

01999041

Economics for Better Living

Business element

By

Suwanna Sayruamyat

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

Email: suwanna.s@ku.th

FB: Suwanna Sayruamyat

FB Page: EatEcon

Website: www.eatecon.com

Objectives

To understand the major business functions/activities

To understand the management of various business functions/activities

To be able to apply knowledge with daily life and work in the future

ปัจจัยนำเข้า (Input)

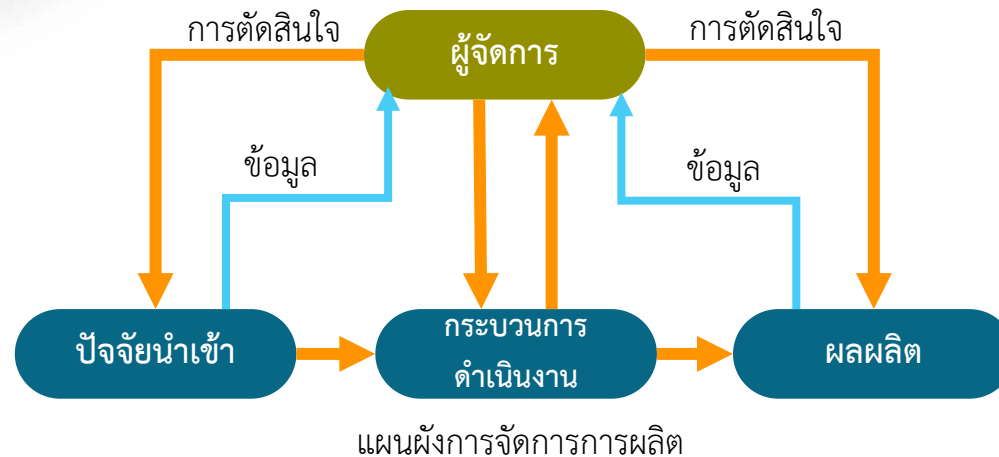
- ทรัพยากรที่ใช้แปรสภาพ
 - วัตถุดิบ
 - ส่วนประกอบ
 - ข้อมูล
- ทรัพยากรที่ทำหน้าที่แปรสภาพ
 - บุคลากร
 - อุปกรณ์
 - อาคาร สิ่งปลูกสร้าง
 - สิ่งอำนวยความสะดวก

กระบวนการ (Process)

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

ผลผลิต (Output)

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



การตลาดเป็นกิจกรรมที่ก่อให้เกิดกระบวนการแลกเปลี่ยน (exchange process) ประกอบไปด้วยกิจกรรมต่าง ๆ ที่เป็นประโยชน์ต่อลูกค้า ผู้ผลิต และคนกลางทางการตลาด

กิจกรรม การตลาด

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

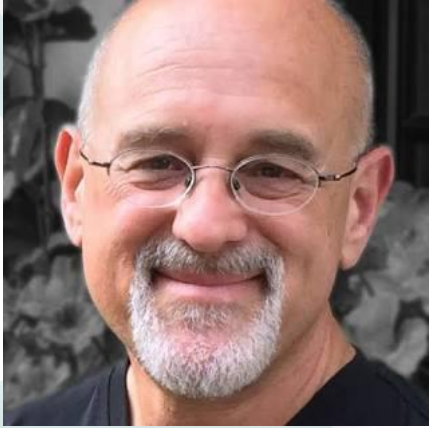
การสร้าง อรรถประโยชน์

- ด้านรูปร่าง
- ด้านสถานที่
- ด้านเวลา
- ด้านความเป็นเจ้าของ

การแลกเปลี่ยน

การแลกเปลี่ยนสามารถ
ตอบสนองความต้องการของ
บุคคลและองค์กรให้ได้รับ
ความพึงพอใจ

Happiness and Consumption



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

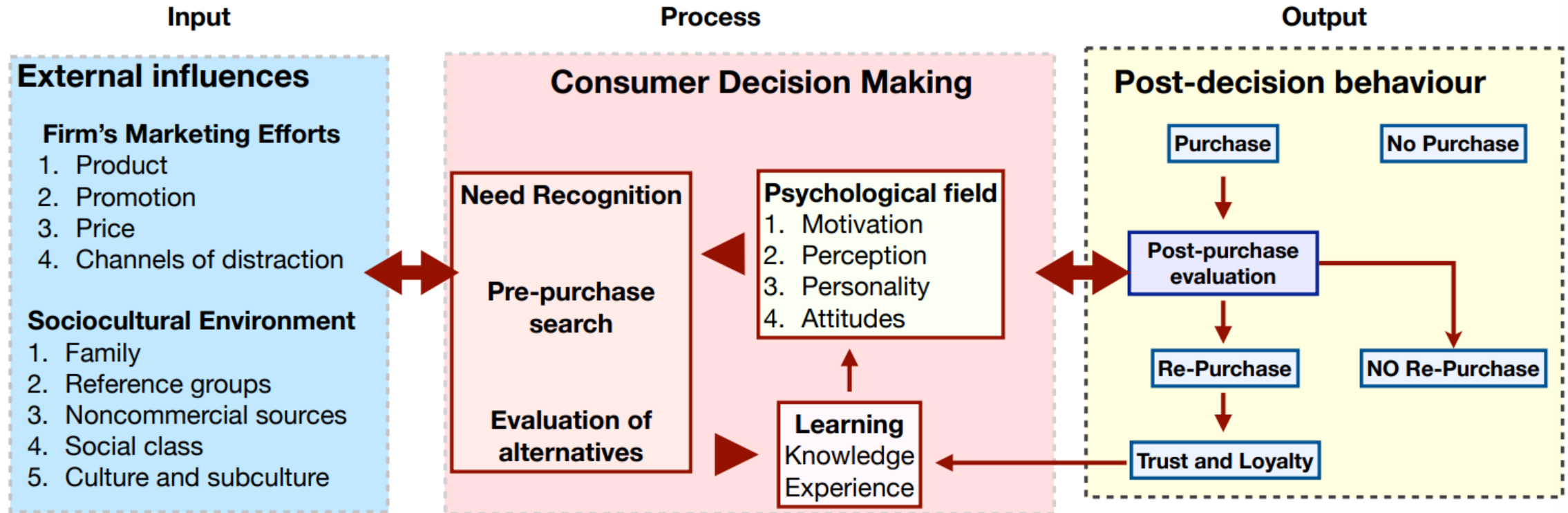
...Daniel Gilbert
Author of Stumbling on Happiness

Think about the last time you were really happy.

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

Do you agree or disagree with what Daniel Gilbert says?

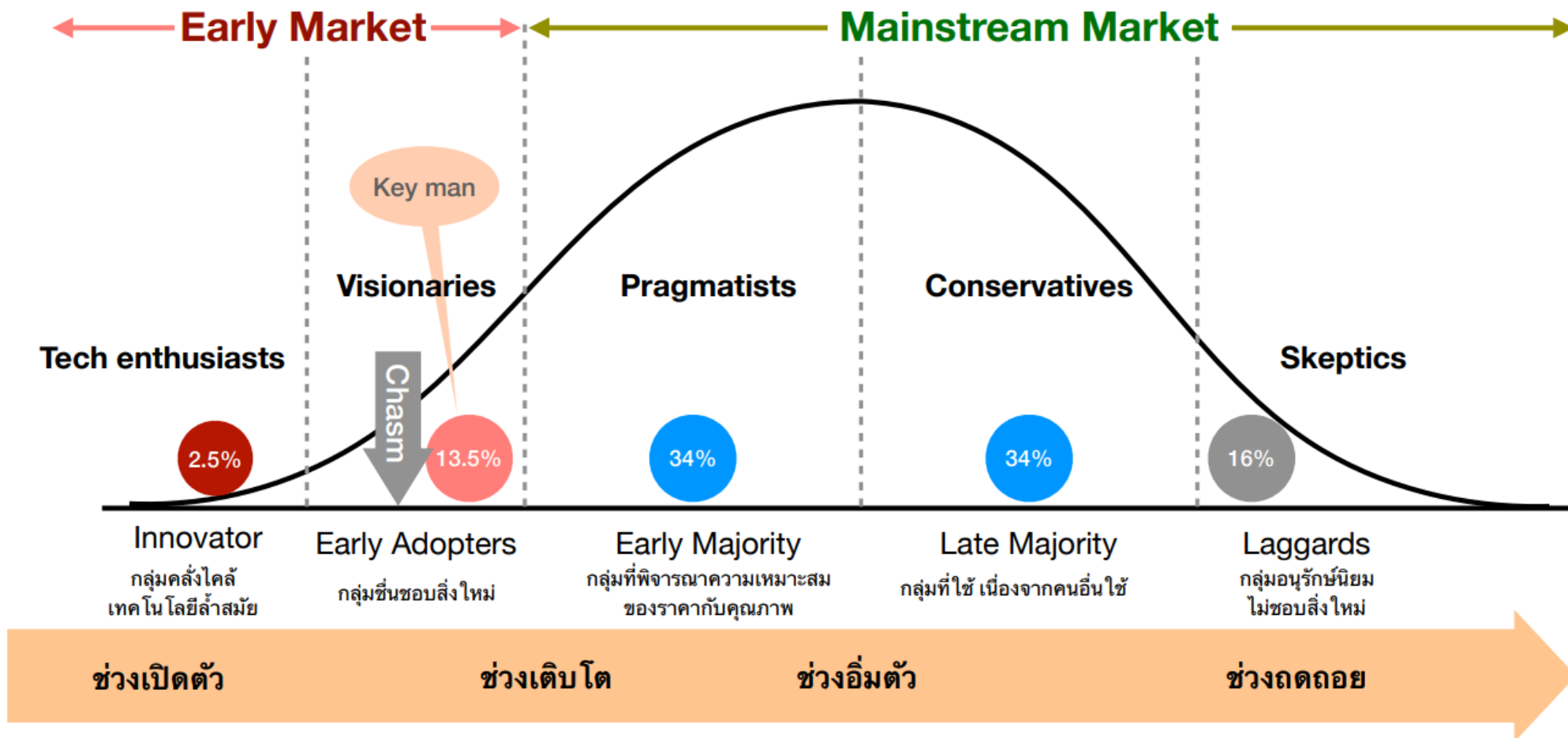
Schiffman and Wisenblit Model (2014)



Motivation = Drive (Fullfill Needs)
Perception = Image in mind
Learning = Knowledge
Personality = Habit
Attitudes = Like or dislike

Rogers Technology Adoption Curve

ทฤษฎีการแพร่กระจายของนวัตกรรม (Diffusion of Innovation)



Cultural

- Culture
- Subculture
- Social class

Social

- Family
- Reference
- Role and status

Personal

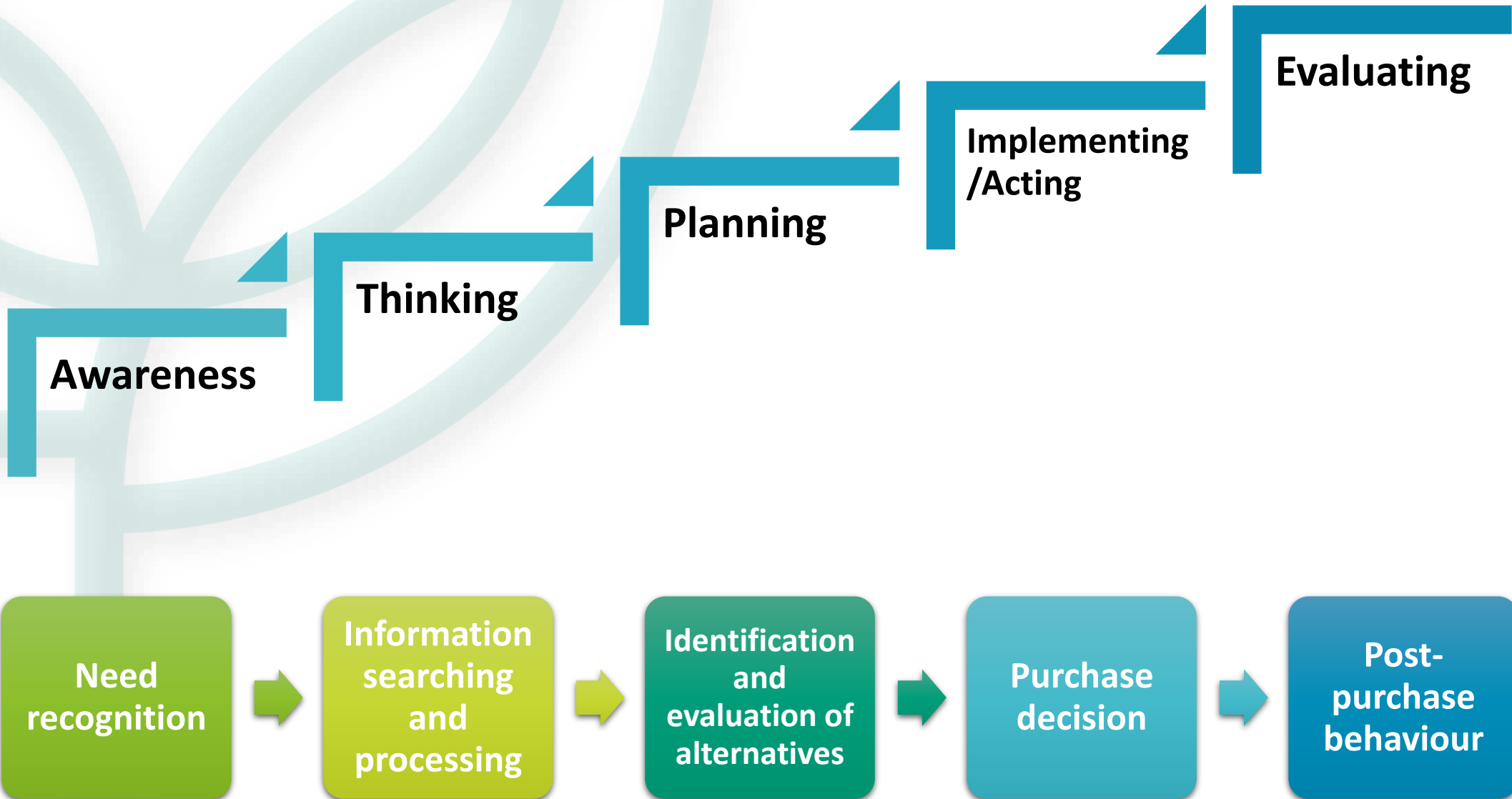
- Age
- Income
- Occupation
- Lifestyle
- Personality

Psychological

- Motivation
- Perception
- Learning
- Beliefs
- Attitudes

Economics

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



4Ps

- **Production**
- **Price**
- **Place**
- **Promotion**

4Cs

- **Customer**
- **Cost**
- **Convenience**
- **Communication**

4Es

- **Emotion**
- **Experience**
- **Exclusivity**
- **Engagement**

4Ds

- **Disruption**
- **Digitalization**
- **De-silotage**
- **Diffusion**

กรณีศึกษา: 7-eleven



Brand Case

สรุป 7-Eleven

ไตรมาส 2

รายได้ 100,000 ล้าน
กำไร 6,000 ล้าน

7-Eleven อยู่ภายใต้การบริหารจัดการของบริษัท ซีพี ออลล์ จำกัด (มหาชน) หรือ CPALL



ผลประกอบการของ 7-Eleven ไตรมาส 2 ปี 2566

รายได้จากการขาย
สินค้า และการให้บริการ **102,481**
ล้านบาท

+16.1% จากไตรมาสเดียวกันของปีก่อน

กำไรสุทธิ **6,121**
ล้านบาท

+19.3% จากไตรมาสเดียวกันของปีก่อน

สัดส่วนรายได้



สินค้าอุปโภค

24.5%



สินค้ากลุ่มอาหาร

75.5%

จำนวนสาขา ณ สิ้นไตรมาส 2 ปี 2566

14,215 สาขา

+168 สาขา ในช่วงไตรมาส 2 ปี 2566

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

สถานที่ตั้ง



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

ยอดขายเฉลี่ย
ต่อสาขาต่อวัน

83,558 บาท

ยอดซื้อ
เฉลี่ยต่อบิล

84 บาท

จำนวนลูกค้า
เฉลี่ย ต่อสาขาต่อวัน

995 คน

รู้หรือไม่ ?

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

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





ส่วนประสมทางการตลาดสำหรับธุรกิจบริการ

AD ADDICT 7Ps พื้นฐานการตลาด ที่ทุกธุรกิจ 'บริการ' ต้องรู้!

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

@adaddictth

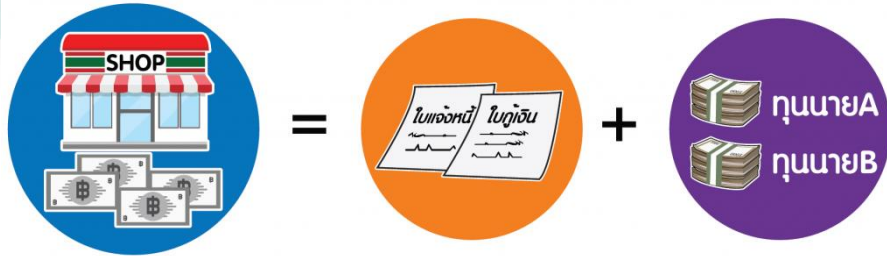
การเงินและการเงินธุรกิจ เป็นหัวใจสำคัญประการหนึ่งของการดำเนินงานภายในองค์กร เมื่อธุรกิจมีเงินทุนจำนวนหนึ่งแล้ว ต้องมีวิธีการบริหารจัดการให้เงินทุนนั้นเกิดประโยชน์สูงสุด เพื่อบรรลุเป้าหมายของธุรกิจ



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

ตัวอย่างงบการเงิน CPALL

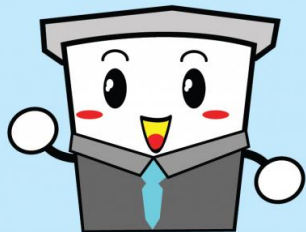
ไตรมาส 2/2566



สินทรัพย์ = หนี้สิน + ส่วนของเจ้าของ

สินทรัพย์

เงิน
ร้าน
อุปกรณ์
200,000 บาท



กิจการ

หนี้สิน

ใบจองหนี้ ใบกู้เงิน
80,000 บาท
หุ้นนายA
หุ้นนายB
120,000 บาท

ส่วนของผู้ถือหุ้น

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

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

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

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

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

ตัวอย่างรายการสินทรัพย์

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

ตัวอย่างรายการหนี้สิน

- หนี้สินหมุนเวียน
 - เงินกู้ยืมระยะสั้นจากสถาบันการเงิน
 - เจ้าหนี้การค้า
 - หนี้ที่ถึงกำหนดชำระภายในหนึ่งปี
- หนี้สินไม่หมุนเวียน
 - หนี้กู้
 - หนี้สินตามสัญญาเช่า
 - เงินประกันค้ำจ่าย

ตัวอย่างรายการส่วนของผู้ถือหุ้น

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

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



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

8 อัตราส่วนทางการเงินที่ควรรู้จัก

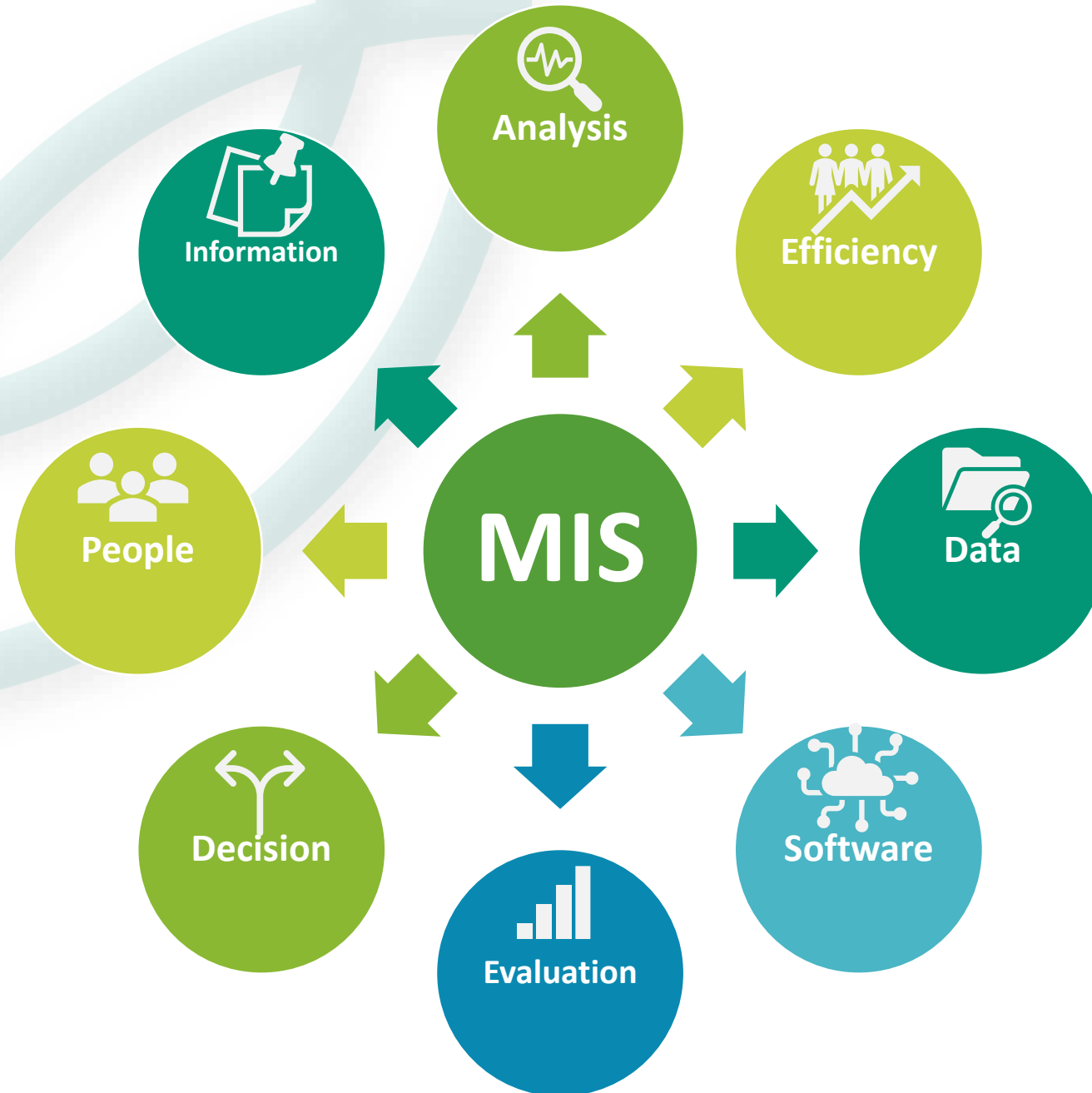
ประเภท	อัตราส่วน	คำนวณจาก	เกณฑ์		
สภาพคล่อง	1. หนี้สินรวมต่อส่วนผู้ถือหุ้น	หนี้สินรวม / ผู้ถือหุ้น	< 1 เท่า	ความมั่นคงทางการเงิน	
	2. อัตราส่วนสภาพคล่อง	สินทรัพย์หมุนเวียน / หนี้สินหมุนเวียน	> 1 เท่า	สามารถจ่ายหนี้ระยะสั้นได้	
การใช้สินทรัพย์และ ทุน	3. ROE (return on equity) (%)	กำไรสุทธิ / ส่วนผู้ถือหุ้น	ยิ่งมาก ยิ่งดี	นำทุนไปสร้างกำไรได้ดีแค่ไหน	
	4. ROA (return on asset) (%)	กำไรก่อนดอกเบี้ยและภาษี / สินทรัพย์รวม	ยิ่งมาก ยิ่งดี	สินทรัพย์ที่มีอยู่ก่อให้เกิดผลกำไรดีแค่ไหน	
	5. Total asset turnover	รายได้ / สินทรัพย์รวม	ยิ่งมาก ยิ่งดี	สินทรัพย์ที่มีอยู่ก่อนให้เกิดรายได้มากน้อยเพียงใด	
	กำไรแต่ละระดับ	6. Gross profit margin (%) อัตรากำไรขั้นต้น	กำไรขั้นต้น / รายได้จากการขาย	ยิ่งมาก ยิ่งดี	สะท้อนการควบคุมค่าใช้จ่ายในแต่ละขั้นของการดำเนินงาน และชี้ให้เห็นถึงความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจ
		7. EBIT margin (%) อัตรากำไรจากการดำเนินงาน	กำไรก่อนดอกเบี้ยและภาษี / รายได้รวม	ยิ่งมาก ยิ่งดี	
8. Net profit Margin (%) อัตรากำไรสุทธิ		กำไรสุทธิ / รายได้รวม	ยิ่งมาก ยิ่งดี		

* ในการเปรียบเทียบผลการดำเนินงานของธุรกิจ ควรวิเคราะห์อัตราส่วนทางการเงินกับอดีตที่ผ่านมาของธุรกิจ ร่วมกับธุรกิจที่คล้ายกัน



ระบบสารสนเทศเพื่อการจัดการ
(management information system –MIS)

MIS:



ลึงสิทธิ์



ลึงสิทธิ์คืออะไร?



- ลึงสิทธิ์ คือ ความคุ้มครองทางกฎหมายที่ให้แก่เจ้าของผลงาน ที่เกิดจากการใช้ความคิดสร้างสรรค์
- การคุ้มครองลึงสิทธิ์เกิดขึ้นทันทีที่มีการสร้างสรรค์ผลงาน โดยไม่ต้องจดทะเบียน

ประเภทของงานอันมีลึงสิทธิ์

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



การรับแจ้งข้อมูลลึงสิทธิ์

กรมทรัพย์สินทางปัญญา

มีบริการรับแจ้งข้อมูลลึงสิทธิ์ เพื่อเป็นฐานข้อมูล สำหรับตรวจสอบและขออนุญาตใช้ลึงสิทธิ์ ท่านสามารถแจ้งข้อมูลลึงสิทธิ์ของท่านได้ที่

สแกนเพื่อเข้าสู่ระบบ
การแจ้งข้อมูลลึงสิทธิ์ >>>>



คำแนะนำสำหรับผู้ประกอบการ

"การนำภาพวาดหรือภาพถ่ายของผู้อื่นไปใช้ ต้องได้รับอนุญาตจากเจ้าของลึงสิทธิ์ก่อนเสมอ ภาพวาดหรือภาพถ่ายที่ทำขึ้นด้วยตนเอง แม้จะออกมคล้ายกัน เพราะเป็นมุมมองที่คน แนวคิดเดียวกัน ก็ไม่ถือว่าเป็นการละเมิดลึงสิทธิ์ของใคร"



ลึงสิทธิ์บัตร



สิทธิบัตรการประดิษฐ์

✓ การประดิษฐ์ขึ้นใหม่ที่มีความซับซ้อนหรือมีการแก้ปัญหาทางเทคนิค เช่น

- กระบวนการฆ่าเชื้อสเตอริไลซ์สำหรับอาหาร
- นมปราศจากแลคโตส



อนุสิทธิบัตร

✓ การประดิษฐ์ขึ้นใหม่ที่มีประโยชน์ใช้สอยมากขึ้น แต่ไม่มีความซับซ้อนทางเทคนิคมากนัก เช่น

- สูตรอาหารเจลสำหรับพทพา
- เครื่องผลิตน้ำแข็งไสแบบเกล็ดละเอียด



สิทธิบัตรการออกแบบผลิตภัณฑ์

✓ การคุ้มครองรูปร่าง ลวดลาย หรือองค์ประกอบของสี เช่น

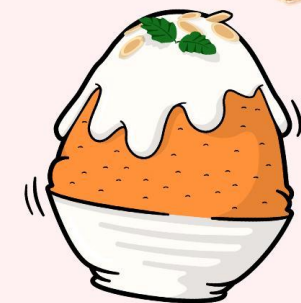
- รูปร่างของนมที่มีลักษณะพิเศษ
- ลวดลายของกล่องบรรจุอาหาร



น้ำแข็งไสรสชาติไทยมีขายมานานแล้ว

จึงไม่มีใครสามารถจดสิทธิบัตรและอนุสิทธิบัตร

แล้วอ้างเป็นสิทธิแต่เพียงผู้เดียวในเมนูนี้ได้



แต่ภาชนะที่ใช้ใส่



"ปังซ่า"

ของแบรนด์ที่เป็นข่าว

เขาจดสิทธิบัตรการออกแบบผลิตภัณฑ์ไว้ซะ

คำแนะนำสำหรับผู้ประกอบการ

เมนูน้ำแข็งไสรสชาติไทย **ใครก็ขายได้** แต่อย่านำลวดลายหรือแบบภาชนะที่คนอื่นจดสิทธิบัตรการออกแบบผลิตภัณฑ์ไว้ไปผลิต

แต่ ถ้าคิดค้นสูตรนมขึ้นใหม่ ซึ่งยังไม่เคยปรากฏในที่ใดมาก่อน สามารถนำมาจดอนุสิทธิบัตรได้ด้วยนะ



สแกนเพื่อเข้าสู่
บริการระบบสิทธิบัตร



เครื่องหมายการค้า

“เครื่องหมาย” สามารถอยู่ในรูปแบบของคำ แบบ 2-D และ 3-D เสียง หรือ สัญลักษณ์อย่างใดอย่างหนึ่งได้ โดยเครื่องหมายแบ่งได้เป็น 4 ประเภท

ตัวอย่างเครื่องหมาย แต่ละประเภท

เครื่องหมายการค้า Trade Mark



เครื่องหมายการบริการ Service Mark



เครื่องหมายรับรอง Certification Mark



เครื่องหมายร่วม Collective Mark



เครื่องหมายการค้า



เครื่องหมายการค้า คือ ชื่อ ข้อความ โลโก้ ภาพ กลุ่มของสี หรือเสียง อย่างใดอย่างหนึ่งหรือหลายอย่างรวมกัน ที่นำมาใช้ เพื่อสร้างความจดจำของผู้บริโภคในการแยกแยะแบรนด์ต่างๆ



แต่ เครื่องหมายการค้าคุ้มครองได้ตามรูปแบบ ที่จดทะเบียนไว้เท่านั้น หากข้อความหรือภาพบางส่วน ที่สื่อถึงคุณสมบัติหรือคุณภาพของสินค้าและบริการ ข้อความหรือภาพนั้นต้องถูก**สละสิทธิ์** แต่ยังคงปรากฏ บนเครื่องหมายการค้านั้นได้

การสละสิทธิ์

หมายถึง ไม่สามารถห้ามคนอื่นใช้ข้อความหรือภาพนี้ ในลักษณะอื่น แต่ถ้านำมาจดวาง ในรูปแบบที่จดทะเบียนเครื่องหมายการค้าเอาไว้ และเป็นสินค้าหรือบริการที่ใกล้เคียงกัน **ยังสามารถห้ามได้อยู่**



ข้อความหรือภาพ ที่แม้จะสื่อถึงคุณสมบัติหรือคุณภาพ ของสินค้าก็อาจจดเป็นเครื่องหมายการค้าได้ หากนำสืบได้ว่าการใช้มาต่อเนื่องยาวนาน จนผู้บริโภคจดจำและแยกได้ว่าเป็นแบรนด์ของสินค้า

หากอยากรู้ว่าเครื่องหมายการค้า
จดทะเบียนไว้อย่างไร?
สามารถสืบค้นโดยเข้าไปที่
บริการสืบค้นด้วยภาพ (Image Search)
ผ่านเว็บไซต์กรมทรัพย์สินทางปัญญา
หรือแอปพลิเคชัน DIP e-Service
สะดวก รวดเร็ว ไม่มีค่าใช้จ่าย
สแกนเพื่อใช้บริการ
Image Search >>>>




คำแนะนำสำหรับผู้ประกอบการ

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



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

เจ้าของจะเป็นผู้มี "สิทธิแต่เพียงผู้เดียว" ในสิ่งที่ได้รับความคุ้มครองนั้น ภายในระยะเวลาที่กฎหมายกำหนด หากใครต้องการใช้สูตร หรือกรรมวิธี  ต้องได้รับการอนุญาตจากเจ้าของสิทธิก่อน

การคุ้มครอง
สูตรอาหาร



จดสิทธิบัตร **-Vs-**
ความลับทางการค้า

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

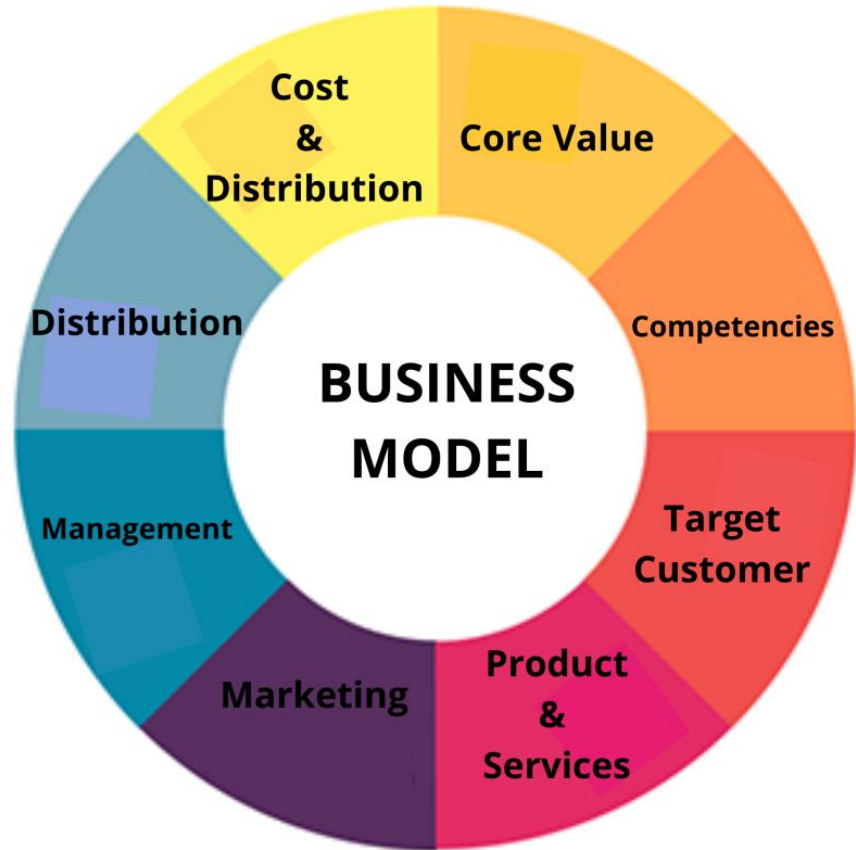


ตารางสรุปลักษณะบ่งเฉพาะ เพื่อใช้ประเมินโอกาสในการรับจดทะเบียนเครื่องหมายเบื้องต้น



ตัวอย่าง : เครื่องหมาย google ก็จะถูกอยู่ในชองคำประดิษฐ์ เนื่องจากคำว่า google ไม่มีความหมาย เหมือนใช้กับสินค้า หรือบริการ จำพวก 42 จัดให้ โปรแกรมค้นหาบนอินเทอร์เน็ต ก็จะมีโอกาสรับจดทะเบียนสูง แต่ถ้าชื่อ Beauty Girl ขายเครื่องสำอาง ก็จะถูกอยู่ในชองคำทั่วไปหรือคำที่เกี่ยวกับสินค้า โอกาสรับจดทะเบียนก็จะน้อย

แบบจำลองธุรกิจ (Business model)



แบบจำลองธุรกิจ Business Model Canvas: BMC

ผลิตภัณฑ์สำหรับ (ประเภทลูกค้า) :

ออกแบบโดย :

ว/ด/ป :

Version:

The Business Model Canvas

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

แบบจำลองธุรกิจ Business Model Canvas: BMC

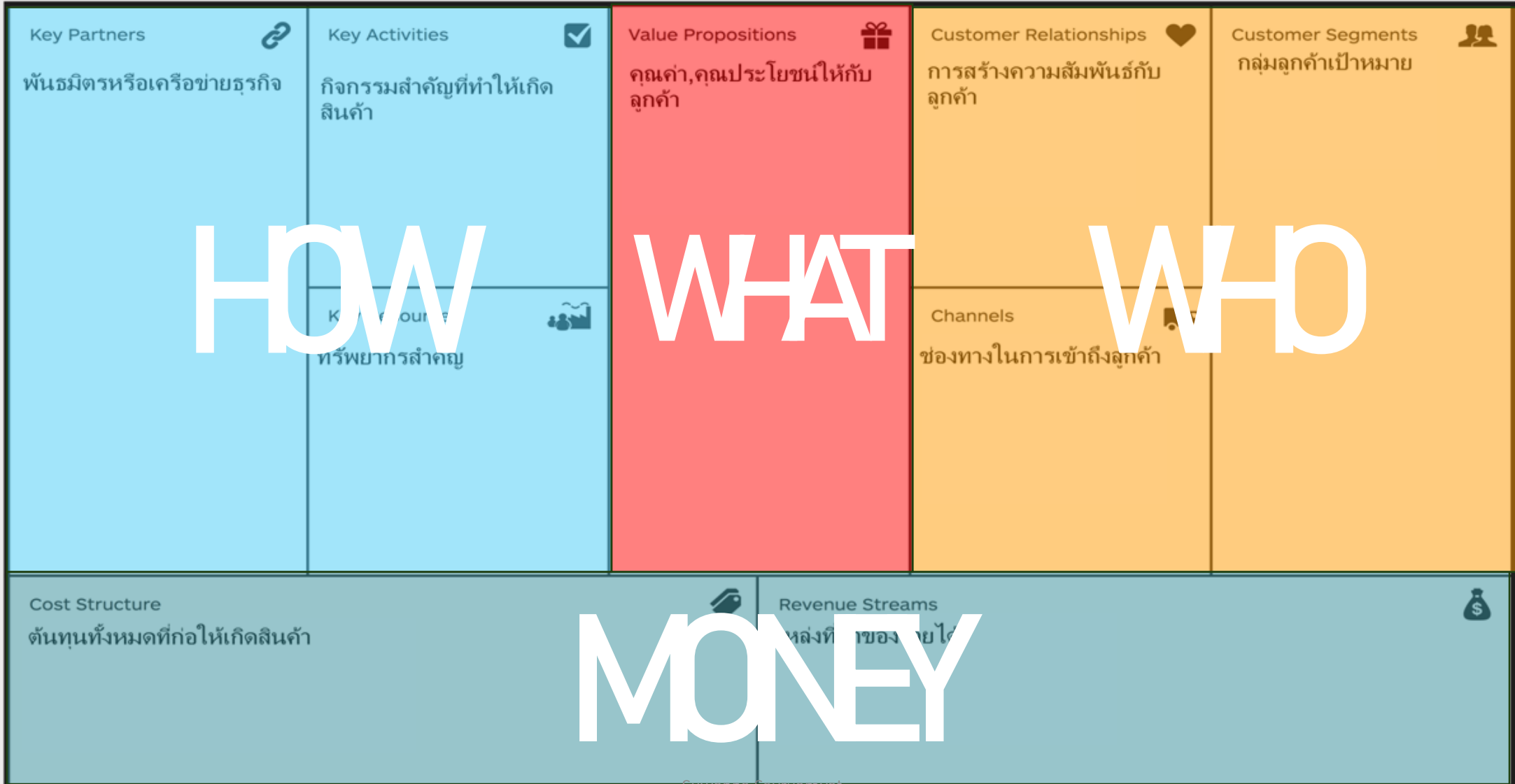
The Business Model Canvas

ผลิตภัณฑ์สำหรับ (ประเภทลูกค้า) :

ออกแบบโดย :

ว/ด/ป :

Version:



แบบจำลองธุรกิจ Business Model Canvas: BMC

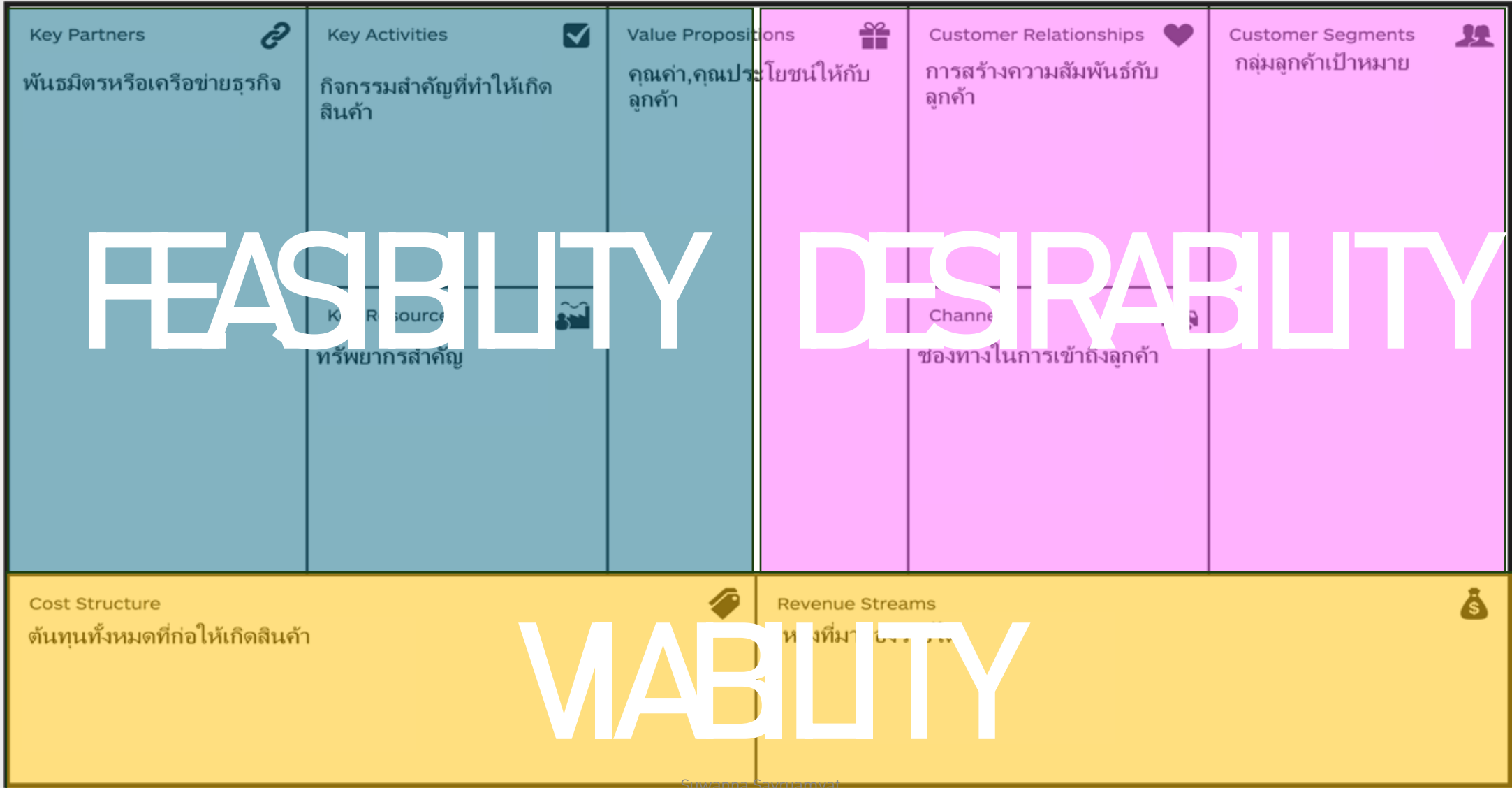
The Business Model Canvas

ผลิตภัณฑ์สำหรับ (ประเภทลูกค้า) :

ออกแบบโดย :

ว/ด/ป :

Version:

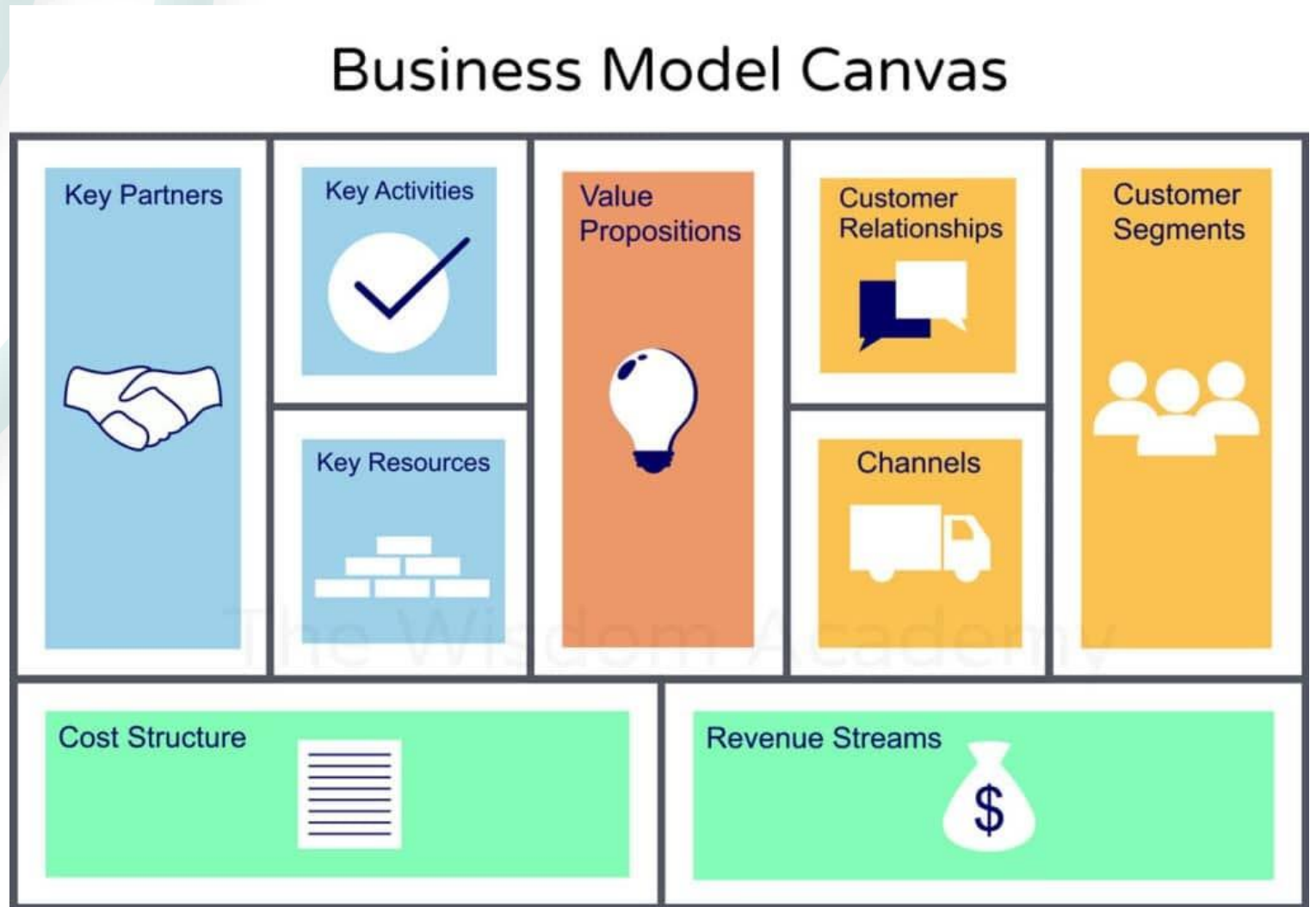


ตัวอย่าง Starbucks Business Model



กิจกรรม:

- 1) ให้นิสิตวิเคราะห์ Business model canvas ของธุรกิจที่นิสิตสนใจ
- 2) ให้ข้อเสนอแนะแก่ธุรกิจสำหรับการดำเนินงานในอนาคตจากมุมมองของนิสิต



- ส่งในลิงค์ที่ TA ประจำกลุ่ม
 - หมู่ 1, 2, 3 ภายในวันที่ 5 ก.ย. 67 16.30 น.
 - หมู่ 300 ส่งภายในวันที่ 9 ก.ย. 67 16.30 น.