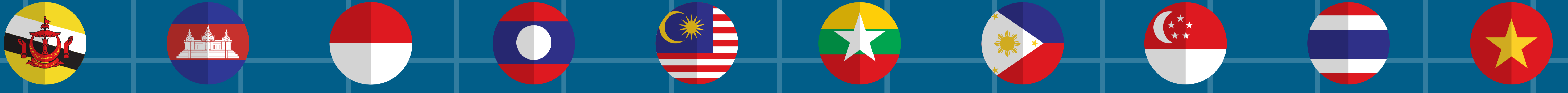


จากก้าวเล็ก ๆ สู่โลกใบใหญ่



“ธุรกิจ” ล้วนมีจุดเริ่มต้นจากก้าวเล็ก ๆ ปูรากฐานเตรียมความพร้อม
ทะยานออกสู่โลกใบใหญ่ **“โอกาสสำคัญ”** ซึ่งกำลังจะมาถึง
คือ **“การเปิดหน้าศักราชใหม่ภายใต้ AEC อย่างเต็มตัว”**

นักลงทุน **“สามารถขยายการลงทุนไปสู่ระดับภูมิภาคได้สะดวกขึ้น”**

ผู้ที่ลงมือ **“ลุย”** ได้ก่อนย่อม **“ได้เปรียบ”** และนี่คือตัวอย่าง **“สินค้าและบริการ
อาเซียน”** ที่ยกระดับตนเองจากในบ้าน ก้าวสู่การยอมรับในระดับสากล



“อาหาร และ เครื่องดื่ม”



อ่าพลฟู้ด : ประเทศไทย

- สาขาในอาเซียน : ทุกประเทศ
- จุดแข็ง คือ การบริหารยุทธศาสตร์ให้เข้ากับพฤติกรรมผู้บริโภคในแต่ละประเทศ ดึงจุดแข็งในเรื่องรสชาติของอาหารไทยซึ่งเป็นที่ยอมรับในระดับโลก มาใช้ขยายตลาดผ่านตราสินค้า “รอยไทย” (เครื่องปรุงรส)



Secret Recipe : ประเทศมาเลเซีย

- สาขาในอาเซียน : มาเลเซีย บรูไน อินโดนีเซีย ฟิลิปปินส์ สิงคโปร์ ไทย
- จุดแข็ง คือ เป็นร้านอาหารที่ออกแบบให้เข้ากับวิถีชีวิตคนเมือง โดยมีทั้งอาหารจานหลักและอาหารหวาน อีกทั้งยังได้มาตรฐาน “ฮาลาล (Halal)” จาก “Jabatan Kemajuan Islam Malaysia (JAKIM)”

****หมายเหตุ :** บางสาขาในบางประเทศไม่อยู่ในเงื่อนไขฮาลาล เนื่องจากการปรุงมีส่วนผสมของแอลกอฮอล์



J.Co : ประเทศอินโดนีเซีย

- สาขาในอาเซียน : อินโดนีเซีย มาเลเซีย ฟิลิปปินส์ สิงคโปร์
- จุดแข็ง อยู่กับการนำเสนอโดนัทในรูปแบบที่แตกต่าง คือ “หนานุ่ม” และ “มีรสชาติให้เลือกมากมาย” โดยคัดสรรวัตถุดิบจากแหล่งที่ขึ้นชื่อ เช่น “ชาเขียวจากญี่ปุ่น” และ “กาแฟจากประเทศอิตาลี”



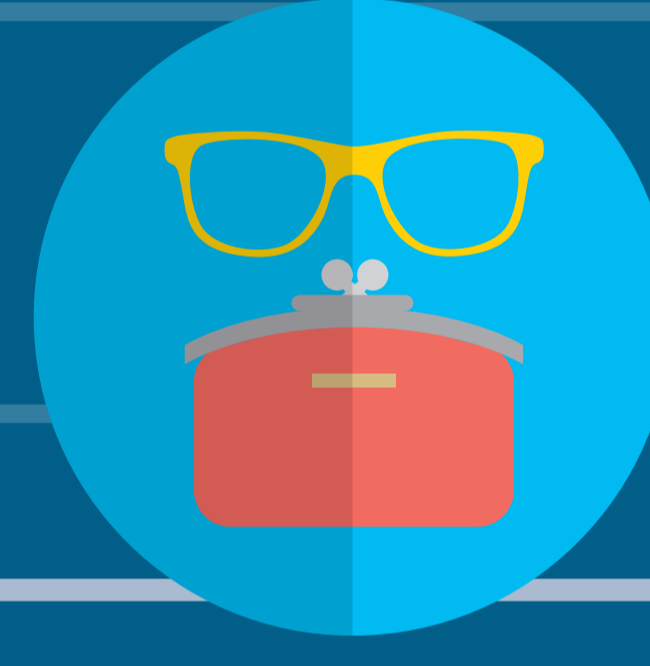
Jollibee : ประเทศฟิลิปปินส์

- สาขาในอาเซียน : บรูไน อินโดนีเซีย สิงคโปร์ เวียดนาม
- จุดแข็ง อยู่กับการปรับรสชาติและรูปแบบของอาหารให้เข้ากับคนท้องถิ่น อย่างการ “รับประทานไก่ทอดกับข้าว” ประกอบกับการสอดแทรกอาหารฟิลิปปินส์ลงไป จนมีความโดดเด่นเหนือคู่แข่งในตลาด

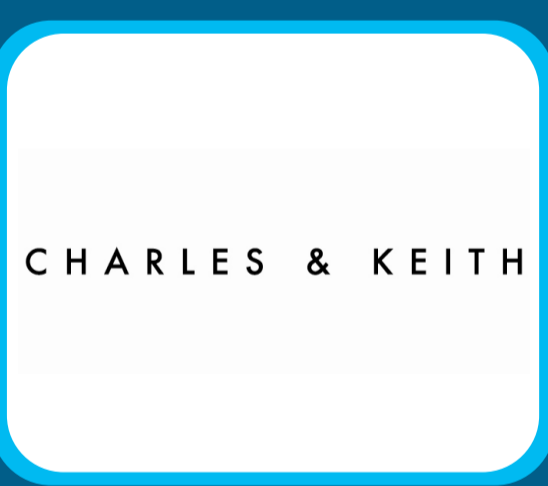


BreadTalk Group Limited : ประเทศสิงคโปร์

- สาขาในอาเซียน : สิงคโปร์ อินโดนีเซีย มาเลเซีย ไทย เวียดนาม
- จุดแข็ง อยู่ที่มีการมีธุรกิจอาหารครอบคลุมสินค้าหลากหลายชนิด โดยแต่ละร้านจะมีภาพลักษณ์และจุดขายสินค้าที่ชัดเจน เป็นที่จดจำ โดยมีกลุ่มธุรกิจย่อยด้านอาหาร 9 ร้าน อาทิ Food Republic, Din Tai Fung และ Toast box ฯลฯ



“สินค้าแฟชั่น”



CHARLES & KEITH : ประเทศสิงคโปร์

- สาขาในอาเซียน : ทุกประเทศ
- จุดแข็ง อยู่ที่แบบของสินค้ามีให้เลือกเป็นจำนวนมาก ตอบสนองทุกโอกาสการใช้งาน ราคาสมเหตุสมผล มีการวางแผนการตลาดให้เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายอย่างรวดเร็ว ทั้งในรูปแบบกิจกรรมส่งเสริมการขาย และทางโซเชียลมีเดีย ที่สำคัญ คือ มีสาขาอยู่จำนวนมากครอบคลุมหลายสิบประเทศทั่วโลก



PADINI : ประเทศมาเลเซีย

- สาขาในอาเซียน : มาเลเซีย บรูไน กัมพูชา อินโดนีเซีย ฟิลิปปินส์ เมียนมาร์ ไทย
- แบรินย่อย : SEED, P&CO, PDI, MIKI, VINCCI (VNC) ฯลฯ
- จุดแข็ง อยู่ที่ความหลากหลายของผลิตภัณฑ์ ทั้งเสื้อผ้า รองเท้า กระเป๋า เครื่องประดับ และเครื่องหนัง ที่สามารถตอบโจทย์ความต้องการของลูกค้าทุกกลุ่ม นอกจากนี้ยังสามารถแย่งชิงส่วนแบ่งทางการตลาดในต่างประเทศได้อย่างมีประสิทธิภาพ



FLYNOW : ประเทศไทย

- สาขาในอาเซียน : ไทย สิงคโปร์
- จุดแข็ง คือ “Flynow” เป็นห้องเสื้อร้านเดียวของเอเชียที่ได้เข้าร่วม “London Fashion Week” เวทีสำคัญซึ่งเป็นที่ยอมรับระดับสากล เนื่องด้วยงานออกแบบมีความเป็นเอกลักษณ์ สามารถประสานความเป็นตะวันออกและตะวันตกเข้าด้วยกันอย่างลงตัว มีการออกแบบเพื่อกลุ่มเป้าหมายที่ชัดเจน



NARAYA : ประเทศไทย

- สาขาในอาเซียน : ไทย มาเลเซีย เวียดนาม
- จุดแข็ง อยู่ที่ความหลากหลายของผลิตภัณฑ์ มีการออกแบบสินค้าพิเศษที่เข้ากับเทศกาลสำคัญ และคุณภาพที่คุ้มค่าเมื่อเทียบกับราคา



“งานบริการ”



DUSIT THANI : ประเทศไทย

- สาขาและการลงทุนในอาเซียน : ไทย อินโดนีเซีย ฟิลิปปินส์
- จุดแข็ง คือ นอกจากความเชี่ยวชาญด้านการบริหารการโรงแรมเป็นที่ยอมรับระดับสากล ยังขยายการลงทุนไปยังสถานที่ท่องเที่ยวสำคัญ อาทิ มัลดีฟ และดูไบ โดยนำเอาความเป็นไทยและความเป็นท้องถิ่นของประเทศนั้น ๆ ออกมานำเสนออย่างวิจิตรงดงาม นอกจากนี้ยังมีการขยายการลงทุนด้านการศึกษาในส่วนของ “การลงทุน” และ “การบริหาร” ทั้งในไทยและต่างประเทศ



RAFFLE : ประเทศสิงคโปร์

- สาขาในอาเซียน : สิงคโปร์ กัมพูชา
- จุดแข็ง คือ เป็นธุรกิจที่ค่อย ๆ เติบโตขึ้นมาอย่างมั่นคงจนมีชื่อเสียงมากกว่า 100 ปี ด้วยบริการที่สมบูรณ์แบบ เป็นดั่งโอเอซิสที่ผสานรวมความสงบและความรื่นรมย์อันหรูหราและงดงามของแต่ละอารยธรรม

นิทรรศการ “พีพีอาร์อาเซียน ภาค 5 : The Final Call อาเซียน ถึงจุดท้าย จุดหมายเดียวกัน”
58-06 / No. 07



ผลิตโดย
โครงการกิจกรรมการเรียนรู้แบบบูรณาการ
สำนักงานอุทยานการเรียนรู้ (TK park) สำนักงานบริหารและพัฒนาองค์ความรู้ (องค์การมหาชน)