



เดลินิวส์

Daily News
Circulation: 350,000
Ad Rate: 1,800

Section: First Section/การศึกษา-วัฒนธรรม-บทความ

วันที่: พุธที่ 19 มีนาคม 2569

ปีที่: - ฉบับที่: 27916

หน้า: 6(ขวา)

Col.Inch: 35.90 Ad Value: 64,620

PRValue (x3): 193,860

ศิลปิน: สีสี่

หัวข้อข่าว: นศ.กฎหมายรางวัลสัญญาธรรมศักดิ์ปี69

นศ.กฎหมายรางวัลสัญญาธรรมศักดิ์ปี69

เมื่อเร็ว ๆ นี้ ได้มีการประชุมพิจารณาคัดเลือกนักศึกษาดีเด่นกฎหมายรางวัลสัญญาธรรมศักดิ์ ประจำปี 2569 โดยมี ศ.พิเศษเดชอุดม ไกรฤทธิ์ เป็นประธานกรรมการพิจารณาคัดเลือกฯ ร่วมด้วย พล.ต.อ.วันชัย ศรีนวลนัต นายสงคราม สกุลพรหมณ์ รองประธานฯ และผู้ทรงคุณวุฒิอีก



หลายท่าน ร่วมกันพิจารณาคัดเลือกนักศึกษากฎหมายดีเด่นฯ โดยในปีนี้มีมหาวิทยาลัยที่ส่งรายชื่อนักศึกษาเข้ารับการคัดเลือกทั้งหมด 5 มหาวิทยาลัย ได้แก่ มหาวิทยาลัยกรุงเทพ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์ และมหาวิทยาลัยรามคำแหง และนักศึกษาที่ได้รับการคัดเลือกเป็นนักศึกษากฎหมายดีเด่นรางวัลสัญญาธรรมศักดิ์ ประจำปี 2569 ได้แก่ นายธนโชติ ภูศรี นิตินาสตรบัณฑิต เกียรตินิยมอันดับหนึ่ง จากมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ โดยจะมีพิธีมอบรางวัลในวันสัญญาธรรมศักดิ์ ในวันที่ 5 เมษายน 2569 ณ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ศูนย์รังสิต

สำหรับรางวัลนักศึกษากฎหมายดีเด่นนี้เริ่มต้นขึ้นในปี 2542 โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อประกาศเกียรติคุณและเป็นอนุสรณ์แห่งความดีของศาสตราจารย์สัญญาธรรมศักดิ์ ซึ่งได้ประกอบคุณงามความดีเพื่อประเทศชาติและประชาชนในหลากหลายด้าน โดยเฉพาะในด้านการศึกษานิติศาสตร์และวิชาชีพนักกฎหมาย ดังนั้น เพื่อเป็นการสืบทอดเจตนารมณ์และเผยแพร่เกียรติคุณของท่าน จึงได้มีการสรรหา และคัดเลือกนักศึกษากฎหมายจากมหาวิทยาลัยของทั้งภาครัฐและภาคเอกชนที่ได้เปิดทำการสอนนิติศาสตร์มาไม่ต่ำกว่า 30 ปี เพื่อเข้ารับรางวัลดังกล่าว.

ส่งข้อมูลข่าวสาร-ภาพ ด้านการศึกษา education@dailynews.co.th



หน้า

Naew Na
Circulation: 900,000
Ad Rate: 1,250

Section: วาไรตี้/สตรี
วันที่: พุธที่ 19 มีนาคม 2569
ปีที่: 46 ฉบับที่: 16390 หน้า: 15 (บน)

Col.Inch: 103.58 Ad Value: 129,475 PR Value (x3): 388,425 ศิลป: ชาว-ดำ
หัวข้อข่าว: กรมการพัฒนาชุมชนตีพิมพ์ผู้ประกอบการ OTOP รุ่นใหม่ ต่อยอดภูมิ...

กรมการพัฒนาชุมชนตีพิมพ์ผู้ประกอบการ OTOP รุ่นใหม่ ต่อยอดภูมิปัญญาท้องถิ่นสู่สากล



กรมการพัฒนาชุมชน กระทรวงมหาดไทย จัดกิจกรรมการอบรมโครงการพัฒนาต่อยอดภูมิปัญญาผลิตภัณฑ์ Young OTOPI รุ่นใหม่ ประจำปี 2569 เสริมสร้างองค์ความรู้ด้านการออกแบบ การพัฒนาผลิตภัณฑ์ การสร้างแบรนด์ และการตลาดให้กับผู้ประกอบการ OTOP รุ่นใหม่ พร้อมต่อยอดภูมิปัญญาท้องถิ่นให้สามารถแข่งขันได้ในตลาดยุคใหม่และก้าวสู่ระดับสากล ณ ศูนย์แสดงสินค้าและการประชุมอิมแพ็ค เมืองทองธานี

โครงการดังกล่าวมีวัตถุประสงค์เพื่อพัฒนาศักยภาพผู้ผลิตและผู้ประกอบการ OTOP รุ่นใหม่ให้สามารถประยุกต์ใช้ความคิดสร้างสรรค์ นวัตกรรม และองค์ความรู้ด้านการออกแบบและการตลาดในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ ตลอดจนสร้างเครือข่ายการเรียนรู้ร่วมกับผู้เชี่ยวชาญด้านแฟชั่น สิ่งทอ และการออกแบบ เพื่อยกระดับผลิตภัณฑ์ชุมชนไทยให้มีคุณภาพและมีความโดดเด่นในตลาดสากล

กิจกรรมการอบรมครั้งนี้ ประกอบด้วย

ผู้ผลิต ผู้ประกอบการเยาวชน Young OTOPI จากผู้สมัครทั่วประเทศ 105 ราย ผ่านการคัดเลือกเข้าร่วมโครงการฯ จำนวนทั้งสิ้น 59 ราย แบ่งเป็นประเภทผ้า เครื่องแต่งกาย จำนวน 54 ราย และประเภทของใช้ ของตกแต่ง ของที่ระลึก จำนวน 5 ราย ซึ่งถือเป็นผู้ผลิต ผู้ประกอบการเยาวชน Young OTOPI ที่มีศักยภาพในการพัฒนาผลิตภัณฑ์เชิงสร้างสรรค์บนพื้นฐานของภูมิปัญญาท้องถิ่น เข้าร่วมกิจกรรมฯ

พิธีเปิดการอบรม นายสยาม ศิริมงคล อธิบดีกรมการพัฒนาชุมชน เป็นประธานในพิธีเปิด พร้อมรับฟังรายงานการดำเนินโครงการจาก นายสุรพล แก้วอินธิ ผู้อำนวยการสำนักส่งเสริมภูมิปัญญาท้องถิ่นและวิสาหกิจชุมชน กล่าวถึงแนวทางการส่งเสริมผู้ประกอบการ OTOP ให้สามารถนำภูมิปัญญาท้องถิ่นมาต่อยอดเป็นผลิตภัณฑ์ที่มีอัตลักษณ์ สร้างมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจ และสามารถแข่งขันได้ในตลาดทั้งในประเทศและต่างประเทศ พร้อมด้วย นางอรจิรา ศิริมงคล ประธานชมรมแม่บ้านพัฒนาชุมชน



แนวนำ

Naew Na
Circulation: 900,000
Ad Rate: 1,250

Section: วาไรตี้/สตรี

วันที่: พฤหัสบดี 19 มีนาคม 2569

ปีที่: 46

ฉบับที่: 16390

หน้า: 15 (บน)

Col.Inch: 103.58 Ad Value: 129,475

PR Value (x3): 388,425

ศิลปิน: ชาว-ดำ

หัวข้อข่าว: กรมการพัฒนาชุมชนตัวเข้มผู้ประกอบการ OTOP รุ่นใหม่ ต่อยอดภูมิ...

ที่ปรึกษาโครงการ “ผ้าไทยใส่ให้สนุก” หัวหน้าส่วนราชการกรมการพัฒนาชุมชน ผู้ผลิต ผู้ประกอบการเยาวชน Young OTOP ร่วมประเพณีเปิดการอบรมการอบรมตลอดระยะเวลา 3 วัน ผู้เข้าร่วมโครงการได้รับการถ่ายทอดองค์ความรู้จากผู้เชี่ยวชาญในหลากหลายสาขา โดยในวันแรกมีการบรรยายหัวข้อ “Global Market Communication การประชาสัมพันธ์เพื่อส่งเสริมช่องทางการตลาดภายในและต่างประเทศ” โดย **อ.ดร.ฐิติรักษ์ โปตะวงษ์** อาจารย์ประจำวิชาเอกการจัดการธุรกิจไซเบอร์ วิทยาลัยนวัตกรรมสื่อสารสังคม มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ซึ่งถ่ายทอดแนวทางการสื่อสารแบรนด์และการทำการตลาดในยุคดิจิทัลเพื่อเพิ่มโอกาสทางธุรกิจในระดับสากล

ต่อเนื่องด้วยการบรรยายหัวข้อ “Thai Trend Color Mastery เทคนิคการจับคู่สีตามเทรนด์บุ๊ก (Thai Textiles Trend Book) เพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์” โดยทีมผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบ ได้แก่ **นายศิริชัย ทหรานนท์** นักออกแบบและผู้ก่อตั้งแบรนด์ THEATRE, **ผศ.ดร.รวิเทพ มุสิกปาน** ประธานหลักสูตรศิลปศาสตรบัณฑิต สาขาแฟชั่นสิ่งทอและเครื่องตกแต่ง วิทยาลัยอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ และ **อ.ดร.กรกมล คำสุข** รองคณบดีฝ่ายกิจการพิเศษ วิทยาลัยอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ซึ่งได้ถ่ายทอดแนวคิดด้านการใช้สีและแนวโน้มแฟชั่นสิ่งทอไทยเพื่อสร้างเอกลักษณ์ให้กับผลิตภัณฑ์

นอกจากนี้ ยังมีกิจกรรม Workshop หัวข้อ “Creative Mood Board & Story Inspiration เทคนิคการทำ Mood Board เพื่อหาแรงบันดาลใจในการออกแบบสินค้า” โดยทีมวิทยากรผู้เชี่ยวชาญ ได้แก่ **ดร.ครินดา จามรมาน** ที่ปรึกษาโครงการผ้าไทยใส่ให้สนุก, **นายศิริชัย ทหรานนท์**, **ผศ.ดร.รวิเทพ มุสิกปาน**, **อ.ดร.กรกมล คำสุข**, **อ.ดร.กิตติศักดิ์ เยาวนานนท์** ผู้ช่วยอธิการบดีฝ่ายพัฒนากายภาพ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ และ **อ.ดร.แพรวา รุจิณรงค์** อาจารย์วิทยาลัยอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ เพื่อให้ผู้ประกอบการได้ฝึกกระบวนการคิดเชิงสร้างสรรค์และพัฒนาแนวคิดการออกแบบผลิตภัณฑ์

การอบรมวันที่สอง ประกอบด้วย หัวข้อ

“Local Wisdom to Future Green การต่อยอดภูมิปัญญาท้องถิ่นและการสร้างนวัตกรรมที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม” โดย **ผศ.ดร.วุฒิไกร ศิริพล** รองคณบดีฝ่ายวิชาการ และอาจารย์ประจำสาขา ศิลปะการออกแบบพัสดราภรณ์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ และ **อ.ดร.แพรวา รุจิณรงค์** ซึ่งเน้นการพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่สอดคล้องกับแนวคิดการออกแบบเพื่อความยั่งยืน การบรรยายหัวข้อ “Brand DNA Insight วิเคราะห์ผลิตภัณฑ์เพื่อพัฒนาแบรนด์ให้โดดเด่นและยั่งยืน” โดย **ภานินี นิมากร** ผู้เชี่ยวชาญด้านการตลาดของกลุ่มวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ซึ่งถ่ายทอดแนวคิดการสร้างอัตลักษณ์แบรนด์ให้มีความแตกต่างและสามารถแข่งขันในตลาดได้

กิจกรรม Workshop “Creative Fashion Lab การออกแบบผลิตภัณฑ์และพัฒนาผลิตภัณฑ์เชิงสร้างสรรค์ให้เป็นแฟชั่นร่วมสมัย” โดยทีมวิทยากรผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบ ได้แก่ **ดร.ครินดา จามรมาน**, **นายศิริชัย ทหรานนท์**, **ผศ.ดร.รวิเทพ มุสิกปาน**, **อ.ดร.กรกมล คำสุข**, **อ.ดร.กิตติศักดิ์ เยาวนานนท์**, **ผศ.ดร.วุฒิไกร ศิริพล**, **อ.ดร.แพรวา รุจิณรงค์**, **อ.ปวรุตม์ แสงสีทอง** อาจารย์พิเศษด้านการออกแบบแฟชั่นสิ่งทอและผู้ช่วยนักออกแบบ และ **อ.อเนก ต้นตลีรินทร์** ที่ปรึกษาอิสระด้านการออกแบบเครื่องประดับ

วันที่สามของกิจกรรมเป็นการเรียนรู้หัวข้อ “Omni-Channel Merchandising เทคนิคการจัดหน้าร้านออฟไลน์และออนไลน์ให้ดึงดูดลูกค้า” โดย **อ.ดร.กิตติศักดิ์ เยาวนานนท์** เพื่อพัฒนาทักษะด้านการจัดแสดงสินค้าและการขายผ่านช่องทางการตลาดทั้งออนไลน์และออฟไลน์ อีกทั้งยังได้มีโอกาสเข้าไปศึกษาดูงานด้านการสืบสานและต่อยอดภูมิปัญญาผ้าไทยและงานหัตถกรรม ณ พิพิธภัณฑ์ผ้าในสมเด็จพระนางเจ้าสิริกิติ์ พระบรมราชินีนาถ โดยมีทีมวิทยากร ได้แก่ **ดร.ครินดา จามรมาน**, **นายศิริชัย ทหรานนท์**, **ผศ.ดร.รวิเทพ มุสิกปาน** และ **อ.ดร.กรกมล คำสุข** ร่วมถ่ายทอดองค์ความรู้และแลกเปลี่ยนประสบการณ์ เพื่อสร้างแรงบันดาลใจในการพัฒนาผลิตภัณฑ์จากมรดกทางวัฒนธรรมไทย



กรุงเทพธุรกิจ

Krungthep Turakij
Circulation: 100,000
Ad Rate: 833

Section: First Section/พิเศษ

วันที่: พุธที่ 19 มีนาคม 2569

ปีที่: 39

ฉบับที่: 13122

หน้า: 6(กลาง)

Col.Inch: 72.76 Ad Value: 60,609.08 PRValue (x3): 181,827.24

ศิลปิน: ชาว-ดำ

คอลัมน์: Now and Beyond: เมื่อราคาน้ำมันกลายเป็นตัวตัดสินชะตาธุรกิจ

เมื่อราคาน้ำมันกลายเป็นตัวตัดสินชะตาธุรกิจ

กรุงเทพธุรกิจ
Now and Beyond
รศ.ดร.สันติชัย คชสุนทร์
Thammasat Business School
suntichai@tbs.tu.ac.th



ราคาน้ำมันที่พุ่งขึ้นจากความตึงเครียดในตะวันออกกลางในขณะนี้ไม่ได้เป็นเพียงข่าวพลงงาน

แต่เป็นสัญญาณเตือนถึงการเปลี่ยนแปลงเชิงโครงสร้างของเศรษฐกิจโลก เมื่อความขัดแย้งทางการเมืองสามารถผลักดันพลงงานขึ้นภายในเวลาไม่กี่วัน ผลกระทบไม่ได้จำกัดอยู่ที่ตลาดน้ำมัน แต่ลุกลามไปถึงต้นทุนการผลิต การลงทุน และแม้กระทั่งความอยู่รอดของบริษัทจำนวนมาก

ในโลกเศรษฐกิจที่เชื่อมโยงกันอย่างลึกซึ้ง พลงงานคือเส้นเลือดของระบบธุรกิจ ตั้งแต่โรงงานอุตสาหกรรม สายการบิน ไปจนถึงเครือข่ายโลจิสติกส์ระหว่างประเทศ เมื่อราคาน้ำมันผันผวนอย่างรุนแรง โครงสร้างต้นทุนของทั้งอุตสาหกรรมสามารถเปลี่ยนแปลงได้ในเวลาอันสั้น และในหลายกรณีการเปลี่ยนแปลงนั้นรุนแรงพอที่จะทำให้บางบริษัทหายไปจากตลาด คำถามสำคัญจึงไม่ใช่เพียงว่า ราคาน้ำมันจะขึ้นหรือลง แต่คือ **ใครจะอยู่รอดในโลกที่ภูมิรัฐศาสตร์กำลังกำหนดต้นทุนของธุรกิจ**

● พลงงานกับโครงสร้างเศรษฐกิจโลก

ตลอดศตวรรษที่ผ่านมาวิกฤติราคาน้ำมันมักเป็นจุดเริ่มต้นของการเปลี่ยนแปลงทางเศรษฐกิจครั้งใหญ่ ตั้งแต่วิกฤติน้ำมันในทศวรรษ 1970 ที่ทำให้เศรษฐกิจโลกเข้าสู่ภาวะเงินเฟ้อสูง ไปจนถึงวิกฤติพลงงานในยุโรปหลังสงครามรัสเซีย-ยูเครน เหตุผลสำคัญคือ น้ำมันไม่ได้เป็นเพียงสินค้าโภคภัณฑ์ แต่เป็นต้นทุนพื้นฐานของกิจกรรมทางเศรษฐกิจเกือบทุกประเภท

เมื่อราคาน้ำมันเพิ่มขึ้น ต้นทุนของระบบเศรษฐกิจทั้งหมดจะเพิ่มขึ้นตามไปด้วย ตั้งแต่ค่าขนส่งสินค้า ต้นทุนการผลิต ไปจนถึงราคา



สินค้าอุปโภคบริโภค แรงกระแทกจากราคาพลงงานจึงมักทำให้เกิดปรากฏการณ์สองอย่างพร้อมกัน คือเงินเฟ้อที่เพิ่มขึ้นและการเติบโตทางเศรษฐกิจที่ชะลอลง ซึ่งเป็นสถานการณ์ที่ยากต่อการบริหารทั้งสำหรับภาครัฐและภาคธุรกิจ

● เมื่อวิกฤติพลงงานคัดเลือกผู้ชนะและผู้แพ้

ในโลกธุรกิจ วิกฤติราคาพลงงานมักทำหน้าที่เหมือนกระบวนกร **"คัดเลือกตามธรรมชาติ"** ของตลาด บริษัทที่มีต้นทุนพลงงานสูง โครงสร้างการเงินเปราะบาง หรือมีความสามารถในการปรับตัวต่ำมักได้รับผลกระทบรุนแรงที่สุด ในทางกลับกัน บริษัทที่มีประสิทธิภาพสูงหรือมีการบริหารความเสี่ยงที่ดี อาจสามารถผ่านวิกฤติและขยายส่วนแบ่งตลาดได้

ประวัติศาสตร์ธุรกิจมีตัวอย่างจำนวนมากที่สะท้อนปรากฏการณ์นี้ ในช่วงวิกฤติราคาน้ำมันปี 2551 สายการบินหลายแห่งในยุโรปและสหรัฐต้องล้มละลายหรือเข้าสู่กระบวนการฟื้นฟูกิจการ เนื่องจากต้นทุนน้ำมันคิดเป็นสัดส่วนสำคัญของต้นทุนทั้งหมด ขณะที่สายการบินบางแห่งที่มีการบริหารความเสี่ยงด้านพลงงานสามารถรักษากำไรและขยายตลาดได้ในยุโรป

วิกฤติพลงงานหลังสงครามยูเครนทำให้

โรงงานอุตสาหกรรมจำนวนมากต้องลดกำลังการผลิต โดยเฉพาะในอุตสาหกรรมเคมี บัญ และโลหะ ซึ่งใช้พลงงานสูงในการผลิต ผลลัพธ์คือ **การปรับโครงสร้างอุตสาหกรรม** บริษัทที่ปรับตัวได้เร็วจะอยู่รอด ส่วนบริษัทที่ไม่สามารถรับมือกับต้นทุนที่เพิ่มขึ้นได้จะถูกบีบให้ออกจากตลาด

● ภูมิรัฐศาสตร์กับการเปลี่ยนแปลงของการค้าโลก

ความตึงเครียดทางภูมิรัฐศาสตร์ยังทำให้โครงสร้างการค้าพลงงานของโลกเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว หลังสงครามยูเครน ประเทศยุโรปต้องลดการพึ่งพาก็จากรัสเซียและหันไปนำเข้าพลงงานจากภูมิภาคอื่น ขณะที่ประเทศในเอเชียบางประเทศสามารถซื้อน้ำมันจากตลาดใหม่ในราคาที่ต่ำกว่า การเปลี่ยนแปลงเช่นนี้ไม่เพียงเปลี่ยนเส้นทางการค้าพลงงาน แต่ยังส่งผลต่อการลงทุน โครงสร้างอุตสาหกรรม และความสามารถในการแข่งขันของประเทศต่าง ๆ กล่าวอีกนัยหนึ่ง วิกฤติพลงงานไม่ได้เป็นเพียงความผันผวนระยะสั้น แต่เป็นแรงผลักดันที่สามารถปรับโครงสร้างเศรษฐกิจโลกได้

● ความเสี่ยงที่แตกต่างกันของแต่ละประเทศ

ผลกระทบจากราคาพลงงานไม่ได้เกิดขึ้นเท่ากันในทุกประเทศ ประเทศพัฒนาแล้ว



กรุงเทพธุรกิจ

Krungthep Turakij
Circulation: 100,000
Ad Rate: 833

Section: First Section/ทัศนะ

วันที่: พุธที่ 19 มีนาคม 2569

ปีที่: 39

ฉบับที่: 13122

หน้า: 6(กลาง)

Col.Inch: 72.76 Ad Value: 60,609.08 PRValue (x3): 181,827.24

คลิป: ชาว-ดำ

คอลัมน์: Now and Beyond: เมื่อราคาน้ำมันกลายเป็นตัวตัดสินชะตาธุรกิจ

มักมีตลาดการเงินที่ลึก โครงสร้างเศรษฐกิจที่หลากหลาย และนโยบายเศรษฐกิจที่ยืดหยุ่น จึงสามารถรับมือกับแรงกระแทกได้ดีกว่า ในทางตรงกันข้าม ประเทศกำลังพัฒนา ซึ่งพึ่งพาการนำเข้าน้ำมันและมีข้อจำกัดด้านเงินทุน มักได้รับผลกระทบรุนแรงกว่า ทั้งในรูปของเงินเฟ้อ ค่าเงินผันผวน และต้นทุนการผลิตที่เพิ่มขึ้น

● บทเรียนสำหรับธุรกิจ

ในโลกที่ภูมิรัฐศาสตร์กำลังกลับมาเป็นตัวกำหนดเศรษฐกิจ การบริหารความเสี่ยงด้านพลังงานกลายเป็นส่วนหนึ่งของยุทธศาสตร์องค์กร บริษัทจำนวนมากเริ่มปรับตัวในหลายด้าน เช่น กระจายแหล่งพลังงานและวัตถุดิบลงทุนในเทคโนโลยีที่ใช้พลังงานอย่างมีประสิทธิภาพ ใช้เครื่องมือทางการเงินเพื่อลดความเสี่ยงจากราคาพลังงาน และปรับโครงสร้างการผลิตเพื่อลดการพึ่งพาดตลาดเดียว

องค์กรที่สามารถสร้างความยืดหยุ่นเช่นนี้ได้ มักจะรับมือกับความผันผวนของตลาดได้ดีกว่า และบางครั้งยังสามารถเปลี่ยนวิกฤติให้เป็นโอกาสในการขยายธุรกิจ

● โลกธุรกิจในยุคพลังงานผันผวน

บทเรียนสำคัญของโลกธุรกิจในช่วงไม่กี่ปีที่ผ่านมา คือ **ภูมิรัฐศาสตร์สามารถเปลี่ยนโครงสร้างเศรษฐกิจได้เร็วกว่าที่หลายบริษัทคาดคิด** สงคราม การคว่ำบาตร และความตึงเครียดระหว่างมหาอำนาจสามารถเปลี่ยนเส้นทางการค้าโลก ทำให้ราคาพลังงานผันผวน และกำหนดชะตาของอุตสาหกรรมจำนวนมาก ในโลกเช่นนี้บริษัทที่อยู่รอดไม่ใช่บริษัทที่ทำนายอนาคตได้แม่นยำที่สุด แต่คือบริษัทที่สามารถปรับตัวได้เร็วที่สุดเพราะในวันที่ราคาน้ำมันกลายเป็นตัวกำหนดต้นทุนของทั้งระบบเศรษฐกิจ

คำถามสำคัญสำหรับผู้นำองค์กรจึงไม่ใช่เพียงว่า **ราคาพลังงานจะเปลี่ยนแปลงอย่างไร** แต่คือ **หากราคาพลังงานเปลี่ยนแปลงอย่างรุนแรง ธุรกิจของคุณจะยังแข่งขันได้หรือไม่**