

# Newsletter

ISSUE 07 OCT 31 / 10 / 2019

## “ชิมช้อปใช้” เม็ดเงินสะพัด 10 ล้าน คนช่วยกระตุ้นเศรษฐกิจ

แจกเงิน 1,000 บาท กระตุ้นกำลังซื้อ สะพัดคลังมันใจคนรอใช้สิทธิเกิน 10 ล้านคน ลุ้นต่อเฟส 2 ธนาคารกรุงไทย เกาะติดแก้ปัญหา ร้านค้าร่วมโครงการมั่นใจ ร้านค้าชุมชน ได้อานิสงส์วางมาตรการสกัดยักซ์ค้าปลีกกินรวบ จำกัดสิทธิร่วมได้แค่ 1 จังหวัด- จดรับเงิน 20 จุด บี เทสโกโลดส์ ปรับแผน

นาย ลวรรณ แสงสนิท ผู้อำนวยการสำนักงานเศรษฐกิจการคลัง (สศค.) ในฐานะโฆษกกระทรวงการคลัง มั่นใจว่าการลงทะเบียนมาตรการชิมช้อปใช้จะเรียบร้อยครบถ้วนทั้ง 10 ล้านคนได้ตามเป้าหมายและเชื่อว่าจะมีผู้ที่อยากลงทะเบียนรับสิทธิมากกว่า 10 ล้านคน แม้ว่าจะมีเสียงบ่นเรื่องการยืนยันตัวตนทำได้ยาก ซึ่งก็ต่อยอมรับเพราะเป็นเรื่องต้องแลกกับความปลอดภัยไม่ให้เกิดการสวมสิทธิ์ด้วยพร้อมยืนยันว่าระบบชิมช้อปใช้ไม่เคยล่ม แต่ปัญหาเกิดจากหลายกรณี เช่น ลูกค้าไปใช้จ่ายผ่านแอป “เป่าดัง” แต่ไม่เปิด Location ซึ่งจะเป็นตัวตรวจสอบว่าได้ใช้จ่ายในจังหวัดที่ลงทะเบียนไว้ เป็นต้น ทั้งนี้จากยอดใช้จ่ายตั้งแต่วันที่ 27-29 ก.ย รวม 3 วัน มียอดการใช้จ่ายประมาณ 294 ล้านบาท จากผู้ใช้สิทธิ 370,523 ราย พบว่ากว่า 50% หรือประมาณ 148 ล้านบาท เป็นการใช้จ่ายกลุ่ม ช้อป ซึ่งเป็นร้านค้ากลุ่ม OTOP ร้านวิสาหกิจชุมชน รวมทั้งร้านธงฟ้าประชารัฐ รองลงมาคือ ชิม หรือร้านอาหารและเครื่องดื่มที่มียอดใช้จ่ายประมาณ 60 ล้านบาท สำหรับใช้ เช่น โรงแรม โฮมสเตย์ เป็นต้น มียอดใช้จ่ายประมาณ 7 ล้านบาท สำหรับร้านค้าทั่วไปรวมถึงห้างสรรพสินค้าที่อยู่ในหมวดช้อปพบว่ามียอดใช้จ่ายประมาณ 79 ล้านบาทส่วนการใช้จ่ายในการท่องเที่ยวที่จะได้รับเงินคืน 15 % มีการใช้จ่ายแล้ว 5 ล้านบาท ทั้งยืนยันว่าไม่ได้เอื้อผู้ประกอบการรายใหญ่ เมื่อเริ่มใช้จ่ายจะเห็นว่าเม็ดเงินลงสู่ระบบเศรษฐกิจจริงในพื้นที่ เป็นร้านขนาดเล็กที่ได้านิสงส์ ข้อมูลถึงวันที่ 1 ต.ค.

มีผู้เริ่มใช้สิทธิเพิ่มขึ้นเป็น 500,000 ราย ยอดใช้จ่ายรวม 440 ล้านบาท ส่วนกรณีรัฐบาลมีนโยบายจะออกมาตรการ ชิม ช้อป ใช้ เฟส 2 ต่อ นั้น นายลวรรณ กล่าวว่า เรื่องดังกล่าวเป็นเรื่องระดับนโยบาย ยังไม่ได้รับคำสั่งให้ดำเนินการ ขณะนี้ขอผลักดันชิม ช้อป ใช้ 10 ล้านคนให้เรียบร้อยก่อน ทั้งนี้จากที่มีการลงทะเบียน 1 ล้านคน/วัน แต่ละวันมีผู้ลงทะเบียนไม่ผ่านราว 2 แสนราย สิทธิดังกล่าวก็จะยังอยู่ ทำให้ผู้ที่ยังไม่ได้รับสิทธิสามารถลงทะเบียนต่อจนกว่าจะเต็ม 10 ล้านคน ภายใน 15 พ.ย นี้

ขณะที่นางประราณี รัตน์ประสาทร รองกรรมการผู้จัดการใหญ่ ธนาคารกรุงไทย กล่าวว่า โมเดิร์นเทรดที่มีหลายสาขาในหลายจังหวัด จะเลือกรวมโครงการได้เพียง 1 จังหวัดต่อ 1 เลขประจำตัวผู้เสียภาษี ส่วนกรณีห้างบิ๊กซี ที่มีการเข้าร่วมหลายจังหวัดนั้น เนื่องจากการจดทะเบียนบริษัทและ tax ID มากกว่า 1 หมายเลขกรณีมีร้านค้าที่ประสบปัญหาเกิดขึ้น ส่วนใหญ่เป็นเรื่องความไม่เข้าใจ ไม่ใช่ปัญหาหาระบบอย่างที่เกิดขึ้นที่จังหวัดยะลาว่าเงินไม่เข้าถุงเงินทางธนาคารกรุงไทยก็มีทีมสาขาลงไปแนะนำทำความเข้าใจการใช้งานกับร้านค้า นอกจากนี้กรุงไทยมีการมอนิเตอร์ ตรวจสอบการใช้สิทธิในทางที่ผิดอยู่ตลอด ไม่ว่าจะเป็นร้านค้าหรือตัวผู้ลงทะเบียน ซึ่งเห็นได้จากยอดผู้ลงทะเบียน 1 ล้านคน/วัน แต่จะมีผู้ลงทะเบียนผ่านราวกว่า 7 แสนคน ขณะที่ในส่วนของร้านค้ามีการตัดสิทธิร่วมโครงการไปแล้วประมาณ 350 ร้านค้า เพราะมีการทำผิดวัตถุประสงค์ เช่นการใช้ในสถานที่ที่ไม่เหมาะสม หรือมีการโฆษณาที่ไม่ตรงวัตถุประสงค์รวมถึงที่มีการยกเลิกในส่วน ของร้านโชห่วยและเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

### “MICROSOFT” ประเทศ ไทย ได้รับรางวัลบริษัทที่น่า ทำงานมากที่สุด 2019

เอชอาร์ เอเชีย สำรวจความคิดเห็นของพนักงานภายในองค์กรโดยใช้เกณฑ์การตัดสินด้วย โหมดการประเมินการมีส่วนร่วมโดยรวม (Total Engagement Assessment Model) ให้ความสำคัญกับการมีส่วนร่วมของพนักงาน 3 ประการ

- องค์กรที่ส่งเสริมการมีส่วนร่วมอย่างแท้จริง (Collective Organization for Real Engagement: CORE)
- การมีส่วนร่วมระดับบุคคล (Self: Heart, Mind & Soul)
- การมีส่วนร่วมระดับกลุ่ม (Group: Think, Feel & Do)

นายธนวัฒน์ สุธรรมพันธุ์ กรรมการผู้จัดการ บริษัท ไมโครซอฟท์ (ประเทศไทย) จำกัด กล่าว ในฐานะตัวแทนของไมโครซอฟท์ ประเทศไทย รู้สึกยินดีและเป็นเกียรติอย่างยิ่งที่ได้รับรางวัลทรงเกียรตินี้ ผมเชื่อเป็นอย่างยิ่งว่าความสำเร็จนี้มาจากทีมผู้บริหารและพนักงานของเราทุกคน หนึ่งในปัจจัยสำคัญที่สุดที่ส่งผลต่อความสำเร็จขององค์กรในยุคดิจิทัล คือความสามารถในการทำงานที่โดดเด่นของบุคลากรภายในองค์กร ซึ่งเป็นสิ่งที่ไมโครซอฟท์ให้ความสำคัญ เราตั้งใจภาพที่ดีที่สุดของพนักงาน สนับสนุนเป้าหมายของพวกเขา และทำให้เขาพบคุณค่าจากการทำงาน



# KANTAR ร่วมกับ MARKETING OOPS เปิดเผยผลการจัดอันดับแบรนด์ที่ผู้บริโภค ตัดสินใจเลือกซื้อสูงสุด 50 อันดับแรกของ โลก

เปิดผลรางวัล Kantar Brand Footprint Award 2019 การจัดอันดับสุดยอดแบรนด์ที่ผู้บริโภคตัดสินใจเลือกซื้อสูงสุด 50 อันดับแรกของโลกและสุดยอดแบรนด์ที่ครองใจผู้บริโภคในไทย ประจำปี 2019 ซึ่งจัดติดต่อกันเป็นปีที่ 7 การจัดอันดับดังกล่าว เป็นการนำข้อมูลเชิงลึกจาก Consumer Panels หรือ Consumers Purchase Behavior พฤติกรรมการซื้อสินค้าของผู้บริโภค นำมาวิเคราะห์เจาะลึกและปรับกลยุทธ์ในการสร้างแบรนด์ของบริษัทชั้นนำระดับโลกโดยกัณดารได้ทำการศึกษาวิจัยกับประชากรโลกถึง 72 % เจาะลึกแบรนด์ต่างๆ ทั่วโลกในกลุ่ม FMCG กว่า 21,400 แบรนด์ ครอบคลุมมากกว่า 49 ประเทศทั่วโลก ด้วยการเก็บรวบรวมข้อมูลและวิเคราะห์พฤติกรรมการซื้อสินค้าของเหล่านักช้อปกลุ่มตัวอย่าง 350,000 ล้านครั้งของการช้อปตลอดหนึ่งปี (สิ้นสุดในเดือนพฤศจิกายน 2018) นอกจากนี้ยังได้เจาะลึกแบรนด์ต่างๆ ในเมืองไทย กว่า 976 แบรนด์ จาก 80 ช่องทางจัดจำหน่ายและค้าปลีก ผ่านการวิเคราะห์พฤติกรรมการซื้อสินค้าของนักช้อปชาวไทยกว่า 245 ล้านครั้ง ครอบคลุมทั้งคนเมืองและต่างจังหวัด ข้อมูลดังกล่าวสามารถสะท้อนพฤติกรรมการซื้อของประชากรทั่วประเทศกว่า 25.4 ล้านครัวเรือน

โดย Kantar Brand Footprint Award 2019 สำหรับแบรนด์ในไทย แบ่งเป็น 4 สาขา รวมทั้งสิ้น 16 รางวัล ได้แก่

Most Chosen Brands จำนวน 5 รางวัล ได้แก่ Nescafe ( Beverage/ Mama( Food) / Colgate( Health&Beauty) / Hygiene (Home Care) และ Dutch Mill (Dairy)

Most Rising Brands จำนวน 5 รางวัล ได้แก่ C-vitt ( Beverage) / Lays ( Food) / Bhaesaj ( Health&Beauty) / Pao (Home Care) และ Thai-Denmark (Dairy)

Top Outstanding Local Brand จำนวน 5 รางวัล ได้แก่ Singha Drinking Water ( Beverage) / Deksomboon (Food)/Tepthai (Health & Beauty)/ 108 shop (Home Care) และ Tofusan (Dairy)

Top Outstanding Retailer จำนวน 1 รางวัล ได้แก่ CJ Supermarket

ขณะที่ Brand Footprint 2018 Global Ranking ใน 10 อันดับแรกได้แก่ Coca-Cola ที่ครองอันดับ 1 เป็นปีที่ 7 ติดต่อกัน รองลงมาคือ Colgate Maggie Lifebuoy Lay Pepsi และ Nescafe ตามลำดับ ทว่าปีนี้ Dove และ Sunsilk ได้รับความนิยมขึ้นมาเป็นอันดับ 8 และ 9 ส่งผลให้ตำแหน่งของอินโดนี จากอินโดนีเซียหล่นลงมาอยู่ในลำดับที่ 10

The graphic features the Kantar logo (a red circle with a white 'M') at the top left. The main title 'KANTAR Brand Footprint Award 2019' is centered in bold black text. Below it, a red banner with a gold star icon reads 'Most Chosen Brands'. To the right is a large gold trophy with a red base and a gold star on top. Below the banner, five brand logos are displayed in a row, each with its name and category below it: Nescafé (Beverage), Mama (Food), Colgate (Health & Beauty), Hygiene (Home Care), and Dutch Mill (Dairy).

Brand	Category
Nescafé	(Beverage)
Mama	(Food)
Colgate	(Health & Beauty)
Hygiene	(Home Care)
Dutch Mill	(Dairy)

# GRAB ขยายธุรกิจตบโจทย์ของอ้อยไกล บ้านค่าส่งแพง เปิดตัว GRAB -KITCHEN

Grab ในฐานะผู้นำซูเปอร์แอปแห่งภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ และเป็นผู้เล่นในตลาด Delivery food ที่แข็งแกร่งเข้าใจ pain point คนหิวและร้านค้าที่ต้องการขยายฐานลูกค้า จึงเปิดบริการใหม่ Grabkitchen แห่งแรกในประเทศไทย อย่างเป็นทางการที่ตลาดสามย่าน ในลักษณะของการรวมศูนย์ร้านอาหารที่มีความต้องการ แต่อยู่นอกพื้นที่ ซึ่งรูปแบบ Grabkitchen ประสบความสำเร็จอย่างล้นหลามในประเทศอินโดนีเซีย โดย Grabkitchen จะเป็นคลาวด์ คิทเชน (Cloud kitchen) หรือครัวกลางที่รวบรวมร้านอาหารและเครื่องดื่มอันหลากหลายมาไว้ในที่เดียว ช่วยเพิ่มตัวเลือกด้านอาหารที่หลากหลายมากยิ่งขึ้นผ่านการใช้ฐานข้อมูลของ GrabFood นายธนินทร์ ธนียวัน กรรมการผู้จัดการ แกร็บ ประเทศไทย ชี้ว่า เราได้พัฒนากลยุทธ์ร่วมกับพาร์ทเนอร์ร้านค้าอย่างต่อเนื่องเพื่อเติม

เต็มระบบ Ecosystem ของแกร็บให้สมบูรณ์ แกร็บคิทเชน จะช่วยแก้ปัญหาให้ผู้ประกอบการร้านอาหารต่างๆ ให้มีโอกาsxยับขยายธุรกิจโดยไม่ต้องลงทุนมากและช่วยให้ลูกค้าที่ต้องการทานของอ้อยแต่ร้านอยู่ไกล ค่าส่งแพงกว่าอาหารรอนานกว่าจะได้ แกร็บคิทเชนจะหาร้านที่อยู่ไกลเหล่านั้นมาใกล้บ้านมากขึ้นลดระยะเวลาการรออาหาร ถ้าเรียกให้เข้าใจง่ายๆ แกร็บคิทเชนจะเป็นพื้นที่ครัวกลางที่ร้านค้าที่อยู่นอกพื้นที่เข้ามาใช้ในการประกอบอาหารตามออเดอร์ซึ่งที่แกร็บคิทเชนจะไม่มีการขายอาหารหน้าร้าน แกร็บคิทเชนมีหน้าที่ประกอบอาหารสำหรับส่งผ่านแกร็บเท่านั้นโดยแกร็บคิทเชนแห่งแรกตั้งอยู่บนชั้น 2 ของตลาดสามย่าน รองรับร้านอาหารที่มีชื่อเสียงทั้งสิ้น 12 ร้านอาหารชื่อดังทั่วกรุงเทพฯ โดยทุกขั้นตอนการประกอบอาหารในแกร็บคิทเชนเป็นไปตามมาตรฐานการผลิตอาหารพร้อมการรับรอง

ด้านสุขอนามัย โดยทางแกร็บจะเตรียมระบบสำหรับทำครัว เช่น ระบบแก๊สห้องต้ม ระบบประปา ระบบไฟฟ้า เป็นต้น รวมถึงอุปกรณ์เพื่อความปลอดภัยและป้องกันเพลิงไหม้ เพื่อจะมั่นใจได้ว่าอาหารจะไม่เพียงแต่รสชาติดี แต่ยังสะอาดและปลอดภัย แกร็บคิทเชนเปิดบริการให้ลูกค้าสามารถกดสั่งออเดอร์จากแอปพลิเคชันแกร็บได้ทุกวัน ตั้งแต่เวลา 8.00-22.00 น ภายในรัศมี 8 กิโลเมตร สำหรับร้านค้าที่ต้องการเข้าร่วมแกร็บคิทเชน จะมีการนำข้อมูลบนแพลตฟอร์มมาเพื่อหาร้านที่มีการถูกค้นหามากที่สุดและร้านค้าต้องอยู่นอกพื้นที่ให้บริการ 8 กิโลเมตร นอกจากนี้ยังช่วยให้ผู้ประกอบการสามารถขยายกลุ่มผู้บริโภค โดยพื้นที่สำหรับทำครัวจะไม่มี การคิดค่าบริการอย่างไร ซึ่งอุปกรณ์ทำครัวรวมไปถึงตู้เย็นร้านค้าจะต้องเป็นคนดูแลเอง







## ร้านใหม่อยากบอกต่อ..

### 'CHUNN'

จากเดือนที่แล้วได้แนะนำ ร้าน มหาสาร ร้านเนื้อเล็กๆย่านถนนจันทร์ที่จองคิวยากมากระดับ Michelin Star เดือนนี้เลยอยากแนะนำร้านเนื้ออีกร้านที่มีเมนูใกล้เคียงกับร้านมหาสาร แต่จองคิวไม่ยากเท่า โดยร้านนี้มีชื่อว่า ร้าน ฉัน (CHUNN) ร้านนี้ตั้งอยู่แถวซอยเอกมัย หลังปาร์คเลน เดินทางสะดวก ลงจากรถไฟฟ้าสถานีเอกมัยเดินเข้าซอยประมาณ 500 เมตร ร้านอยู่ในซอยเดียวกับร้าน TEPPEN เมนูของร้านราคาเริ่มต้นที่ 80-590 บาท สนใจติดต่อ 086-153-6153



### 'MAJI CURRY'

ร้านแกงกะหรี่ ดิกรีแชมป์ Kanda Curry Grand Prix ปีล่าสุด เปิดให้บริการในไทยสาขาแรกที่ สยามเซ็นเตอร์ ชั้น 2 มีเมนูให้เลือกมากกว่า 15 ชนิด โดยไฮไลท์ของร้านอยู่ที่ เมนูข้าวแกงกะหรี่แสมเบอร์เกอร์ราดชีสหอมๆ ซึ่งเป็นเมนูที่ได้รับรางวัลข้าวแกงกะหรี่ของ MAJI CURRY ประจักษ์จากเครื่องเทศกว่า 10 ชนิด ให้รสชาติกลมกล่อม หอมกรุ่นและเผ็ดร้อนทางคู่กับผักดองแห้งคั้นตะยั้งเพิ่มรสชาติมากยิ่งขึ้น ราคาเริ่มต้น 150 บาท เปิดให้บริการตั้งแต่เวลา 10.00-22.00 น



### 'OHACHI'

โอฮาชิ ข้าวหน้าหมูย่างชั้นเทพ ชามล้น เนื้อหมูย่างส่วนท้องเนื้อนุ่มชุ่มซอสเข้มข้นสูตรเฉพาะของร้าน อย่างบนเดาถ่านผิวเกรียมหอมกรุ่น เสริฟพร้อมข้าวนำเข้าจากประเทศญี่ปุ่นในจังหวัดนิงาตะ ภายในร้านมีเพียง 18 ที่นั่ง เท่านั้น ราคาเริ่มต้น 128-388 บาท ร้านเปิดให้บริการทุกวัน วันจันทร์-เสาร์ เวลา 11.00-14.00 น และ 16.00-20.00 น ร้านตั้งอยู่ในโครงการสนั่นนภา สนใจติดต่อสอบถามได้ที่ 092-538-9449

