

24 - 25 FEBRUARY 2026

B2B PRICING STRATEGY

PRICE SETTING & PRICING MANAGEMENT

กลยุทธ์ราคา B2B และการกำหนดราคา B2B
เพื่อสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขัน

MR. SOMCHAI SITTICHAIRICHART
MANAGING DIRECTOR
SiS Distribution
(Thailand)

MS. CHANOKRUDEE SUVITHYASIRI
WW INDUSTRY DIGITAL STRATEGIST - MEDIA
AND COMMUNICATION, MICROSOFT
Former Head of Enterprise Pricing
and Analysis, DTAC

DR. PHUTTHISITH TUNGSIRIHIRUNKUL
FORMER CHIEF EXECUTIVE OFFICER,
VON BUNDIT CO., LTD.
Founding Partner, IBEX Advisory

MR. TERAPAT PRAPAPANICH
DIRECTOR
Unilever Professional Thailand,
Malaysia & Singapore

CONTACT

+66 (0) 89692 9900

+66 (0) 2158 9892

200% TAX DEDUCTION

Line Official



@omegaworldclass

Details



www.omegaworldclass.org

20% PLUS+ OFF
Limited Offer!

From... **Cost to Value - Turn Pricing**
into “ **Growth Engine** ”

Price is **not just a number.**

It's Strategy.

“ราคา” ไม่ใช่แค่... ตัวเลข แต่คือ **กลยุทธ์การเติบโต** ขององค์กร
พลิกจาก “**ต้นทุน**” สู่ “**คุณค่า**” เปลี่ยนราคาสู่ **เครื่องยนตร์การเติบโต**

ในโลก B2B ที่ต้นทุนเหวี่ยงแรง ลูกค้าต่อรอนหนัก และคู่แข่งใช้ AI
ปรับราคาแบบเรียลไทม์ - องค์กรที่...

“ตั้งราคาเป็น” จะชนะทั้งกำไรและส่วนแบ่งตลาด

หลักสูตรนี้จะพาคุณพลิกจาก **Cost-Based** ไปสู่ **Value-Based**
พร้อม **Dynamic & AI-Powered Pricing** ที่องค์กรชั้นนำทั่วโลก
ใช้จริง เพื่อเปลี่ยน “ราคา” ให้กลายเป็น **เครื่องยนตร์การเติบโต**
อย่างยั่งยืน

8 บทเรียนที่คุณต้องไม่พลาดเพื่อพลิกจาก “ต้นทุน” สู่ “คุณค่า”
เปลี่ยนราคาสู่เครื่องยนตร์การเติบโต ชนะเกมราคาด้วยข้อมูล
และกลยุทธ์ - นี่คือคอร์สที่เปลี่ยนราคาให้เป็น **เครื่องยนตร์การเติบโต**
ของคุณ

DAY ONE: 24 FEBRUARY 2026

Section 1

หลักการกำหนดราคาและตัวชี้วัดทางเศรษฐกิจ

Section 2

การวิเคราะห์คู่แข่งและปัจจัยแวดล้อมภายนอก

Section 3

การวิเคราะห์ต้นทุนและจุดคุ้มทุน (Break-even Analysis)

DAY TWO: 25 FEBRUARY 2026

Section 4

การเปรียบเทียบกลยุทธ์ราคา (B2B vs B2C)

Section 5

การกำหนดโครงสร้างราคาและการประเมินผลกระทบ

Section 6

Discounts, Promotions & Price Psychology

Section 7

Dynamic Pricing & AI-Powered Tools

Section 8

การปรับกลยุทธ์ราคาให้สอดคล้องกับกลยุทธ์องค์กร

DAY ONE: 24 FEBRUARY 2026

Foundation & Analytical Tools



Dr. Phutthisith Tungsirihirunkul

Former Chief Executive Officer,
Von Bundit Co., Ltd.

Founding Partner, IBEX Advisory

9.00 - 16.45

Morning Break: 10.30 - 10.45

Lunch & Networking: 12.15 - 13.30

SESSION 1:

หลักการกำหนดราคาและตัวชี้วัดทางเศรษฐกิจ

หลักการสำคัญด้าน Demand-Supply และ Equilibrium ที่เป็นรากฐานของการกำหนดราคา เรียนรู้ความหมายและการประยุกต์ใช้ Price Elasticity เพื่อวิเคราะห์การตอบสนองของลูกค้านำความเข้าใจกับตัวชี้วัดเศรษฐกิจหลัก ๆ เช่น GDP, Inflation, และ Interest Rate ที่ส่งผลโดยตรงต่อการตัดสินใจด้านราคา อีกทั้งยังได้เห็นมุมมอง 3 ด้านของ Pricing: Economic, Marketing และ Valuation เพื่อสร้างความเข้าใจที่รอบด้าน

หลักการทางเศรษฐศาสตร์ (Demand, Supply, Equilibrium)

ความยืดหยุ่นของราคา (Price Elasticity)

ตัวชี้วัดเศรษฐกิจที่มีผลต่อราคา (GDP, Inflation, Interest Rate, Confidence Index)

มุมมอง 3 ด้านของ Pricing: Economic, Marketing, Valuation

Workshop: กำหนดราคาสินค้าและระบุต้นทุน

SESSION 2:

การวิเคราะห์คู่แข่งและปัจจัยแวดล้อมภายนอก

เครื่องมือ PESTEL Analysis และ Porter's 5 Forces ในการประเมินการแข่งขัน รวมถึงการวิเคราะห์ Industry Life Cycle และสัญญาณการ Disruption ผู้เข้าอบรมจะเข้าใจขั้นตอน Competitor Intelligence ตั้งแต่การ Identify → Analyze → Respond Profile ผ่าน Workshop และกรณีศึกษาธุรกิจค้าปลีกไทยเทียบกับ E-Commerce เพื่อฝึกการคิดเชิงกลยุทธ์

PESTEL Analysis (Political, Economic, Social, Technology, Environmental, Legal)

Porter's 5 Forces Framework

Industry Life Cycle & Disruption Signals

Competitor Intelligence (3 Steps: Identify, Analyze, Response Profile)

Workshop 2: วิเคราะห์กรณีศึกษา สรุปผลกระทบจากการแข่งขันและปัจจัยแวดล้อมธุรกิจ

Afternoon Break: 15.00 - 15.15

SESSION 3:

หลักการกำหนดราคาและตัวชี้วัดทางเศรษฐกิจ

ความแตกต่างของ Break-even Point และ Payback Period เรียนรู้การวิเคราะห์ Fixed Cost, Variable Cost และ Contribution Margin รวมถึงแนวคิด Economic Profit vs Accounting Profit พร้อมทั้งทำแบบฝึกหัดการคำนวณ BEP ทั้งแบบ Single Product และ Multi-product ผ่าน Case Study จริง

ความหมายของ Break-even vs Payback Period

ตัวแปรหลักในการคำนวณ (Fixed Cost, Variable Cost, Contribution Margin)

Economic Profit vs Accounting Profit

การคำนวณจุดคุ้มทุน (Single Product & Multi-product)

Workshop 3: วิเคราะห์กรณีศึกษา หาจุดคุ้มทุนกรณีสินค้าชนิดเดียว และสินค้าหลายชนิด

END OF DAY1 PROGRAM

DAY TWO: 25 FEBRUARY 2026

Strategic Pricing for Business Growth



Dr. Phutthisith Tungsirihirunkul

Former Chief Executive Officer,
Von Bundit Co., Ltd.

Founding Partner, IBEX Advisory

9.00 - 12.15

SESSION 4: การเปรียบเทียบกลยุทธ์การกำหนดราคา (B2B vs B2C)

การเปรียบเทียบ Value-based, Cost-based และ Competition-based Pricing รวมถึง Dynamic Pricing, Freemium, Bundling, Penetration และ Skimming พร้อมทั้งเรียนรู้ Pricing Psychology & Consumer Behavior ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อใน B2B และ B2C เพื่อเข้าใจความแตกต่าง และวิธีประยุกต์ใช้ให้ได้ผลลัพธ์สูงสุด

กลยุทธ์ราคาแบบ Value-based, Cost-based, Competition-based

Differences between B2B & B2C

Dynamic Pricing, Freemium, Bundling, Penetration vs Skimming

Workshop 4: กรณีศึกษา กำหนดกลยุทธ์ตั้งราคาสินค้า/บริการ ทั้ง B2B และ B2C

Pricing Psychology & Consumer Behavior

Morning Break: 10.30 - 10.45

SESSION 5: การกำหนดโครงสร้างราคาและการประเมินผลกระทบ

การสร้าง Price Structure Components ที่ครบถ้วน ทั้ง Base Price, Discount, Add-on และ Financing พร้อมฝึกการวิเคราะห์ความคุ้มค่าและความเสี่ยงด้วย Sensitivity Analysis เข้าใจการเชื่อมโยงระหว่าง Customer Value และ Cost Structure รวมถึงการวิเคราะห์ผลกระทบทางการเงินและไม่ใช้การเงินต่อองค์กร

Price Structure Components (Base Price, Discounts, Add-ons, Financing)

Financial & Non-financial Impact Analysis

Profitability Impact & Sensitivity Analysis

Workshop 5: วิเคราะห์กรณีศึกษา กำหนดองค์ประกอบในโครงสร้างราคา และวิเคราะห์ผลกระทบในมิติต่างๆ

Customer Value vs Cost Structure Alignment

Strategic Pricing for Business Growth

Lunch & Networking: 12.15 - 13.30

SESSION 6:

13.30 - 14.30

B2B Pricing and Margin Management Strategies



Mr. Terapat Prapapanich

Director

Unilever Professional Thailand, Malaysia, & Singapore

B2B Pricing Strategy: Price Increase and Margin Management for Sustainable Profitability (กลยุทธ์การตั้งราคาสำหรับธุรกิจ B2B: การปรับขึ้นราคาและการบริหารมาร์จิ้นเพื่อความสามารถในการทำกำไรที่ยั่งยืน)

How to plan and execute price increases effectively in B2B markets

การวางแผนและดำเนินการปรับขึ้นราคาอย่างมีประสิทธิภาพในตลาด B2B

Methods to assess and manage profit margins strategically

แนวทางในการประเมินและบริหารมาร์จิ้นอย่างมีกลยุทธ์

Communicating pricing decisions to customers while preserving trust

การสื่อสารการตัดสินใจด้านราคากับลูกค้า โดยยังคงรักษาความไว้วางใจ

Balancing competitiveness and profitability in B2B pricing

การสร้างสมดุลระหว่างความสามารถในการแข่งขันและความสามารถในการทำกำไรในการตั้งราคา B2B

SESSION 7:

14.30 - 15.30

Dynamic Pricing & AI-Powered Tools



Ms. Chanokrudee Suvithyasiri

WW Industry Digital Strategist - Media and Communication, Microsoft

Former Head of Enterprise Pricing and Analysis, DTAC

เทคโนโลยี Dynamic Pricing แบบเรียลไทม์ การใช้ AI/ML เพื่อคาดการณ์ Demand การปรับราคาอัตโนมัติ และการออกแบบ Promotion ที่ขับเคลื่อนด้วย Data พร้อมตัวอย่าง Best Practice จากธุรกิจ Airline, E-Commerce และ Streaming Services ที่พิสูจน์แล้วว่า AI Pricing เพิ่มรายได้เฉลี่ย 10-25%

เทคโนโลยี Dynamic Pricing แบบเรียลไทม์

ใช้ AI/ML เพื่อคาดการณ์ความต้องการ

Automation ในระบบราคาและโปรโมชั่น

ตัวอย่างธุรกิจที่ใช้ AI Pricing สำเร็จ

Afternoon Break: 15.30 - 15.45

Strategic Pricing for Business Growth

15.45 - 16.45

SESSION 8: การปรับเปลี่ยนกลยุทธ์ราคาให้สอดคล้องกับกลยุทธ์องค์กร

เสวนาระดมความคิดเพื่อการเชื่อมโยง Pricing กับ Corporate Strategy เพื่อสร้าง Growth Driver เรียนรู้การวิเคราะห์ Scenario และ Stress Testing ในสภาพเศรษฐกิจที่ไม่แน่นอน และการประยุกต์ใช้ AI & Digital Transformation เพื่อสร้าง Pricing Model ที่ยืดหยุ่นและแข่งขันได้แม้ใน Tough Economy



Mr. Somchai Sittichaisrichart
Managing Director
SiS Distribution (Thailand)



Dr. Phutthisith Tungsirihirunkul
Former Chief Executive Officer,
Von Bundit Co., Ltd.
Founding Partner, IBEX Advisory

Linking Pricing to Corporate Strategy & Growth เชื่อมโยงกลยุทธ์การตั้งราคากับทิศทางและการเติบโตขององค์กร

AI & Digital Transformation in Pricing การประยุกต์ใช้ AI และการเปลี่ยนผ่านสู่ดิจิทัลในการบริหารกลยุทธ์ราคา

Pricing in Disruptive & Tough Economy การตั้งราคาในภาวะเศรษฐกิจที่ผันผวนและมีการแข่งขันสูง

END OF THE PROGRAM

- **Profit Uplift:** เรียนรู้การเพิ่มกำไร 8–12% ด้วยการปรับราคาอย่างมีระบบ โดยไม่กระทบยอดขาย
- **Strategic Alignment:** พู๊ก Pricing กับ Corporate Strategy/OKRs ให้เป็นเครื่องยนต์การเติบโตระยะยาว
- **Competitive Edge:** ใช้ข้อมูล ตลาด และ AI สร้างราคาที่เหมาะสมในสภาพเศรษฐกิจผันผวน
- **Leakage Control:** ปิดจุดรั่วไหลของกำไรด้วย Price Waterfall, Guardrails, Governance & Deal Desk

KEY BENEFIT of ATTENDING

Key **Risks** of Not Attending

Price Erosion:

ส่วนลด/วงแกมทำลาย Margin
ต่อเนื่องเพราะขาดนโยบายและการควบคุม

Lost Share:

คู่แข่งใช้ Dynamic & AI Pricing แย่งลูกค้า
และปิดตัวได้เร็วกว่า

Margin Drift:

ตั้งราคา/จัดตั้งผลิตภัณฑ์ ทำให้กำไรต่อหน่วย
และกำไรรวมถดถอย

Strategic Misfit:

ราคาไม่สอดคล้องกลยุทธ์องค์กร ทำให้แผน
เติบโตสะดุด

Data Blindness:

ตัดสินใจราคาโดยไร้ดัชนีชี้วัดและข้อมูล -พลาดโอกาสและเผชิญความเสี่ยงสูง

WHO SHOULD ATTEND

1. CEO / MD / BUSINESS OWNER:

เพื่อกำหนดทิศทางราคาเป็นเครื่องมือเชิงกลยุทธ์ สร้างกำไรและส่วนแบ่งตลาดยั่งยืน

2. CFO / FINANCE & COMMERCIAL LEADERS:

เพื่อคุม BEP/PVM/EVA และเชื่อมราคาเข้ากับกำไรที่แท้จริง

3. SALES & MARKETING DIRECTORS/MANAGERS:

เพื่อออกแบบข้อเสนอ-โปรโมชั่นที่เพิ่ม Margin พร้อม Guardrails ลดส่วนลดฟุ่มเฟือย

4. PRODUCT / BUSINESS DEVELOPMENT MANAGERS:

เพื่อออกแบบ Rate Card, Bundling, Value Metrics ให้สอดคล้องคุณค่าลูกค้า

5. PRICING / REVENUE / STRATEGY ANALYSTS:

เพื่อกำ Competitive Intelligence, Price Waterfall, AI & Dynamic Pricing
และสร้าง Dashboard วัตถุประสงค์

B2B PRICING STRATEGY

PRICE SETTING & PRICING MANAGEMENT

กลยุทธ์ราคา B2B และการกำหนดราคา B2B เพื่อสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขัน

Shaping the Future of Business

When:
24 - 25 FEBRUARY 2026

Where:
Four Points by Sheraton,
Bangkok Ploenchit

***Any updates on date or venue will be promptly notified.

Online Registration
<http://www.omegaworldclass.org/register-online/>

E-mail:
conference@omegaworldclass.org

CONTACT US

089-692-9900
02-158-9892



Class Timetable *หลักสูตรภาษาไทย*

- 8.30**
Register & Morning Coffee
- 9.00 - 10.30**
Program Commences
- 10.30 - 10.45**
Morning Break
- 10.45 - 12.15**
Program Commences
- 12.15 - 13.30**
Lunch & Networking
- 13.30 - 15.00**
Program Commences
- 15.00 - 15.15**
Afternoon Break
- 15.15 - 16.45**
Program Commences
- 17.00**
End of Program

Registration Fee	Regular Price
Fee Per 1 Person	28,500.00
VAT 7 %	1,995.00
Total Amount (Bath)	30,495.00

SPECIAL PRICE

22,500.00

1,575.00

24,075.00

20% OFF

สมัครด่วน!

จำนวนจำกัด!

พิเศษ!!! ค่าสัมมนาที่สถาบันโอเมกาฯ
รับสิทธิลดหย่อนภาษีได้ 200%

**สามารถภาษีหัก ณ ที่จ่าย 3% ได้