

SME

# STANDBY

VOLUME 04/2 | Jan-Feb 2024



## เปิด 6 เทรนด์ นำลงทุนสำหรับ SME ปี 2024

Free magazine  
for SME entrepreneurs  
presented by



จัดทำโดย

ฝ่ายบริหารการตลาดธุรกิจไมโครเอสเอ็มอี

ธนาคารไทยเครดิต จำกัด (มหาชน)

123 อาคารไทยประกันชีวิต ถนนรัชดาภิเษก

แขวงดินแดง เขตดินแดง กรุงเทพมหานคร 10400

Call Center: 0 2697 5454

Website: <https://sme.thaicreditbank.com>

คณะที่ปรึกษา

วิญญู ไชยวรรณ

รอยย์ ออคุสตินีส กุณารา

นาธิส กฤตวรานนท์

บรรณาธิการบริหาร

ศันสนีย์ เจริญตระกูล

กองบรรณาธิการ

เบญจวรรณ มีวอน

กฤตวิทย์ วิชัยคำมาตย์

นพัตรร พลอามาตย์

กัลย์ริดา ชาตินันทฤกษ์

กราฟิกดีไซน์เนอร์

พิชามล พระโนราช

สุกฤษฏี สมบูรณ์

# EDITOR'S TALK

สวัสดีปีใหม่ 2567 ปีนี้คงเป็นอีกปีที่มีความท้าทายสำหรับ SME ในการดำเนินธุรกิจซึ่งคงจะมีเรื่องราวอีกมากมายที่เข้ามาเป็นบททดสอบเพิ่มความแข็งแกร่งและสร้างประสบการณ์ใหม่ๆ ให้กับ SME อย่างไรก็ตามก็ขอให้ทุกคนประสบความสำเร็จ ธุรกรรมการค้าเจริญรุ่งเรือง เหมือนอย่างที่ตั้งใจเอาไว้ทุกประการ

สำหรับนิตยสาร SME STANDBY ในฉบับนี้ ขอเป็นผู้ช่วยสร้างการเติบโตให้ธุรกิจของ SME ด้วยการนำข้อมูล รวมถึงเคล็ดลับต่างๆ เกี่ยวกับเทรนด์ธุรกิจที่คาดการณ์ว่าจะมาแรงในปี นี้ มาเป็นแนวทางการทำธุรกิจให้ SME อาทิ เทรนด์เกี่ยวกับสุขภาพ เทรนด์คนรักสัตว์ เทรนด์ของผู้สูงวัย ฯลฯ นอกจากนี้ยังมีเรื่องราวเกี่ยวกับเทคนิคการทำตลาด ไม่ว่าจะเป็นการจัดการกับอีเมลลูกค้า การใช้โซเชียลมีเดียอย่างอินสตาแกรม ในการสร้างแบรนด์ธุรกิจ รวมถึงมีตัวช่วยในการพักผ่อน และวิธีกำจัดความเครียดมาฝากอีกด้วย

SME สามารถติดตามสาระน่ารู้เกี่ยวกับการทำธุรกิจได้เป็นประจำทุกๆ 2 เดือน โดยสามารถอัปเดตและติดตามบทความดีๆ จากเราได้ผ่านช่องทาง STANDBY Community ของไทยเครดิต SME กล่าวให้ แล้วพบกันใหม่ในฉบับต่อไป

ขอให้ทุกท่านเพลิดเพลินกับการอ่าน  
กองบรรณาธิการ SME STANDBY



SME กล้าให้

STAND  BY

เคียงข้าง SME

# CONTENTS

## สารบัญ

### 01 News Update

ไทยเครดิต SME กล่าวให้ จัดงาน Exclusive Dinner ทบคุณลูกค้าพร้อม STANDBY  
ผลักดันเครื่องช่วยผู้ประกอบการธุรกิจไมโครเอสเอ็มอี 6

ไทยเครดิต SME กล่าวให้ ตอกย้ำจุดยืน STANDBY จัดอบรมหลักสูตร Micro MBA รุ่นที่ 1 8

### 02 SME Trendy

5 เคล็ดลับช่วยซาร์จแบตเตอรี่ SME ในวันที่พักผ่อนน้อย 10

SME ต้องรู้สวัสดิการแบบไหนโดนใจลูกน้องแต่ละ Gen บ้าง 12

Food Tech จับกระแสนวัตกรรมอาหารสุดเจ๋ง เป็นธุรกิจใหม่ให้ SME 14

### 03 Cover Story

เปิด 6 เทรนด์ธุรกิจนำलगุนสำหรับ SME ปี 2024 18

### 04 SME Success Story

ข้าวหน้าเนื้อคุ่มสี่ ที่ขายได้ 3 ล้านชาม โดยไม่มีหน้าร้าน 24

### 05 SME Playbook

6 เทคนิคสร้างแบรนด์ SME บน Instagram 28

4 วิธีเปลี่ยนยอดขายสุดเป็กให้กลับมาปัง 30

6 เรื่องที่ควรรู้ ก่อนเริ่มต้นธุรกิจเฟรนไชส์ 32

SME เลิกปวดหัวแค่จัดการธุรกิจด้วยบัญชีเดียว 34



## ไทยเครดิต SME กล้าให้ จัดงาน Exclusive Dinner ขอบคุณลูกค้า พร้อม STANDBY พลักดันเครือข่าย ผู้ประกอบการธุรกิจไมโครเอสเอ็มอี

ธนาคารไทยเครดิต จำกัด (มหาชน) จัดงาน THAI CREDIT SME KLA-HAI EXCLUSIVE DINNER 2023 ขอบคุณลูกค้าสินเชื่อ SME กล้าให้ พร้อมพลักดันสร้างเครือข่ายผู้ประกอบการไมโครเอสเอ็มอี ตอกย้ำความมุ่งมั่นของธนาคารที่พร้อม STANDBY สนับสนุนการดำเนินธุรกิจของผู้ประกอบการไมโครเอสเอ็มอี ตามปรัชญา Everyone Matters ทุกคนคือคนสำคัญ โดยคุณวิญญู ไชยวรรณ ประธานเจ้าหน้าที่บริหาร คุณกฤษณา อร่ามกุลชัย และคุณนาริส กฤตวรานนท์ ผู้ช่วยกรรมการผู้จัดการ กลุ่มบริหารธุรกิจไมโครเอสเอ็มอี ให้เกียรติต้อนรับผู้เข้าร่วมงานและร่วมพูดคุยแลกเปลี่ยนประสบการณ์ธุรกิจ พร้อมเชิญอาจารย์มาศ เคหาสน์ธรรม ชินแสสงจัยชื่อดัง มาให้คำแนะนำด้านการจัดจรงจัยธุรกิจ เมื่อวันที่ 2 ธันวาคม 2566 ณ ห้องศาลาไทย บอลรูม โรงแรมแบงค็อก แมริออท มาร์คีส์ ควีนส์ปาร์ค กรุงเทพฯ



**คุณวิญญู ไชยวรรณ ประธานเจ้าหน้าที่บริหาร ธนาคารไทยเครดิต จำกัด (มหาชน)** กล่าวว่า “ธนาคารไทยเครดิต มุ่งมั่นสนับสนุนการดำเนินธุรกิจของผู้ประกอบการไมโครเอสเอ็มอี ซึ่งถือเป็นกระดูกสันหลังสำคัญทางเศรษฐกิจของไทย พร้อม STANDBY เคียงข้างลูกค้าทุกช่วงเวลา หนะเดียวกับธนาคารฯ ก็คงไม่สามารถเติบโตอย่างก้าวกระโดดได้ หากขาดการสนับสนุนจากลูกค้าทุกท่าน ธนาคารฯ จึงถือโอกาสนี้จัดงานเลี้ยงอาหารค่ำ แทนคำขอบคุณแก่ลูกค้า ที่ไว้วางใจเลือกใช้บริการสินเชื่อ SME กล้าให้ ของธนาคารฯ ด้วยดีเสมอมา”



**คุณนารัส กฤตวรานนท์ ผู้ช่วยกรรมการผู้จัดการ กลุ่มบริหารธุรกิจไมโครเอสเอ็มอี ธนาคารไทยเครดิต จำกัด (มหาชน)** กล่าวว่า “การจัดงานในครั้งนี้เป็นโอกาสอันดีที่ธนาคารฯ และลูกค้าที่เป็นผู้ประกอบการไมโครเอสเอ็มอีได้มาพูดคุยแลกเปลี่ยนประสบการณ์การทำงานร่วมกัน เพื่อนำไปสู่การพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการของธนาคารฯ ให้ดียิ่งขึ้น สามารถตอบโจทย์ความต้องการของลูกค้าได้ครอบคลุมมากขึ้น ในขณะเดียวกันก็เป็นโอกาสที่ดีสำหรับลูกค้าที่มาร่วมงานในการหาพันธมิตรใหม่ๆ ซึ่งเป็นไปตามแนวทางของธนาคารฯ ที่ต้องการให้เกิดการสร้างเครือข่ายผู้ประกอบการธุรกิจไมโครเอสเอ็มอีที่แข็งแกร่ง ของขอบคุณลูกค้าทุกท่านที่ให้การยอมรับมาร่วมงาน ครั้งนี้ด้วยครับ”

# ไทยเครดิต SME กล่าวให้ ตอกย้ำจุดยืน STANDBY จัดอบรมหลักสูตร Micro MBA รุ่นที่ 1



ธนาคารไทยเครดิต จำกัด (มหาชน) ตอกย้ำจุดยืน STANDBY เคียงข้างผู้ประกอบการไมโครเอสเอ็มอี จัดโครงการอบรมหลักสูตรพัฒนาผู้บริหารธุรกิจไมโครเอสเอ็มอี รุ่นที่ 1 “Micro MBA” โดย สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์ (นิด้า) เพื่อเสริมศักยภาพการดำเนินธุรกิจของผู้ประกอบการไมโครเอสเอ็มอี โดย คุณ นาริส กฤตวรานนท์ ผู้ช่วยกรรมการผู้จัดการ กลุ่มบริหารธุรกิจไมโครเอสเอ็มอี ธนาคารไทยเครดิต พร้อมด้วย ผศ.ดร.ปิยะ งามเจริญมงคล ผู้อำนวยการโครงการ Professional MBA และอาจารย์ประจำคณะบริหารธุรกิจ สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์ ให้เกียรติกล่าวต้อนรับผู้เข้าอบรม ณ ห้องอบรม ศูนย์นวัตกรรมทางธุรกิจ สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์



คุณนาริส กฤตวรานนท์ ผู้ช่วยกรรมการผู้จัดการ กลุ่มบริหารธุรกิจไมโครเอสเอ็มอี ธนาคารไทยเครดิต จำกัด (มหาชน) กล่าวว่า “การทำธุรกิจในปัจจุบันมีการแข่งขันที่รุนแรงมากขึ้น จากสภาวะแวดล้อมที่มีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว ไม่ว่าจะเป็นการเปิดตลาดเขตการค้าเสรีต่างๆ ทำให้มีคู่แข่งรายใหม่ๆ ในตลาดมากขึ้น หรือความก้าวหน้าอย่างรวดเร็วของเทคโนโลยีที่ส่งผลต่อพฤติกรรมผู้บริโภคในหลายด้าน ด้วยเล็งเห็นถึงความสำคัญของการพัฒนาศักยภาพธุรกิจไมโครเอสเอ็มอีไทยให้สามารถแข่งขันในตลาดได้อย่างทัดเทียม ธนาคารไทยเครดิต จึงได้จัดโครงการอบรมหลักสูตรพัฒนาผู้บริหารธุรกิจไมโครเอสเอ็มอี รุ่นที่ 1 “Micro MBA” ให้กับลูกค้าที่เป็นผู้ประกอบการไมโครเอสเอ็มอี เพื่อเพิ่มทักษะ อัปเดตข้อมูลความรู้ใหม่ๆ เป็นเครื่องมือเสริมแกร่งในการดำเนินธุรกิจและแข่งขันในตลาด อีกทั้งยังเป็นการขอบคุณลูกค้าที่เลือกใช้ผลิตภัณฑ์สินเชื่อ SME กล้าใจของธนาคารฯ”

“ที่สำคัญการจัดอบรมในครั้งนี้ยังถือเป็นโอกาสอันดีสำหรับผู้เข้าอบรมในการหาพันธมิตรใหม่ๆ ซึ่งเป็นไปตามแนวทางของธนาคารฯ ที่ต้องการให้เกิดการสร้างเครือข่ายผู้ประกอบการธุรกิจไมโครเอสเอ็มอีที่แข็งแกร่ง ทั้งยังสะท้อนให้เห็นถึงความมุ่งมั่นของธนาคารฯ ที่พร้อม STANDBY เคียงข้างลูกค้าไมโครเอสเอ็มอีทุกช่วงเวลา เป็นที่พึ่งพิงในช่วงเวลาที่ยากลำบาก หรือเป็นแรงผลักดันให้ผู้ประกอบการพัฒนาศักยภาพในการดำเนินธุรกิจให้ก้าวหน้าไปอีกขั้น” นายนาริส กล่าว



โครงการอบรมหลักสูตรพัฒนาผู้บริหารธุรกิจไมโครเอสเอ็มอี รุ่นที่ 1 “Micro MBA” มุ่งเน้นความรู้ด้านกลยุทธ์การตลาดในยุคดิจิทัลและกลยุทธ์การบัญชี ออกแบบและพัฒนาหลักสูตรโดย สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์ (นิด้า) ใช้การบรรยายทฤษฎีแนวทางปฏิบัติที่ทันสมัย ร่วมกับการทำเวิร์กช็อป โดยรวบรวมปัญหาที่พบ ระดมสมอง วิเคราะห์ปัญหา อภิปราย และยกตัวอย่างประกอบจากกรณีศึกษาที่เกิดขึ้นจริง อบรมโดยวิทยากรซึ่งเป็นคณาจารย์จากคณะบริหารธุรกิจ และคณะอื่นๆ จากสถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์ เป็นเวลา รวม 3 วัน ณ ห้องอบรม ศูนย์นวัตกรรมทางธุรกิจ สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์



# 5 เคล็ดลับ ช่วยชาร์จแบตเตอรี่ ให้ SME ในวัน ที่พักผ่อนน้อย

ขึ้นชื่อว่าเป็นเจ้าของธุรกิจ ในแต่ละวัน SME คงหนีไม่พ้นกับการระหัดระหาญและงานที่ถาโถมเข้ามามากมายวันหยุดเสาร์อาทิตย์ก็อาจจะไม่ได้พักผ่อนเหมือนกับคนอื่นๆ จนอาจทำให้เกิดผลกระทบกับสุขภาพกายและใจตามมาได้ เพื่อเป็นการดูแลสุขภาพให้สดใส แจ่มใสอยู่เสมอ เรามีเคล็ดลับในการดูแลสุขภาพเป็นตัวช่วย SME ไว้ชาร์จแบตเตอรี่ในวันพักผ่อนน้อยก็ตาม

**เลือกกินอาหารดีมีประโยชน์** บางครั้งเวลาเหนื่อยๆ หากได้กินของอร่อย รสชาติที่ถูกต้องก็จะช่วยทำให้แบตเตอรี่ใกล้หมดกลับมาเต็มได้อีกครั้ง แต่จะให้ได้ต่อสุขภาพ แนะนำให้ SME กินอาหารที่มีประโยชน์ครบ 5 หมู่ด้วย ทุกมือก็จะดียิ่งขึ้น





**นอนน้อยแต่นอนนะ** คนในวัยทำงานควรนอนให้ได้ประมาณ 7-8 ชั่วโมงและควรเข้านอนในช่วง 4-5 ทุ่ม ซึ่งเป็นช่วงเวลาที่ร่างกายจะหลั่งโกรทฮอร์โมน (Growth Hormone) ออกมาเพื่อฟื้นฟูและดูแลเซลล์ต่างๆ ในร่างกาย แต่หากไม่สามารถนอนได้ครบตามเวลาที่กำหนด แนะนำให้หาเวลาจับพักผ่อนระหว่างวันก็จะช่วยสร้างความสดชื่น เต็มพลังให้ SME กลับมาลุยงานต่อได้

**นั่งสมาธิ สงบจิตใจ** วิธีนี้ถือเป็นการพักผ่อนในอีกรูปแบบหนึ่ง ที่ทำให้ SME ได้อยู่กับตัวเอง ช่วยลดความกังวลใจและคลายเครียดได้ โดยอาจลองเริ่มนั่งสมาธิในเวลาสั้นๆ ก่อน แล้วค่อยๆ เพิ่มเวลาขึ้น เช่น ใน 1 วัน ควรหาเวลาว่างสัก 10 นาที บอกเลยว่าคนดังที่ประสบความสำเร็จระดับโลกก็ยกให้นั่งสมาธิดูเป็นหนึ่งในหนทางไปสู่ความสำเร็จเลยทีเดียว



**ดูหนังและฟังเพลง** แม้ทำงานจะหนักแค่ไหน แต่การเอาตัวเองออกจากความเครียดสักพักหนึ่ง ด้วยการดูหนัง หรือฟังเพลงเพราะๆ ระหว่างทำงาน ก็จะช่วยทำให้ร่างกายและจิตใจได้ผ่อนคลายจากความเครียดทำให้สมองปลอดโปร่งและอาจช่วยทำให้เรากลับมาคิดแก้ไขปัญหาในเรื่องที่เครียดไว้ได้อีกด้วย

**ยิ้มเข้าไว้** แน่แน่นอนว่าในการทำธุรกิจจะต้องเจอกับปัญหาและอุปสรรคมากมายที่เข้ามาท้าทายจิตใจแต่ไม่ว่าจะเจอกับอะไร หากยิ้มสู้ ตั้งสติ และหายใจเข้าลึกๆ มองปัญหาในแง่บวก ก็จะช่วยให้สถานการณ์คลี่คลายได้ง่าย นอกจากจะคลายเครียดแล้วยังเหมือนเป็นการได้ชาร์จแบตให้ตัวเองด้วยนั่นเอง



# SME ต้องรู้!! สวัสดิการแบบไหน โดนใจลูกน้องแต่ละ Gen บ้าง

การเป็นเจ้าของธุรกิจ นอกจากต้องบริหารธุรกิจให้เติบโตแล้ว สิ่งที่เราคาดไม่ถึงก็คือการดูแลเรื่องสวัสดิการของลูกน้องที่เป็นกำลังสำคัญของบริษัทให้อยู่กับเราไปนานๆ ซึ่งลูกน้องแต่ละ Gen ก็จะมีสไตล์ความชอบที่แตกต่างกันเพื่อช่วยเจ้าของธุรกิจจัดสวัสดิการให้กับลูกน้องได้อย่างตรงใจ ลองดูข้อมูลที่เรานำมาฝากกันเลย





## กลุ่ม Gen X

คนที่เกิดระหว่างปี  
พ.ศ.2508-2522 (อายุ 43 – 57 ปี)

- อันดับ 1 : โบนัส
- อันดับ 2 : วันหยุดวันลา
- อันดับ 3 : เงินออม
- อันดับ 4 : ประกันสุขภาพ
- อันดับ 5 : ประกันสังคม

## กลุ่ม Gen Y

คนที่เกิดระหว่างปี  
พ.ศ.2523-2543 (อายุ 22 – 42 ปี)

- อันดับ 1 : วันหยุดวันลา
- อันดับ 2 : โบนัส
- อันดับ 3 : ประกันสุขภาพ
- อันดับ 4 : ประกันสังคม
- อันดับ 5 : ค่าล่วงเวลา

## กลุ่ม Gen Z

คนที่เกิดระหว่างปี  
พ.ศ.2523-2543 (อายุ 12 – 21 ปี)

- อันดับ 1 : วันหยุดวันลา
- อันดับ 2 : โบนัส
- อันดับ 3 : ประกันสังคม
- อันดับ 4 : อาหารกลางวันฟรี
- อันดับ 5 : ค่าเบี้ยขยัน

# Food Tech

## จับกระแสนวัตกรรม

### อาหารสุดเจ๋ง ปันธุรกิจใหม่

### ให้ SME

เรียกได้ว่ากำลังเป็นกระแสฮือฮาไม่น้อยกับ Food Technology ที่นับวันจะยิ่งรุดหน้าไปไกลจนทำให้เราได้เห็นนวัตกรรมการผลิตอาหารแบบใหม่ๆ ไม่ว่าจะเป็น Plant Based Food อาหารที่มาจากพืช อย่างเช่น ถั่วเห็ด ข้าวโอ๊ต ฯลฯ และล่าสุดกับนวัตกรรมอาหารสุดเจ๋ง ที่สามารถสร้าง “เนื้อสัตว์” จาก “อากาศ” ขึ้นมาทดแทนเนื้อสัตว์จริงๆ ในอนาคต เราจึงได้จับเทรนด์ Food Tech ที่กำลังมาแรงเพื่อเป็นไอเดียในการพัฒนาผลิตภัณฑ์และปลุกปั้นธุรกิจสำหรับ SME



# 5 เทรนด์ Food Tech มาแรง

## 1. อาหารแห่งอนาคต (Future Food)

บริษัทสตาร์ทอัพหรือแม้แต่ผู้ผลิตรายใหญ่ของโลกต่างให้ความสนใจและเร่งพัฒนานวัตกรรมอาหารของตัวเองออกมา อย่างเช่น Air Protein เนื้อสัตว์ จากอากาศ นวัตกรรมอาหารที่ได้ไอเดียมาจากการวิจัยของ NASA ที่พยายามหาวิธีสร้างแหล่งอาหารให้กับนักบินอวกาศ ซึ่งไอเดียนี้ได้ถูกสตาร์ทอัพแห่งหนึ่งในอเมริกานำมาวิจัยค้นคว้าต่อ จนค้นพบวิธีการสร้างเนื้อสัตว์ จากอากาศขึ้นมากดแทน ด้วยกระบวนการผลิตที่คล้ายการทำโยเกิร์ต อย่างการหมักจุลินทรีย์ในกลุ่ม Hydrogenotrophic ซึ่งสามารถเปลี่ยนก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์ (CO2) ให้เป็นสารอาหารได้



## 2. 3D PRINTING เครื่องพิมพ์อาหารกินเอง

เทคโนโลยีสุดล้ำที่นึกอยากจะกินอะไรก็ได้ใส่วัตถุดิบลงในเครื่องพิมพ์สามมิติแล้วขึ้นรูป รอเพียงไม่กี่นาทีก็พร้อมเสิร์ฟได้ทันที โดยอาหารที่พิมพ์เสร็จแล้วก็จะมีหน้าตาเหมือนจริงและผ่านการทำให้สุกด้วยการอบ ทอด หรือปรุงสุกในรูปแบบต่างๆ ก่อนที่จะเสิร์ฟ แม้เทคโนโลยีนี้กำลังอยู่ในขั้นตอนของการวิจัย แต่ถ้าผลิตออกมาได้สำเร็จเมื่อไหร่ เชื่อว่าต้องกลายเป็นกระแสและกลายเป็นที่นิยมแน่นอน



### 3. อาหารส่วนบุคคล (Personalized Food)

นวัตกรรมอาหารที่ถูกออกแบบมาเพื่อสุขภาพเฉพาะบุคคล เป็นอาหารที่มีสารอาหารที่จำเป็นและเหมาะสมกับการใช้ชีวิต สุขภาพ และพันธุกรรมในแต่ละบุคคล เพื่อตอบสนองสุขภาพที่ดีอย่างยั่งยืน และยังรวมถึงอาหารของกลุ่มผู้ควบคุมน้ำหนัก กลุ่มนักกีฬา กลุ่มผู้ป่วยโรคไม่ติดต่อ เรื้อรัง และกลุ่มผู้สูงอายุ ฯลฯ



### 4. “ขนมขบเคี้ยว” ไม่ใช่แค่ของกินเล่น

เนื่องจากผู้บริโภคปัจจุบันซึ่งส่วนใหญ่จะเป็นชาวมิลเลนเนียม (Millennials) ผู้ที่เกิดตั้งแต่ปี 1980 – 2003 หรือช่วงอายุตั้งแต่ 18 -37 ปี ซึ่งมีประมาณ 63% มักเลือกบริโภคขนมแทนอาหารมื้อหลักกันเป็นส่วนใหญ่ ทำให้เส้นแบ่งระหว่างอาหารมื้อหลักและของทานเล่นเริ่มจะถูกพसानเข้าด้วยกัน โดยขนมเพื่อสุขภาพมีอัตราการเติบโตเร็วที่สุดสำหรับการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ เช่น ขนมที่ทำจากผักหรือเห็ด เป็นต้น



### 5. เทรนด์ความแปลกใหม่

เพิ่มลูกเล่นให้กับอาหาร ไม่ว่าจะเป็นการใช้ กลิ่น รสชาติ สี หรือ เนื้อสัมผัสของอาหารที่หลากหลายมากขึ้นเพื่อสร้างประสบการณ์ใหม่ๆ ให้แก่ลูกค้าที่ชื่นชอบความแปลกใหม่ เช่น Kit Kat ได้เปิดตัวช็อกโกแลตรสชาติใหม่อย่างช็อกโกแลตกับทิม ที่เป็นสีชมพูสดใส และมีรสชาติออกเปรี้ยวนิดๆ เหมือนผสมเบอร์รี่ ถือเป็นนวัตกรรมสำคัญและวิวัฒนาการของวงการช็อกโกแลต จากเดิมที่มีเพียงแค่ คาร์กช็อกโกแลต มิลค์ช็อกโกแลต และไวท์ช็อกโกแลต



# เปิด 6 เทรนด์ธุรกิจน่าลงทุน สำหรับ SME ปี 2024

สำหรับปี 2024 นี้ เรียกว่ามีธุรกิจที่น่าลงทุนสำหรับ SME อยู่มากมาย โดยส่วนมากก็จะ  
เป็นเทรนด์ธุรกิจที่ต่อยอดมาจากปีที่ผ่านมา ซึ่งจากการคาดการณ์ของผู้เชี่ยวชาญใน  
หลายด้านต่างก็ให้ความเห็นไปในทางเดียวกันว่า 6 เทรนด์ที่จะมาแรงและเป็นโอกาสที่ดี  
สำหรับ SME ในการลงทุนนั้น จะมีดังต่อไปนี้

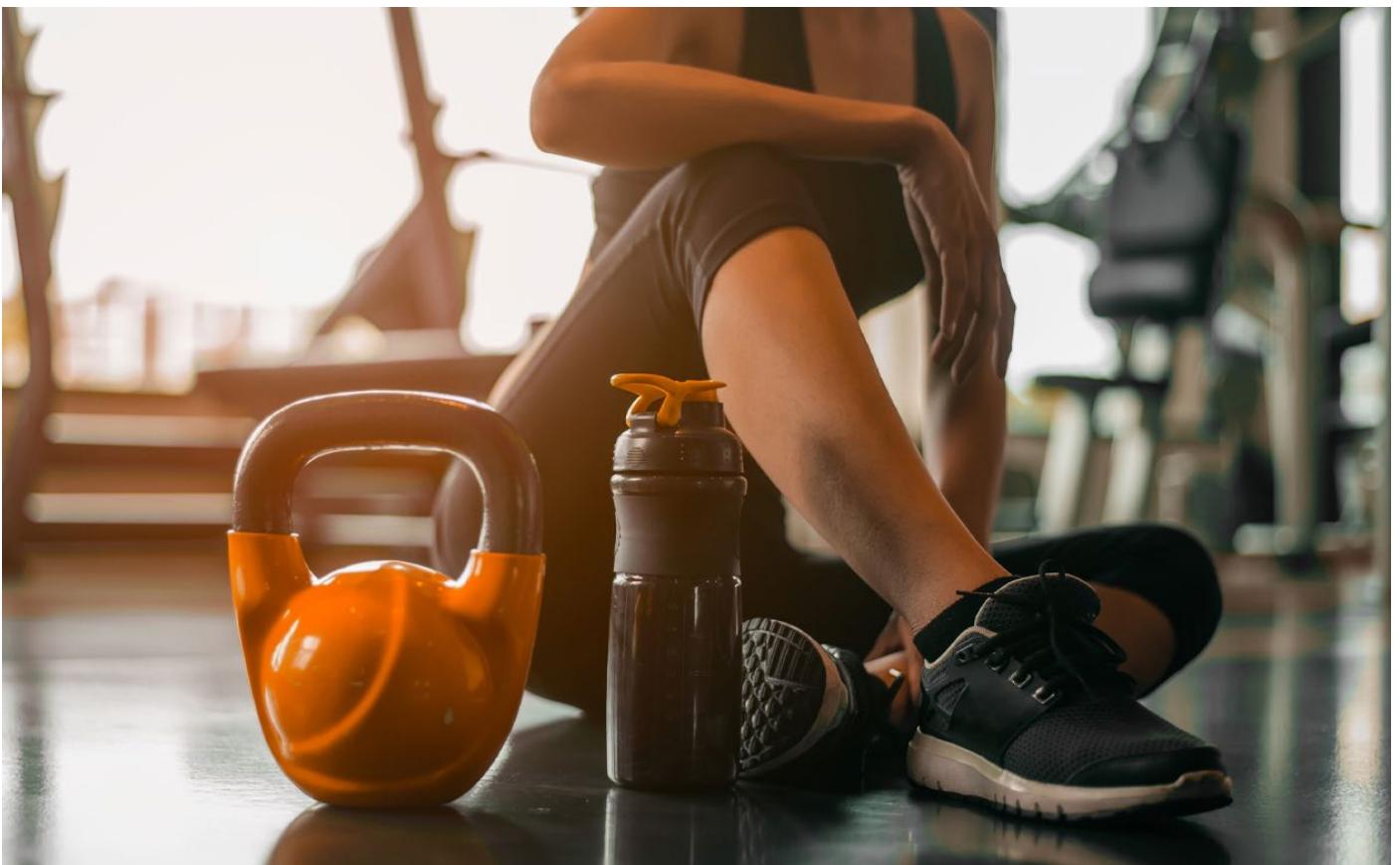


## 1. เทรนด์ Health & Wellness

ธุรกิจเกี่ยวกับสุขภาพและความงามยังคงเป็นเทรนด์ยอดนิยมไม่ใช่แค่ในประเทศไทย แต่ในต่างประเทศก็ยังสามารถเติบโตได้อีก เพราะด้วยโรคภัยต่างๆ ที่เกิดขึ้น บางโรคก็เป็นโรคใหม่ ยิ่งทำให้คนเพิ่มความสนใจในการดูแลตัวเองกันมากขึ้น

## 2. เทรนด์ รักษ์โลก

ไม่ว่าจะเป็นธุรกิจเกี่ยวกับการรีไซเคิล ธุรกิจสีเขียวที่ผลิตสินค้าจากธรรมชาติ ลดการทำลายสิ่งแวดล้อม ลดปริมาณขยะ นับเป็นเมกะเทรนด์ที่ผู้บริโภคยุคใหม่จะหันมาใช้ใส่ใจสังคมและไม่ได้คิดแต่ผลประโยชน์ของตัวเอง แต่เพียงอย่างเดียว





### 3. วิกฤต Pet Parents

เป็นกระแสธุรกิจที่จับเอาความรักสัตว์ เป็นทาสน้องหมา น้องแมว หรือสัตว์โลกน่ารักอื่นๆ อย่าง นก หนู กระต่าย มาต่อยอดเพื่อสร้างธุรกิจ เช่น ธุรกิจเกี่ยวกับอาหารสัตว์ ธุรกิจบริการสัตว์เลี้ยง อย่างโรงแรม โรงพยาบาล สปาและธุรกิจสินค้าอุปโภคบริโภคสัตว์เลี้ยง ก็ยังได้รับความนิยมและเป็นเทรนด์ที่จะมาแรงอย่างแน่นอน

### 4. วิกฤต Aging Societies

ธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับคนสูงวัย ไม่ว่าจะเป็นไลฟ์สไตล์ ผลิตภัณฑ์หรือบริการในหลายรูปแบบ เช่น ธุรกิจอาหารเพื่อสุขภาพ ธุรกิจฟิตเนสเทรนเนอร์ เฉพาะทางสำหรับผู้สูงอายุ สถานดูแลผู้สูงอายุ





## 5. เทรนด์ความปลอดภัยจากการใช้ AI

ด้วยความก้าวหน้าของเทคโนโลยีและความฉลาดของ AI ที่มีความสามารถหรือมากกว่ามนุษย์ในบางเรื่อง จนทำให้เกิดช่องว่างในเรื่องของความปลอดภัยต่อข้อมูลผู้ใช้งานเกิดขึ้น ดังนั้น ธุรกิจที่เกี่ยวกับความปลอดภัยจากการใช้ AI จึงมีความสำคัญอย่างยิ่งในอนาคต

## 6. เทรนด์ “ความจางลงของช่องว่างระหว่าง Gen”

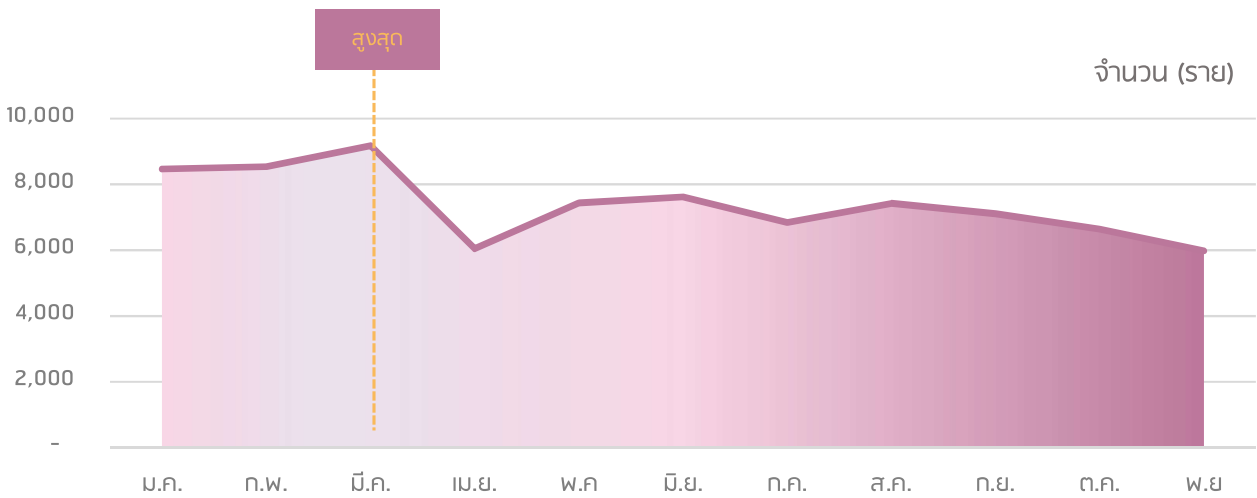
เช่น ธุรกิจที่สามารถเชื่อมคนต่าง Gen ให้เข้าถึงกันได้ สิ่งที่ธุรกิจต้องให้ความสนใจ คือ การแสดงแบรนด์ที่มีลักษณะเฉพาะของตัวเองและต้องทราบว่าลูกค้าเป้าหมายหลักมีลักษณะและไลฟ์สไตล์การใช้ชีวิตเป็นอย่างไร เพื่อให้ธุรกิจ หรือแบรนด์ของเรามีตัวตน หรือมีลักษณะเฉพาะ ฯลฯ อย่างแน่นอน



นี่คือ 6 เทรนด์ธุรกิจที่จะมาแรงในปี 2024 หาก SME อ่านข้อมูลแล้ว สนใจหรือคิดว่าธุรกิจไหนน่าลงทุน ก็เตรียมตัวกันให้พร้อมเพื่อคว้าโอกาสที่ดีมาก่อนใคร

# ข้อมูลสถิติการจดทะเบียนนิติบุคคล ประจำเดือน พฤศจิกายน 2566

การจัดตั้ง ปี 2566 (ม.ค. - พ.ย.)



## ข้อมูลการจัดตั้งเดือน พฤศจิกายน 2566

ตั้งเดือน พ.ย. จำนวน **5,979** ราย มูลค่าทุนจดทะเบียน **25,272.84** ล้านบาท

จำนวนการจัดตั้ง ลดลง จากเดือน ต.ค. = -668 ราย คิดเป็น -10.05%  
(ตั้งเดือน ต.ค. จำนวน 6,647 ราย)

ประเภท	จำนวน (ราย)	%	ทุน (ล้านบาท)	%
ขายส่ง/ขายปลีก	1,846	30.87%	3,858.92	15.27%
ผลิต	628	10.50%	4,352.67	17.22%
บริการ	3,505	58.62%	17,061.24	67.51%

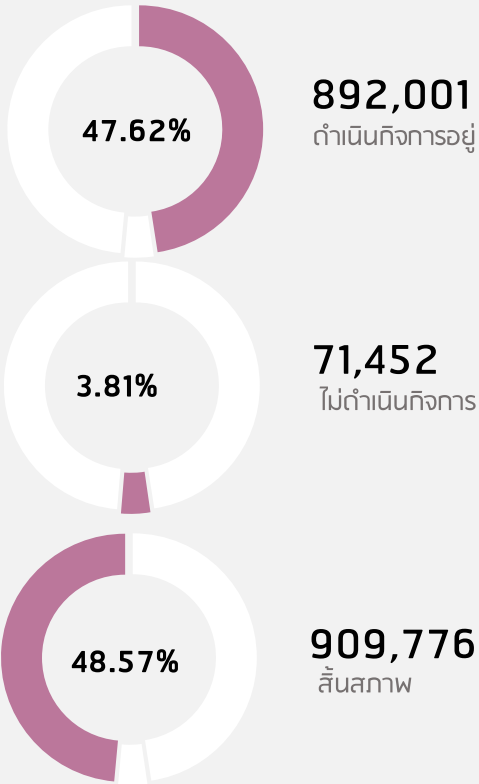
  

ขนาด	จำนวน (ราย)	%	ทุน (ล้านบาท)	%
S	5,947	99.46%	12,994.61	51.42%
M	24	0.40%	3,387.69	13.40%
L	8	0.13%	8,890.54	35.18%

## จดทะเบียนทั้งสิ้น

1,873,229 ราย

29,392,213.33 ล้านบาท



## ดำเนินการอยู่ (ราย)

บจ.	690,585
คจ./คสน	199,973
บมจ.	1,443

93.32%	4.92%	1.77%
S	M	L
832,385	43,854	15,762



ที่มา : กรมพัฒนาธุรกิจการค้า กระทรวงพาณิชย์

## ข้อมูลการจัดตั้ง พ.ย.66

### แยกตามประเภทนิติบุคคล

	จำนวน (ราย)
บจ.	5,205
คจ./คสน	767
บมจ.	7

	มูลค่าทุน (ล้านบาท)
บจ.	22,083.57
คจ./คสน	808.27
บมจ.	2,381.00

### จังหวัดตั้งสูงสุด (ราย)

กทม.	1,789
ชลบุรี	563
ภูเก็ต	368
นนทบุรี	305
สมุทรปราการ	295

### ประเภทธุรกิจตั้งสูงสุด

1. อสังหาริมทรัพย์
2. ก่อสร้างอาคารทั่วไป
3. กิจการอาหาร/ร้านอาหาร

# คุ้มสิ

คุณจักรรัฐ ไซต์ดำรงค์  
กรรมการผู้จัดการ บริษัท คุ้มสิ จำกัด

## คุ้มสิ ข้าวหน้าเนื้อที่ขายได้ 3 ล้านชาม โดยไม่มีหน้าร้าน

ในยุคที่การสั่งอาหาร ง่ายและรวดเร็ว ทำให้ผู้บริโภคเปลี่ยนไปสั่งอาหารแบบดีลิเวอรีผ่านแพลตฟอร์มต่างๆ ซึ่งทำให้เกิดธุรกิจที่เรียกว่า Cloud Kitchen หรือร้านอาหารที่ไม่มีหน้าร้านเกิดขึ้น และเป็นโอกาสให้ผู้ประกอบการหน้าใหม่ได้เข้ามาสร้างธุรกิจ เช่นเดียวกับคุ้มสิแบรนด์ข้าวหน้าเนื้อ โดยคุณจักรรัฐ ไซต์ดำรงค์ กรรมการผู้จัดการ บริษัท คุ้มสิ จำกัด ที่สร้างธุรกิจบน Cloud Kitchen ให้เติบโตและมียอดขายกว่า 3 ล้านชาม ที่พร้อมจะมาเปิดเผยเคล็ดลับความสำเร็จให้ทุกคนได้รู้



# สร้างธุรกิจบน Cloud Kitchen

## Cloud Kitchen

คือ การทำร้านอาหารที่ไม่มีหน้าร้าน โดยเน้นการขายผ่านทางช่องทางออนไลน์ และส่งให้ลูกค้าผ่านระบบดีลิเวอรี ปัจจุบันคัมสิมีประมาณ 65 สาขา ทั่วกรุงเทพฯ และปริมณฑล ถ้าต่างจังหวัดก็จะมีที่เชียงใหม่ ขอนแก่น โคราชและกำลังเร่งขยายไปตามหัวเมืองในภาคอีสานเร็วๆ นี้

## จุดเด่นของคัมสิ

คือ เรื่องคอนเซ็ปต์ของแบรนด์ที่เราจะเน้นในเรื่องของความคุ้มค่า และประสบการณ์ที่ลูกค้าจะได้รับ ไม่ว่าจะเป็นเรื่องรสชาติอาหารที่อร่อย เนื้อที่เราคิดสรรมาเป็นอย่างดี ความคุ้มค่าในเรื่องราคา การให้บริการ เหมือนกับสโลแกนที่เราวางไว้ คุ้มค่า คุ้มเวลา คุ้มสิ

## ที่มาของคัมสิ

เกิดจากที่ผมทำธุรกิจบุฟเฟ่ต์มาก่อน ทำให้ผมได้ราคาเนื้อมาในราคาของผู้คอนเทนเนอร์ ซึ่งเป็นราคาที่ถูกลงกว่าตลาดทั่วไป ทำให้เราคิดว่าจะนำเนื้อที่ได้มานี้มาต่อยอดอะไรได้อีกบ้าง ประกอบกับที่ผมเองก็เป็นคนชอบกินข้าวหน้าเนื้ออยู่แล้วด้วย ในช่วงนั้นคนยังทำ Cloud Kitchen ไม่มากทำให้มองเห็นโอกาสตรงนี้

## ทำไมต้องเป็นข้าวหน้าเนื้อ

จริงๆ แล้วก็มาจากความชอบส่วนหนึ่ง และแบรนด์ข้าวหน้าเนื้อที่ขายอยู่ในไทยส่วนใหญ่มีราคาค่อนข้างสูง ทำให้คนทั่วไปเข้าถึงยาก ผมเลยอยากทำข้าวหน้าเนื้อที่สามารถเข้าถึงทุกคน และกินได้ทุกวัน ซึ่งถ้าเป็นข้าวหน้าเนื้อแบบดั้งเดิมของญี่ปุ่น มันจะคล้ายๆ กับเนื้อต้มซีอิ๊วซึ่งรสชาติไม่น่าจะถูกปากคนไทยนัก เราเลยทดลองปรับสูตรกับทีม R&D ใช้เวลาพัฒนาอยู่ 6 เดือนจนได้กลายเป็น ข้าวหน้าเนื้อพันไฟ ที่เป็นเมนูเอกลักษณ์ของเรา ซึ่งขายดีมาก ปัจจุบันขายได้กว่า 3 ล้านชมและเรายังมีเมนูข้าวหน้าเนื้ออื่นๆ อีกหลายอย่าง เช่น ข้าวหน้าหมูสามชั้นพันไฟ ข้าวหน้าหมูสามชั้นผัดกิมจิและมีข้าวหน้าเนื้อหมาล่า ก็อยากให้ทุกคนได้ลองชิมกันนะครับ





## เคล็ดลับขายดิบบน Cloud Kitchen

ข้อดีของ Cloud Kitchen อันแรก คือ ไม่มีหน้าร้าน ซึ่งทำให้ไม่มิงบตกแต่ง ทำให้เราสามารถนำงบนั้นไปใช้เป็นงบการตลาดแทนได้ อันที่ 2 คือ ทำเลของเราจะถูกกว่าที่อื่นได้ เพราะไม่จำเป็นต้องหากำแพงที่ติดกับถนนใหญ่ หรือเดินทางสะดวก หน้าร้านของเราจะอยู่ในซอย อยู่ในโครงการที่ไม่ดังมาก เพราะสุดท้ายพวกแพลตฟอร์มต่างๆ ก็จะมี GPS ซึ่งจะพาไรเดอร์มาที่ร้านของเราได้อยู่แล้ว ทำให้เราสามารถเริ่มต้นธุรกิจได้อย่างคล่องตัวและมีต้นทุนที่น้อยกว่าธุรกิจอื่นๆ

นอกจากนี้เรายังใช้กลยุทธ์เรื่องความใกล้เคียงมาเป็นจุดขาย โดยเลือกเจาะตลาดในโซนออฟฟิศอย่างสุขุมวิท ราชเทวี ปทุมวัน สีลม สาทร เพื่อให้ลูกค้าได้รับอาหารที่รวดเร็ว และไม่ต้องจ่ายค่าส่งในราคาแพง อย่างเช่น สาขาแรกของคัมสิ จะอยู่ที่สุขุมวิท 31 เพราะว่า มีโฮมออฟฟิศ เป็นพื้นที่อยู่อาศัย ทั้งคอนโด ทั้งบ้านพัก จากกลยุทธ์นี้ ภายใน 2-3 เดือน ยอดขายผมก็เริ่มมาจาก 60,000 บาทเป็น 120,000 บาทเป็น 240,000 บาท เติบโตเพิ่มขึ้นเรื่อยๆ จนยอดถึงล้านบาท จากนั้นผมก็เริ่มขยายสาขาจาก 1 สาขา กลายเป็น 5 สาขา เป็น 10 สาขา 20 สาขา ขึ้นตามลำดับ ตอนนั้นทีมงานก็ทำงานกันทั้งวันทั้งคืน แทบไม่ได้หลับไม่ได้นอน ซึ่งผลที่ได้ในปี 2565 เราปิดยอดขายได้กว่า 200 ล้านบาท ก็ถือว่าลูกค้าให้การตอบรับอย่างดี และเราก็มุ่งมั่นที่จะทำของอร่อย และคุ้มค่าอย่างนี้ต่อไปอีกครับ



## เป้าหมายต่อไปของคัมสิ

ด้วยความที่คัมสิเราเติบโตบนแพลตฟอร์ม เราก็อยากจะอยู่ในธุรกิจนี้ต่อไป และขยายไปในตลาดต่างประเทศ อย่าง อินโดนีเซีย สิงคโปร์ มาเลเซีย ซึ่งจะไปถึงได้เราต้องขยายตลาดในประเทศให้ครอบคลุมมากที่สุดเท่าที่จะมากได้ก่อน จากนั้นถึงค่อยไปในเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ตามเป้าที่เราตั้งเอาไว้ครับ



## ไทยเครดิต STANDBY

การทำธุรกิจเงินทุนสำรองสำคัญมาก ภายใต้แบรนด์ของเรา ไม่ได้มีแค่ข้าวหน้าเนื้อ แต่ยังมีอาหารอร่อยอีกเยอะ ซึ่งเราพร้อมที่จะขยายธุรกิจ แต่อย่างว่าถ้าขาดการสนับสนุนที่ดี เราก็ขยายได้ช้า ต้องขอบคุณทางธนาคารไทยเครดิตจริงๆ ที่ช่วยคัมสิเติบโตได้ไวอย่างที่ต้องการเลยครับ

# 6 เทคนิคสร้างแบรนด์ SME บน Instagram

Instagram เป็นเครื่องมือทางการตลาดบนโซเชียลมีเดียยอดนิยมติดอันดับไม่แพ้ TikTok หรือว่า Facebook เลยก็ว่าได้ จากการสำรวจพบว่าผู้ที่ใช้งานหลักของ Instagram คือกลุ่มคนที่มีอายุในช่วง Gen Y และ Gen Z โดยมีระยะเวลาการใช้งานเฉลี่ยอยู่ที่ 53 นาที ต่อคนต่อวัน และ IG Story ยังเป็นอีกช่องทางที่หลายแบรนด์ใช้โฆษณามากกว่า Facebook ซะอีก หาก SME ไม่อยากพลาดโอกาสในการสร้างแบรนด์บน Instagram ละก็ แนะนำให้ลองทำตามเทคนิคนี้ดู



## 01 โพสต์คอนเทนต์อย่างสม่ำเสมอ

เพื่อสร้างปฏิสัมพันธ์ และการเข้าถึงกลุ่มลูกค้าอย่างมีประสิทธิภาพ การโพสต์ให้เลือกรูปภาพที่สวยงาม สะดุดตา เพราะจะสามารถดึงดูดความสนใจของผู้ใช้งานได้ดี

## 02 ใช้ประโยชน์จาก IG Story

หากต้องการเพิ่มการมีส่วนร่วมของลูกค้า หรือผู้ใช้งานเพิ่มขึ้น แนะนำให้สร้างคอนเทนต์โพสต์ลง IG Story ด้วย โดยโพสต์สูงสุดไม่เกิน 6 สตอรี่ โดยแต่ละสตอรี่มีความยาวไม่เกิน 10 วินาที ซึ่งจะเป็นจำนวนเวลาที่สามารถรักษาความสนใจของผู้ชมให้ดูจนจบ

## 03 Location ต้องชัดเจน

เลือกใช้ Location ทั้งใน IG Story และ Post เพิ่มโอกาสการเข้าถึงและการสำรวจของผู้ใช้งาน

## 04 สร้างสรรค์ด้วย Caption

นอกจากรูปภาพและวิดีโอที่เราสามารถใช้สื่อสารเป็นภาพหลักของแบรนด์แล้ว การใส่คำบรรยาย เพื่อขยายรูปภาพหรือรายละเอียดสินค้าเข้าไปก็จะช่วยทำให้ลูกค้าเข้าถึงแบรนด์มากยิ่งขึ้น

## 05 ใส่แฮชแท็ก

การใช้แฮชแท็กที่กำลังเป็นที่นิยม หรือ สร้างสรรค์แฮชแท็กที่บ่งบอกถึงความเป็นแบรนด์และแคมเปญที่ต้องการสื่อสารจะช่วยทำให้ลูกค้าเห็นข้อความของเราได้มากยิ่งขึ้น ซึ่งง่ายต่อการค้นหาและเกิดเป็นชุมชนสำหรับคนที่มีความชอบเดียวกันและกระจายไปยังผู้อื่นได้อีกด้วย

## 06 Save คือรูปแบบใหม่ของ Like

ตัวชี้วัดที่มองข้ามไม่ได้ ฟังก์ชัน Save เป็นเหมือนที่ค้นหนังสือของผู้ใช้งาน ให้สามารถย้อนกลับมาดูทีหลังได้ โพสต์แบบไหน Save เยอะแสดงว่าผู้ใช้จะกลับมาหาแบรนด์มากขึ้น

สำหรับ SME ที่ยังไม่ได้ลองทำการตลาดบน Instagram หรือคิดว่ายังเดินมาไม่ถูกทาง สามารถเอาเทคนิคเหล่านี้ไปลองปรับใช้กับแบรนด์ของตนเองได้ เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการทำการตลาดของคุณให้ประสบความสำเร็จได้เร็วยิ่งขึ้น





# 4 วิธี เปลี่ยนยอดขาย สุดแปลกให้กลับมาปัง

หนึ่งในปัญหาหนักอกอย่างที่คุณทำธุรกิจต้องเจอ คงหนีไม่พ้นเรื่องของยอดขายที่อาจจะจวบจวนขึ้นลงไปมาตามสถานการณ์และสภาวะเศรษฐกิจ จนทำให้คุณนึกหวั่นใจว่าธุรกิจจะไปรอดหรือร่วงกันแน่ ซึ่งนั่นก็เป็นปัจจัยหนึ่งจากอีกหลายปัจจัยที่มีผลกระทบต่อยอดขายของ SME ได้ แล้วจะมีวิธีใดบ้างที่จะอุดรอยรั่วของปัญหาและหาทางแก้ไขเพื่อให้ยอดขายกลับมาปังได้อีกครั้ง

## 4 สาเหตุที่ทำให้ยอดขายแปลก

### 1. เกิดคู่แข่งหน้าใหม่เข้ามาในตลาด

แน่นอนว่าคุณไม่สามารถยืนหนึ่งได้เพียงลำพังในตลาด ยังมีคู่แข่งเกิดขึ้นมากเท่าไร ก็ย่อมต้องเกิดการแย่งลูกค้าและการตัดราคาขายกันเองมากเท่านั้น จนทำให้ยอดขายของคุณตกลงตามไปด้วย

### 2. ไม่พัฒนาสินค้า-บริการ

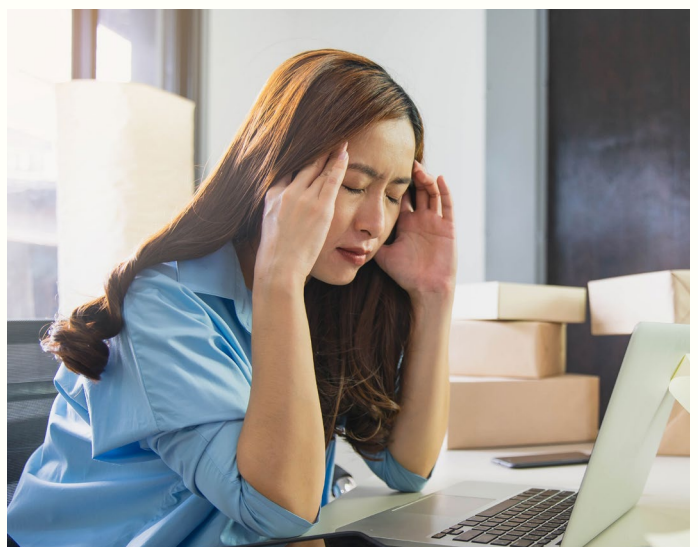
จุดสำคัญอีกอย่างที่ทำให้ลูกค้าหนีไปหาคู่แข่งก็คือ การที่คุณไม่กล้าเปลี่ยนแปลงหรือพัฒนาสินค้าใหม่ๆ ออกมาตอบโจทย์ลูกค้า เมื่อไม่มีอะไรใหม่ๆ ที่น่าสนใจ เขาย่อมต้องหนีคุณไปหาสิ่งที่ดีกว่า

### 3. ไม่รู้จักกลุ่มเป้าหมายและความต้องการของลูกค้า

การวางกลุ่มเป้าหมายผิด หรือตีโจทย์ลูกค้าไม่แตก ก็เป็นอีกหนึ่งปัจจัยที่ทำให้การขายของคุณไปไม่ถึงฝันได้

### 4. คิดแต่จะหาลูกค้าใหม่ จนลืมลูกค้าเก่า

หลายคนมักคิดว่าการจะทำให้ยอดขายเพิ่มได้ก็ต้องสร้างลูกค้าใหม่ จนอาจละเลยและไม่สานต่อความสัมพันธ์กับลูกค้าเก่าให้พวกเขากลับมาซื้อซ้ำได้ จึงเป็นปัจจัยที่ทำให้ยอดขายตกลงตามไปด้วย



# ทำอย่างไรให้ยอดขายกลับมาปัง

## ▶ เปิดพื้นที่และฟังเสียงลูกค้าให้มากที่สุด

เมื่อก้าวไปอย่างเดิมแล้วไม่เกิดผลลัพธ์ที่ดี ให้ลองเดินย้อนกลับมาค้นหากลุ่มเป้าหมายหลักและกลุ่มเป้าหมายใหม่ เพื่อจะได้วางแผนและทำการตลาดได้ตรงจุด เช่น เปิดพื้นที่ให้ลูกค้าได้แสดงความคิดเห็นหรือเสนอแนะเกี่ยวกับสินค้าและบริการ เพื่อเก็บข้อมูลและนำไปปรับปรุง ทำให้เราสามารถมองเห็นลูกค้าของตัวเองได้อย่างชัดเจนขึ้น

## ▶ คิดนอกกรอบอยู่เสมอ

หากไม่ก้าวตามยุคสมัยให้ทัน เราก็จะกลายเป็นคนที่ย้ายอยู่กับที่ การขายก็เช่นกัน ถ้าไม่ลองหาวิธีอะไรใหม่ๆ หรือพัฒนาสินค้าเพื่อมาตอบโจทย์ให้กับลูกค้า ยอดขายก็คงจะไม่เกิดขึ้นตาม

## ▶ สร้างช่องทางการขายที่หลากหลาย

ไม่ว่าจะเป็นเว็บไซต์ โซเชียลมีเดีย หรือแพลตฟอร์มออนไลน์ต่างๆ เพื่อให้ลูกค้าสามารถเข้าถึงร้านค้าของเราได้สะดวกรวดเร็ว และเพื่อคุณจะได้ทำแคมเปญโฆษณาที่ส่งไปถึงลูกค้าได้อย่างตรงจุด

## ▶ ทำการประเมินตลาด

เพื่อประมาณการถึงสิ่งที่เราจะทำก่อนลงทุน แม้จะยังประเมินผลลัพธ์ไม่ได้ว่าจะทำการตลาดในช่องทางไหนก็ให้ลองทำแคมเปญในทุกช่องทาง จากนั้นจึงเก็บข้อมูลติดตามผลลัพธ์ ช่องทางไหนไม่เวิร์กก็ให้ยุติ แล้วเอางบประมาณไปลงทุนกับช่องทางที่เห็นผลลัพธ์ที่ดีที่สุด



## 6 เรื่องที่ควรรู้ ก่อนเริ่มต้นธุรกิจแฟรนไชส์

ธุรกิจแฟรนไชส์ คือหนึ่งในโมเดลธุรกิจ ที่สามารถช่วยให้คนซึ่งไม่เคยมีประสบการณ์ในการทำธุรกิจมาก่อน สามารถเริ่มต้นธุรกิจได้ด้วยการซื้อเครื่องหมายการค้า และสิทธิ์ในการประกอบธุรกิจเป็นของตนเอง และยังเป็นหนึ่งในกลยุทธ์ที่ SME สามารถใช้เพื่อย้ายกิจการ สร้างการเติบโตให้ธุรกิจได้อีกด้วย แต่ก่อนจะสร้างธุรกิจแฟรนไชส์นั้น รู้หรือไม่ว่า SME จะต้องเตรียมตัวอย่างอะไรบ้าง



### 01 วางคอนเซ็ปต์ธุรกิจ และแบรนด์ให้ชัด

ว่ารูปแบบธุรกิจเราจะเป็นอย่างไร กลุ่มเป้าหมายเป็นใคร เช่น หากธุรกิจเราเป็นร้านขนมปังมุก จะเป็นร้านในคอนเซ็ปต์แบบไหน ลูกค้านของเราเป็นกลุ่มนักเรียน วัยทำงาน หรือ ใคร ? ซึ่งถ้าเราวางคอนเซ็ปต์เหล่านี้ได้ชัดเจน ก็จะช่วยให้แบรนด์ธุรกิจมีความแข็งแรง ช่วยทำให้เกิดความน่าสนใจในการลงทุน ที่สำคัญอย่าลืมไปจดลิขสิทธิ์แบรนด์และตราสินค้าให้ถูกต้องตามกฎหมายด้วย

### 02 มีกระบวนการทำงานที่เป็นระบบและมีมาตรฐานเดียวกัน

ก่อนจะเปิดขายธุรกิจแฟรนไชส์ SME จะต้องวางรูปแบบและระบบการทำงาน บริหารจัดการภายในร้านให้มีมาตรฐานที่ชัดเจนเพื่อจะได้ควบคุมการผลิต และการบริหารจัดการภายในร้านสาขา โดยเฉพาะถ้าเป็นธุรกิจอาหาร หรือเครื่องดื่ม ก็จะต้องมีรสชาติ และความสะอาดที่เหมือนกัน



### 03 ต้องมีร้านต้นแบบ

SME ควรจะต้องสร้างร้านต้นแบบของธุรกิจ หรืออาจจะเป็นกิจการเดิมที่ SME มีอยู่ก่อนแล้ว เพื่อให้ผู้ที่สนใจได้มองเห็นรูปแบบธุรกิจที่ชัดเจน ไม่ว่าจะเป็นการออกแบบ ตกแต่งร้าน รวมไปถึงการขายและการให้บริการต่างๆ

### 04 สร้างองค์ความรู้ หรือ Know – how เพื่อแบ่งปัน และสร้างการเติบโต อาทิ

- กระบวนการทำงานต่างๆ ภายในร้าน
- วิธีการดูแลและควบคุมสต็อกสินค้า การสั่งซื้อสินค้า การตรวจรับสินค้า
- การสรุปและวิเคราะห์การขายในแต่ละวันเพื่อใช้ในการทำการตลาด
- การฝึกอบรมพนักงานขาย พนักงานจัดเตรียมสินค้า



### 05 มีทีมงานสนับสนุนและบริหารความสัมพันธ์

ซึ่งจะเป็นผู้ดูแลและประสานงานระหว่าง SME และผู้ซื้อแฟรนไชส์ มีหน้าที่ในการดูแล ให้ข้อมูลและสนับสนุนแฟรนไชส์ ไม่ว่าจะเป็นเรื่องของการเปิดร้าน การบริหารจัดการร้าน การขาย หรือการตลาดเวลาที่ธุรกิจออกไปโมชันส่งเสริมการขายต่างๆ ออกมา

### 06 สัญญาและค่าธรรมเนียม

ก่อนจะเปิดขายธุรกิจแฟรนไชส์ SME ควรจะต้องกำหนดเรื่องสัญญาและค่าแฟรนไชส์ให้ละเอียดรอบคอบเพราะเงินในส่วนนี้จะถูกนำไปใช้เป็นค่าดำเนินการในการพัฒนาธุรกิจและสนับสนุนเครือข่ายแฟรนไชส์ให้เติบโตไปด้วยกันโดยมีรายการที่ต้องจัดเก็บ เช่น ค่าธรรมเนียมเริ่มต้น (Initial Fee) ค่ารอยัลตี้หรือค่าสิทธิ์ และค่าใช้จ่ายที่เราเข้าไปช่วยดูแลเขา, ค่าการตลาดที่ธุรกิจจะต้องใช้ในการทำการตลาดภาพรวม ฯลฯ



# SME เลิกปวดหัว แค่จัดการธุรกิจด้วยบัญชีเดียว

การรวมบัญชีเดียว (Single Accounting) เป็นวิธีการทำบัญชีที่ไม่ซับซ้อน เหมาะสำหรับธุรกิจ ขนาดเล็ก และยังช่วยในเรื่องจัดทำภาษีอย่างเป็นระบบ ทำให้ SME ไม่ต้องปวดหัวในการทำบัญชี หลายบัญชี แถมยังเพิ่มโอกาสในการเติบโตของธุรกิจได้อีกด้วย





## 5 ข้อดีของการรวมบัญชีเดียว

### 1 บริหารจัดการธุรกิจได้อย่างมีประสิทธิภาพ

การที่ SME มีหลายบัญชี อาจทำให้สับสนได้ว่าต้นทุนและกำไรเล่มไหนกันแน่คือของจริง การทำบัญชีเดียวยังทำให้สามารถวิเคราะห์ได้ว่าสินค้าตัวไหนขายดี ทำกำไรให้ธุรกิจได้มาก และยังป้องกันการทุจริตได้อีกด้วย เพราะทุกคนจะรับรู้สถานการณ์ของธุรกิจจากข้อมูลในบัญชีเล่มเดียวกัน

### 2 ลงบัญชีได้ง่ายขึ้น

เพราะมีบัญชีเดียวสามารถลงบัญชีได้ตามความเป็นจริง ทำให้ง่ายต่อการตรวจสอบไม่ต้องหวาดระแวงกลัวสรรพากรจะตามมาตรวจสอบเก็บภาษีย้อนหลัง เพราะบัญชีของคุณโปร่งใสไม่มีอะไรให้จับผิดนั่นเอง

### 3 ลดหย่อนภาษีได้มากขึ้น

ค่าใช้จ่ายบางรายการอาจช่วย SME ประหยัดภาษีมากกว่าทำ 2 บัญชี ได้แก่ ค่าใช้จ่ายในการลงทุนเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพของธุรกิจ ซึ่งสามารถนำค่าใช้จ่ายเหล่านี้ไปลดหย่อนภาษีได้เพิ่มเติม นอกจากนี้ยังมีดอกเบี้ยสินเชื่อธุรกิจ ค่าเสื่อมราคาของทรัพย์สินที่ใช้ในกิจการ ที่นำไปใช้ในการลดหย่อนภาษีได้

### 4 ช่วยให้งานแผนธุรกิจได้เร็วขึ้น

เพราะ SME สามารถจะรู้ได้ทันทีว่า สถานการณ์งบการเงินธุรกิจเป็นอย่างไร และต้องวางแผนสำหรับอนาคตอย่างไร สามารถเพิ่มโอกาสทางการแข่งขันได้

### 5 เพิ่มโอกาสในการขอสินเชื่อธนาคาร

การมีบัญชีเดียวจะช่วยสร้างความน่าเชื่อถือทางการเงินของธุรกิจ ทำให้มีโอกาสนำไปขอสินเชื่อได้มากขึ้น เพราะธนาคารจะตรวจสอบงบการเงินที่กิจการยื่นให้กับกรมสรรพากร หากผลออกมามีความถูกต้อง เรียบร้อยการอนุมัติสินเชื่อก็มีโอกาสมากขึ้น



# สินเชื่อ SME กล้าให้ สำหรับแพทย์

ไทยเครดิตกล้าให้พร้อมพนักคณคลินิกของคุณ  
ด้วยสินเชื่อ SME กล้าให้ สำหรับแพทย์และทันตแพทย์

THAI CREDIT BANK SME กล่าวให้

# STAND BY

community



สาระความรู้ แรงบันดาลใจ ความบันเทิง  
ครบจบที่นี้ เพื่อ SME



sme.thaicreditbank.com



Thai Credit Bank SME กล่าวให้



Thai Credit Bank SME กล่าวให้



Thai Credit SME กล่าวให้



สแกนคิวอาร์โค้ด  
เพื่ออ่านรายละเอียด

เปิด 6 เทรนด์  
นำลงทุนสำหรับ SME  
ปี 2024

SME

**STANDBY**

VOLUME 04/2 | Jan-Feb 2024