นในประเทศหรือต่างประเทศจะมีสิ่งหนึ่งที่ผมเน้นย้ำเสมอ นั่นคือ อยากให้ทีมขายมีความภาคภูมิใจที่สินค้าแบรนด์ตราเด็กสมบูรณ์ไปยื่นในตลาดต่างประเทศและถ้าไปขายในประเทศใดได้นับเป็นความภาคภูมิใจของคนไทยไม่ใช่เพียงแค่เราแต่เป็นความภาคภูมิใจของทุกคนในประเทศไทยด้วยที่ได้ไปเห็นสินค้าของคนไทยไปตีตลาดในต่างประเทศ ซึ่งเป็นสิ่งที่ภาคภูมิใจมากที่สุดที่สินค้าตราเด็กสมบูรณ์ได้ไปวางจำหน่ายในซูเปอร์มาร์เก็ตชั้นนำในประเทศอังกฤษและอีกหลายประเทศในยุโรปซึ่งเป็นอีกก้าวหนึ่งที่สินค้าไทยได้วางจำหน่ายออกสู่ตลาดให้กับคนท้องถิ่นในต่างประเทศ” คุณสมหวังกล่าว</p> <p>ปัจจุบันบริษัทมีการเตรียมพร้อมในการเข้าสู่</p>		

ด้านการจัดการทรัพยากรมนุษย์	ด้านตลาดและบริการ	ด้านดำเนินงานผลิต	ด้านการเงินและการบริหารความเสี่ยงทางการเงิน
<p>ขณะเดียวกันการทำงาน 6 วัน ถ้ามองในบริบทเชิงบวกหมายความว่า “ตราเด็กสมบูรณ์” ไม่หยุดยั้งและทุกปีเรามีการสำรวจกำลังคนพบว่าพนักงานหนึ่งคนมีมูลค่าสูงกว่าบาท เมื่อทุกคนตระหนักในคุณค่าที่ตนเองมีอยู่และบริษัทเน้นคนเป็นเรื่องใหญ่ ใจที่พนักงานให้คืนกลับบริษัท จึงเป็นผลพลอยได้ที่บริษัทได้รับ หรือแม้แต่เรื่องการปิดแอร์ ปิดไฟ เพื่อลดค่าใช้จ่าย พนักงานปฏิบัติจนเป็นวัฒนธรรมองค์กร ล้วนเกิดขึ้นจากความสมัครใจ “ใครไม่ทำเป็นมนุษย์ประหลาด”</p>	<p>AEC โดยบริษัทฯ มีตัวแทนจำหน่ายในหลายประเทศ และได้มีการขยายตลาดและช่องทางการจัดจำหน่ายไปยังประเทศเพื่อนบ้านมากขึ้น อาทิ ลาว กัมพูชา เวียดนาม สิงคโปร์ เป็นต้น (หยั่น หว่อ หยุน เทงบ 2,000 ลบ., Biz Focus Magazine, Issue 033, Febuary 2013 จาก <a href="http://www.bizfocusmagazine.com/biz-interview-history-news/252-2-1.html#U37Kaf1_tNM">http://www.bizfocusmagazine.com/biz-interview-history-news/252-2-1.html#U37Kaf1_tNM</a>)</p> <p>-สิ่งที่ต้องการให้ภาครัฐเข้ามาช่วยสนับสนุนและส่งเสริมจะเป็นในด้านการผ่อนปรนในเรื่องการควบคุมราคาสินค้าควรปล่อยให้เป็นไปตามกลไกของการตลาด ซึ่งปัจจุบันนี้ผู้บริโภคมีความรู้ความเข้าใจในเรื่องสินค้ามากขึ้น สินค้าอุปโภคบริโภคบางอย่างถ้าไปกำหนดราคาขายจะเป็นการบีบให้</p>		

ด้านการจัดการทรัพยากรมนุษย์	ด้านตลาดและบริการ	ด้านดำเนินงานผลิต	ด้านการเงินและการบริหารความเสี่ยงทางการเงิน
	<p>ผู้ประกอบการไปลดทั้งปริมาณ คุณภาพ และต้นทุน ซึ่งแทนที่ผู้บริโภคมักจะได้บริโภคสินค้าที่มีคุณภาพมากขึ้น แต่กลับกลายเป็นว่าต้องถูกกำหนดในเรื่องราคาที่ไม่สามารถเอื้อประโยชน์ได้ซึ่งกลไกตรงนี้น่าจะปล่อยเสรี รวมทั้งต้องการให้ภาครัฐส่งเสริมสินค้าไทยอย่างจริงจังโดยการสั่งซื้อสินค้าของคนไทยมาใช้ในหน่วยงานเพื่อเสริมสร้างความมั่นคงในด้านมาตรฐานสินค้าไทยในการแข่งขันกับต่างประเทศได้มากยิ่งขึ้น (หยั่น หว่อ หยุน เทงบ 2,000 ฉบับ., Biz Focus Magazine, Issue 033, Febuary 2013 จาก <a href="http://www.bizfocusmagazine.com/biz-interview-history-news/252-2-1.html#.U37Kaf1_tNM">http://www.bizfocusmagazine.com/biz-interview-history-news/252-2-1.html#.U37Kaf1_tNM</a>)</p> <p>-การส่งเสริมการขาย มีการจับรางวัล มอบรางวัล</p>		

ด้านการจัดการทรัพยากรมนุษย์	ด้านตลาดและบริการ	ด้านดำเนินงานผลิต	ด้านการเงินและการบริหารความเสี่ยงทางการเงิน
	<p>iPad mini และมีการให้ความรู้เรื่องเมนูอาหารชนิดต่างๆ ในหน้า website ของบริษัท</p> <p>-แผนการตลาดของบริษัทในช่วงครึ่งปีหลังจะรุกตลาดมากขึ้น ด้วยการจัดกิจกรรม Below the line เพื่อให้เข้าถึงผู้บริโภคได้มากขึ้น โดยเน้นทำกิจกรรมกับกลุ่มเป้าหมายในห้างสรรพสินค้าชั้นนำ รวมถึงตลาดสดทั้งในกรุงเทพฯ และตามต่างจังหวัด ล่าสุดบริษัทได้เปิดตัวรสชาติใหม่เครื่องปรุงสำเร็จตรา i-chef “รสลาบ/น้ำตก” เพื่อเจาะกลุ่มผู้บริโภคที่ชอบรับประทานอาหารสไตล์อีสานและอร่อยแซบถึงเครื่อง ด้วยส่วนผสมของพริกสด มะนาวสด หอมกลิ่นข้าวคั่ว ปรุงง่ายภายใน 3 นาที เหมาะกับคนรุ่นใหม่ที่มีชีวิตเร่งรีบต้องการความสะดวกรวดเร็ว ไม่มีเวลา</p>		



ด้านการจัดการทรัพยากรมนุษย์	ด้านตลาดและบริการ	ด้านดำเนินงานผลิต	ด้านการเงินและการบริหารความเสี่ยงทางการเงิน
	<p>ในการทำอาหารมากนัก ปัจจุบันเครื่องปรุงสำเร็จตรา i-chef มีทั้งหมด 8 รสชาติคือ ผัดผงกะหรี่ อบหม้อดิน ผัดกะเพรา กระเทียมพริกไทย ผัดพริกไทยดำ เทரியากิ ต้มยำและรสลาบ</p> <p>ส่วนตลาดต่างประเทศมีแผนขยายฐานลูกค้าใหม่ ด้วยการเปิดตัวสินค้าใหม่ “ตราเด็กสมบูรณ์” อย่าง Cooking Set ในชุดประกอบด้วยข้าวหรือเส้นพร้อมเครื่องปรุงรสในซองเดียวที่พร้อมผัดหรือปรุงได้ทันที เช่น Cooking Set ชุดผัดไทย จะประกอบด้วยเส้นก๋วยเตี๋ยวและซอสผัดไทยพร้อมปรุงในซองเดียว ซึ่งมีทั้งหมด 7 เมนูให้เลือกหลากหลาย อาทิ ชุดผัดไทย ชุดข้าวมันไก่ ชุดแกงเขียวหวาน เป็นต้น เน้นรุกตลาดส่งออก ต่างประเทศ เจาะกลุ่มลูกค้าที่ชอบรับประทานอาหารสไตล์เอเชียที่ปรุง</p>		

ด้านการจัดการทรัพยากรมนุษย์	ด้านตลาดและบริการ	ด้านดำเนินงานผลิต	ด้านการเงินและการบริหารความเสี่ยงทางการเงิน
	<p>ง่าย ต้องการความสะดวกและไม่ต้องหาวัตถุดิบในการปรุงให้ยุ่งยาก โดยมีการเปิดตัวในงาน Thaifex World Food of Asia 2013 ที่ผ่านมาและลูกค้าต่างประเทศให้การตอบรับที่ดีมาก</p> <p>เพิ่มงบการตลาดในการทำ Below the line มากขึ้น และการใช้ Music Marketing เช่น วงดนตรีหมอลำอันดับหนึ่งของเมืองไทยอย่าง “วงกน้อยเสียดิสาณ” เพื่อนำสินค้าตราเด็กสมบูรณ์ในตลาดต่างๆ ให้เป็นที่รู้จักมากขึ้น รวมถึงนโยบายของบริษัทที่มุ่งผลักดันสินค้าใหม่ๆ เข้าสู่ตลาดอย่างต่อเนื่องและการขยายตลาดเข้าสู่ตลาดต่างประเทศเพิ่มมากขึ้น เพื่อรองรับการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนหรือ AEC (เปิดวิสัยทัศน์แม่ทัพใหญ่หย่น หว่อ หยุ่น, Biz</p>		

ด้านการจัดการทรัพยากร มนุษย์	ด้านตลาดและบริการ	ด้านดำเนินงานผลิต	ด้านการเงินและการ บริหารความเสี่ยงทาง การเงิน
	Focus Magazine, issue 038, July 2013, จาก <a href="http://www.bizfocusmagazine.com/biz-cover-news/315-biz-focus-magazine-issue-038-july-2013.html#.U4WZ1v1_tNM">http://www.bizfocusmagazine.com/biz-cover-news/315-biz-focus-magazine-issue-038-july-2013.html#.U4WZ1v1_tNM</a> )		



10. บริษัทผู้ผลิตและจำหน่ายผงปรุรงรส ขนาดใหญ่

ด้านการจัดการทรัพยากร มนุษย์	ด้านตลาดและบริการ	ด้านดำเนินงานผลิต	ด้านการเงินและการ บริหารความเสี่ยงทาง การเงิน
	<p>-เปิดตัวโครงการ "รสดี สร้างอาชีพ" จัดอบรมให้ความรู้แนวทางการดำเนินธุรกิจร้านอาหาร ขนาดย่อม 75 ชั่วโมง เรเดิน หมาก ลอ ยัล ดี โปรแกรม รักษาบัลลังก์ ตลาดผงปรุรงรส ("รสดี" เรเดิน หมาก ลอ ยัล ดี โปรแกรม รักษาบัลลังก์ ตลาดผงปรุรงรส, ผู้จัดการ 360° รายสัปดาห์, 2 ตุลาคม 2552 จาก <a href="http://www.manager.co.th/iBizchannel/ViewNews.aspx?NewsID=9520000116166">http://www.manager.co.th/iBizchannel/ViewNews.aspx?NewsID=9520000116166</a>)</p> <p>-โครงการการตลาด ภายใต้แนวคิด "รสดี 30 ปี คู่ครัว คู่คุณ" พร้อมปรับบรรจุภัณฑ์ใหม่ให้มีความทันสมัย เพื่อขยายฐานกลุ่มเป้าหมายคนรุ่นใหม่ วัยทำงานตอนต้น หรือคู่แต่งงาน ผ่านภาพยนตร์โฆษณาชุดใหม่ "ฟู้ด โฟน" มุ่งเน้นการสื่อสาร รสดี เป็น</p>		

ด้านการจัดการทรัพยากรมนุษย์	ด้านตลาดและบริการ	ด้านดำเนินงานผลิต	ด้านการเงินและการบริหารความเสี่ยงทางการเงิน
	<p>ผลิตภัณฑท์ที่ อยู่ คู่ ครอบครั้วไทยมานานกว่า 30 ปี ถ่ายทอดความ อร่อย จาก รุ่น สู่ รุ่น (Generation to Generation) เป็นเมสเซจ ที่สื่อถึงผู้บริ โภครุ่นใหม่ (“อาอี เปลี่ยนเกมตลาดผงปรุงรส ต้มผัดคู่ชุกชุก ขยายจากเมนู”, ผู้จัดการ 360° รายสัปดาห์ 1 9 มีนาคม 2553, จาก <a href="http://www.manager.co.th/iBizchannel/ViewNews.aspx?NewsID=953000038585">http://www.manager.co.th/iBizchannel/ViewNews.aspx?NewsID=953000038585</a> )</p> <p>-จัดกิจกรรมส่งเสริมการขายให้กลุ่มเป้าหมายได้ทดลองใช้ผลิตภัณฑท์ โดยจัดกิจกรรมส่งเสริมการขายผ่านทั้งโมเดิร์นเทรดและเทรดดิชั่นเนลเทรดเคินสาย โรดโชว์ทำชิมทั่วประเทศ เพื่อ มุ่งเน้นการสื่อสารถึงจุดเด่นของผลิตภัณฑท์ การให้ข้อมูลเกี่ยวกับ ขั้นตอนและวิธีการใช้ (“อาอี เปลี่ยนเกมตลาดผงปรุงรส ต้มผัดคู่ชุกชุกขยายจากเมนู”,</p>		

ด้านการจัดการทรัพยากร มนุษย์	ด้านตลาดและบริการ	ด้านดำเนินงานผลิต	ด้านการเงินและการ บริหารความเสี่ยงทาง การเงิน
	<p>ผู้จัดการ 360° ราย สัปดาห์ 19 มีนาคม 2553 , จ ก <a href="http://www.manager.co.th/iBizchannel/ViewNews.aspx?NewsID=953000038585">http://www.manager.co.th/iBizchannel/ViewNews.aspx?NewsID=953000038585</a> )</p>		



## 11. บริษัทผู้ผลิตและจำหน่ายน้ำปลาพรีเมียม SMEs

ด้านการจัดการทรัพยากรมนุษย์	ด้านตลาดและบริการ	ด้านดำเนินงานผลิต	ด้านการเงินและการบริหารความเสี่ยงทางการเงิน
	<p>-มุ่งเน้นด้านคุณภาพและความเป็นมาตรฐานน้ำปลาไทยเพื่อสุขภาพ (“พืชมุ่งเน้น-วัตถุดิบพุ่งเมกาเซฟจ่อขึ้นราคา”, ฐานเศรษฐกิจฉบับที่ 2,718 1-3 มีนาคม พ.ศ. 2 5 5 5 จ ำ ก <a href="http://www.thanonline.com/index.php?option=com_content&amp;view=article&amp;id=109873:2012-02-28-07-00-55&amp;catid=106:marketing&amp;Itemid=456#.U4b1y_1_tNM">http://www.thanonline.com/index.php?option=com_content&amp;view=article&amp;id=109873:2012-02-28-07-00-55&amp;catid=106:marketing&amp;Itemid=456#.U4b1y_1_tNM</a>)</p> <p>-ขวดที่ซีลกันแสง เพื่อไม่ให้น้ำปลาลดคุณภาพลง</p> <p>-ช่องทางหนึ่งในการสร้างฐานผู้บริโภคที่เราให้ความสำคัญมากคือโซเชียลมีเดียและตอนนี้มีแฟนเพจทาง <a href="https://www.facebook.com/MegachefThailand">facebook.com/MegachefThailand</a> แล้วห้าพันกว่าคน เรามีกิจกรรมร่วมกันอย่างต่อเนื่อง ทั้งการเล่นเกมส์ชิงของรางวัล หรือ</p>	<p>-หันมาลงทุนใช้เครื่องจักรแทนแรงงานคนเพิ่มขึ้น โดยในส่วนของโรงงานจะมีการลงทุนอีก 10-15 ล้านบาท เพื่อบริหารจัดการการผลิตให้มีประสิทธิภาพ (“พืชมุ่งเน้น-วัตถุดิบพุ่งเมกาเซฟจ่อขึ้นราคา”, ฐานเศรษฐกิจฉบับที่ 2,718 1-3 มีนาคม พ.ศ. 2 5 5 5 จ ำ ก <a href="http://www.thanonline.com/index.php?option=com_content&amp;view=article&amp;id=109873:2012-02-28-07-00-55&amp;catid=106:marketing&amp;Itemid=456#.U4b1y_1_tNM">http://www.thanonline.com/index.php?option=com_content&amp;view=article&amp;id=109873:2012-02-28-07-00-55&amp;catid=106:marketing&amp;Itemid=456#.U4b1y_1_tNM</a>)</p> <p>- การได้วัตถุดิบสดและสะอาด โดยเลือกปลากระดักที่จับได้จากเรือขนาดเล็กและกลาง เพราะระยะเวลาหลังจากพื้นน้ำไม่ข้ามคืนก็ถึงท่าเรือ จากท่าเรือจะมีคนทำหน้าที่คล้ายโบรกเกอร์</p>	

ด้านการจัดการทรัพยากรมนุษย์	ด้านตลาดและบริการ	ด้านดำเนินงานผลิต	ด้านการเงินและการบริหารความเสี่ยงทางการเงิน
	<p>การส่งข่าวสารจากทางเรา รวมถึงแลกเปลี่ยนข้อมูลความรู้เกี่ยวกับอาหารในระหว่างผู้ที่สนใจ (“เมกาเซฟ” ทุ่ม 25 ล้าน ลุยตลาดปี 55 พร้อมรุก “โซเชี่ยลเน็ตเวิร์ค” เจาะกลุ่มเป้าหมาย, ข่าวประชาสัมพันธธุรกิจสินค้าอุปโภคและบริโภค วันศุกร์ที่ ๒ มีนาคม พ.ศ. ๒๕๕๕ จาก <a href="http://www.newswit.com/biz/2012-03-02/d9074442affe2f5f492e725f7c718fdc/">http://www.newswit.com/biz/2012-03-02/d9074442affe2f5f492e725f7c718fdc/</a>)</p> <p>-ความแตกต่างจะเกิดจากการสร้างนวัตกรรม (“กลยุทธ์พร้อมรบ: สนาม AEC”, ฐานเศรษฐกิจ (AEC World), ปีที่ 33 (1) ฉบับที่ 2871 (25), วันที่ 18-21 สิงหาคม 2556, น. 46)</p> <p>-“เซฟ” เป็นไบเบ็กทางให้อย่างดีกับเสมือนเป็นการการ์นต์ถึงรสชาติน้ำปลาเมื่อเพื่อนำน้ำปลาไปให้กับเซฟในร้านอาหารที่ได้รับความนิยมว่า</p>	<p>แจ้งให้บริษัททราบว่า มีจำนวนปลากระดุกสดจำนวนเท่าไร บริษัทรับซื้อได้จำนวนเท่าไร เมื่อตกลงจำนวน จะทยอยนำปลากระดุกสดที่ได้มาโรงงาน คลุกเคล้าเกลือหมักในโรงบ่อที่สะอาดควบคุมอุณหภูมิ จึงจะได้รสชาติตามสูตรของเรา (สัมภาษณ์พิเศษ โดย สุทธิทัต “เมกาเซฟ เจาะตลาดพรีเมียม เลือดใหม่ น้ำปลาไทย”, มติชน เส้นทางเศรษฐกิจ, วันที่ 01 ธันวาคม พ.ศ. 2553 ปีที่ 16 ฉบับที่ 266 จาก <a href="http://info.maticchon.co.th/rich/rich.php?srctag=07016011253">http://info.maticchon.co.th/rich/rich.php?srctag=07016011253</a>)</p>	



ด้านการจัดการทรัพยากร มนุษย์	ด้านตลาดและบริการ	ด้านดำเนินงานผลิต	ด้านการเงินและการ บริหารความเสี่ยงทาง การเงิน
	<p>รสาชาติดี เชฟตอบรับ รสาชาติทุกคน จึงนำเสนอ ไปยังเชฟระดับโลก ซึ่ง เป็นชาวต่างชาติและมี ร้านอาหารระดับรางวัลมิ ชลินสตาร์ ซึ่งเป็นรางวัล ด้านรสาชาติที่ร้านอาหาร ทั่วโลกให้การยอมรับ (สัมภาษณ์พิเศษ โดย สุทธิทัต “เมกาเชฟ เจาะ ตลาดพรีเมียม เลือดใหม่ น้ำปลาไทย”, มติชน เส้นทางเศรษฐกิจ, วันที่ 01 ธันวาคม พ.ศ. 2553 ปีที่ 16 ฉบับที่ 266 จาก <a href="http://info.maticchon.co.th/rich/rich.php?srctag=07016011253">http://info.maticchon.co.t h/rich/rich.php?srctag=0 7016011253</a>)</p> <p>-ทำตลาดผ่านเอเยนต์ ทั้งหมด “ได้ปรับเปลี่ยน แพ็คเกจจิ้งแบรนด์ เรา และอัตลักษณ์ของแบ รอนด์ให้โดดเด่น เพื่อเพิ่ม สีสันให้กับแบรนด์ และ เตรียมพร้อมเปิดตลาด ต่างประเทศ ด้วย การใช้ กลยุทธ์ “เชฟระดับโลก แนะนำแบรนด์เมกาเชฟ” ให้เป็นแบรนด์น้ำปลา แท้ระดับสากล โดยได้รับ</p>		

ด้านการจัดการทรัพยากรมนุษย์	ด้านตลาดและบริการ	ด้านดำเนินงานผลิต	ด้านการเงินและการบริหารความเสี่ยงทางการเงิน
	<p>เกียรติจากเซฟอาหารไทยระดับโลก มาเป็นแบรนด์แอม-บาสซาเดอร์ คือ เดวิด ทอมป์สัน ชาวออสเตรเลีย ซึ่งเป็นกูรูทางด้านอาหาร ไทย โดยได้รับรางวัลมิเชลลินสตาร์แห่งแรกของโลก นั่นก็คือ ร้าน Nahm อยู่ที่กรุงลอนดอน ประเทศอังกฤษ ในการเปิดตัวและวางจำหน่ายแบรนด์เรา ที่ประเทศออสเตรเลียเป็นแห่งแรก และมีแผนงานที่จะเปิดตัวและจำหน่ายในประเทศอื่นๆต่อไป” ขณะที่ตลาดในประเทศ จะเน้นการทำตลาดผ่านรายการเกี่ยวกับการทำอาหาร และโรงเรียนสอนทำอาหารระดับไฮเอนด์ เพื่อสร้างโพสิชันนิงของแบรนด์ให้ชัดเจนก่อน นั่นคือ ทำจากพลาสติกจริงๆ โดยที่ผ่านมาจะพยายามสร้างแบรนด์โพสิชันนิงให้ชัดเจนมาโดยตลอดว่า เป็นน้ำปลาเพื่อสุขภาพ ปักหมุดต่างประเทศ,</p>		

ด้านการจัดการทรัพยากร มนุษย์	ด้านตลาดและบริการ	ด้านดำเนินงานผลิต	ด้านการเงินและการ บริหารความเสี่ยงทาง การเงิน
	สยามธุรกิจ, ฉบับที่ 1094 ประจำวันที่ 28-4-2010 ถึง 30-4-2010 จ 1 ก <a href="http://www.siamturakij.com/home/news/display_news.php?news_id=413344620">http://www.siamturakij.com/home/news/display_news.php?news_id=413344620</a>		



รูปผลสัมฤทธิ์ผู้ซื้อ



## 1. ผู้จัดการโรงเรียนสอนทำอาหาร

ด้านตลาดและบริการ
<p>-แนวโน้มธุรกิจเครื่องปรุงรสไทยในต่างประเทศคงจะได้รับความนิยมมากขึ้น เพราะอาหารไทยตอนนี้กำลังเป็นที่นิยมมาก เพราะรสชาติมีเอกลักษณ์ รสค่อนข้างจัด อีกทั้งมันก็เป็นสมุนไพร ถูกปากคนทุกเพศทุกวัย</p> <p>-ความสามารถหลักของเครื่องปรุงรสไทย อยู่ที่รสชาติที่มีความเป็นเอกลักษณ์ มีความจัดจ้าน และเป็นสมุนไพรในตัว ตรงนี้แหละที่ทำให้ เครื่องปรุงรสไทยเด่นกว่าประเทศอื่นๆ</p> <p>-ถ้าเราสามารถรักษามาตรฐานเรื่องคุณภาพ ความสะอาดได้ ไม่มีเครื่องปรุงรสประเทศไทยสู้เครื่องปรุงรสของประเทศไทยได้อย่างแน่นอน</p> <p>-เราต้องใส่ใจความประณีต และใส่ใจในรสชาติ เราต้องควบคุมการผลิตในเรื่องรสชาติ คุณภาพ และความสะอาดให้เป็นอย่างดี</p> <p>-ต้นทุนหลักของเครื่องปรุงรส อยู่ที่วัตถุดิบที่ใช้และ เครื่องปรุงรสที่ดี ก็อยู่ที่วัตถุดิบที่เรานำมาใช้ผลิตจะต้องมีคุณภาพดี</p> <p>-เรื่องราคาไม่มีผลต่อการเลือกใช้เครื่องปรุงรส เนื่องจากโรงเรียนของเรา เน้นในเรื่องของรสชาติและคุณภาพของอาหาร ซึ่งไม่ว่าจะมีราคาสูงอย่างไร เราก็จำเป็นต้องซื้อเพื่อให้ได้มาประกอบอาหาร เพื่อให้ออกมาเป็นอาหารที่ดีที่สุดสำหรับผู้บริโภค</p> <p>-การส่งเสริมการมีผลต่อการเลือกซื้อเครื่องปรุงรสค่อนข้างมาก เนื่องจากเราต้องดูแลเรื่องค่าใช้จ่าย เครื่องปรุงรสก็ถือเป็นสิ่งที่เราต้องนำมาประกอบอาหารทุกวันและมีต้นทุน เพราะฉะนั้นเราต้องหาทางลดต้นทุน โดยการในช่วงโปรโมชันเข้ามาช่วย ถ้าช่วงไหนมีโปรโมชันดีๆ เราก็จะสต็อกวัตถุดิบประเภทเครื่องปรุงรสไว้เยอะหน่อยของแบบนี้มันสามารถเก็บได้ ไม่น่าเสียดาย</p> <p>-ช่องทางการจัดจำหน่ายมีผลต่อการเลือกซื้อ เพราะอะไรที่เข้าถึงง่าย หาซื้อได้สะดวก มันก็ยิ่งทำให้เราซื้อของเข้าร้านได้ง่าย</p> <p>-เรามีความภักดีต่อตราสินค้าค่อนข้างสูง ไม่ค่อยจะยอมเปลี่ยนไปใช้ยี่ห้ออื่นๆง่ายๆ เพราะหัวใจสำคัญของการทำอาหารคือ เราต้องรักษาสูตร และ รสชาติของอาหาร การที่เราจะเปลี่ยนยี่ห้อมันอาจจะทำให้รสชาติมันเปลี่ยนแปลง ซึ่งคนทำอาหารจะรู้ถึงประเด็นนี้ดี</p> <p>-ตราสินค้ามีผลต่อการเลือกใช้เครื่องปรุงรส เพราะเราเลือกใช้เครื่องปรุงรสที่ดีและมีคุณภาพ เราเลยต้องเน้นใช้เครื่องปรุงรสที่มียี่ห้อที่น่าเชื่อถือ</p> <p>-เมื่อเปิดอาเซียนแล้ว จะมีเครื่องปรุงรสมากขึ้นอย่างแน่นอน เพราะเครื่องปรุงรสหลายๆอย่าง ในแต่ละประเทศมันก็ไม่เหมือนกัน บางประเทศก็ปลูกได้ บางประเทศก็ปลูกไม่ได้ อีกทั้งรสชาติมันก็หลากหลาย ยิ่งถ้าเป็นเครื่องปรุงรสชาติใหม่ๆ และหายาก ยิ่งเป็นที่ต้องการของลูกค้าอยู่แล้ว</p> <p>-บรรจุภัณฑ์มีผลต่อการเลือกใช้เครื่องปรุงรสเพราะเราต้องเลือกบรรจุภัณฑ์ที่มันมีมาตรฐาน ความปลอดภัยจะต้องไม่มีสิ่งแปลกปลอมเข้าไปเจือปน เพราะเราต้องคำนึงถึงเรื่องความสะอาดเป็นสิ่งสำคัญ</p>

## 2. เซฟ โรงแรมขนาดใหญ่

ด้านตลาดและบริการ
<p>-ความสามารถหลักของเครื่องปรุงรสไทย รสชาติที่อร่อย มีความเผ็ด และรสจัด ถูกใจชาวต่างชาติแน่นอน</p> <p>-ถ้ามีการส่งออกที่เป็นระบบมากขึ้น เครื่องปรุงรสไทยจะต้องเป็นที่นิยมอย่างแน่นอน เพราะต่างชาติมองว่าอาหารไทยมีรสชาติดี อีกทั้งยังมีประโยชน์ต่อร่างกาย มีการปรุงอาหารที่ประณีต</p> <p>-เครื่องปรุงรสไทยมีรสชาติที่โดดเด่น รสจัด อีกทั้งยังมีประโยชน์ต่อร่างกาย จึงเป็นที่ต้องการของต่างประเทศมากมายในตอนนี้</p> <p>-ต้นทุนหลักของเครื่องปรุงรส อยู่ที่วัตถุดิบจะต้องมีคุณภาพดี แต่ตอนนี้ก็มีเรื่องค่าแรง300 บาทเข้ามาด้วย ทำให้ต้นทุนมันสูงขึ้น</p> <p>-เรื่องราคาไม่มีผลต่อการเลือกใช้เครื่องปรุงรส เนื่องจากทาง โรงแรมจะเน้นในเรื่องคุณภาพของอาหารเป็นหลัก เราจึงเลือกใช้ของที่ดีที่สุดสำหรับลูกค้าเสมอ</p> <p>-การส่งเสริมการขายมีผลต่อการเลือกซื้อเครื่องปรุงรส เนื่องจากโรงแรมจะต้องบริหารจัดการต้นทุนการผลิตในแต่ละวัน โรงแรมใช้วัตถุดิบประเภทเครื่องปรุงรสค่อนข้างมาก เพราะฉะนั้นการที่เราสั่งที่ละหลายๆ เราก็จะได้ส่วนลดในส่วนนี้ด้วย</p> <p>-ช่องทางการจัดจำหน่ายมีผลต่อการเลือกซื้อ เพราะเราสั่งซื้อที่ละเยาะๆ เราจะไม่สั่งของผ่านคนกลาง เราจะสั่งโดยตรงจากโรงงาน และจะต้องเป็นโรงงานที่สามารถส่งของให้เราได้รวดเร็ว และ ตรงเวลา</p> <p>-พฤติกรรมการเลือกใช้เครื่องปรุงรสของลูกค้าไม่มีผลต่อการเลือกใช้เครื่องปรุงรสของเรา เนื่องจากเราต้องรักษารสชาติและมาตรฐานของโรงแรมเอาไว้ จะไม่เปลี่ยนตามใจลูกค้า</p> <p>-อาหารของโรงแรมจะต้องมีการพัฒนาอยู่เสมอ ไม่ว่าจะเป็นเมนูใหม่ๆ หรือ การทำให้รสชาติของอาหารดีขึ้น ซึ่งหากมีเครื่องปรุงรสที่มีคุณภาพดีออกมาจำหน่าย โรงแรมก็พร้อมที่จะเปลี่ยน ไม่เน้นจรรักษ์กตคติต่อแบรนด์ใดเป็นพิเศษ</p> <p>-ตราสินค้ามีผลต่อการเลือกใช้เครื่องปรุงรส เพราะเราเลือกใช้เครื่องปรุงรสที่ดีและมีคุณภาพ เราเลือกสิ่งที่ดีที่สุดสำหรับลูกค้าเสมอ</p> <p>-บรรจุภัณฑ์มีผลต่อการเลือกใช้เครื่องปรุงรส เพราะเราต้องเลือกบรรจุภัณฑ์ที่มันมีมาตรฐาน ความสะอาดและปลอดภัยของผู้บริโภคเป็นสิ่งแรกที่โรงแรมเราต้องให้ความสำคัญ</p>

### 3. ผู้จัดการห้องอาหารโรงแรมขนาดกลาง

ด้านตลาดและบริการ
<p>-ความสามารถหลักของเครื่องปรุงรสไทย รสชาติที่อร่อย และมีรสจัด ถูกใจชาวต่างชาติแน่นอน เครื่องปรุงรสไทยในต่างประเทศ มีความคิดเห็นว่า โอกาสของเครื่องปรุงรสไทยที่จะไปเปิดตลาดแข่งกับประเทศอื่นๆมีมาก เนื่องเป็นอาหารไทย เครื่องปรุงรสไทย และความเป็นไทย เป็นสินค้าที่เป็นที่รู้จักในระดับโลก ด้วยความมีชื่อเสียง จะทำให้สินค้าไทยได้เปรียบสินค้าในประเทศอื่นๆ -</p> <p>-เรื่องความจงรักภักดีของผู้ซื้อต่อเครื่องปรุงรส โรงแรมเรา คิดว่าอาหารของ โรงแรมจะต้องมีการพัฒนาอยู่เสมอ ไม่ว่าจะเป็นเมนูใหม่ๆ หรือ การทำให้รสชาติของอาหารดีขึ้น ซึ่งหากมีเครื่องปรุงรสที่มีคุณภาพดีออกมาจำหน่าย โรงแรมสามารถเปลี่ยนได้ทันที ตามนโยบายของผู้บริหาร ที่อยากให้ผู้ลูกค้าได้รับสิ่งที่ดีที่สุด</p> <p>-พฤติกรรมในการเลือกใช้ผลิตภัณฑ์ มีผลเนื่องจาก โรงแรมเน้นตอบสนองความต้องการของลูกค้าเป็นหลัก พฤติกรรมการบริโภคของลูกค้าแต่ละชาติก็แตกต่างกันออกไป เราสามารถปรับเปลี่ยนรสชาติให้ตรงกับความต้องการของลูกค้าในแต่ละประเทศได้</p> <p>-ตราสินค้ามีผลต่อการเลือกใช้เครื่องปรุงรส เพราะเราต้องเลือกตราสินค้าที่มีคุณภาพและมีความน่าเชื่อถือ</p> <p>-บรรจุภัณฑ์ มีผลเพราะเราต้องเลือกบรรจุภัณฑ์ที่สะอาดและปลอดภัยสำหรับผู้บริโภค</p> <p>-ต้นทุนหลักอยู่ที่สินค้า ค่าแรง 300 บาท ที่ขึ้นมาตอนนี้มีผลเป็นอย่างมาก</p> <p>-ในส่วนของห้องอาหาร จะมีตั้งแต่ฝ่ายจัดซื้อ ฝ่ายตรวจรับ ฝ่ายตรวจสอบคุณภาพ มีฝ่ายจัดเก็บ และฝ่ายเบิกจ่าย เมื่อได้วัตถุดิบมา ก็จะเข้ามาในส่วนสต็อกสินค้า โดยเมื่อจะทำอาหาร จะมีการวางแผนล่วงหน้า 1 อาทิตย์ วัตถุดิบถึงจะมาถึงมือคนทำอาหาร เมื่อทำอาหารเสร็จ จะมีคนคอยตรวจสอบเรื่องรสชาติ ก่อนที่จะมีพนักงานเสิร์ฟ นำออกไปเสิร์ฟเราเน้นในทุกขั้นตอนของการผลิต เพื่อให้อาหารแต่ละจาน มีคุณภาพ และได้มาตรฐานในเรื่องความสะอาดเหมือนกันทุกๆงาน</p> <p>-เรื่องราคาไม่มีผลต่อการเลือกใช้เครื่องปรุงรส เนื่องจากทางโรงแรมจะเน้นในเรื่องคุณภาพของอาหารเป็นหลัก เราจึงเลือกใช้ของที่ดีที่สุดสำหรับผู้ลูกค้าเสมอ</p> <p>-การส่งเสริมการขายมีผลต่อการเลือกซื้อเครื่องปรุงรส โดยโรงแรมจะรับเครื่องปรุงรสจากซัพพลายเออร์ ซึ่งโรงแรมจะเลือกซัพพลายเออร์ที่มีข้อเสนอการส่งเสริมการขายที่ดีที่สุด เพื่อให้ต้นทุนต่ำที่สุด และให้ได้สินค้าที่มีคุณภาพมากที่สุด</p> <p>-ช่องทางการจัดจำหน่ายมีผลต่อการเลือกซื้อ เนื่องจากเราต้องการวัตถุดิบที่มีความสดใหม่ทุกวัน ซัพพลายเออร์รายใดที่สามารถตอบสนองความต้องการของเราในเรื่องความสดใหม่ และรวดเร็วได้ เราก็ต้องเลือกซัพพลายเออร์ในรายนั้นๆ</p>

#### 4. เจ้าของร้านอาหารไทย ขนาดใหญ่

ด้านตลาดและบริการ
<p>-กลุ่มลูกค้าเป้าหมายคือนักท่องเที่ยวต่างชาติที่มาท่องเที่ยวในประเทศไทย และกลุ่มลูกค้าชาวต่างชาติที่ชอบรสชาติอาหารไทย และต้องการจะนำมาปรุงอาหารไทยด้วยตนเอง</p> <p>-อาหารไทย เครื่องปรุงรสไทยควรเน้นที่คุณภาพและมาตรฐาน ที่สำคัญต้องไม่ทำให้รสชาติของอาหารไทยเพี้ยน (ไม่จำเป็นต้องไปปรับรสชาติอาหารไทยให้เข้ากับแต่ละประเทศ รสชาติของอาหารไทยมีจุดเด่นของตนเองคืออยู่แล้ว)</p> <p>-ควรมีการไปร่วมจัดเทศกาลอาหารไทยในต่างประเทศ และมักจะได้รับการตอบรับที่ดี เป็นการประชาสัมพันธ์ให้คนต่างชาติรู้จักอาหารไทยมากยิ่งขึ้น เหมือนกับเราได้ไปแนะนำตัว ได้ไปทดลองตลาด ดูเส้นทางในการจัดพลาซาวัดดุสิตไทย (ผัก ผลไม้) ไปถึงหรือไม่ และดูว่าสภาวะเอื้อให้อาหารไทยเรา สามารถทำให้รสชาติอาหารไทยออกมากใกล้เคียงบ้านเรามากที่สุด</p> <p>-แนวโน้มอาหารไทย รวมทั้งเครื่องปรุงรสไทยในต่างแดน นั้น เห็นว่า การที่นักท่องเที่ยวต่างชาติมีมาท่องเที่ยวในประเทศไทย เขามักกินอาหารไทย และมักมีความทรงจำที่ดีกลับไป และความทรงจำและความประทับใจในอันดับต้นๆ ที่เขาได้จากมารมาท่องเที่ยวไทยคือ อาหาร ไม่ว่าจะเป็นผลไม้ อาหารไทย อาหารทะเล ดังนั้นการทำร้านอาหารไทยในต่างแดน ต้องทำอะไรให้เขารู้สึกว่าเขาเข้ามาแล้ว เหมือนเขาได้กลับมาท่องเที่ยวเมืองไทย อาหารไทยในต่างประเทศจึงเหมือนเป็นจุดหมายวัฒนธรรมไทย เป็นตัวแทนเชิญให้ต่างชาติมาเที่ยวเมืองไทย</p> <p>-เปิดร้านอาหารกินรี เพื่อเป็นไทยคู่จีน และทำให้ร้านนี้เหมือนเป็นโชว์รูมของอาหารไทย เพื่อนำไปสู่การสร้างชื่อของร้านอาหารไทยในต่างประเทศ ซึ่งร้านอาหารกับเครื่องปรุงรสเป็นสิ่งที่คู่กัน และที่ร้านอาหารกินรี ลูกค้าส่วนใหญ่เป็นชาวต่างชาติ เขาจะได้รับการรู้รสชาติอาหารไทยแท้ๆ ว่าเป็นรสชาติอย่างไร เป็นคนเผยแพร่วัฒนธรรมไทยผ่านอาหาร</p>



## 5. ผู้บริหารกลุ่มธุรกิจภัตตาคารอาหารญี่ปุ่น

ด้านตลาดและบริการ
<p>-แนวโน้มธุรกิจเครื่องปรุงรสไทยในต่างประเทศ อาจทำให้เกิดจุดแข็งของธุรกิจในด้านต้นทุน และอำนาจการต่อรองจากการรวมตัวของกลุ่ม AEC ยกตัวอย่างเช่น การใช้สิทธิ์ Original Cost เป็นต้น ไม่ว่าจะผลิตสินค้าในประเทศใดก็ตามของกลุ่ม AEC ต้นทุนการผลิตจะไม่สูงด้วยกำแพงภาษีระหว่างประเทศ และสินค้าที่ผลิตอาจมีคุณภาพเนื่องจากบางประเทศอาจมีความชำนาญในเรื่องนั้นๆ โดยเฉพาะ เมื่อต้นทุนสินค้ามีราคาผลิตที่ถูกกว่าคู่แข่ง การแข่งขันด้านราคาจะทำให้ธุรกิจเกิดความได้เปรียบได้</p> <p>-เรามีวิสัยทัศน์มุ่งผลิตและพัฒนาอาหารที่มีคุณภาพสูง และปลอดภัย จากฐานอุตสาหกรรมเกษตรที่ทันสมัย เพื่อสร้างเสริมคุณภาพชีวิตที่ดีของประชากรโลก” ภายใต้พันธกิจด้านธุรกิจเพื่อให้บรรลุวิสัยทัศน์ 1) พัฒนาศักยภาพของพนักงานทุกระดับ 2) ปรับปรุงกระบวนการทำงานทุกขั้นตอนอย่างต่อเนื่อง โดยการบริหารทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพ เพื่อสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าและผู้บริโภค 3) ดำเนินการวิจัยและพัฒนา เพื่อให้ได้สินค้าและบริการที่เป็นเลิศ ภายใต้สัญลักษณ์ของเครือเบทาโกร 4) มีเครือข่ายการตลาดและการผลิตในแหล่งที่สำคัญของโลก สร้างประโยชน์ร่วมกันในระยะยาวต่อลูกค้า คู่ค้า พนักงาน ผู้ร่วมทุน และ ผู้ถือหุ้น สำหรับธุรกิจภัตตาคารอาหารญี่ปุ่น มุ่งเน้นเพื่อเอาใจคนรัก และมีความชื่นชอบในความเหนียว นุ่ม ของเส้นราเมน และรสชาติที่เข้มข้นกลมกล่อมของน้ำซุปรสพิเศษของเราที่ไม่เหมือนใคร ด้วยวัตถุดิบที่มีคุณภาพที่คัดสรรมาอย่างดี สะอาด และปลอดภัย สำหรับเป้าหมายในการดำเนินงานในอนาคตเมื่อเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนมุ่งเน้นในการขยายธุรกิจต่างๆ ได้แก่ ธุรกิจค้าส่งและธุรกิจค้าปลีกผลิตภัณฑ์อาหาร รวมถึงธุรกิจภัตตาคารและร้านอาหาร นอกจากนี้ยังมีธุรกิจที่มีศักยภาพในการเติบโตไปในอนาคตได้แก่ ธุรกิจรีสอร์ทและการปลูกพืชเศรษฐกิจอีกด้วย ปัจจุบันกำลังลงทุนในประเทศลาว กัมพูชาในกลุ่มธุรกิจเกษตรและผลิตภัณฑ์แปรรูปการเกษตร เพื่อรองรับการกระจายตัวของแรงงานในกลุ่ม AEC ที่เข้าไปยังตลาดแรงงานในประเทศของกลุ่ม AEC และกลุ่มแรงงานอื่นเช่น ญี่ปุ่น ตะวันออกกลาง เป็นต้น</p> <p>-กลยุทธ์การแข่งขัน ควรเน้นย้ำเรื่อง Supply Chain Management ให้มากขึ้น พัฒนา SMEs ที่เป็นผู้ผลิตรายย่อยให้เกิดความแข็งแกร่ง และการสร้าง Value Creation ในตัวผลิตภัณฑ์ เช่น อาจใช้ประโยชน์วัตถุดิบที่หาได้ง่ายมีราคาถูกจากประเทศกลุ่ม AEC โดยการใช้เทคโนโลยีและนวัตกรรมมาเสริมสร้างคุณค่าให้แก่ผลิตภัณฑ์ปรับปรุงกระบวนการผลิตให้มีความทันสมัยพัฒนาสินค้าให้มีความหลากหลาย ตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคได้อย่างตรงจุดและครอบคลุมตลาดส่วนใหญ่</p> <p>-โอกาสและอุปสรรคของเครื่องปรุงรสไทยในต่างแดน มีความคิดเห็นว่า เรื่องรสชาติความเป็นสากล เนื่องจากเครื่องปรุงรสไทยนั้นหากเน้นย้ำเพียงรสชาติที่เป็นไทยอาจทำให้คู่แข่งแข่งขันไม่ได้ แต่หากเป็นเครื่องปรุงรสทั่วไป เช่น น้ำปลา พริก เป็นต้น อาจต้องมองเรื่องของคุณภาพของสินค้าและวัตถุดิบ ตลอดจนต้นทุนการผลิต</p> <p>-เน้นย้ำและให้ความใส่ใจในเรื่อง “คุณภาพ” เป็นสิ่งสำคัญ</p> <p>-ในการเตรียมความพร้อมเข้าสู่ AEC มีการเตรียมพร้อมเพื่อการแข่งขัน ด้วยการเพิ่มช่องทางการจำหน่ายให้ครอบคลุมด้วยการขยายฐานการค้าในธุรกิจในกลุ่มประเทศ AEC</p>