

Investor Club Association

ICN

IC e-newsletter
www.ic.or.th

Highlight News



กลยุทธ์สร้างยอดขาย
อย่างยั่งยืน



เปิดประสบการณ์
บริการเยี่ยมยอด (1)

START UP

ธุรกิจฐานเศรษฐกิจใหม่ของไทย



**MOVING
FORWARD**
INTO THE

24th
YEAR

สมาคมสโมสรนักลงทุน
Investor Club Association



บริษัท ฮอนด้า ออโตโมบิล (ประเทศไทย) จำกัด

วันอังคารที่ 30 สิงหาคม 2559 เวลา 08.30 – 12.00 น.

สวนอุตสาหกรรมโรจนะ พระนครศรีอยุธยา



HONDA

บริษัท ฮอนด้า ออโตโมบิล (ประเทศไทย) จำกัด มีโรงงานผลิตรถยนต์อยู่ที่นิคมอุตสาหกรรมโรจนะ จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ซึ่งนอกจากการผลิตรถยนต์เพื่อจำหน่ายภายในประเทศแล้ว ยังเป็นฐานในการผลิตรถยนต์เพื่อส่งออกไปยังประเทศต่างๆ ในแถบภูมิภาคนี้ เป็นการสร้างรายได้เข้าสู่ประเทศอีกทางหนึ่งด้วย สาเหตุที่ทำให้รถยนต์ฮอนด้าเข้าไปนั่งอยู่ในใจคนไทย มิใช่เพียงเพราะผลิตภัณฑ์มีคุณภาพ รูปลักษณ์สวยงาม และตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้ดีเท่านั้น แต่ยังเกิดจากบริการอันยอดเยี่ยม ภายใต้นโยบายแนวคิดลูกค้าเปรียบเสมือนคนในครอบครัว ไม่ใช่ความสัมพันธ์เพียงแค่ผู้ซื้อ ผู้ขายเท่านั้น ซึ่งทำให้ฮอนด้าประสบความสำเร็จในเมืองไทยตลอดมา ด้วยความมุ่งมั่นสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ที่ช่วยอำนวยความสะดวกในชีวิตประจำวัน มอบความสุขและอิสระในการใช้ชีวิตในสังคมอย่างยั่งยืน จากผลงานเหล่านี้ กลุ่มบริษัทฮอนด้าในประเทศไทยได้ร่วมกันสร้างสรรค์ โดยยึดหลักปฏิบัติตามแนวทางที่ฮอนด้าประเทศญี่ปุ่นได้วางไว้เสมอมา ภายใต้งานให้ความสำคัญกับการพัฒนาคุณภาพของผลิตภัณฑ์ และเทคโนโลยี เพื่อสร้างความพึงพอใจสูงสุดให้กับลูกค้าสำหรับชาวฮอนด้าแล้ว คำว่า “Made in Thailand” นั้นหมายถึงคุณภาพมาตรฐานระดับโลก ซึ่งเป็นผลงานที่ล้วนสร้างความประทับใจนับตั้งแต่ก้าวแรกจนถึงปัจจุบันที่ฮอนด้าตัดสินใจเข้ามาลงทุนในประเทศไทย

ค่าธรรมเนียมการศึกษาดูงาน	ราคา (รวม VAT)
---------------------------	----------------

สมาชิกสมาคม	ท่านละ 1,605 บาท
-------------	------------------

บุคคลทั่วไป	ท่านละ 1,926 บาท
-------------	------------------

(ด่วน !!! รับจำนวนจำกัด)

กำหนดการ

- 06.00-06.30 น. ลงทะเบียน ณ สมาคมสโมสรนักล่อกุณ (ชั้น 12)/ รับประทานอาหารว่าง
- 08.30-09.00 น. คณะเยี่ยมชมเดินทางมาถึง บริษัท ฮอนด้า ออโตโมบิล (ประเทศไทย) จำกัด พร้อมรับฟังการบรรยาย ประวัติและการเติบโตของบริษัท
- 09.00-10.00 น. เยี่ยมชมกระบวนการผลิต
- 10.00-10.15 น. พักรับประทาน
- 10.15-11.00 น. ทาม-ตอบ และถ่ายภาพพร้อมกัน
- 11.00-12.00 น. รับประทานอาหารกลางวันร่วมกัน
- 12.00-14.00 น. เดินทางกลับสู่สมาคมสโมสรนักล่อกุณ

...กำหนดการอาจมีการเปลี่ยนแปลงตามความเหมาะสม...



สอบถามรายละเอียดเพิ่มเติม แพนกลูกค้าสัมพันธ์และสื่อสารองค์กร

☎ 0 2936 1429 ต่อ 202 (คุณพัชญ์สลัญญ์) ต่อ 203 (คุณเบญจวรรณ)

✉ โปรดกรอกแบบตอบรับส่งกลับไปที่ โทรสาร 0 2936 1441-2

E-mail: Cus_service@ic.or.th, Phatsalunp@ic.or.th, Benjawank@ic.or.th



05

Start up
ธุรกิจฐานเศรษฐกิจใหม่ของไทย



08

ไขปัญหางานบริการสั่งปล่อย
และตัดบัญชีวัตถุดิบด้วยระบบ RMTS-2011



12

เปิดประสบการณ์
บริการเยี่ยมยอด (1)



18

กลยุทธ์สร้างยอดขายอย่างยั่งยืน



22

ได้เวลา...ทวนน้ำ

Editor's Note

ปี 2558 ประเทศไทยเปิดนโยบายส่งเสริมการลงทุนยุคศาสตร์ใหม่ ที่มุ่งเน้นจูงใจ นักลงทุนด้วยมาตรการหลากหลายที่ล้นแล้วแต่น่าสนใจ สร้างแรงกระตุ้นให้เกิดความต้องการที่จะนำเม็ดเงินเข้ามาลงทุนในประเทศไทยเสียเหลือเกิน โดยเฉพาะอย่างยิ่งการ มุ่งส่งเสริมเศรษฐกิจดิจิทัล ที่กำลังได้รับความสนใจจากนักลงทุนรุ่นใหม่ ซึ่งส่วนใหญ่เป็นวัย เริ่มต้นทำงาน หรือแม้แต่นักศึกษาที่มีหัวด้านความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ ต้องการสร้างสินค้า หรือบริการที่แปลกใหม่ เพื่อจับตลาดกลุ่มเป้าหมายที่มีไลฟ์สไตล์สอดคล้องกัน

กลุ่มนักลงทุนรุ่นใหม่ ถูกเรียกขานว่า “Start up” เพราะเป็นก้าวแรกของการเริ่มต้นทำ ธุรกิจ โดยปัจจุบันเทรนด์การทำธุรกิจของ Start up ไม่ใช้การลงทุนด้วยสินทรัพย์มากมาย แต่เป็นการลงทุนด้วยสมองผ่านสื่อออนไลน์ เพื่อนำเสนอสินค้าหรือบริการของตนเองให้ผู้ที่ ชื่นชอบผลงานได้เห็นและร่วมลงทุนในการผลิตงานได้ต่อไป และกลายมาเป็นสินค้าหรือ บริการที่ออกสู่ตลาด มียอดขาย มีผลกำไรและตอบแทนกลับไปยังผู้ร่วมลงทุนเหล่านั้นด้วย เช่นกัน

ภาครัฐจึงได้เพิ่มนโยบายและมาตรการเพื่อสนับสนุนกลุ่มธุรกิจเลือดใหม่ Start up ให้มีแรงหนุนเพิ่มขึ้น สามารถเดินหน้าธุรกิจไปได้ง่ายมากขึ้น ด้วยเพราะพวกเขาเหล่านั้นจะเป็น แรงกำลังขับเคลื่อนสำคัญให้เศรษฐกิจของประเทศไทยเติบโตไปได้ไกลในอนาคต

นอกจากภาครัฐแล้ว ส่วนของภาคเอกชนได้เล็งเห็นมุมมองด้านดีของ Start up เช่นกัน จึงได้ร่วมมือกับหลายหน่วยงานรัฐเพื่อร่วมสนับสนุนในด้านต่าง ๆ เช่น การเปิดให้ นักวิจัยหรือนักศึกษาที่จบใหม่เข้ามาทำงานในองค์กร เพื่อพัฒนาฝีมือและเป็นการเพิ่ม บุคลากรที่มีคุณภาพเฉพาะด้านให้มากขึ้น การมอบเงินทุนเพื่อใช้ต่อยอดงานวิจัยและ พัฒนาสินค้าหรือบริการ สร้างโมเดลเศรษฐกิจใหม่ให้กับประเทศได้เพิ่มขึ้น เป็นต้น

ในทุกธุรกิจเมื่อเกิดขึ้น กระบวนการทำงานและบริหารจัดการธุรกิจเพื่อให้เกิดรายได้ และผลประโยชน์ที่คุ้มค่าขึ้น สิ่งที่สำคัญ คือ การขายสินค้าหรือบริการให้ได้ผลกำไร สมาคมสโมสรนักลงทุนจึงได้จัดสัมมนาพิเศษ หัวข้อ **“การสร้างยอดขาย อย่างยั่งยืน”** เพื่อให้องค์กรและบุคลากรด้านการขายได้มีความเข้าใจถึงปัจจัยในการ สร้างยอดขายอย่างยั่งยืน ทำความเข้าใจในการดำเนินการของปัจจัยแต่ละตัว และนำไป ทดลองประยุกต์ใช้ รวมทั้งหาปัจจัยหลักในกลุ่มสินค้าของตัวเองได้ โดยจัดขึ้นใน วันศุกร์ที่ 19 สิงหาคม 2559 เวลา 13.00-16.30 น. ห้องทินรี โรงแรมอมารี ดอนเมือง สมาชิกรวมและผู้สนใจสามารถสำรองที่นั่งและสอบถามรายละเอียดเพิ่มเติมได้ที่ แฟนคลับค้า ลัมพันธ์และสื่อสารองค์กร 0 2936 1429 ต่อ 203 (เบญจวรรณ) ต่อ 202 (พัชญ์สัลญ์)

นอกจากนั้น สมาคมสโมสรนักลงทุน ยังมีหลักสูตรฝึกอบรมและสัมมนาและกิจกรรม สำหรับสมาชิกที่เอื้อประโยชน์แก่ผู้ใช้บริการอีกมากมาย โดยสามารถติดตามรายละเอียดได้ที่

www.ic.or.th

บรรณาธิการ

ที่ปรึกษา

- ภัทรชนก ทกรมพฤกษ์
- สุกัญญา แสงเดือน

บรรณาธิการบริหาร

ณัฐพงษ์ วัฒนไทยสวัสดิ์

บรรณาธิการ

มยุรีย์ งามวงศ์

กองบรรณาธิการ

- กฤตยา วิชัยดิษฐ์ • กฤษดา ทับทิม
- ปริญญา ศรีอนันต์

ออกแบบ / โฆษณา / งานสมาชิก

มยุรีย์ งามวงศ์

เจ้าของ

สมาคมสโมสรนักลงทุน

ผลิตโดย

กองบรรณาธิการ ICN

ติดต่อ

ฝ่ายบริการสมาชิกและนักลงทุน

สมาคมสโมสรนักลงทุน

โทรศัพท์ : 0 2936 1429 ต่อ 211

โทรสาร : 0 2936 1441-2

e-mail : icn@ic.or.th

“หากดูก็ไม่รู้:หันหน้าไปหาใคร”



ICe-Expert

ง่ายสำหรับคุณ...ยื่นขออนุญาตนำเข้าช่างฝีมือและผู้ชำนาญการ
ด้วยระบบ e-Expert แบบเบ็ดเสร็จครบวงจร

 0 2936 1429  www.ic.or.th

คุณอภิชาติ ต่อ 314 apichartp@ic.or.th
คุณชลพัชร ต่อ 315 chonlapatchp@ic.or.th



สมาคมสโมสรนักลงทุน
Investor Club Association

START UP



SUCCESS

ธุรกิจฐานเศรษฐกิจใหม่ ของไทย

Highlight
Issues

มยุรีย์ จามวงษ์
mayureen@ic.or.th

ช่วงนี้กระแสธุรกิจ Startup ถูกพูดถึงในแวดวงธุรกิจมากขึ้นอย่างต่อเนื่อง และได้รับความนิยมจากคนรุ่นใหม่ ทั้งวัยทำงาน นิสิตนักศึกษา ที่มีไฟและมีความคิดสร้างสรรค์ ที่จะสร้างธุรกิจในรูปแบบแปลกใหม่ให้สอดคล้องกับสถานการณ์ปัจจุบัน และสามารถตอบโจทย์ความต้องการของผู้บริโภคในยุคดิจิทัลได้

คำว่า “Startup” แปลตรงตัว คือ การเริ่มต้นธุรกิจใหม่โดยคนเพียงไม่กี่คน ซึ่งแตกต่างจาก SMEs ตรงที่ธุรกิจ Startup จะถูกออกแบบมาให้เติบโตเร็วแบบก้าวกระโดด มีการวางแผนขยายธุรกิจหรือกลยุทธ์การถอนตัวจากธุรกิจ ในกรณีไม่พอใจในผลตอบแทนที่ได้จากธุรกิจนั้น นอกจากนี้ การหาเงินลงทุนจะเป็นลักษณะการมองหาหุ้นส่วนทางธุรกิจมากกว่าการลงทุนโดยเพียงคนเดียว

ต้องยอมรับว่าในประเทศไทย ธุรกิจ Startup ได้รับความสนใจอย่างมาก จนทำให้ภาครัฐหันมาให้ความสำคัญและมองเป็นความหวังทางเศรษฐกิจ โดยมีการวางนโยบายเป้าหมายที่ให้การส่งเสริม ภายใต้ชื่อ “35” ได้แก่ Startup, SMEs และ Social Enterprise แบ่งเป็น 6 กลุ่มเป้าหมายหลัก ประกอบด้วย

- E-commerce ธุรกิจอีเล็กทรอนิกส์
- Fintech การเงิน
- Agritech การเกษตร
- Edtech การศึกษา
- Service การบริการ
- Internet of things เทคโนโลยีสารสนเทศ

โดยมีแนวทางส่งเสริมแบบยกเลิกลากแบบเก่า เปลี่ยนมาเป็นโมเดลใหม่ที่ให้ภาคเอกชนและภาคประชาสังคมได้เข้ามาร่วมกันขับเคลื่อน โดยมีภาครัฐเป็นผู้สนับสนุนและช่วยเติมเต็มส่วนที่ขาดให้เกิดความสมดุล ซึ่งมาตรการสนับสนุนของภาครัฐมีดังนี้

ด้านกฎหมาย

1. มองกฎหมายฉบับใหม่ ที่สามารถให้จดทะเบียนนิติบุคคลได้ในรายบุคคล เพื่อตอบโจทย์ผู้ประกอบการแบบคนเดียว
2. มาตรการจากสำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน (บีโอไอ) เตรียมมาตรการให้บุคคลคนเดียวที่มีไอเดียสร้างสรรค์ สามารถที่จะได้รับการส่งเสริมการลงทุนจากบีโอไอได้ โดยไม่จำเป็นต้องเป็นรูปแบบบริษัท
3. กฎหมายหลักประกันทางธุรกิจจะเปลี่ยนไป จากอดีตต้องมีการค้ำประกัน หรือการจำนอง เปลี่ยนเป็นขอแค่มือเดียว หรือทรัพย์สินทางปัญญาที่จดทะเบียนได้ก็สามารถใช้เป็นหลักประกันทางธุรกิจได้เช่นกัน
4. เพิ่มมาตรการจูงใจทางภาษี (Tax Incentives) เพื่อจูงใจนักลงทุน



ด้าน Ecosystem

1. สร้าง Ecosystem เพื่อเป็นแหล่งสนับสนุนด้านเงินทุน เช่น Crowdfunding เป็นต้น
2. พลิกดันให้ Startup เข้าสู่ระบบมากขึ้น ให้เป็นบริษัทที่โปร่งใส มีมาตรฐาน
3. การจัดตั้ง National Startup Center โดยกระทรวงการคลัง เพื่อเป็นศูนย์กลางของทุกฝ่าย



ด้านการศึกษา

มีมาตรการปรับและยกเลิกหลักสูตร MBA แบบเดิม เพื่อให้สนองต่อธุรกิจ Startup มากขึ้น

สำหรับเทรนด์ของธุรกิจ ที่น่าจับตามอง ซึ่งผู้ประกอบการ Startup ของไทยควรจะต้องคำนึงถึงเพื่อเป็นแนวทางการทำธุรกิจ ประกอบด้วย

Insudtเข้าสู่ยุค O2O (Offline to Online) อย่างเต็มรูปแบบ ซึ่งเป็นการผสมผสานการทำธุรกิจระหว่างธุรกิจที่แบ่งประเภทเป็นแบบ Offline และ Online ควบคู่กับการทำธุรกิจแบบใช้ช่องทางการติดต่อซื้อขายมากกว่า 1 ช่องทาง ไม่ใช่ Offline หรือ Online เพียงอย่างเดียวอีกต่อไป

Internets of Things โลกกำลังก้าวเข้าสู่ยุคที่ทุกสิ่งในชีวิตประจำวันเชื่อมต่อกันผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ต ทุกคนสามารถสั่งงาน หรือสั่งซื้อของใช้ได้ผ่านอินเทอร์เน็ต กระแสนี้ยังรวมไปถึงอุปกรณ์ไอทีที่สามารถสวมใส่เพื่ออำนวยความสะดวก หรือเรียกว่า Wearable Device เช่น แว่นตา นาฬิกาอัจฉริยะ สายรัดข้อมือ และกำไลข้อมือ เป็นต้น ซึ่งกำลังเป็นเทรนด์มาแรงในปี 2559

Crowdfunding หรือกระแสการระดมทุนสาธารณะ คาดว่าอีกไม่นานจะได้รับความนิยมมากกว่าธุรกิจเงินร่วมลงทุนแบบ Venture Capital อย่างแน่นอน เพราะ Crowdfunding เป็นการระดมทุนจากประชาชนทั่วไปที่ไม่ใช่นักลงทุนโดยตรงและลงทุนในจำนวนน้อย เช่น การที่เจ้าของไอเดียโพสต์ไอเดียธุรกิจของตนเองผ่านทางเว็บไซต์ และระดมทุนผ่านทางบุคคลที่เข้ามาดู เพื่อให้ได้เงินทุนเพียงพอที่จะพัฒนาโปรเจกต์ให้สำเร็จ ซึ่งต้องบอกว่ากระแสการระดมทุนแบบนี้ เพิ่มมูลค่าอย่างก้าวกระโดดได้อย่างไม่น่าเชื่อ และมีมูลค่าสูงกว่าเงินร่วมลงทุน Venture Capital ตัวอย่างเว็บไซต์ระดมทุนแบบ Crowdfunding เช่น Kickstarter เป็นต้น

Fin Tech เทรนด์ธุรกิจใหม่ไฟแรง ย่อมาจาก Financial Technology คือ การใช้ประโยชน์จากเทคโนโลยีใหม่ ๆ มาผสมผสานกับธุรกิจการเงิน ซึ่งในอนาคตอันใกล้ คนไทยจะใช้เงินพันธบัตรและเหรียญน้อยลง กลายเป็นการใช้แอปพลิเคชันในการทำ Transaction เพิ่มขึ้น เช่น แอปพลิเคชันเทรดหุ้น การซื้อ-ขายกองทุน การกู้เงิน เป็นต้น โดยแนวโน้มธุรกิจนี้จะเติบโตมากขึ้น ด้วยเพราะรัฐบาลได้มุ่งเน้นนโยบายเศรษฐกิจดิจิทัล ที่ช่วยส่งเสริมให้ธุรกิจ Fin Tech Startup เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง



จากการศึกษาของโครงการ Global Entrepreneurship Monitor (GEM) โดยมีมหาวิทยาลัยกรุงเทพเป็นตัวแกนจากไทยในโครงการนี้ พบว่า มีตัวเลขประชาชนไทยจำนวนถึง 71% ที่มองว่าการก่อตั้งธุรกิจใหม่ทั้ง Startup และ SMEs เป็นทางเลือกที่เฟื่องฟูและปรารถนามากในการประกอบอาชีพ และกว่า 70% ของคนไทยมองว่า คนที่ประสบความสำเร็จในการก่อตั้งธุรกิจใหม่จะได้รับการยอมรับจากคนทั่วไปและมีสถานะทางสังคมสูง อันเป็นการตอกย้ำความนิยมที่คนไทยรุ่นใหม่ต้องการจะเป็นเจ้าของธุรกิจที่ประสบความสำเร็จ ซึ่งเป็นสัญญาณที่ดีว่าประเทศไทยจะมีฐานเศรษฐกิจที่มั่นคงและยั่งยืนต่อไป

ข้อมูลอ้างอิง: www.most.go.th, <http://wistellweb.com>, www.techsauce.co, และ www.startup.rmutt.ac.th

ภาพจาก :

http://www.festsamachar.com/images/startups/1451986441_start_up+lampadina_03.png

<http://www.paisamatters.com/wp-content/uploads/2016/04/successful-startups-750x410.jpg>

<http://www.paisamatters.com/wp-content/uploads/2016/04/successful-startups-750x410.jpg>



1. งานบัญชีรายการวัตถุดิบ

- 1.1 งานบัญชีรายการวัตถุดิบ (BIRTMML)
- 1.2 งานขอเพิ่มชื่อวัตถุดิบ (BIRTDESC)
- 1.3 งานขอบัญชีรายการผลิตภัณฑ์ และสูตรการผลิต (BIRTFRM)
- 1.4 การปรับยอดวัตถุดิบ (BIRTADJ)

2. งานค้าประกันวัตถุดิบ

- 2.1 งานขอผ่อนผันใช้ธนาคารค้ำประกันวัตถุดิบ

3. งานส่งปล่อยวัตถุดิบ

- 3.1 งานส่งปล่อยวัตถุดิบแบบปกติ
- 3.2 งานส่งปล่อยวัตถุดิบแบบคืนอากร
- 3.3 งานส่งปล่อยวัตถุดิบแบบถอนการใช้ธนาคารค้ำประกัน

4. งานตัดบัญชีวัตถุดิบ

- 4.1 งานขอตัดบัญชีวัตถุดิบ
- 4.2 งานขอปรับยอดวัตถุดิบ



0 2936 1429 ต่อ 314 - 315

e-mail: counterservice@ic.or.th

www.ic.or.th

ไขปัญหา งานบริการ ส่งปล่อยและตัดบัญชีวัตถุดิบ ด้วยระบบ RMTS-2011

เมื่อวันที่ 1 กรกฎาคม 2559 ที่ผ่านมา สมาคม ได้มีโอกาสไปพบปะผู้ใช้บริการที่สำนักงานสาขา จ.ชลบุรี และได้ถือโอกาสนำความรู้และประสบการณ์จากการให้บริการส่งปล่อยและตัดบัญชีวัตถุดิบด้วยระบบ RMTS-2011 ไปจัดสัมมนาให้กับผู้ใช้บริการในหัวข้อ “ครบเครื่องเรื่องวัตถุดิบ” จากการจัดสัมมนาในครั้งนี้ สมาคมได้มีโอกาสพูดคุยและแลกเปลี่ยน ความรู้ ประสบการณ์ ร่วมกันระหว่างสมาคมในฐานะผู้ใช้บริการและบริษัทในฐานะผู้ใช้บริการ

ในฉบับนี้ ICN จึงขอนำคำถามจากงานสัมมนา ดังกล่าว มาบอกเล่ากันต่อเพื่อเป็นแนวทางในการ ปฏิบัติงานได้อย่างถูกต้องต่อไป

คำถามจากผู้เข้าร่วมสัมมนา



1. จำเป็นหรือไม่ที่บริษัทจะต้องยื่นสูตรการผลิตก่อนส่งออก หรือถ้าหน่วยงานส่งออกต้องการส่งออก ไปก่อน แต่บริษัทยังไม่ได้ยื่นสูตรการผลิตกับ BOI จะสามารถส่งออกได้หรือไม่

A ปัจจุบัน บริษัทสามารถทำการผลิตและส่งออก ก่อนขออนุมัติสูตรการผลิตกับสำนักงานได้ แต่เมื่อส่งออกไปแล้วจะต้องนำใบขนสินค้าขาออกนั้นมา ตัดบัญชีวัตถุดิบภายใน 1 ปี นับจากวันที่ส่งออก



2. เมื่อบริษัทยื่นบัญชีรายการวัตถุดิบ ชื่อหลัก ชื่อรองแล้ว แต่ไม่ได้ระบุพิทักของวัตถุดิบนั้น บริษัท จำเป็นต้องยื่นเพิ่มหรือไม่ ถ้าไม่ยื่นจะเกิดปัญหาหรือไม่ และมีวิธีดำเนินการอย่างไร



1. ปัจจุบันในส่วนของสำนักงาน BOI ยังไม่ได้มีการนำพิทักของวัตถุดิบไปใช้งานจึงไม่เป็น ปัญหา แต่หากในอนาคตมีการตรวจเช็ค พิทักของวัตถุดิบและมีการนำไปใช้ในส่วนที่ เกี่ยวข้อง บริษัทจะต้องเพิ่มเติมพิทักของ วัตถุดิบให้ครบและถูกต้อง
2. หากไม่ได้ระบุพิทักของวัตถุดิบมาพร้อมกับการยื่นชื่อวัตถุดิบในครั้งแรก บริษัทสามารถ ขอแก้ไขได้ดังนี้
 - 2.1 คีย์ ข้อมูล เพื่อขอแก้ไขในไฟล์ BIRTDSC โดยระบุช่อง Type = C หรือการ Change ข้อมูลนั่นเอง
 - 2.2 ให้แนบสำเนา หนังสืออนุมัติ ชื่อรอง หรือบัญชีรายการวัตถุดิบที่เคยได้รับ อนุมัติจาก BOI มาด้วย
 - 2.3 ให้แนบหนังสือรับรองการแก้ไข โดย สามารถ Download แบบฟอร์มได้ที่ www.ic.or.th สอบถามรายละเอียด เพิ่มเติมได้ที่แผนกบริการฐานข้อมูล

3. การขออนุมัติสูตรการผลิตที่ได้รับอนุมัติจาก BOI ครั้งแรก จะได้เป็น Revision 1 เมื่อมีการแก้ไขสูตรเดิม ระบบจะ กำหนดให้เป็น Revision 2 แต่บริษัทต้องการให้เป็น Revision เดียวได้หรือไม่



คำตอบคือ **ไม่ได้** เนื่องจาก ระบบได้ออกแบบไว้ เพื่อแก้ปัญหาเดิม คือ กรณีบริษัทขออนุมัติสูตร การผลิต ได้ผลิตและส่งออกไปแล้ว แต่ยังไม่ได้นำใบขน สิ้นค้าขาออกมาตัดบัญชีวัตถุดิบตามสูตรนั้น ๆ ต่อมาได้มี การแก้ไขเปลี่ยนแปลงการใช้ปริมาณวัตถุดิบหรือเพิ่ม รายการวัตถุดิบเข้าไปในชื่อสูตรเดิม เมื่อนำสูตรการผลิต ที่ได้รับอนุมัติใหม่ไปบันทึกในระบบ RMTS สูตรเดิมนั้นจะ หายไปกลายเป็นสูตรใหม่ทันที เมื่อบริษัทนำใบขนเดิมมา ตัดบัญชีจะทำให้ได้ปริมาณไม่ถูกต้องตามที่ผลิตและส่งออก จริง ดังนั้นระบบจึงกำหนดให้เป็น Revision ใหม่ เมื่อมีการ เปลี่ยนแปลงสูตรเดิมเกิดขึ้น เพื่อให้บริษัทเลือกตัดบัญชีได้ ตรงตามสินค้าที่ผลิตและส่งออก

4. กรณีบริษัทตัดบัญชีวัตถุดิบ Model เดียวกัน ภายใต้ ใบขนสินค้าขาออกฉบับเดียวกัน แต่สูตรการผลิตมี 2 Revision จำเป็นต้องแยกรายการสินค้าที่ส่งออกตั้งแต่ ในใบขนสินค้าขาออกหรือไม่ หรือสามารถแยกแบบ Manual ภายหลังในการคีย์ข้อมูล BIRTEXP



การทำข้อมูลการส่งออกโดยหลักแล้ว จะยึด ข้อมูลจากอินวอยซ์ขาออกเป็นหลัก แต่กรณี สูตรการผลิตมี 2 Revision จำเป็นต้องแยกรายการสินค้า ที่ส่งออกตั้งแต่ในใบขนสินค้าขาออก เพื่อจะได้เป็นข้อมูล การส่งออกกับกรมศุลกากรและข้อมูลการส่งออกในใบขน เป็นข้อมูลเดียวกัน จึงจะสามารถตัดบัญชีวัตถุดิบแบบไร้ เอกสารได้

5. บริษัทนำเข้าวัตถุดิบตามมาตรา 36 มาผลิตและขาย สินค้าให้กับบริษัทภายในประเทศเพื่อนำไปผลิตและ ส่งออกต่อ เมื่อลูกค้าอินสติกท์ Vendor Report ให้กับ บริษัท ปรากฏว่าชื่อสินค้าที่ลูกค้าอินสติกท์กลับมาให้ ไม่ตรงกับชื่อสูตรการผลิตที่บริษัทขออนุมัติไว้กับ BOI กรณีเช่นนี้ บริษัทจะสามารถนำ Vendor Report มาตัดบัญชีกับสมาคมได้หรือไม่



วิธีการแก้ไข

1. ให้บริษัทผู้ซื้อนำรายการผลิตภัณฑ์ที่ซื้อจาก บริษัทมาบันทึกไว้ในบัญชีรายการวัตถุดิบของตนเอง ใช้ W/L BIRDESC

2. ให้บริษัทผู้ส่งออก ระบุการอินสติกท์ชื่อสินค้า หรือรุ่นให้กับบริษัท โดยคีย์ข้อมูลใน W/L BIRTVEN ช่อง Ven_Model ว่าต้องการอินสติกท์เพื่อให้บริษัทนำ Report Vendor ไปตัดบัญชีวัตถุดิบตามชื่อสูตรการผลิตระบุให้ถูกต้อง

6. บริษัทนำเข้าวัตถุดิบจากต่างประเทศ แต่ไม่ได้ใช้สิทธิ์ BOI (เสียภาษี) เมื่อนำใบขนสินค้าขาออกมาตัดบัญชี วัตถุดิบแล้วยอดคงเหลือวัตถุดิบจะติดลบ จะดำเนินการอย่างไร



1. บริษัทมีความประสงค์เพื่อจะขอคืนอากร หรือไม่ หากต้องการ บริษัทจะต้องขอคืน อากรให้แล้วเสร็จก่อนการตัดบัญชี ซึ่งจะทำได้ไม่เกิด ปัญหาเรื่อง Balance ติดลบ

2. กรณีไม่ต้องการขอคืนอากรและเป็น รายการที่มีอยู่ในสูตรการผลิต การตัดบัญชีบริษัท จะต้องคีย์ข้อมูล 3 W/L BIRTEXP, BIRTEXL, BIRTVEN โดยการคีย์ข้อมูลใน W/L BIRTVEN ให้กรอกข้อมูลใน คอลัมน์ Vendor_name ให้ระบุชื่อบริษัทผู้ขายต่างประเทศ แทนการระบุ (LOCAL) และในคอลัมน์ TYPE ไม่ต้องระบุ ข้อความใด (ทั้งนี้บริษัทต้องเก็บหลักฐานการชำระภาษีไว้ หากมีการตรวจสอบจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง)

3. กรณีเป็นรายการที่เคยนำเข้าโดยใช้สิทธิ์ BOI แต่ในครั้งนี้อาจต้องการใช้สิทธิ์ บริษัทสามารถขอ อนุมัติสูตรการผลิตโดยแยกเป็น 2 Revision เช่น Revision 1 สูตร F14 ประกอบด้วยวัตถุดิบรายการ ที่ 1, 2, 3 ภายหลังรายการที่ 3 บริษัทจะนำเข้าโดยการชำระภาษี ให้บริษัทขออนุมัติสูตรการผลิตกับสำนักงานฯ เป็น Revision 2 สูตร F14 ประกอบด้วยวัตถุดิบรายการ ที่ 1, 2

ดังนั้น เมื่อมีการส่งออกและตัดบัญชีวัตถุดิบการ คีย์ข้อมูล W/L BIRTEXP ให้บริษัทเป็นผู้เลือกว่าจะตัดบัญชี สูตร F14 Revision 1 หรือ 2

7. ใบขนมีอายุเกิน 2 ปี นับจากวันที่ส่งออก ไม่สามารถ ตัดบัญชีวัตถุดิบกับสมาคมได้แล้ว จะมีการตรวจสอบ ย้อนหลังจากกรมศุลกากรหรือไม่



บริษัทควรตรวจสอบข้อมูลการส่งออกว่า เป็นวัตถุดิบที่นำเข้าโดยใช้สิทธิ์ BOI หรือไม่ และ ควรหารือกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง

8. บริษัทมีบัตรส่งเสริมปี 2540 แต่ไม่ได้รับสิทธิมาตรา 36 ต่อมาบริษัทมีการแก้ไขโครงการให้รับสิทธิมาตรา 36 ในบัตรส่งเสริมฉบับเพิ่มเติม กรณีนี้การระบุเลขที่ บัตรในใบขนสินค้าขาออกจะต้องระบุบัตรปี 2540 หรือบัตรเพิ่มเติม



ให้ระบุเลขที่บัตรส่งเสริมหลักของโครงการ


นอกจาก คำถาม คำตอบ ที่เป็นประโยชน์ต่อการทำงานแล้ว สมาคมยังได้นำประเด็นการเตรียมความพร้อมการตัดบัญชีวัตถุดิบแบบไร้เอกสาร มาเล่าสู่กันฟังด้วย เพื่อให้ทุกท่านได้เห็นถึงประโยชน์ของการตัดบัญชีวัตถุดิบแบบไร้เอกสารดังนี้

1. สะดวก รวดเร็ว และลดขั้นตอนการทำงาน ทั้งในส่วนของบริษัทและสมาคม: บริษัทจะได้รับความสะดวก รวดเร็ว และลดขั้นตอนการทำงาน เนื่องจาก
 - ไม่ต้องแนบเอกสาร ทำให้ประหยัดเวลา ค่าใช้จ่ายในการดำเนินงาน
 - ไม่ต้องคีย์ข้อมูล เพราะสามารถ Download ข้อมูลการส่งออกจากกรมศุลกากรมาเป็นข้อมูลตั้งต้นในการตัดบัญชีวัตถุดิบ (BIRTEXP)
 - ไม่ต้องตรวจสอบเอกสารและรายงาน เนื่องจากระบบจะทำการตรวจข้อมูลการส่งออกของบริษัท เทียบกับข้อมูลการส่งออกของกรมศุลกากรและฐานข้อมูล BOI ให้อัตโนมัติ

2. ข้อมูลถูกต้อง เนื่องจากเป็นการดึงข้อมูลการส่งออกจากกรมศุลกากรโดยตรง โดยไม่ต้องคีย์ข้อมูลเอง ซึ่งจะช่วยลดปัญหา และข้อผิดพลาดต่าง ๆ ในการตัดบัญชีวัตถุดิบกับสมาคม



เมื่อทุกท่านมองเห็นถึงประโยชน์แล้ว ย่ารอช้านะคะ รับจัดทำข้อมูลให้ถูกต้องตามรูปแบบที่กำหนด ทั้งนี้ท่านสามารถสอบถามข้อมูลเพิ่มเติมได้ที่สมาคม แพนทบริการตัดบัญชีวัตถุดิบ โทรศัพท์ 0-2936-1429 ต่อ 160 - 162

ฉบับนี้ขอฝากเอาไว้เพียงเท่านี้ก่อนนะคะ สมาคมจะรวบรวมข้อมูล ข่าวสารสำคัญ นำมาเล่าสู่กันฟัง และท่านสามารถติดตามข้อมูลข่าวสารเพิ่มเติมได้ทาง ICN และที่ www.ic.or.th 

สมาคมสโมสรนักลงทุน ขอเชิญเข้าร่วมสัมมนา



หลักเกณฑ์และ**ปัญหา** การใช้สิทธิและประโยชน์ ที่ได้รับตาม พ.ร.บ.ส่งเสริมการลงทุน

วันเสาร์ที่ 27 สิงหาคม 2559 เวลา 09.00-16.00 น.
โรงแรม อมารี ดอนเมือง กรุงเทพฯ





สมาคมสโมสรนักลงทุนขอเชิญเข้าร่วมสัมมนา

เทคนิคการจัดทำ บัญชีต้นทุน สำหรับธุรกิจอุตสาหกรรม



วันที่ 27-28 สิงหาคม 2559
เวลา 8.30-16.30 น.
ณ โรงแรมอมารี ดอนเมือง กรุงเทพฯ

ศ.ดร.พรรณนิภา รอดวรรณะ

หัวข้อการสัมมนา

วันเสาร์ที่ 27 สิงหาคม 2559

1. ทบทวนหลักการบัญชีต้นทุนสำหรับธุรกิจอุตสาหกรรม
2. การคำนวณต้นทุนการผลิต
 - การบัญชีต้นทุนงานสั่งทำ
 - การบัญชีต้นทุนช่วง
3. เอกสารที่ควรจัดทำในธุรกิจอุตสาหกรรม

วันอาทิตย์ที่ 28 สิงหาคม 2559

1. เครื่องมือในการตัดสินใจการทำบัญชี สำหรับธุรกิจอุตสาหกรรม
2. วิธีการคำนวณต้นทุนวัตถุดิบที่มีผลต่องบกำไรขาดทุน
3. ข้อพึงระวังในการบันทึกบัญชีต้นทุนสำหรับธุรกิจอุตสาหกรรม
4. การบัญชีต้นทุนเพื่อการตัดสินใจ
 - การวางแผนกำไร
 - การตั้งราคา

- รองผู้อำนวยการ สำนักงานคณะกรรมการการศึกษาวิจัยทรัพยากรการเกษตร จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
- อดีตอาจารย์ประจำภาควิชาบัญชี คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

เหมาะสำหรับ

เจ้าของธุรกิจ ผู้บริหาร ผู้จัดการ / เจ้าหน้าที่ฝ่ายบัญชี ฝ่ายการเงิน และผู้ที่สนใจทั่วไป

อัตราค่าสัมมนา

ประเภท	อัตราค่าสัมมนา
สมาชิก	5,350
บุคคลทั่วไป	6,420

อัตรานี้รวมค่าเอกสาร อาหารว่าง อาหารกลางวัน และภาษีมูลค่าเพิ่ม
ค่าใช้จ่ายในการฝึกอบรมสามารถหักลดหย่อนภาษีได้ 200%

สอบถามรายละเอียดเพิ่มเติม

แพคเกจอบรมและบริการนักลงทุน

☎ 0 2936 1429 ต่อ 206 (คุณกาญจนา) โทรสาร 0 2936 1441-2
E-mail: kanjanac@ic.or.th หรือ www.ic.or.th

ACCOUNTING

เปิดประสบการณ์ บริการเยี่ยมยอด (1)



จำลักษณ์ ชุนพลแก้ว
chamluck@gmail.com

Starbucks แบนด์ร้านขายกาแฟอันดับหนึ่งของโลกที่หลาย ๆ คนอดสงสัยไม่ได้ว่าทำไมร้านขายกาแฟแห่งนี้ถึงกลายเป็นที่หลงรักของลูกค้ามากมาย ที่สำคัญคือ หลาย ๆ คนมองว่า Starbucks ไม่ใช่แค่การขายกาแฟ แต่คือธุรกิจของ “คนที่ทำหน้าที่เสิร์ฟกาแฟต่างหาก” อะไรที่อยู่เบื้องหลังทำให้ Starbucks แตกต่างจากร้านกาแฟอื่น ๆ หนังสือ The Starbucks Experience ได้ไขความลับถอดรหัสวิถีคิดและการบริหาร ตั้งแต่การฝึกอบรมบุคลากร นโยบายการให้บริการ และอื่น ๆ จนเปลี่ยนร้านกาแฟให้กลายเป็นสถานที่ที่ผู้คนต้องแวะมาอยู่เป็นประจำ หลายคนใช้เป็นที่ทำงาน ที่นัดเจอ และพักผ่อน

จากต้นกำเนิดที่ฮัมเบิล (humble) จนได้ชื่อว่าเป็นดินแดนกาแฟ Starbucks เป็นหนึ่งในบริษัทที่มีการเติบโตยิ่งใหญ่ตลอดมา สิ่งที่ทำให้กลายเป็นความสำเร็จทางธุรกิจที่พิเศษสุด เรียกว่าหลักการ 5 ประการที่เป็นรากฐานของความยิ่งใหญ่ของ Starbucks เมื่อนำหลักดังกล่าวไปใช้ด้วยแรงปรารถนาอย่างจริงจังและต่อเนื่องแนวคิดดังกล่าวสามารถทำให้บุคลากรและบริษัทจกฉวยโอกาสบางอย่างที่ทำให้ Starbucks สู่อากาศ แต่ก่อนที่พวกเขาจะไปรู้จัก “วิธีการ” ของ Starbucks มาพิจารณาความสำเร็จที่ Starbucks ได้รับจากซีแอทเทิลสู่พอร์ตแลนด์และเบื้องหลังก่อนจะกลายเป็นธุรกิจเครือข่ายร้านกาแฟระดับโลก



ในปี 1971 กาแฟ ชา และร้าน ซึ่งรวมเป็นธุรกิจของ Starbucks เกิดขึ้นในซีแอทเทิล วอชิงตัน ก่อนที่ประตูจะเปิดขึ้นครั้งแรก สำหรับคนทั่วไปคงจะถือว่ายังไม่เสร็จสิ้นภารกิจในตอนเช้าถ้าไม่ได้เดินเข้าไปในร้านสะดวกซื้อสักแห่ง ที่มีกาแฟดำ น้ำตาลทรายแดง ในถ้วยโฟมสีขาว ใส่ส่วนผสมต่าง ๆ อาทิ ครีมและน้ำตาล พร้อมคนมันด้วยแท่งพลาสติกเล็ก ๆ สีแดง และจ่ายเงินให้กับพนักงานเก็บเงินที่ทำงานได้ดีเพียงพอกับค่าแรงขั้นต่ำ สิ่งนี้คงไม่ทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงหรือสร้างแรงบันดาลใจอะไร

ถึงที่การทำงานดังกล่าวเป็นอะไรที่ซ้ำซากจำเจและไม่มีคุณภาพดีเท่าไร คนทั่วไปคงไม่รู้อะไรจะหาความรื่นรมย์ได้จากกาแฟอย่างไร ขณะที่พวกเขากำลังดื่มกาแฟสำเร็จแบบต่าง ๆ *โฮเวิร์ด ชูลส์* ซีอีโอผู้ก่อตั้ง Starbucks และประธานคนปัจจุบันกลับมาถามคำถามที่ว่า “จะเกิดอะไรขึ้นถ้าหยิบเอาเมล็ดกาแฟคุณภาพดีแบบดั้งเดิมของ Starbucks และผนวกมันเข้ากับสุนทรียะของการดื่มแบบร้านกาแฟในยุโรป” คำตอบของเขาได้เปลี่ยนประสบการณ์การดื่มกาแฟแบบอเมริกันดั้งเดิมที่ธรรมดาให้มีความพิเศษขึ้นนะสิ แม้ละเขาคงไม่มั่นใจเท่าไรกับความคิดที่หลายคนเรียกว่า “วิสัยทัศน์ของตัวเอง” นัก จนปี 1980 “ความฝันที่ยิ่งใหญ่ คือ การเปิดร้านในพอร์ตแลนด์ โอเรกอน ด้วยเครือข่ายร้านกาแฟกว่า 11,000 ร้านทั่วโลก บริษัทจะไปไกลกว่าเป้าหมายดั้งเดิมอย่างแน่นอน”

“ลองจินตนาการถึงคนดื่มกาแฟที่อยู่กับสิ่งที่คุ้นเคย และต้องจ่าย 6 ถึง 8 เท่า กับสิ่งที่มันดีกว่า” ไชเวิร์ด ซูลส์ ได้สร้างกระแสนิยมใหม่ “yuppie fad” ในผู้ดื่มกาแฟ จนวันนี้มีร้าน Starbucks กว่า 37 ประเทศ เฉลี่ยลูกค้ามากกว่า 35 ล้านคน ในแต่ละสัปดาห์ และมีขาประจำที่กลับมาซื้อซ้ำ 18 ครั้งในหนึ่งเดือน (อาจเรียกว่าทุกวันทำงานในแต่ละเดือนก็ว่าได้) อีกทั้งก่อให้เกิดศัพท์ใหม่ ๆ ในวงการกาแฟมากมาย

ผู้เขียนหนังสือตัดสินใจส่งข้อเสนอไปยังผู้บริหารระดับสูงของ Starbucks ขอสัมภาษณ์พูดคุยและนำเรื่องราวต่าง ๆ มาเขียนหนังสือ และประหลาดใจมาก เมื่อผู้บริหารเห็นชอบที่จะนำพาเขาเข้าไปเจาะลึกถึงภายในองค์กร ซึ่งนั่นทำให้เราพบแก่นแท้ความสำเร็จของธุรกิจแห่งนี้

อิม อัลลิ่ง ประธานธุรกิจ Starbucks ในสหรัฐ ได้กล่าวไว้ในคำนำของหนังสือนี้ว่า ความสำเร็จของ Starbucks ไม่ได้เป็นผลจากโชคชะตาหรือสิ่งมหัศจรรย์ใด ๆ หากแต่มันขับเคลื่อนด้วยแรงปรารถนาที่มีต่อสินค้า ผู้คน ประสบการณ์ และชุมชน ทุกวัน ความปรารถนานี้ยังคงอยู่และเกิดขึ้นในทั่วทุกมุมโลก เป็นส่วนผสมเชิงพฤติกรรมที่รวมเรียกว่า “ประสบการณ์ของ Starbucks” ซึ่งพบได้ 2 ระดับ ในบริษัท ได้แก่

1. ในวัฒนธรรมองค์กรที่เป็นหนึ่งเดียว ผู้นำภายในองค์กรสร้างวัฒนธรรมให้กับพนักงาน อาทิ การกระจายอำนาจ การเป็นผู้ประกอบการ คุณภาพ และบริการ รวมเรียกว่า “คุณค่าขององค์กร”

2. ในการถ่ายทอดคุณค่าต่าง ๆ ลงไปในพนักงานแต่ละคน พนักงานแต่ละคนช่วยสร้างประสบการณ์ที่เป็นเอกลักษณ์และส่วนตัวแก่ลูกค้า ความเข้าใจในหลักการ และการรับรู้ว่า “ผู้นำและพนักงานได้ช่วยกันสรรสร้างแบบแผนที่ทรงพลังในการเปลี่ยนจากสิ่งที่ดูแสนจะธรรมดาให้กลายเป็นความพิเศษสุดยอดได้อย่างไร”

Starbucks มีค่านิยมอยู่ตัวหนึ่ง ที่ต้องการให้ Partner (Starbucks เรียกพนักงานว่า Partner) มีลักษณะเป็น “ผู้รอบรู้” โดยมีคำกล่าวของ Starbucks ว่า “ไม่ว่าเราจะทำงานอะไรก็ตาม เราจะได้เรียนรู้เพิ่มขึ้นทุก ๆ ครั้งที่เราตั้งใจทำงานของเราอย่างมีคุณค่า แต่สิ่งที่สำคัญกว่านั้นก็คือ เมื่อเรารู้มากขึ้น คุณค่าของเราที่มีต่อธุรกิจ ตลอดจนความมั่นใจในตัวเองก็จะเพิ่มมากขึ้นด้วย ซึ่งจะส่งผลดีกับทุก ๆ คนที่เราทำงานด้วย” ทำให้พนักงานถึงร้านอาหารทั่วไป ที่ลูกค้ามักถามพนักงานเกี่ยวกับรายการอาหารต่าง ๆ ซึ่งพนักงานไม่เคยตอบไม่ได้เลย เพราะไม่เคยมีโอกาสนิมลองรสชาติของมัน

Starbucks นั้นให้ความสำคัญกับความ “รอบรู้” ของ Partner ในเรื่อง “กาแฟ” และ “การให้บริการลูกค้า” เป็นอย่างยิ่ง เพราะทั้งสองเรื่องนี้ ถือเป็นหัวใจในการดำเนินธุรกิจของ Starbucks โดย “วิธีการ” และ “กระบวนการ” ที่ทำให้ได้มาซึ่งความรอบรู้ในเรื่องเหล่านั้น เป็นเรื่องที่น่าสนใจมากที่สุดทีเดียว



พวกเขาให้ความสำคัญกับการฝึกอบรมเป็นอย่างมาก โดยทันทีที่ Partner เข้ามาเริ่มต้นทำงานกับ Starbucks นั้น Partner ทุกคนจะได้รับหนังสือ “การเดินทางของกาแฟ” ที่มีเนื้อหาสำคัญและจำเป็นต่อการปฏิบัติงานของ Partner ทุกคน ตั้งแต่ข้อมูลแหล่งปลูกกาแฟ วิธีการทำโรสกาแฟ การคั่วกาแฟ รวมถึงคำศัพท์ต่าง ๆ ที่ใช้ในการทดสอบรสชาติของกาแฟ หลักการชง การปรุงแต่งรสชาติ และรายการกาแฟของ Starbucks เรียกว่าให้ความรู้พื้นฐานที่จำเป็นก่อนเริ่มงาน แต่เท่านี้ยังไม่พอ Partner ทุกคนจะได้ทดลองชิมรสชาติกาแฟหลัก ๆ ปีละสองครั้ง รวมถึงจะได้รับสิทธิ์ดื่มกาแฟฟรีสัปดาห์ละ 1 ปอนด์ ทำให้ Partner ทุกคนมีประสบการณ์ตรงกับตัวผลิตภัณฑ์ที่พวกเขาจะต้องเสิร์ฟให้ลูกค้า

คำถามที่น่าสนใจก็คือ เหตุใด Partner ที่เป็นเพียง Barista หรือพนักงานชงกาแฟ จะต้องรู้เรื่องแหล่งการปลูก วิธีการทำโรส การคั่วกาแฟ และอื่น ๆ อีกมากมาย ที่เกินไปกว่าขอบเขตของการชงกาแฟด้วย

คำตอบของ Starbucks นั้นน่าสนใจมาก นอกจากประโยชน์ที่จะทำให้ Partner มีความเข้าใจในตัวผลิตภัณฑ์อย่างลึกซึ้งแล้ว Starbucks ยังคาดหวังให้ Partner สามารถอธิบายและแบ่งปันความรู้เหล่านั้นไปยังลูกค้าด้วย เพราะ Starbucks เชื่อมั่นว่า “การให้ความรู้แก่ลูกค้า เป็นการยกระดับลูกค้าให้มีคุณภาพสูงขึ้น ผลที่ได้รับคือ ลูกค้าสามารถเข้าถึงและเข้าใจในสินค้าและบริการมากขึ้น รวมไปถึงการอยากทดลองสินค้าและบริการใหม่ ๆ ที่นำเสนอ”


พนักงานมีความรู้ ลูกค้ามีความรู้ เข้าใจในสิ่งที่เราต้องการนำเสนอ สุดท้ายลูกค้าจะกลายเป็นพวกเดียวกับเรา ไม่ว่าจะขอให้ลูกค้าทำอะไรเพื่อเรา ทั้งลองสินค้าใหม่ ให้ข้อเสนอแนะในการปรับปรุง ลูกค้าก็จะพร้อมเดินไปกับเรา เท่ากับว่าเราพัฒนาสินค้าไปพร้อมกับลูกค้า เป็นการสร้างทั้งคุณภาพ ประสบการณ์ และความจงรักภักดีไปพร้อม ๆ กัน ที่สำคัญต้องทำให้มันง่ายและลูกค้าอยากมีส่วนร่วม ที่น่าจะเป็นนิยามของการสร้างประสบการณ์ร่วมที่ดีของ Starbucks

เมื่อมีเครื่องเต็มรสชาติใหม่ และอยากให้ลูกค้าได้รู้จักและทดลอง พนักงานจะนำเสนอให้ลูกค้าทดลองทดสอบและพูดคุย เป็นการรับฟังความคิดเห็นแบบทันที และมีเสน่ห์อย่างที่สุด มักไม่ค่อยเห็นลูกค้าในร้านจะปฏิเสธการมีส่วนร่วม ยกเว้นเสียแต่กำลังยุ่งวุ่นวายกับอะไรบางอย่างเท่านั้น ซึ่งเมื่อเทียบกับวิธีการดั้งเดิมที่กระทำกัน เช่นให้คนไปยืนตามสถานที่ต่าง ๆ พร้อมกระดาษหนา ๆ ปีกหนึ่ง จากนั้นคอยเรียกคนที่ผ่านไปมาเพื่อขอสัมภาษณ์หรือตอบแบบสอบถาม และโดยมากมักจะได้รับการบ่นเยี่ยงไม่ยินดีที่จะตอบ ศิลปะในการเข้าให้ถึงลูกค้าและการให้ได้มาซึ่งข้อมูลที่เราอยากรู้และลูกค้าอยากตอบ เป็นอะไรที่ต้องออกแบบเฉพาะ อย่านำไปใช้วิธีการทั่วไปที่ใช้ซ้ำ ๆ ต่อ ๆ กันมาเป็นอันขาด เพราะนอกจากจะเหนื่อยในการหาลูกค้าเป้าหมายให้ได้จำนวนที่ต้องการแล้ว ยังอาจได้ข้อมูลที่ไม่ถูกต้องครบถ้วนด้วย

และนอกจากการให้ความรู้กับลูกค้าแล้ว Starbucks ยังมีกิจกรรมที่ชื่อว่า "เรื่องเล่าจากการสำรวจลูกค้า" โดยจะเป็นการนำเสนอสถานการณ์การให้บริการที่ผิดพลาดแก่ลูกค้ามาเล่าสู่กันฟัง หลังจากนั้น Partner ทุกคนจะต้องตอบคำถามที่จะนำมาสู่การช่วยกันระดมป้องกันปัญหาที่จะเกิดขึ้นในอนาคต อย่างเช่น

- จากเรื่องเล่า ให้บอกพฤติกรรมที่ทำให้การบริการลดคุณภาพลง มา 3 อย่าง
 - พฤติกรรมอะไรในหนังสือฟ้ากันเปื้อนสีเขียว (คู่มือการปฏิบัติงาน หรือ Work Standard/ Procedure) ที่จะเปลี่ยนสถานการณ์นี้ให้กลับไปเป็นประสบการณ์ที่ดีของลูกค้าได้
- หรือถ้าเป็นระดับหัวหน้างาน ก็จะเจอคำถามประเภท
- คุณจะให้แนวทางแก้ไขอย่างไรกับ Partner ในสถานการณ์นี้

หลายคนชอบวิธีการนี้ แทนที่จะเล่าถึงแต่ว่าสถานการณ์ตอนนั้นคืออะไร คนที่เจอเคยแก้ปัญหาอย่างไรไว้แล้ว ยังเปิดโอกาสให้หลายคน หลายหัว หลายความคิดได้ช่วยกันระดมสมองเพื่อเตรียมการรับมือเอาไว้ เรียกว่าหนึ่งสถานการณ์ แต่มีทางออกที่ถูกคิดเอาไว้แล้วหลากหลายทางทีเดียว เชื่อว่าถึงตรงนี้ใครหลายคนอาจนึกถึงสิ่งที่เรียกว่า "การจัดการความรู้ (Knowledge Management - KM) แม้ Starbucks จะบอกว่าสิ่งที่ตนกำลังทำอยู่นั้นคือ "การฝึกอบรม" แต่จริง ๆ แล้วน่าจะเป็นกระบวนการสร้างอุปนิสัยแห่งการเรียนรู้มากกว่า ที่สำคัญเป็นการสร้างกระบวนการเรียนรู้ร่วมกันเป็นทีม

นี่เป็นเพียงส่วนหนึ่งของกระบวนการบริหารงานบริการอันชาญฉลาดของแบรนด์กาแฟชั้นนำของโลก ในฉบับหน้า มาติดตามปรัชญาแนวคิดในงานบริการ ที่สร้างให้ Starbucks ประสบความสำเร็จได้จนถึงปัจจุบัน 

ภาพจาก: <http://bi.gazeta.pl/im/c3/e3/fb/z165078431F,Na-swiecie-dziala-ponad-23-tys--kawiarni-Starbucks.jpg>
http://media3.snbnews.com/j/news/cms/2015_15/485986/2d274908067021-frappuccino-starbucks-today-150326-tease-streams_desktop_medium_29d2c3a3af35519dfa4c6121144334df_today-inline-large.jpg
<http://cdn.leibish.com/media/mediabank/STARBUCKS.jpg>




สมาคมธนาคารไทย ขอเชิญเข้าร่วมสัมมนา...


พิกัดอัตราศุลกากร ฮาร์โมนิซเอเชีย ฉบับปี 2012

เสาร์ที่ 6 สิงหาคม 2559 เวลา 8.30-16.00 น.
ณ โรงแรมมารี ดอนเมือง






<<สมาคมสโมสรนักลงทุนจัดกิจกรรม IC Site Visit ครั้งที่ 2 **เยี่ยมชมสำนักงานศุลกากร ท่าเรือแหลมฉบัง (จ.ชลบุรี)** เมื่อวันที่ 15 มิถุนายน 2559 โดยเข้าชมระบบงานการจัดการองค์กร เนื่องจากกรมศุลกากรได้นำระบบคอมพิวเตอร์มาใช้ในการบริหารงาน และพัฒนาประสิทธิภาพของข้าราชการให้มีความสอดคล้องกับความเจริญก้าวหน้าทางเศรษฐกิจของประเทศ อีกทั้งได้ปรับปรุงขยายหน่วยงานต่าง ๆ ให้รองรับกับปริมาณงานที่เพิ่มขึ้นในปัจจุบัน โดยมีผู้บริหาร สำนักงานศุลกากรท่าเรือแหลมฉบังกล่าวต้อนรับและนำชมประวัติความเป็นมาขององค์กร พร้อมทั้งให้ความรู้เกี่ยวกับแนวทางการปฏิบัติพิธีการศุลกากรอิเล็กทรอนิกส์ เช่น e-Container, e-Import, e-Export ความรู้เกี่ยวกับการนำเข้าและส่งออก การตรวจสอบเอกสารหลักฐานการผ่านพิธีการศุลกากร ความรู้เกี่ยวกับเขตประกอบการเสรี และคลังสินค้าทัณฑ์บนเขตปลอดอากร จากนั้นเจ้าหน้าที่นำชมระบบการทำงาน Megaports Initiative ภายในท่าเรือแหลมฉบังและดูการตรวจสอบตู้สินค้าด้วยเครื่องเอกซเรย์แบบติดตั้งถาวร (Fixed Type X-Ray) อีกด้วย สำหรับกิจกรรมครั้งนี้ได้รับความสนใจจากสมาชิกและผู้ใช้บริการกว่า 40 ท่าน 

<<เมื่อวันที่ 23 มิถุนายน 2559 สมาคมสโมสรนักลงทุนได้จัดงานสัมมนา **"Introduction to TQM"** ในงาน Automotive Manufacturing Expo 2016 มหกรรมสนับสนุนอุตสาหกรรมยานยนต์นานาชาติ ครั้งที่ 13 ณ ศูนย์นิทรรศการและการประชุมไบเทค บางนา โดยหัวข้อในการสัมมนาครั้งนี้เกี่ยวเนื่องกับการดำเนินงานทางธุรกิจขององค์กรที่เน้นหนักไปในเรื่องคุณภาพ ซึ่ง TQM หรือ Total Quality Management เป็นระบบบริหารการดำเนินงานที่ไม่เพียงแต่ประกันคุณภาพผลิตภัณฑ์และบริการเท่านั้น แต่ยังรวมถึงการประกันคุณภาพทั้งกระบวนการ ซึ่งจะทำให้อุบัติการณ์เกิดความมั่นใจที่ตัวผลิตภัณฑ์และกระบวนการมากยิ่งขึ้น โดยสัมมนาในครั้งนี้ได้รับเกียรติจากคุณวิบูลย์ หัตถ์มณฑล วิทยากรที่ปรึกษาด้านบริหารการผลิต เป็นวิทยากรผู้บรรยายในครั้งนี้ ซึ่งมีหัวข้อการบรรยาย อาทิ แนวคิดและวิวัฒนาการทางด้านคุณภาพ ความหมายและหลักการการบริหารคุณภาพ (Quality Management: QM) ความหมายและหลักการ TQM (Total Quality Management) และ โครงสร้างและองค์ประกอบ TQM (TQM Model) โดยมีผู้เข้าร่วมสัมมนากว่า 50 ท่าน ที่ได้รับความรู้และเทคนิคเพื่อนำไปใช้ในการดำเนินงานให้เป็นไปตามเป้าหมายขององค์กรได้อย่างดี 



IC Activities


<<สมาคมสโมสรนักลงกุนจัดสัมมนา IC Talk on Tour 2016 ในหัวข้อ **"ครบเครื่องเรื่องวัตถุดิบ"** โดยจัดขึ้นเมื่อวันที่ 1 กรกฎาคม 2559 ณ ห้องแสนสุข 4-5 โรงแรมบางแสน เออริเทจ จ.ชลบุรี เพื่อให้ข้อมูลข่าวสาร และสร้างความเข้าใจในการเข้าใช้งานระบบ RMTS-2011 แก่ผู้ใช้บริการในเขตพื้นที่อุตสาหกรรมจังหวัดชลบุรีและพื้นที่ใกล้เคียง โดยวิทยากรผู้เชี่ยวชาญด้านการใช้งานระบบ RMTS-2011 ทั้งด้านสูตรการผลิต การบริหารจัดการงานฐานข้อมูล การส่งปล่อยวัตถุดิบ และการตัดบัญชีวัตถุดิบแบบไร้เอกสารจากสมาคมสโมสรนักลงกุนเป็นวิทยากรบรรยาย

กิจกรรมนี้ยังสามารถทำให้ผู้ใช้บริการได้รับทราบประเด็นปัญหาต่าง ๆ ที่อาจเกิดขึ้น รวมถึงแนวทางการป้องกันและแก้ไขปัญหา เพื่อให้สามารถดำเนินงานได้อย่างถูกต้องและเกิดประสิทธิผลสูงสุด โดยมีผู้ใช้บริการเข้าร่วมกว่า 170 คน 



Supported by:



<< สมาคมสโมสรนักลงกุนจัดกิจกรรม IC Site Visit ศึกษา ดูงาน **บริษัท ไทยน้ำทิพย์ จำกัด** (โรงงานรังสิต) จ.ปทุมธานี เมื่อวันที่ 6 กรกฎาคม 2559 นำโดย คุณสุพรรณิ วชิรปราการสกุล กรรมการสมาคม พร้อมด้วย ผู้เข้าร่วมกิจกรรมจำนวน 26 ท่าน เข้าร่วมชม ฝึกเวิร์ลด์ (Coca Cola World) เส้นทางความสดชื่นของโค้กที่เต็มเปี่ยม ด้วยทุกขั้นตอนแห่งความใส่ใจ ด้วยกระบวนการผลิต ที่ได้รับมาตรฐานสูงสุด เครื่องจักรที่ทันสมัย รวมทั้ง อุปกรณ์ต่าง ๆ ทุกขั้นตอนที่ได้รับการตรวจสอบจากผู้ชำนาญ อย่างสม่ำเสมอ จึงทำให้กำลังการผลิตมีประสิทธิภาพและ มีความปลอดภัย จนเป็นต้นกำเนิดของสินค้าแบรนด์ดัง ระดับโลก และกลายเป็นผู้นำตลาดอุตสาหกรรมน้ำดื่มใน ระดับสากล และมีผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มที่ได้รับความนิยม เป็นอย่างมาก อาทิ โคคา-โคลา, โค้ก ซีโร่, โค้ก ไทท์, แพนต้า, สลิปรัท, เซปส์, รุกเบียร์ เอ แอนด์ ดับบลิว, น้ำส้ม มิทเมด สเปลซ, มิทเมด พัลพี และน้ำดื่มน้ำทิพย์ 





สมาคมสโมสรนักลงทุนขอเชิญเข้าร่วม
สัมมนา IC Talk'59 ครั้งที่ 4



Supported by:



การสร้างยอดขายอย่างยั่งยืน

วันศุกร์ที่ 19 สิงหาคม 2559 เวลา 13.00-16.30 น. ห้องกนิรี โรงแรมมารี ดอนเมือง

หลายองค์กรเมื่อประสบกับปัญหาอยากเพิ่มยอดขาย และมีการประชุมระดมสมองกันระหว่างทีมฝ่ายขายและฝ่ายการตลาด สิ่ง que ทุกคนสรุปกันออกมาจากที่ประชุมคือ การทำรายการส่งเสริมการขายกับตัวสินค้าที่เราอยากมียอดขายที่เพิ่มขึ้น การทำรายการส่งเสริมการขายโดยไม่ได้คำนึงถึงปัจจัยหลักในการเพิ่มหรือสร้างยอดขายก็คือการนำงบประมาณไปใช้โดยไม่ได้ก่อให้เกิดรายได้ขององค์กรนั่นเอง และนี่คือสาเหตุในการที่ทำให้กำไรของบริษัทสูญหายไปโดยเปล่าประโยชน์ ดังนั้นเราจึงควรหันมาตรวจสอบปัจจัยในการดำเนินการสร้างยอดขายของเราว่าเราทำได้ดีมากน้อยเพียงใด หรือ ยังคงขาดปัจจัยไหนไปบ้าง

ค่าธรรมเนียม การอบรม	1 หัวข้อ/ท่าน (ราคารวม VAT)
สมาชิกสมาคม ท่านแรก	ฟรี
สมาชิก ท่านที่ 2 เป็นต้นไป	ท่านละ 856 บาท
บุคคลทั่วไป	ท่านละ 1,284 บาท

ด่วน !!! รับจำนวนจำกัด First come, First serve



วิทยากร

หัวข้อการบรรยาย

- ปัจจัยในการสร้างยอดขาย
- การวิเคราะห์หาปัจจัยในการที่ยอดขายขาดหายไป หรือ การหาโอกาสในการสร้างยอดขาย
- การใช้ปัจจัยแต่ละตัว
- Workshop
- การหาปัจจัยในกลุ่มสินค้าของตัวเอง

***อาจมีการปรับเปลี่ยนตามความเหมาะสม

FREE

สมัครและชำระเงิน 5 ท่าน

BOI Promoted Companies
Directory 2014-2015

มูลค่า 800 บาท



คุณสัมฤทธิ์ ลูวีระพันธ์

ที่ปรึกษาอิสระทางการขายและการฝึกอบรม
ผู้มีประสบการณ์ในการบริหารงานขายมากกว่า 30 ปี อาทิ
ไทยเบฟ บมจ., พรอตเตอร์ แอนด์ แกรมเบอร์ บจก. เป็นต้น

เหมาะสำหรับ

หัวหน้าฝ่ายขายและการตลาด ทีมขาย และผู้ต้องการนำ
ความรู้ไปใช้ในการพัฒนาองค์กร

สอบถามรายละเอียดเพิ่มเติม
แชนแนลลูกค้าสัมพันธ์และสื่อสารองค์กร

☎ 0 2936 1429 ต่อ 203 (เบญจวรรณ) ต่อ 202 (พัชญ์สลักญ์)

✉ โปรดกรอกแบบตอบรับส่งกลับมาที่ โทรสาร 0 2936 1441-2

E-mail: Cus_service@ic.or.th, Benjawank@ic.or.th, phatsalunp@ic.or.th

Member
Zone

กลยุทธ์ สร้างยอดขาย อย่างยั่งยืน

ณัฐพงษ์ วัฒนไทยสวัสดิ์
nuttapongw@ic.or.th

ในภาวะข้าวยากหมากแพง เศรษฐกิจซบเซาและ
เจ็บเหงา ผู้ประกอบการ เจ้าของธุรกิจร้านรวง หรือ
แม้แต่แบรนด์สินค้าชั้นนำ ต่างกระวีกระวาดและกระเสือก
กระสนเพื่อให้ธุรกิจของตนอยู่รอดได้ ภายใต้สงคราม
การค้าที่ทุกหัวระแหงต่างเต็มไปด้วยศัตรูคู่แข่งทั้งรายใหญ่
และรายย่อย กลยุทธ์การสร้างยอดขายและรายรับ จึงถูก
หยิบจับและนำมาใช้ เพื่อให้พนักงานและองค์กรต่าง
แข่งขันและอยู่รอดได้ในสิ่งแวดล้อมธุรกิจนี้

“แล้วเทคนิคการสร้างยอดขายและผลกำไรที่ว่า
มีอะไรบ้าง”

1. **เพิ่มราคา** โดยค่อย ๆ ปรับเพิ่มราคาขึ้นทีละ
น้อยเพื่อไม่ให้ลูกค้ารู้สึก หรือปรับปรุงผลิตภัณฑ์ให้มี
รูปลักษณ์และคุณภาพที่ดีขึ้น เพื่อให้สอดคล้องกับราคา
ที่เพิ่มขึ้น ทั้งนี้ต้องพยายามเน้นให้ลูกค้าให้ความสำคัญ
กับคุณภาพ หรือคุณค่าของผลิตภัณฑ์มากกว่าราคา
บางกรณีหากขึ้นราคาไม่ได้จริง ๆ อาจจะคงราคาไว้
แต่ปรับขนาดของผลิตภัณฑ์

ให้เล็กลง หรือปรับ
ส่วนประกอบบางอย่าง
แต่สิ่งสำคัญคือ
อย่าลืมสำรวจ
ราคาของ
คู่แข่งของ
เราด้วย



2. **พยายามขายเพิ่มเติม** หรือที่เรียกกันว่า “Up
Selling”, “Low Selling”, “Cross Selling” นี้ น คือ อ
เมื่อลูกค้าซื้อสินค้าอย่างหนึ่งแล้วให้พยายามขายสินค้าที่มี
ราคาสูงขึ้น หรือสินค้าที่มีราคาถูกลงกว่า หรือขายสินค้า
ที่ใช้ร่วมกัน เช่น เสนอขายถุงเท้าหรือยาขัดรองเท้าเมื่อ
ลูกค้าซื้อรองเท้า โดยใช้เทคนิคให้ลูกค้าเห็นว่าประหยัดกว่า
หรือได้ประโยชน์มากกว่าในการซื้อสินค้าสองอย่างพร้อม
กัน ในกรณีที่ลูกค้าพอใจสินค้าแต่ไม่สามารถจ่ายตาม
ราคาที่เสนอได้ ให้เสนอสินค้าใกล้เคียงที่ราคาต่ำกว่า
เหมาะสมกับเงินในกระเป๋าของลูกค้า โดยชี้แจงให้เห็นว่ามี
ความแตกต่างเพียงเล็กน้อยเท่านั้น อย่างไรก็ตาม เทคนิค
การพยายามขายเพิ่มแบบนี้ต้องทำในลักษณะไม่ขัดเยียด
ลูกค้าจนเกินไป

3. **ทำรายการ Checklist** พนักงานขายควรทำ
Checklist สินค้าที่ลูกค้าจำเป็นต้องใช้ร่วมกัน เช่น หาก
ลูกค้าซื้อสีทาบ้านแล้วควรเสนอขาย แปรงทาสี กั้นเนอร์
 ฯลฯ เพื่อช่วยยให้คำปรึกษาแก่ลูกค้าและเพิ่มโอกาสในการ
ขายเพิ่ม

4. **สอบถามลูกค้า** พนักงานขายต้องทำตัว
เปรียบเสมือนเป็นที่ปรึกษาสอบถามความต้องการของลูกค้า
และเสนอขายสินค้าที่เหมาะสมกับความต้องการของลูกค้า
ทั้งในด้านรูปแบบและราคา พนักงานขายต้องเป็นผู้ฟังที่ดี
รู้จักตั้งคำถามเพื่อให้ลูกค้าออกความเห็น บอกความ
ต้องการ เพื่อสร้างโอกาสในการขาย ที่สำคัญต้องไม่ทำ
ตัวเป็นผู้เชี่ยวชาญที่เอาแต่สอนลูกค้าจนลูกค้ารำคาญ

5. ให้คำแนะนำเรื่องการผ่อนชำระ ปัจจุบันมีการให้บริการผ่อนชำระเป็นงวด ๆ พนักงานต้องติดต่อบริษัทเหล่านี้เอาไว้เพื่อช่วยในการปิดการขายในกรณีที่ลูกค้าต้องการซื้อ แต่ไม่สามารถชำระเงินก้อนได้ทั้งหมดในคราวเดียว และควรประเมินยอดการผ่อนชำระของลูกค้าให้เหมาะสมด้วย

6. จำหน่ายสินค้าที่หาซื้อที่อื่นไม่ได้ กรณีนี้สามารถเพิ่มยอดขายและกำไรได้อย่างแน่นอน เพราะถ้าลูกค้าไม่ซื้อที่ร้านของท่านก็หาซื้อที่ร้านอื่น ๆ ลำบาก เช่น ขายเสื้อขนาดใหญ่เป็นพิเศษ หากใช้เทคนิคนี้ต้องไม่จ้อลูกค้าด้วยการลดราคาเป็นอันขาด เพราะเหตุผลที่ลูกค้ามาหาที่ร้านเพราะหาซื้อที่อื่นไม่ได้ ที่สำคัญต้องเลือกกลุ่มลูกค้าเป้าหมายให้ชัดเจน และสำรวจตลาด สำรวจคู่แข่งให้ดี

7. การจัดเรียงสินค้า (Display & Merchandising) สินค้าจะต้องจัดเรียงไว้อย่างเด่นชัด มีป้ายราคาหรือวัสดุส่งเสริมการขายชัดเจน สินค้าที่เน้น (กำไรมาก) หรือสินค้าที่ขายดีต้องวางระดับสายตาที่หยิบได้สะดวก และควรมีสินค้าที่มีโปรโมชันเป็นตัวกระตุ้นให้ลูกค้าเข้าร้านด้วย

8. "Impulse Buys" เทคนิคนี้ คือ การจัดเรียงสินค้าที่ซื้อง่าย ราคาไม่แพง ดึงสนใจซื้อง่ายไว้ใกล้ ๆ จุดชำระเงิน เช่น ขนมขบเคี้ยว หมากฝรั่ง ถ่านไฟฉาย ฯลฯ เพราะโดยทั่วไปในระหว่างที่ลูกค้ารอชำระเงินมักจะมองไปรอบ ๆ ซึ่งเป็นโอกาสที่ดีสำหรับสินค้าเหล่านี้ หรือการจัดเรียงสินค้าที่ต้องใช้ด้วยกันไว้ใกล้กันก็เพิ่มโอกาสในการขาย เช่น กระจกไฟฉายและถ่านไฟฉายจัดวางไว้ใกล้กัน เป็นต้น

9. เสนอขายสินค้าเป็นชุดหรือขายจำนวนมาก เช่น สินค้าบรรจุ 3 ชิ้น, 6 ชิ้น ขายในราคาพิเศษ ซึ่งการทำเช่นนี้เป็นการเพิ่มยอดขายในเวลาเดียวกัน ที่สำคัญคือต้องให้ลูกค้าเห็นว่าถูกกว่าเมื่อซื้อจำนวนมากขึ้น และควรใช้กับสินค้าที่ลูกค้าต้องใช้ประจำ เช่น พงชกฟอก น้ำอัดลม สบู่ ยาสีฟัน เป็นต้น

10. ใช้เครื่องมือ CRM (Customer Relation Management) ในการเพิ่มยอดขาย โดยการจดจำความต้องการของลูกค้าแต่ละราย ทักทายลูกค้าด้วยชื่อและตำแหน่งที่ถูกต้อง หรือจัดเตรียมสินค้าที่ลูกค้าซื้อประจำให้พร้อม เมื่อลูกค้าเกิดความประทับใจจะทำให้ลูกค้าซื้อบ่อยขึ้น และบ่อยขึ้น จนเกิดเป็นลูกค้าขาประจำในที่สุด

11. ฝึกอบรมพนักงานขาย เพื่อให้เข้าใจงานขาย และเข้าใจลูกค้าอย่างแท้จริง มีความเป็นมืออาชีพ รู้จริงในเรื่องของสินค้าที่เสนอขาย มีความอ่อนน้อม มีสัมมาคารวะ เพื่อสร้างความประทับใจให้ลูกค้าและเพิ่มโอกาสในการขาย

12. ให้บริการพิเศษหรือรางวัลพิเศษเมื่อลูกค้าซื้อถึงเป้า เช่น บริการส่งถึงบ้าน หรือแถมของแถมที่สำคัญต้องแสดงออกในลักษณะที่ทำให้ด้วยความเต็มใจ และขอบคุณลูกค้าอย่างยิ่งที่ช่วยซื้อเพิ่ม ห้ามพูดจาในลักษณะที่วางกติกาวางเงื่อนไข ในทางตรงกันข้ามต้องพูดในลักษณะเสนอแนะ เช่น หากลูกค้าช่วยซื้อเพิ่มอีกเท่านั้นเท่านั้น ก็สมนาคุณด้วยสินค้าพิเศษหรือบริการพิเศษ เป็นต้น



13. ตั้งเป้าหมายยอดขายให้พนักงานแต่ละคน โดยมีรางวัลพิเศษเป็นตัวกระตุ้น แต่ต้องไม่ตั้งเป้าหมายสูงเกินความสามารถของพนักงานหรือสูงเกินความเป็นจริง และควรตั้งเป้าสำหรับทีมขายด้วย เพราะหากพนักงานขายไม่สามารถทำได้ตามเป้าหมายรายบุคคลยังสามารถช่วยทีมให้ถึงเป้าและรับส่วนแบ่งได้

14. รายการส่งเสริมการขายต่าง ๆ เช่น การแจกของแถม การให้ส่วนลด การนำชิ้นส่วนเก่ามาแลกซื้อสินค้าใหม่ในราคาพิเศษ หรือคูปองจับฉลากส่วนลดในการซื้อสินค้าอื่น ๆ ทั้งนี้ ต้องเลือกให้เหมาะสมกับสินค้าและเป้าหมาย รวมทั้งต้องติดตามการส่งเสริมการขายนั้น ๆ ว่าคุ้มทุนและได้กำไรตามที่ต้องการหรือไม่


15. การส่งเสริมการขายร่วมกับพันธมิตรธุรกิจ ที่เรียกกันว่า "Co-Promotion" โดยการมีพันธมิตรทางธุรกิจไว้ช่วยกันทำการส่งเสริมการขายร่วมกัน เช่น ถ้าทำธุรกิจอู่รถยนต์อาจจะทำการส่งเสริมการขายร่วมกับกิจการล้างรถ เป็นต้น

ทั้งหมดนี้เป็นเพียงบางส่วนของ การดำเนินธุรกิจ โดยใช้กลยุทธ์การสร้างยอดขายมาเป็นตัวกระตุ้นในการทำธุรกิจให้ดำเนินไปได้อย่างยั่งยืน ทั้งนี้สมาคมสมาชิกลงทุนจะจัดบรรยายในหัวข้อ "การสร้างยอดขายอย่างยั่งยืน" ในวันศุกร์ที่ 19 สิงหาคม 2559 เวลา 13.00-16.30 น. ห้องกินรี โรงแรมอมารี ดอนเมือง โดยผู้เข้าร่วมสัมมนาจะได้รับความเข้าใจถึงปัจจัยในการสร้างยอดขายอย่างยั่งยืน และทำความเข้าใจในการดำเนินการของปัจจัยแต่ละตัว สามารถทดลองประยุกต์การใช้ปัจจัยต่าง ๆ รวมทั้งหาปัจจัยหลักในกลุ่มสินค้าของตัวเองได้ สนใจสามารถสอบถามข้อมูลเพิ่มเติมที่ โทร 0 2936 1429 ต่อ 203 (คุณเบญจวรรณ) ต่อ 202 (คุณพัชญาสสัจญ์)



Think about it



“โลกวันนี้ ไม่ใช่แค่บริหารอย่างไรให้ธุรกิจ
หรือองค์กรเข้มแข็ง ยอดขายเติบโตและ
ทำกิจกรรมเพื่อสังคม (CSR)
แต่ที่สำคัญ คือ จะอยู่อย่างไร
ทำอย่างไรให้องค์กรของเราเข้าไปอยู่ใน
เวทีโลกแบบสมศักดิ์ศรี” 

คุณชวาน สิริวัฒนภักดี

ประธานกรรมการบริหาร บริษัท โอเอซี กรุ๊ป จำกัด (มหาชน)

ที่มา >> <http://www.thairath.co.th/content/337349>

ภาพจาก >> <http://www.prachachat.net/online/2014/05/140065944414006594781.jpg>



สมาคมสโมสรนักลงทุน ขอเชิญเข้าร่วมสัมมนา...

กฎหมาย การค้าระหว่างประเทศ

วันที่ 23-24 สิงหาคม 2559 เวลา 08.30-16.00 น.
โรงแรมอมารี ดอนเมือง กรุงเทพฯ



Join Now

สมัครสมาชิกจดหมายข่าว ICN
คลิก www.ic.or.th โดยไม่เสียค่าใช้จ่าย

สอบถามข้อมูลเพิ่มเติม โทร 0 2936 1429 ต่อ 209, 211
โทรสาร 0 2936 1529



Computer Lab for Rent



บริการให้เช่า

ห้องปฏิบัติการคอมพิวเตอร์



สมาคมสโมสรนักลงทุน

เปิดให้บริการห้องปฏิบัติการคอมพิวเตอร์ ณ อาคารทีพีแอนด์ที ชั้น 12 ด้วยเครื่องคอมพิวเตอร์ที่ทันสมัยและมีประสิทธิภาพที่สามารถรองรับการฝึกอบรมและพัฒนาทักษะความรู้ด้านคอมพิวเตอร์ให้กับทุกองค์กร

อัตราค่าบริการ

	จำนวน/เครื่อง	ราคา/บาท
อัตราค่าบริการ ครึ่งวัน (เหมา)	20	4,500
	30	6,000
	45	7,500

	จำนวน/เครื่อง	ราคา/บาท
อัตราค่าบริการ เต็มวัน (เหมา)	20	6,500
	30	9,000
	45	12,000

FREE

- LCD Projector
- เครื่องเสียงพร้อมไมโครโฟน
- อินเทอร์เน็ต 1 Gbps (LAN)
- ที่จอดรถภายนอกอาคาร (ตลอดวัน)
- Coffee break zone

หมายเหตุ:

1. ราคาดังกล่าวยังไม่รวมภาษีมูลค่าเพิ่ม
2. ราคาดังกล่าวเป็นราคาวินิจฉัย (จันทร์-ศุกร์ เวลา 08.00-17.00 น.)
3. ค่าบริการในวันเสาร์-อาทิตย์ และวันหยุดของสมาคม ครึ่งวันเพิ่ม 2,000 บาท / เต็มวันเพิ่ม 3,000 บาท
4. นอกเวลา เพิ่มชั่วโมงละ 500 บาท / กรณีเพิ่มเครื่อง เครื่องละ 300 บาท
5. ที่จอดรถภายในอาคารฟรี 1 ชม. / คัน (ถัดไป ชม. ละ 20 น. / คัน)
6. อนุญาตให้นำอาหารว่างและอาหารกล่องเข้ามารับประทานได้

สอบถามรายละเอียดเพิ่มเติม

0 2936 1429 ต่อ 212 e-mail: isc@ic.or.th www.ic.or.th

ได้เวลา ทวนหน้า

INSPIRE MY
WORK

เล่าหลิน

เมื่อขึ้นพอดี้คำ สีส้มสดแสนนุ่ม รสชาติละมุนลิ้นแบบละลายในปาก ไม่ต้องมีเครื่องเคียงก็สัมผัสถึงความหวาน...หลายท่านคงนึกออกว่าเมนูนี้คือเมนูอะไร? ปลาแซลมอนนั่นเอง

หากท่านเคยชมสารคดีเกี่ยวกับปลาแซลมอนเมื่อถึงฤดูวางไข่ ฟองปลาแซลมอนจะดิ้นรนผ่านกระแสน้ำอันเชี่ยวกราก เพื่อขึ้นไปวางไข่เป็นแนวยาวราว 1 เมตร ลึกราว 50 ซม. โดยวางไข่สีส้มแดงหรือชมพูเข้มและใสครึ่งละ 2,000 ฟอง ถึง 10,000 ฟอง เพื่อรอการปฏิสนธิกับสเปิร์มของตัวผู้ และไข่จะฟักออกเป็นตัวอ่อนราว 3-4 เดือน ซึ่งสะท้อนให้เห็นว่าแซลมอนนั้นต้องใช้ทั้งความพยายาม ความอดทน และความกล้าหาญไปพร้อม ๆ กัน

จัดการอย่างเข้มแข็ง

มีผู้กล่าวไว้ว่า “แซลมอน หากไม่รู้จักรถการว่ายทวนน้ำ ก็ไม่ต่างอะไรกับไปไม้เท้า ๆ สิ้นไร้ทั้งความหวังและความฝัน” หากเปรียบกับการดำเนินชีวิตของมนุษย์ก็เช่นเดียวกัน เหมือนการอยู่ในมหาสมุทรอันกว้างใหญ่ ขึ้นอยู่กับว่าฤดูมรสุมจะพัดมาเมื่อไร และเราจะผ่านไปไม่ได้หรือไม่ สิ่งสำคัญคือ ร่างกายพร้อม ใจพร้อม เมื่อนั้นคุณย่อมมีแต่คำว่าทำได้เสมอ”

ดังนั้น ความเข้มแข็งทางจิตใจ¹ (Resilience) จึงเป็นความสามารถของบุคคลในการปรับตัวและฟื้นตัวภายหลังที่พบกับเหตุการณ์วิกฤตหรือสถานการณ์ที่ก่อให้เกิดความยากลำบาก ซึ่งถือเป็นคุณสมบัติหนึ่งที่ช่วยให้บุคคลผ่านพ้นปัญหาอุปสรรคและดำเนินชีวิตต่อไปได้ โดยคนที่มีความเข้มแข็งทางจิตใจต้องประกอบด้วย 3 คุณลักษณะ ได้แก่

1. มีความทนทานทางอารมณ์ มีใช้ให้ท่านอดทนจนกดดันตนเอง แต่หมายถึง การมีอารมณ์ที่มั่นคง ไม่อ่อนไหวง่าย ไม่ถูกกระตุ้นง่าย ไม่เครียดง่าย สามารถทนต่อสภาวะความกดดันรูปแบบต่าง ๆ ได้ และมีวิธีจัดการกับอารมณ์ให้สงบและกลับมามั่นคงเหมือนเดิมได้ หรือทางศาสนาเปรียบได้ดั่งการมีสตินั่นเอง

2. มีกำลังใจ คือ การมีจิตใจที่มุ่งมั่นสู่เป้าหมายที่ต้องการ ไม่ท้อถอย มีที่พึ่งที่ปรึกษา เมื่อพบกับความยากลำบากหรือวิกฤต บางครั้งการจับจดอยู่กับตนเอง ทำให้มองไม่เห็น การเว้นวรรคพูดคุยกับผู้อื่นบ้างอาจทำให้ได้เห็นมุมมองที่แตกต่างไปจากเดิม

3. มีการจัดการกับปัญหา การมีมุมมองทางบวกต่อปัญหา ไม่มีปัญหา มีการหาข้อมูล และมีแนวทางในการแก้ไขปัญหา โดยมองปัญหาไว้ไม่เป็นปัญหา แต่ถือเป็นโอกาส ให้เราได้คิดหาแนวทางใหม่ ๆ ในการดำเนินชีวิต เพราะหากชีวิตไร้อุปสรรคก็เหมือนขาดสีสันที่จะพบหนทางใหม่



หากเปรียบกับปลาแซลมอน การจะฝ่ากระแสน้ำได้ ต้องอาศัยความทนทานทางอารมณ์ กำลังใจ และการจัดการปัญหา เพราะระยะทางการเดินทางกว่า 2,000 ไมล์ต่อตัว หรือ ประมาณ 3,000 กิโลเมตรนั้น ต้องพบโขดหินหรือแม้แต่สัตว์ร้าย ฉะนั้นแซลมอนต้องมีความเข้มแข็งทางใจสูง และมีเพียงคำเดียวในสมอง คือ ต้องไปให้ถึง

¹ คุณวีร์ เมฆวิสัย; สำนักพัฒนาสุขภาพจิต

แนวทางการเสริมสร้างความเข้มแข็งทางใจ ต้องอาศัย 2 ปัจจัย คือ

ปัจจัยภายนอก คือ สิ่งแวดล้อมที่เกื้อหนุนและท้าทายให้ใช้ความสามารถ

ปัจจัยภายใน คือ บุคลิกภาพและมุมมองต่อปัญหา


ซึ่งสามารถฝึกฝนและพัฒนาขึ้นได้ คนที่มีความเข้มแข็งทางใจจะต้องรู้จักฝึกฝนตนเองในเรื่องดังต่อไปนี้

1. เป็นคนไม่ตีโพยตีพายเมื่อเกิดปัญหา และนำสิ่งเหล่านั้นมาเป็นบทเรียน
2. สามารถสงบจิตใจ จัดการกับอารมณ์ หลั่งพลาสมาได้
3. มีมุมมองต่อชีวิตในทางบวก รู้จักสร้างพลังใจให้ตนเอง ชื่นชมตนเอง
4. ควบคุมอารมณ์ ความคิด และพฤติกรรมของตนเองได้อย่างเหมาะสม
5. ศรัทธาในศาสนา ยึดมั่นในจารีตประเพณีและวัฒนธรรม
6. มีทักษะในการสื่อสาร การสร้างมิตร รู้จักต่อรอง และขอความช่วยเหลือ
7. มีทักษะในการแก้ปัญหา รู้จักหาทางออก รู้จักวางแผนในอนาคตอย่างเหมาะสม
8. มีสัมพันธภาพที่ดีกับคนใกล้ชิด และมีอารมณ์ขัน
9. มีการช่วยเหลือผู้อื่นตามความสามารถและศักยภาพ

การมีจิตใจที่เข้มแข็ง พร้อมเผชิญเหตุการณ์ต่าง ๆ ที่ไม่คาดฝันจึงนับเป็นสิ่งสำคัญ เพื่อเป็นเกราะกำบังและเป็นเครื่องมือในการพัฒนาทักษะทางจิตใจ และความสามารถในการดำเนินชีวิตให้มีความพร้อมในการเผชิญปัญหา สามารถจัดการกับวิกฤตต่าง ๆ ได้อย่างมีประสิทธิภาพ ดังพระบรมราโชวาทในพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวฯ ตอนหนึ่งว่า

“ถ้าถูกแดดถูกฝน อนาคตเข้มแข็งแรงก็ไม่เป็นอะไร ทำให้แข็งแรง จิตใจก็เหมือนกัน เมื่อประสบอุปสรรค และสิ่งที่ไม่พึงปรารถนา เราก็อ่อนแอ แต่ถ้าจิตใจเราแข็งแรง แข็งแรงดี อุปสรรคนั้นจะทำให้สามารถที่จะทำให้มีอำนาจจิตดีขึ้นมีกำลังใจมากขึ้น สิ่งที่เป็นอุปสรรค สิ่งที่ทำให้เราอ่อนแอใจ ไม่เป็นพลาสมาต่อตัวเรากลับทำให้ใจเราแข็งแรง แข็งแรง”



ดังนั้น เพียงท่านไม่ชิงดีหรือย่อหย่อนกับการใช้ชีวิตจนเกินไป ความเข้มแข็งทางจิตใจย่อมส่งผลให้เกิดความคิดและสติปัญญาที่พร้อมมุ่งมั่น และหลังจากนี้เมื่อท่านทานปลาแซลมอนทุกคำอย่าลืมนึกถึงพลังที่เข้มแข็งของพวกมัน 

ภาพประกอบ: http://cdn.nanxiongandi.com/bing/SpawningSalmon_JA-JP226944381.jpg



สมาคมสโมสรนักлонกุลนขอเซญูเข้าร่วมสัมนา

สิทธิพิเศษทาง

ภาษีศุลกากร

กับเขตการค้าเสรี

FTA

วันที่ 30 สิงหาคม 2559 เวลา 8.30-16.00 น.

ณ โรงแรมมารี ดอนเมือง กรุงเทพฯ



IN-HOUSE TRAINING

- ประหยัดค่าใช้จ่าย
- ติช่นเนื้อหาเฉพาะองค์กร

หลักสูตรด้านการส่งเสริมการลงทูน

ชื่อหลักสูตร	จำนวน (วัน)	ค่าธรรมเนียมการจัดฝึกอบรม	
		25 ท่าน	35 ท่าน
1 ข้อควรรู้เกี่ยวกับการส่งเสริมการลงทูน	1 วัน	32,000	35,000
2 วิธีการขอเปิดดำเนินการ สำหรับกิจการที่ได้รับส่งเสริมการลงทูน	1 วัน	32,000	35,000
3 วิธีปฏิบัติเกี่ยวกับเครื่องจักรและอุปกรณ์ สำหรับกิจการที่ได้รับส่งเสริมการลงทูน	1 วัน	32,000	35,000
4 วิธีปฏิบัติเกี่ยวกับส่วนสูญเสยวัตถุดิบ สำหรับกิจการที่ได้รับส่งเสริมการลงทูน	1/2 วัน	23,000	25,000
5 วิธีปฏิบัติเกี่ยวกับวัตถุดิบและวัสดุจำเป็น สำหรับกิจการที่ได้รับส่งเสริมการลงทูน	1 วัน	32,000	35,000

หมายเหตุ :

- อัตรารวมค่าวิทยากร เอกสารการฝึกอบรม ค่าเดินทาง และค่าดำเนินการ
- **ไม่รวม**ภาษีมูลค่าเพิ่ม 7% และค่าที่พัก (ถ้ามี)
- **อัตราค่าธรรมเนียมเฉพาะการจัดฝึกอบรมในพื้นที่กรุงเทพฯ และปริมณฑล เฉพาะวันทำการ (จันทร์-ศุกร์) เท่านั้น**
- อัตราค่าธรรมเนียมที่ระบุในเอกสาร อาจมีการเปลี่ยนแปลงตามความเหมาะสม ขึ้นอยู่กับรูปแบบการฝึกอบรม จำนวนผู้เข้าอบรม จำนวนวัน รายละเอียดเพิ่มเติมของเนื้อหา และอื่นๆ
- สมาคมขอสงวนสิทธิ์ห้ามบันทึกภาพและ/หรือเสียงในการอบรมทุกหลักสูตรทุกกรณี
- ค่าใช้จ่ายในการฝึกอบรมสามารถหักลดหย่อนภาษีได้ **200%**

สอบถามรายละเอียดเพิ่มเติม





หลักสูตรด้านศุลกากร และอื่น ๆ

ชื่อหลักสูตร		จำนวน (วัน)	ค่าธรรมเนียมการจัดฝึกอบรม	
			25 ท่าน	35 ท่าน
1	เกณฑ์การคำนวณกำไรสุทธิทางบัญชี VS ภาษีอากร พร้อมการจัดทำงบการเงินสำหรับกิจการที่ได้รับการส่งเสริมการลงทุน	1	40,000	43,000
2	กฎหมายศุลกากรและวิธีการจัดเก็บภาษีอากร	1	40,000	43,000
3	สิทธิประโยชน์ศุลกากรภายใต้ AEC	1	40,000	43,000
4	สิทธิประโยชน์ทางภาษีอากรด้านเขตปลอดอากร (Free Zone) และเขตประกอบการเสรี (I-EA-T Free Zone)	1	40,000	43,000
5	กฎว่าด้วยถิ่นกำเนิดสินค้า (Rules of Origin)	1	40,000	43,000
6	พิธีการทางศุลกากรระบบใหม่และสิทธิประโยชน์ทางภาษีอากรระบบอิเล็กทรอนิกส์	2	78,000	85,000
7	การตรวจสอบหลังการตรวจปล่อย ความผิด และการดำเนินคดีศุลกากร (Post Review Post Audit Investigation Audit)	1	47,000	50,000
8	การจัดเตรียมเอกสารเพื่อการค้าระหว่างประเทศ และ Incoterm2010	1	45,000	48,000
9	ระบบการวางแผนจัดซื้อ	1	51,000	54,000
10	การบริหารการจัดซื้อ จัดเก็บ และจัดส่ง	1	45,000	48,000
11	เทคนิคการจัดระบบบริหารคลังสินค้า	1	45,000	48,000

และอีกหลากหลายหลักสูตร เพื่อพัฒนาองค์กร และบุคลากร

- หลักสูตรด้านบริหารการผลิต อาทิ 5ส TPM TQM Kaizen
- หลักสูตรด้านบัญชี และภาษี
- หลักสูตรด้านการนำเข้า-ส่งออก
- หลักสูตรด้านกฎหมาย อาทิ กฎหมายเพื่อการค้าระหว่างประเทศ
- หลักสูตรด้านโลจิสติกส์และซัพพลายเชน
- หลักสูตรด้านบริหารจัดการองค์กร (Management)
- หลักสูตรด้านการบริหารทรัพยากรบุคคล (Manpower)
- หลักสูตรด้านการตลาด (Marketing)
- ฯลฯ



วันสัมมนา	ชื่อหลักสูตร	สถานที่จัด	วิทยากร	อัตราค่าสัมมนา	
				สมาชิก	บุคคลทั่วไป
หลักสูตรส่งเสริมการลงทุน					
2 ก.ค. 2559 (09.00 - 16.00 น.)	วิธีเปิดดำเนินกิจการสำหรับกิจการที่ได้รับส่งเสริมการลงทุน ครั้งที่ 3/2559	โรงแรม อมารี คอนโดเมือง กรุงเทพฯ ๙ (ถนนวิภาวดีรังสิต)	วิทยากรจาก BOI	2,675	3,745
9 ก.ค. 2559 (09.00 - 17.00 น.)	วิธีปฏิบัติเกี่ยวกับเครื่องจักรและอุปกรณ์สำหรับกิจการที่ได้รับส่งเสริมการลงทุน ครั้งที่ 6/2559	ห้องอบรมคอมพิวเตอร์ ชั้น 12 สมาคมสโมสรนักลงทุน (ถนนวิภาวดีรังสิต)	วิทยากรจาก BOI และ สมาคมสโมสรนักลงทุน	2,675	3,745
23 ก.ค. 2559 (09.00 - 16.00 น.)	วิธีปฏิบัติเกี่ยวกับวัตถุดิบและวัสดุจำเป็นสำหรับกิจการที่ได้รับส่งเสริมการลงทุน ครั้งที่ 5/2559	โรงแรม อมารี คอนโดเมือง กรุงเทพฯ ๙ (ถนนวิภาวดีรังสิต)	วิทยากรจาก BOI	3,210	3,745
24 ก.ค. 2559 (09.00 - 12.00 น.)	การใช้สิทธิและประโยชน์ยกเว้นภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาสำหรับกิจการที่ได้รับส่งเสริมการลงทุน ครั้งที่ 2/2559	โรงแรม เซ็นทารา แกรนด์ เซ็นทรัลพลาซ่า ลาดพร้าว กรุงเทพฯ ๙ (ถนนวิภาวดีรังสิต)	วิทยากรจาก BOI	1,605	1,926
29 - 31 ก.ค. 2559 (09.00 - 17.00 น.)	วิธีปฏิบัติหลังได้รับการส่งเสริมการลงทุน ครั้งที่ 4/2559 (รับวุฒิบัตร)	โรงแรม อมารี คอนโดเมือง กรุงเทพฯ ๙ (ถนนวิภาวดีรังสิต)	วิทยากรจาก BOI และ สมาคมสโมสรนักลงทุน	5,350	6,420
6 ส.ค. 2559 (09.00 - 16.00 น.)	ข้อควรระวังเกี่ยวกับการส่งเสริมการลงทุน ครั้งที่ 4/2559	โรงแรม อมารี คอนโดเมือง กรุงเทพฯ ๙ (ถนนวิภาวดีรังสิต)	วิทยากรจาก BOI	2,675	3,745
20 ส.ค. 2559 (09.00 - 17.00 น.)	วิธีปฏิบัติเกี่ยวกับเครื่องจักรและอุปกรณ์สำหรับกิจการที่ได้รับส่งเสริมการลงทุน ครั้งที่ 7/2559	ห้องอบรมคอมพิวเตอร์ ชั้น 12 สมาคมสโมสรนักลงทุน (ถนนวิภาวดีรังสิต)	วิทยากรจาก BOI และ สมาคมสโมสรนักลงทุน	2,675	3,745
27 ส.ค. 2559 (09.00 - 16.00 น.)	วิธีปฏิบัติเกี่ยวกับวัตถุดิบและวัสดุจำเป็นสำหรับกิจการที่ได้รับส่งเสริมการลงทุน ครั้งที่ 6/2559	โรงแรม อมารี คอนโดเมือง กรุงเทพฯ ๙ (ถนนวิภาวดีรังสิต)	วิทยากรจาก BOI	3,210	3,745
27 ส.ค. 2559 (09.00 - 16.00 น.)	หลักเกณฑ์และปัญหาการใช้สิทธิและประโยชน์ที่ได้รับตาม พ.ร.บ. ส่งเสริมการลงทุน	โรงแรม อมารี คอนโดเมือง กรุงเทพฯ ๙ (ถนนวิภาวดีรังสิต)	วิทยากรจาก BOI	2,675	3,745

หลักสูตรการบริหารจัดการ					
2 ก.ค. 2559 (09.00 - 16.00 น.)	สิทธิประโยชน์ทางภาษีอากรด้านเขตปลอดอากร (Free Zone) และเขตประกอบการเสรี (I-EA-T Free Zone)	โรงแรม อมารี คอนโดเมือง กรุงเทพฯ ๙ (ถนนวิภาวดีรังสิต)	วิทยากรจากกรมศุลกากร	2,675	3,745
9 - 10 ก.ค. 2559 (09.00 - 16.00 น.)	พิธีการทางศุลกากรระบบใหม่และสิทธิประโยชน์ทางภาษีอากรระบบอิเล็กทรอนิกส์ (e-Customs & e-Tax Incentive)	โรงแรม อมารี คอนโดเมือง กรุงเทพฯ ๙ (ถนนวิภาวดีรังสิต)	วิทยากรจากกรมศุลกากร	4,815	5,885
12 ก.ค. 2559 (09.00 - 16.00 น.)	กฎว่าด้วยถิ่นกำเนิดสินค้า (Rules of Origin)	โรงแรม อมารี คอนโดเมือง กรุงเทพฯ ๙ (ถนนวิภาวดีรังสิต)	วิทยากรจากกรมศุลกากร	2,675	3,745
14 ก.ค. 2559 (09.00 - 16.00 น.)	กลยุทธ์การชำระเงินการค้าระหว่างประเทศประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC) เพื่อการส่งออกและนำเข้า	โรงแรม อมารี คอนโดเมือง กรุงเทพฯ ๙ (ถนนวิภาวดีรังสิต)	คุณพิชญ พัทย์ศักดิ์เสรี	3,210	4,280
27 ก.ค. 2559 (09.00 - 16.00 น.)	การบริหารการจัดซื้อ จัดเก็บ และจัดส่ง	โรงแรม อมารี คอนโดเมือง กรุงเทพฯ ๙ (ถนนวิภาวดีรังสิต)	คุณกมลทิพย์ จันทรนิส	2,675	3,745
28 ก.ค. 2559 (09.00 - 16.00 น.)	ทักษะสำคัญสำหรับผู้จัดการยุคใหม่ (Essential Skills for Modern Managers)	โรงแรม แกรนด์สุโขทัย กรุงเทพฯ (ถนนสุขุมวิท ซอย 6)	คุณเรนท ครือโสภณ	3,745	4,815
2 ส.ค. 2559 (09.00 - 16.00 น.)	ความเสี่ยงในการทำ L/C และการป้องกัน (L/C Fraud & Protection)	โรงแรม อมารี คอนโดเมือง กรุงเทพฯ ๙ (ถนนวิภาวดีรังสิต)	คุณบุญเลิศ สุภาพา	2,675	3,745
6 ส.ค. 2559 (09.00 - 16.00 น.)	พิทาคัดราคาผลการอาร์โมในอาเซียน ฉบับปี 2012	โรงแรม อมารี คอนโดเมือง กรุงเทพฯ ๙ (ถนนวิภาวดีรังสิต)	วิทยากรจากกรมศุลกากร	2,675	3,745
16 ส.ค. 2559 (09.00 - 16.00 น.)	INCOTERMS®2010 ัจ้องบังคับทางการค้าระหว่างประเทศ	โรงแรม อมารี คอนโดเมือง กรุงเทพฯ ๙ (ถนนวิภาวดีรังสิต)	คุณจิระชัย ปิยะพงษ์	2,675	3,745
19 ส.ค. 2559 (13.00 - 16.30 น.)	การยื่นแบบและการคำนวณภาษีเงินได้บุคคลครึ่งปี (ก.จ.ค. 51) สำหรับกิจการที่ได้รับส่งเสริมการลงทุน (อยู่ระหว่างการขออนุมัติ CPD&CPA)	โรงแรม เซ็นทารา แกรนด์ เซ็นทรัลพลาซ่า ลาดพร้าว กรุงเทพฯ	คุณเบ็ญจ งามนั	1,605	1,926
23 - 24 ส.ค. 2559 (09.00 - 16.00 น.)	กฎหมายการค้าระหว่างประเทศ	โรงแรม อมารี คอนโดเมือง กรุงเทพฯ ๙ (ถนนวิภาวดีรังสิต)	ดร.อิทธิกร จำเริญ, ผ.ดร.ไพฑูริย์ เอกเจริญรศ.พิศุภประภวาล จันทรชัช	4,815	5,885
27 - 28 ส.ค. 2559 (09.00 - 16.30 น.)	เทคนิคการจัดทำบัญชีต้นทุนสำหรับธุรกิจอุตสาหกรรม (อยู่ระหว่างการขออนุมัติ CPD&CPA)	โรงแรม อมารี คอนโดเมือง กรุงเทพฯ ๙ (ถนนวิภาวดีรังสิต)	รศ.ดร.พรรณนิภา สอดธรรมะ	5,350	6,420
30 ส.ค. 2559 (09.00 - 16.00 น.)	สิทธิพิเศษทางภาษีศุลกากรกับเขตการค้าเสรี FTA	โรงแรม อมารี คอนโดเมือง กรุงเทพฯ ๙ (ถนนวิภาวดีรังสิต)	วิทยากรจากกรมศุลกากร	2,675	3,745

หลักสูตรการใช้งานระบบ RMTS-2011 และ eMT online					
10 ก.ค. 2559 (09.00 - 17.00 น.)	วิธีเตรียมข้อมูลงานสิทธิประโยชน์สำหรับเครื่องจักรด้วยระบบอิเล็กทรอนิกส์ (eMT online) ครั้งที่ 6/2559	ห้องอบรมคอมพิวเตอร์ ชั้น 12 สมาคมสโมสรนักลงทุน (ถนนวิภาวดีรังสิต)	วิทยากรจาก BOI และ สมาคมสโมสรนักลงทุน	1,605	2,675
24 ก.ค. 2559 (09.00 - 17.00 น.)	วิธีการส่งปล่อยและตัดบัญชีวัตถุดิบด้วยระบบคอมพิวเตอร์ (RMTS-2011) ครั้งที่ 5/2559	โรงแรม อมารี คอนโดเมือง กรุงเทพฯ ๙ (ถนนวิภาวดีรังสิต)	วิทยากรจาก สมาคมสโมสรนักลงทุน	1,605	2,675
25 ก.ค. 2559 (09.00 - 16.00 น.)	วิธีการส่งปล่อยและตัดบัญชีวัตถุดิบด้วยระบบ IC Online System ครั้งที่ 5/2559	ห้องอบรมคอมพิวเตอร์ ชั้น 12 สมาคมสโมสรนักลงทุน (ถนนวิภาวดีรังสิต)	วิทยากรจาก สมาคมสโมสรนักลงทุน	1,070	1,070
21 ส.ค. 2559 (09.00 - 17.00 น.)	วิธีเตรียมข้อมูลงานสิทธิประโยชน์สำหรับเครื่องจักรด้วยระบบอิเล็กทรอนิกส์ (eMT online) ครั้งที่ 7/2559	ห้องอบรมคอมพิวเตอร์ ชั้น 12 สมาคมสโมสรนักลงทุน (ถนนวิภาวดีรังสิต)	วิทยากรจาก BOI และ สมาคมสโมสรนักลงทุน	1,605	2,675
28 ส.ค. 2559 (09.00 - 17.00 น.)	วิธีการส่งปล่อยและตัดบัญชีวัตถุดิบด้วยระบบคอมพิวเตอร์ (RMTS-2011) ครั้งที่ 6/2559	โรงแรม อมารี คอนโดเมือง กรุงเทพฯ ๙ (ถนนวิภาวดีรังสิต)	วิทยากรจาก สมาคมสโมสรนักลงทุน	1,605	2,675
29 ส.ค. 2559 (09.00 - 16.00 น.)	วิธีการส่งปล่อยและตัดบัญชีวัตถุดิบด้วยระบบ IC Online System ครั้งที่ 6/2559	ห้องอบรมคอมพิวเตอร์ ชั้น 12 สมาคมสโมสรนักลงทุน (ถนนวิภาวดีรังสิต)	วิทยากรจาก สมาคมสโมสรนักลงทุน	1,070	1,070

หมายเหตุ อัตราค่าสัมมนานี้รวมภาษีมูลค่าเพิ่มแล้ว



สนใจสำรองที่นั่งเข้าร่วมสัมมนาได้ที่ คุณวิลาสินี หรือ คุณกาญจนา
 แผนกฝึกอบรมและบริการนักลงทุน โทรศัพท์ 0-2936-1429 ต่อ 205, 206 โทรสาร 0-2936-1441-2
 E-mail : is-investor@ic.or.th หรือ ดูรายละเอียดเพิ่มเติมได้ที่ www.ic.or.th