NATION BOOKS
เนชั่นบุ๊คส์

ทำเลร้านทำรวย

เคล็ดลับการหา**ทำเล**
ที่**ทำเงิน**ได้มากกว่า

ผู้เขียน **ปรียทัต สีหอำไพ**

ทำเลร้านทำรวย

ตัวอย่าง

ผู้เขียน **ปรียทัต สีหอำไพ**

พิมพ์ครั้งแรก มีนาคม 2559 ราคา 195 บาท
ข้อมูลทางบรรณานุกรมของหอสมุดแห่งชาติ
ปรียทัต สีหอำไพ .
หาทำเล ร้านทำรวย.– กรุงเทพฯ : เนชั่น อินเตอร์เนชั่นแนล เอ็ดดูเทนเมนท์, 2559.
160 หน้า.
1. ธุรกิจขนาดย่อม. I. ชื่อเรื่อง.
338.642
ISBN 978-616-515-645-5

เจ้าของผู้พิมพ์ผู้โฆษณา
สำนักพิมพ์เนชั่นบุ๊คส์ ในเครือ
บริษัท เนชั่น อินเตอร์เนชั่นแนล เอ็ดดูเทนเมนท์ จำกัด (มหาชน)

ที่ปรึกษาเครือเนชั่น	สุทธิชัย หยุ่น
ประธานเจ้าหน้าที่บริหาร	พนา จันทรวิโรจน์
บรรณาธิการบริหาร	ดร. วงศ์สิริ สังขวาสี มิยาจิ
บรรณาธิการ	จิราวรรณ นันทพงศ์
ปก/รูปเล่ม	กฤษณา แก้วประเสริฐ
กราฟิก	วรเทพ เสริมธนะพัฒกุล
พิสูจน์อักษร	นิตยา หนูนิมิตร
ผู้จัดการฝ่ายผลิต	ไชติอนันต์ จิตต์สมบูรณ์
ฝ่ายขาย	ธนิดา พึ่งเจริญ, วารุณี สุพรรณสาร, มนต์ศรัณย์ พลใหม่, จารุวรรณ นาคบำรุง, ภาคภูมิ ยินดี, ภคพร เพชรดี

สำนักงาน เลขที่ 1858/123-124 อาคารอินเตอร์ลิงค์ ทาวเวอร์ ชั้น 29 ถนนบางนา-ตราด แขวงบางนา เขตบางนา กรุงเทพฯ 10260 โทรศัพท์ 0-2338-3694-6 โทรสาร 0-2338-3986, www.twitter.com/Nation_Books, www.Facebook.com/NationBooksFanPage

พิมพ์ที่ บริษัท ดับบลิวพีเอส (ประเทศไทย) จำกัด 167/5 หมู่ 4 ถนนบางนา-ตราด กม. 29.5 ตำบลบางบ่อ อำเภอบางบ่อ จังหวัดสมุทรปราการ 10560 โทรศัพท์ 0-2313-4405-6 โทรสาร 0-2313-4445

จัดจำหน่ายโดย บริษัท ซีเอ็ดยูเคชั่น จำกัด (มหาชน) อาคารอินเตอร์ลิงค์ ทาวเวอร์ ชั้น 19 เลขที่ 1858/87-90 ถนนบางนา-ตราด แขวงบางนา เขตบางนา กรุงเทพฯ 10260 โทรศัพท์ 0-2739-8222, 0-2739-8000 โทรสาร 0-2739-8356-9 www.se-ed.com

สงวนลิขสิทธิ์ตามพระราชบัญญัติลิขสิทธิ์ (ฉบับเพิ่มเติม) พ.ศ. 2559 โดย บริษัท เนชั่น อินเตอร์เนชั่นแนล เอ็ดดูเทนเมนท์ จำกัด (มหาชน)
ห้ามลอกเลียนแบบส่วนหนึ่งส่วนใดของหนังสือเล่มนี้ รวมทั้งการจัดเก็บ ถ่ายทอด ไม่ว่ารูปแบบหรือวิธีการใดๆ ด้วยกระบวนการทางอิเล็กทรอนิกส์ การถ่ายภาพ การบันทึก เชียร์วิธีการอื่นใด ใดๆโดยไม่ได้รับอนุญาต

หากพบหนังสือมีปัญหาหน้าติด หน้าสลับ หน้าซ้ำ หรือหน้าหาย สามารถขอเปลี่ยนใหม่ได้จากร้านที่ท่านซื้อ หรือติดต่อสำนักพิมพ์ โทรศัพท์ 0-2338-3694-6

คำนำสำนักพิมพ์

นอกจากการเลือกว่าเราจะลงทุนทำธุรกิจอะไร สิ่งที่ต้องคำนึงถึงมากๆ เพราะเป็นหัวใจหลักที่สำคัญในการประสบความสำเร็จคือ “ทำเล” นั่นเอง

การเลือกทำเลให้เหมาะกับร้านเป็นสิ่งที่ต้องศึกษาเป็นอันดับแรกๆ ในการลงทุน ต่อให้เรามีสินค้าดีแค่ไหน แต่หากเราไปวางในทำเลที่ผิด ชีวิตก็เปลี่ยนทันที บางครั้งอาจไม่ได้แย่ แต่กำไรที่ควรจะได้มากกว่านี้ก็ลดลงไปอย่างน่าเสียดาย หรือบางร้านเลือกทำเลไม่ดีก็ถึงกับต้องปิดกิจการกันไปเลยทีเดียว

นอกจากนี้ตำแหน่งการเข้าเมือง หรือออกจากเมืองก็เป็นอีกหลักการที่คุณไม่ควรมองข้าม บางท่านอาจจะยังไม่รู้เรื่องหลักการเหล่านี้เลยด้วยซ้ำ แต่หนังสือเล่มนี้จะเผยเคล็ดลับที่ไม่ลับทั้งหลาย การเลือกทำเลเด่น ทำเลดี ทำเลทอง หยิบจับอะไรก็ได้เงิน เป็นการเลือกทำเลที่ใช้ทั้งศาสตร์และศิลป์ที่เข้ากันได้อย่างลงตัว ข้อมูลเหล่านี้ล้วนผ่านการรวบรวมทางสถิติมาอย่างดี รับรองได้ผลแน่นอน

หากตอนนี้คุณมีร้านในใจแล้ว แต่ยังขาดการเลือกทำเลที่โดนๆ ละก็ลองพลิกหาข้อมูลดีๆ ในหนังสือเล่มนี้ แล้วคุณจะได้เป็นเศรษฐีในอีกไม่ช้ารวยได้แน่ หากเลือกทำเลที่ใช่

เนชั่นบุ๊คส์

บทนำ

การเลือกทำเลที่ดีนั้นต้องผสมผสานทั้งศาสตร์และศิลป์เข้าด้วยกัน

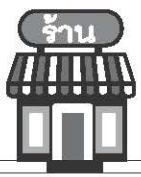
ในยุคก่อนการเลือกทำเลส่วนใหญ่มักมาจากความรู้สึกและพึ่งพาประสบการณ์ของเจ้าของร้านเสียส่วนใหญ่ ซึ่งก็มีถูกบ้างผิดบ้าง อาศัยกล้าได้กล้าเสียเยอะๆ นำมาสู่ความสำเร็จ (ส่วนใหญ่นั้นไม่สำเร็จก็เงียบหายกันไป) การใช้วิธีเฝ้าสังเกต, การได้ฝึกดูทำเลหลากหลาย หรือหลักฮวงจุ้ยก็เป็นศาสตร์หนึ่งที่สำคัญ แต่การใช้ศาสตร์สมัยใหม่มาช่วย อาทิ การใช้เทคโนโลยีทางภูมิศาสตร์ เช่น GIS (Geographic Information System), Google Earth, Google Street View, การวิเคราะห์ข้อมูล, สถิติ, อสังหาริมทรัพย์, การเงิน และข้อมูลต่างๆ เพื่อช่วยให้เลือกทำเลการค้าได้อย่างถูกต้อง ลดความเสี่ยงในการเปิดร้านในทำเลที่แย่ๆ ประหยัดเวลาการขยายสาขา สามารถขยายได้รวดเร็วเป็นร้อยเป็นพันสาขา ยิ่งเปิดมากยิ่งเรียนรู้มาก ยิ่งขายดี

จึงอยากแบ่งปันเคล็ดลับการเลือกทำเล จากประสบการณ์จริงในการทำงานขยายสาขาให้แก่บริษัทค้าปลีกชั้นนำของไทยและต่างประเทศเป็นเวลากว่า 20 ปีตั้งแต่เริ่มยุคต้นโมเดิร์นเทรด จนถึงปัจจุบัน ซึ่งเป็นยุคเริ่มต้นของการค้าหลากหลายช่องทาง (Omni-channel Retailing) เป็นการผสมผสานทั้งการขายผ่านช่องทางร้านค้า (Physical Store) และ

ร้านค้าออนไลน์ (Online Store) ซึ่งการเลือกทำเลที่ดีสมัยนี้นั้น นอกจากจะเลือกทำเลเปิดร้านดี ลูกค้าเดินทางมาซื้อได้ง่าย แล้วอาจต้องคิดเผื่อสำหรับช่องทางสั่งของทางออนไลน์ดีลิเวอรี ทำเลไหนที่ทำให้เราเดินทางไปบ้านลูกค้าเพื่อส่งสินค้าได้รวดเร็ว เพื่อเพิ่มยอดขายในอนาคตอีกด้วย

หวังว่าหนังสือเล่มนี้จะเป็นประโยชน์ต่อ SMEs ไทยที่ต้องการเปิดร้านขายของชำ, ซูเปอร์มาร์เก็ต, ร้านอาหาร, ร้านขายกาแฟ, เสื้อผ้า, ยา, หนังสือ, เสริมสวย ฯลฯ ในกรุงเทพฯ และหัวเมืองในต่างจังหวัดให้ทำการค้าได้ร่ำรวย ช่วยลดความผิดพลาดให้เจ้าของร้านค้าในการเลือกทำเลเปิดร้าน ไม่ต้องไปลองผิดลองถูก ถือเป็นการประหยัดทรัพยากรของประเทศ อีกทั้งยังเป็นประโยชน์ต่อเจ้าของอาคารพาณิชย์และผู้ที่ต้องการลงทุนในอาคารหรือที่ดินเพื่อปล่อยเช่า จะได้เข้าใจตลาด เลือกซื้อตึกทำเลดีๆ มาปล่อยเช่าได้ง่าย ผลตอบแทนก็ดี ร่ำรวยไปด้วยกัน

สุดท้ายนี้ ขอขอบคุณพี่น้องในวงการขยายสาขาที่มีส่วนร่วมในตัวอย่างที่ยกขึ้นมาในหนังสือเล่มนี้ และช่วยกันพัฒนาวงการค้าปลีกไทยยุคใหม่ให้ทำงานอย่างเป็นระบบมากขึ้น เพื่อพร้อมรับการแข่งขันที่นับวันก็จะรุนแรงขึ้นจากคู่แข่งต่างชาติในอนาคตอีกด้วย



สารบัญ

1. ต้องเข้าใจธุรกิจตัวเราเองก่อน	9
1.1) ร้านเราขายอะไร	10
1.2) จุดขายของร้านเรา	11
1.3) รายได้หลัก	12
1.4) เงินลงทุน & ค่าใช้จ่ายหลักๆ	12
1.5) กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย	14
1.6) การดำเนินงานร้าน	17
1.7) รูปแบบร้านและการตกแต่งร้าน	19
2. ต้องเข้าใจเมือง	21
การเติบโตของเมือง	24
โดนัทกรุงเทพฯ	25
เมืองแบ่งเป็นย่านต่างๆ	26
โครงข่ายถนนของเมือง	29
การเดินทางเคลื่อนที่ของคนในเมือง	32
การเดินทางเคลื่อนที่ของคนในวันธรรมดา	33
ชั่วโมงการเปิดทำการกับการเลือกทำเล	44
ต้องการเปิดกี่สาขา	45

3. ต้องเข้าใจจุดที่จะเปิดร้าน 46
1) ต้องเข้าใจทำเลในฝัน 47
2) ต้องชี้ชัดพื้นที่เป้าหมายที่เราต้องการจะครอบคลุม 59
3) การหาจุดเปิด 72
4) การเปรียบเทียบ “จุดทางเลือก” 77

4. ต้องมีการศึกษาความเป็นไปได้ (Feasibility Study) 81
Feasibility Study สำคัญกับการหาทำเล 82
การประมาณการยอดขาย 84
การประมาณการงบกำไรขาดทุน 90

5. ต้องเลือกทำเลด้วยศาสตร์และศิลป์ Case Study & FAQ 95
ทำเลดีมีวันหมดอายุ 96
เคล็ดลับการสังเกตทำเลต่างๆ 98

6. ต้องรู้จักการใช้ GIS เทคโนโลยีเป็นตัวช่วยในการช่วยเลือกทำเล 132
GIS คืออะไร 133
ข้อมูลสำคัญที่ใช้ในการหาทำเล 135
GIS มีประโยชน์อะไรอีก 139
“GIS ไม่ใช่พระเจ้า” 145
เคล็ดลับใช้ของฟรี 146

7. สรุป และฝากทิ้งท้าย 151
เกี่ยวกับผู้เขียน 156

ต้องเข้าใจ
ธุรกิจตัวเองก่อน

ต้องเข้าใจธุรกิจตัวเองก่อน

ตัวอย่าง

คนส่วนใหญ่มักจะคิดว่า การเลือกทำเลเพื่อเปิดร้าน คือการเลือกที่คนเยอะพลุกพล่าน นั่นอาจไม่ถูกต้องเสมอไป สิ่งแรกที่จะต้องรู้ในการเลือกทำเลคือ เรากำลังจะเลือกทำเลเพื่อเปิดร้านอะไร แล้วจึงหาทำเลที่เหมาะสม เราจึงต้องรู้จักธุรกิจของเราเองก่อน

1.1 ร้านเราขายอะไร

สินค้าที่เราจะขายมีอะไรบ้าง สินค้าที่เราจะขายครอบคลุมถึงไหนบ้าง คอนเซ็ปต์ร้านของเราเป็นอย่างไร สินค้าที่ขายก็จะเป็นตัวบอกว่าจะต้องไปขายใคร และที่ไหน

ทำเลสำหรับร้านขายของเฉพาะด้าน เช่น ร้านขายสี ก็แตกต่างจากทำเลห้างสรรพสินค้าที่มีสินค้าหลากหลาย

นอกจากขายสินค้าแล้ว ยังมีบริการอื่นใดอีก เช่น

ร้านบริการโทรศัพท์บางแบรนด์ นอกจากจะขายมือถือแล้วยังให้บริการอินเทอร์เน็ต, รับชำระบิล, แล้วยังขายกาแฟอีกด้วย

บางธุรกิจก็เปิดร้านมาเพื่อให้เอื้อกับ Omni-Channel (การผสานช่องทางการขายเข้าด้วยกัน) เช่น ร้านขายพิซซ่า มีบริการนั่งกินที่ร้าน, ลูกค้าเดินเข้ามาสั่งกลับบ้าน, สั่งซื้อออนไลน์, ส่งอาหารดีลิเวอรีไปบ้านลูกค้าอีก จึงต้องวางจุดเปิดให้เอื้อทั้งการเดินทางมาที่ร้านและการส่งสินค้าไปบ้านลูกค้าให้ทันเวลาที่กำหนด และครอบคลุมพื้นที่การให้บริการแก่กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย

ดังนั้น สินค้าที่จะขายจึงเป็นสิ่งที่เราต้องรู้ ก่อนหาทำเลที่เหมาะสม

1.2 จุดขายของร้านเรา (Value Proposition)

ร้านของเราต้องมีจุดขาย เราต้องตอบได้ว่า ทำไมลูกค้าต้องมาซื้อที่ร้านเรา ไม่ไปซื้อร้านคู่แข่ง

ทำไมคนต้องมาซื้อที่ร้านเราด้วย

จุดขายต้องฟังดูน่าสนใจ ให้คนอยากได้สินค้าเรา เข้าใจง่ายไม่ซับซ้อน ต้องพิสูจน์ได้ ไม่ได้โม้ และมีความพิเศษไม่ได้หาได้ทั่วๆ ไป เช่น ร้านอาหารเราบริการรวดเร็ว, สั่งเร็ว, เสิร์ฟเร็ว, คุณภาพเหมือนกันทุกสาขาทั่วประเทศ

ทำไมร้านเราต้องมีจุดขาย

ร้านเราต้องมีจุดขายจุดเด่นที่จะเอาชนะคู่แข่งได้ หากยังไม่รู้ ก็ต้องสร้างขึ้นมา ไม่เช่นนั้นหากวันหนึ่งคู่แข่งมาเปิดใกล้ๆ ในเมืองใหญ่ที่มีการแข่งขันสูง มีทำเลที่ดี ก็อาจไม่ช่วยให้รอดพ้นจากการแข่งขันได้

1.3 รายได้หลักๆ

กระแสรายได้หลักอาจเกิดจากการขายสินค้าหรือบริการอย่างเดียว หรือมีรายได้อื่นๆ เช่น รายได้จากการให้เช่าพื้นที่ วางตู้กดน้ำ, ตู้เติมเงิน, เครื่องชั่งน้ำหนัก, ให้เช่าป้ายหน้าร้าน, ให้เช่าติดโฆษณาในร้าน, ให้เช่าห้องด้านบนตึกแถว, ให้เช่าพื้นที่วางสินค้าฝากขาย ฯลฯ

สินค้าหรือบริการเพิ่มเติมเหล่านี้ นอกจากจะช่วยเพิ่มรายได้อื่นๆ ให้ร้านของเรา ยังจะช่วยลูกค้าของเราให้ได้รับบริการเพิ่มเติมที่หลากหลายอีกด้วย

ในกรณีของร้านอาหาร กินอิ่มแล้วยังซื้อกลับบ้าน หรือซื้อเป็นของฝากได้อีกด้วย บางร้านของฝากก็กลายเป็นรายได้หลัก ไปวางขายแพร่หลายในซูเปอร์มาร์เก็ตได้อีกด้วย

1.4 เงินลงทุน & ค่าใช้จ่ายหลักๆ

- **เงินลงทุน**

เราต้องทราบงบลงทุนที่เรามีมากน้อยแค่ไหน เพื่อจะได้หาทำเลที่เหมาะสม เช่น ความฝันอยากเปิดร้านอาหารในห้างใหญ่ แต่ความจริงมีงบ

ลงทุนแค่หลักแสน ก็คงไม่พอ

นอกจากนี้อย่าลืมเผื่อกรณีที่ไม่ได้ขายดีตั้งแต่วันแรกที่เปิด ทำเลดีแต่กว่าลูกค้าจะติดเราหากสายป่านไม่ยาว ก็ขาดเงินทุนหมุนเวียน เจ๊งไปก่อนก็มี

• ค่าใช้จ่ายหลักๆ

ค่าใช้จ่ายที่เกี่ยวข้องกับการหาทำเลคือ ค่าเช่าและค่าบริการ สู้ค่าเช่าได้มากน้อยกี่บาท คิดเป็นกี่เปอร์เซ็นต์ของยอดขาย

เพื่อเป็นการประหยัดเวลาในการหาทำเล ไม่ต้องไปหาทำเลที่แพงเกินเอื้อม เราต้องควรจะคาดการณ์ยอดขายให้ใกล้เคียง เพื่อคำนวณหาค่าเช่าที่เหมาะสม ที่จะทำให้ธุรกิจเรามีกำไรอยู่ได้

จากสถิติพบว่า ค่าเช่าร้านที่สูง ไม่จำเป็นที่ยอดขายจะสูง ค่าเช่ามักขึ้นอยู่กับ Demand & Supply หรือความต้องการเช่า และพื้นที่ที่มีให้เช่า ซึ่งทำเลที่ดีของธุรกิจหนึ่ง อาจไม่เหมาะกับอีกธุรกิจก็ได้

ตัวอย่าง

รายละเอียดเกี่ยวกับค่าใช้จ่ายจะอธิบายในบทต่อไปเกี่ยวกับการทำ Feasibility Study

ค่าใช้จ่ายหลักๆ ของร้านอาหาร เช่น ค่าจ้างคน ค่าไฟ ค่าสาธารณูปโภค มีแนวทางลดตัดค่าใช้จ่ายใดเพื่อเพิ่มกำไรได้บ้าง ไปเปิดร้านอาหารอยู่ในห้างไหวไหม ค่าเช่าพื้นที่ก็แพง แถมเสียค่าบริการพื้นที่อีก แต่ก็ประหยัด ไม่ต้องไปวุ่นวายกับห้องน้ำ ที่จอดรถ แต่ก็ต้องปฏิบัติตามกฎระเบียบของทางศูนย์การค้า หรือไปขายอาหารในฟู้ดคอร์ท ค่าเช่าแบ่งเป็นเปอร์เซ็นต์ให้เจ้าของศูนย์อาหารเยอะกว่าค่าเช่าหน่อย แต่ก็ไม่ต้องจ้างคนมาทำความสะอาด เก็บโต๊ะ ล้างจาน ให้วุ่นวาย เก็บเงินค่าอาหารผ่านระบบรูดบัตรของศูนย์อาหาร โอกาสพนักงานโกงเงินก็ลดลง แต่ถ้าขายไม่ดีก็อาจจะโดนให้ออกไป ไม่ต่อสัญญาเช่า หรือถ้ามาเปิดร้านแยกออกมาจากศูนย์การค้า

จะเปิดขายกี่โมงก็อิสระ เปิด 24 ชั่วโมงก็ได้ ไม่ต้องเปิดปิดตามเวลาของศูนย์การค้า ไม่เจอกฎระเบียบเยอะ ตกแต่งร้านได้อิสระอีกด้วย แต่ต้องดูแลหลายอย่างทั้งเรื่องที่จอดรถอาจไม่พอเพียง เรื่องความปลอดภัยตอนกลางคืน เป็นต้น

1.5 กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย (Target Customers)

เราต้องรู้ว่ากลุ่มลูกค้าเป้าหมายของเราเป็นใคร เป็นสิ่งที่สำคัญที่สุดในการเลือกทำเล ร้านต้องอยู่ใกล้กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย ให้มาที่ร้านได้สะดวกจนสามารถมาบ่อยๆ ได้

หากเราไม่รู้ว่ากลุ่มลูกค้าเป้าหมายของเราเป็นใคร นับเป็นปัญหาใหญ่ต้องคิดให้ออก

ตัวอย่าง

กลุ่มลูกค้าเป้าหมายหมายถึงใคร

เป็นผู้ที่มีอำนาจในการตัดสินใจซื้อ ซึ่งอาจจะใช่หรือไม่ใช่คนเดียวกับผู้ใช้สินค้า (Users) ก็ได้ เช่น แม่เป็นผู้ที่มีอำนาจในการตัดสินใจซื้อนมทารก ซึ่งผู้ใช้สินค้าคือเด็กทารก

จำนวนของกลุ่มลูกค้าเป้าหมายต้องมากพอ

กรณีร้านสะดวกซื้อ ซูเปอร์มาร์เก็ต กลุ่มเป้าหมายคือทุกคน เพราะสินค้าเป็นของใช้ในชีวิตประจำวันสำหรับทุกคน

กรณีกลุ่มลูกค้าเป้าหมายเฉพาะกลุ่ม เช่น ร้านขายเฟอร์นิเจอร์เด็ก กลุ่มครอบครัวคนชั้นกลาง คนรุ่นใหม่ Young Family ถ้าไปเปิดร้านในทำเลอย่างย่านเยาวราช ดูเหมือนจะมีคนอยู่พลุกพล่าน แต่เปิดมากลับขายไม่ดี เพราะมีจำนวนครอบครัวคนชั้นกลาง คนรุ่นใหม่อยู่น้อย ไม่เพียงพอ จึงต้องมองเฉพาะจำนวนลูกค้าเป้าหมายเราเท่านั้น

ปรียทัต สีหอำไพ

ประสบการณ์เกือบ 20 ปี ในวงการค้าปลีก ด้านการขยายสาขา

ประวัติการทำงาน

• บริษัทคู พร็อพเพอร์ตี้ จำกัด, กรรมการผู้จัดการ
บริษัทที่ปรึกษาด้านการวางกลยุทธ์การขยายสาขาและจัดหาพื้นที่

• ยัม เรสเทอรองตส์ อินเตอร์เนชั่นแนล (พิซซ่า ฮัท), Business Development, Design & Construction, Financial Planning & Analysis, Supply Chain

• ซีพี (ซีพีเฟรชมาร์ท, ซีพี เฟรชมาร์ทพลัส ซูเปอร์คอนวีเนี่ยนสโตร์, ซีพี ฟู้ดมาร์เก็ต, ศูนย์อาหาร ซีพี ฟู้ดเวิลด์ และซีพี เฟรชมาร์ท ประเทศจีน), Property Acquisition & Leasing, Business Analysis & Control, and IT

• เทสโก้ โลตัส, Property Development, Strategic Insight, Site Research (เอ็กซ์เพรส, ตลาด, คุ้มค่า, ไฮเปอร์มาร์เก็ต)

• เซ็นทรัล ฟู้ด รีเทล (ท็อปส์ ซูเปอร์มาร์เก็ต), Investment Analysis, Financial Planning & Analysis

• บง.เอกธนกิจ, บงล.กรุงเทพธนาทร (วาณิชธนกิจ)

การศึกษา

• MBA (Finance), San Francisco State University, USA

• เศรษฐศาสตรบัณฑิต, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

• สาธิตจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัยและเตรียมอุดมศึกษา

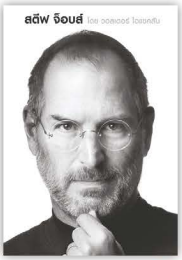
หนังสือแนะนำ จากเนชั่นบุ๊คส์

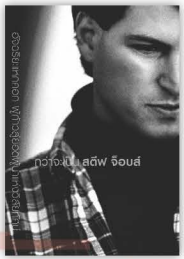
หาซื้อได้แล้ว ตามร้านหนังสือชั้นนำทั่วไป หรือ nstore.net

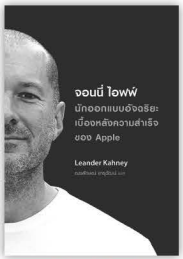
NationBooksFanPage

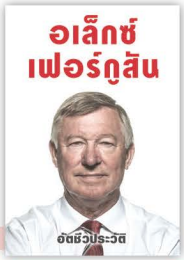
World Class Guru

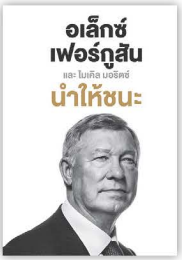
กูรูระดับโลก

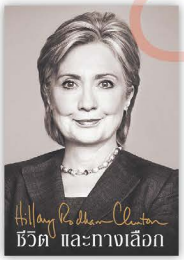


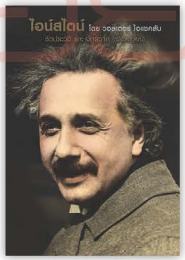


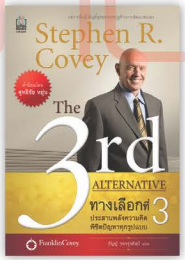


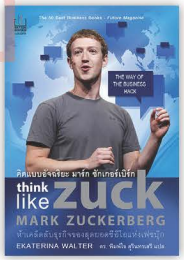




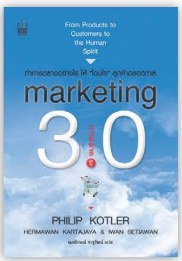


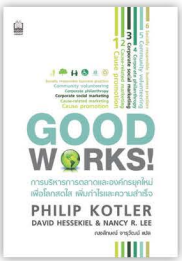


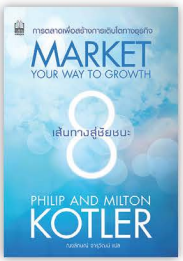




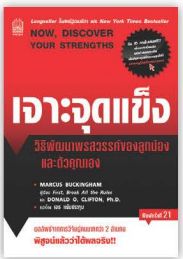
คัมภีร์การตลาดระดับโลก โดย **Kotler**

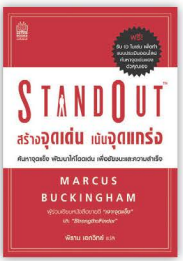






แบบทดสอบพรสวรรค์ ที่ขายดีที่สุด

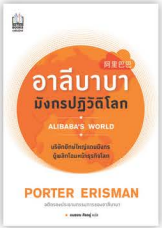


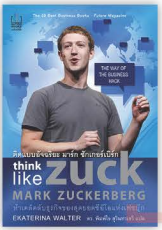


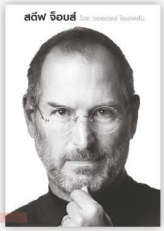
• สั่งซื้อจำนวนมากติดต่อ books@nationgroup.com • โทร 02 338 3735

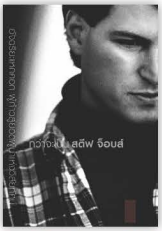
หนังสือความสำเร็จ โลกดิจิทัล

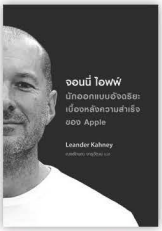
NATION BOOKS เนชั่นบุ๊คส์

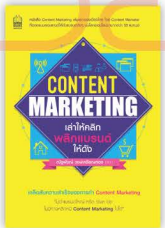










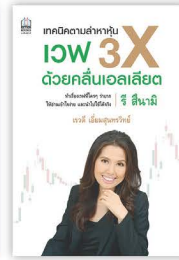


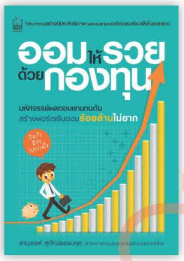
แรงบันดาลใจ คนรุ่นใหม่

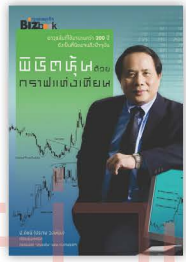
NationBooksFanPage

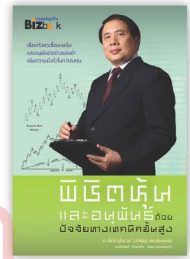
• สั่งซื้อจำนวนมากติดต่อ books@nationgroup.com • โทร 02 338 3735

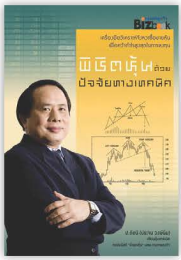
หนังสือลงทุน / หุ้น

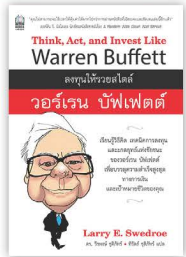


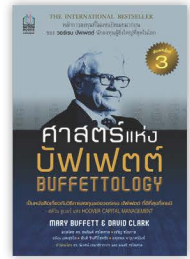


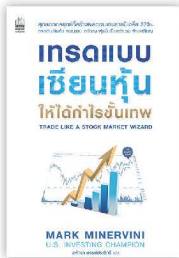


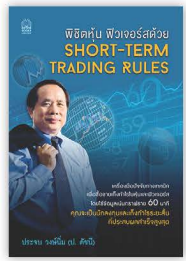


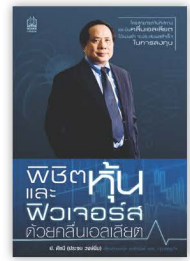












NationBooksFanPage

ตัวอย่าง

รับส่วนลดทันที

100 ฿

เมื่อช้อปผ่าน
NSTORE
มียอดสั่งซื้อขั้นต่ำ
500 บาท
*เฉพาะหนังสือในเครือเนชั่นบุ๊คส์เท่านั้น

ใช้ CODE นี้

BOOKN2017

ที่ www.nstore.net / หมดเขต 31 ธ.ค. 62

หมายเหตุ: จำกัดการใช้ code ส่วนลด 1 สิทธิ์ ต่อการซื้อ 1 ครั้ง (ขั้นต่ำ 500 บาท)

การค้นหาทำเลที่ดี
ต้องใช้ทั้งศาสตร์และศิลป์ในการเลือก

จากประสบการณ์เกือบ 20 ปี ในวงการค้าปลีก ด้านการขยายสาขาในบริษัทชั้นนำ
อาทิ บริษัท CP, Tops, Tesco Lotus

Bht 195.-

ISBN 978-616-515-645-5

NG-147 การบริหาร-จัดการ