

ថ្ងៃទី 15 ខែ កញ្ញា ឆ្នាំ 2019
 September 2019

Interview

กิติมา แกลงกิจ
ประธาน YEC
พระนครศรีอยุธยา

CLMVT

มหาวิทยาลัยชั้นนำด้านธุรกิจ และการสร้างผู้ประกอบการ ที่ขับเคลื่อนด้วยนวัตกรรม INNOVATION DRIVEN ENTREPRENEURSHIP: IDE โดยแนวคิดจาก MIT สหรัฐอเมริกา

QS World University
Rankings 2016
จัดอันดับมหาวิทยาลัยหอการค้าไทย
เป็นมหาวิทยาลัยเอกชน
ที่ติดอันดับ 1 ใน 15 มหาวิทยาลัยทั่วประเทศ
ที่น่าจะจ้าวพิงพอใจ
www.topuniversities.com



มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย เปิดรับสมัครวันนี้ หลักสูตรปริญญาตรีใบที่ 2-ปริญญาโท-ปริญญาเอก

หลักสูตรปริญญาโท

- CEO MBA (การเงิน การจัดการ การตลาด การจัดการโลจิสติกส์) • MBA Online (การจัดการ การตลาด การเงิน)
- IE-MBA (Innovative Entrepreneurship) • M.A. (นิเทศศาสตร์การตลาด ไทยและโทควบเอก) • M.Econ. (เศรษฐศาสตร์ธุรกิจ)
- M.Sc. (วิศวกรรมการเงิน) • M.Sc. (การตรวจสอบภายใน) • M.Sc. (คณิตศาสตร์และเทคโนโลยีสารสนเทศ)
- M.Sc. (การจัดการเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร) • M.Eng. (วิศวกรรมธุรกิจ) • M.Eng. (วิศวกรรมสารสนเทศศาสตร์)
- LL.M. (กลุ่มวิชากฎหมายตลาดทุน การเงินและภาษี กลุ่มวิชากฎหมายการหลอมรวมสื่อและเทคโนโลยีการสื่อสาร)

หลักสูตรปริญญาเอก

- โลจิสติกส์ Ph.D. (Logistics) • นิเทศศาสตร์การตลาด Ph.D. (Marketing Communication)

หลักสูตรปริญญาตรีใบที่ 2 (เรียนจบภายใน 2 ปี*)

- บัญชี
- ภาษาอังกฤษ • ภาษาจีน
- ภาษาญี่ปุ่น • ภาษาเกาหลี



UTCC University of
the Thai Chamber
of Commerce
มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย

"A Unique International College of ASEAN"



UNDERGRADUATE PROGRAMS

Bachelor of Accountancy

Bachelor of Business Administration:

- International Business
- Marketing
- Logistics Management

Bachelor of Arts in Business English

GRADUATE PROGRAMS

Master of Business Administration (Global MBA)

Master of International Business Economics (MIBE)

Ph.D. in Economics

**Global MBA in Myanmar
(Yangon | Mandalay)**

International College

University of the
Thai Chamber of Commerce (UTCC)

BANGKOK, THAILAND

E-mail: icutcc@gmail.com

Facebook: www.facebook.com/ICUTCC

www.utcc.ac.th/ic



EDITOR'S NOTE

ฉบับนี้ นำเรื่อง “โอกาสและการพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกทางการค้าในกลุ่มประเทศ CLMVT” มาเป็น รายงานพิเศษ และ เริ่มด้วย Economic Review กับผลสำรวจ “สถานภาพหนี้ครัวเรือนไทย ปี 2562” โดย ศูนย์พยากรณ์เศรษฐกิจและธุรกิจ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย ซึ่งผลสำรวจพบว่า สิ่งที่รัฐบาลควรเข้ามาทำการ แก้ไขปัญหาหนี้ครัวเรือนของประชาชน ได้แก่ การดูแลค่าครองชีพ และควบคุมระดับราคาสินค้าให้อยู่ในระดับ เหมาะสมและฟื้นฟูแก้ไขปัญหาเศรษฐกิจที่ตกต่ำ เพื่อกระตุ้นเศรษฐกิจ ตลอดจนสร้างความเชื่อมั่นให้กับประชาชน ผู้ประกอบการ และนักลงทุน และจัดหาแหล่งเงินทุนในระบบที่มีดอกเบี้ยต่ำ เป็นต้น ซึ่งข้อมูลได้รายงานในเล่ม และต่อยอดด้วย “บทสัมภาษณ์วิเคราะห์เศรษฐกิจ กับ ผศ. ดร. ธนวรรณ พลวิชัย อาจารย์นักพยากรณ์เศรษฐกิจจาก มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย กับหัวข้อ “หอการค้าฯ ลุ้นชิมช้อปใช้ 2 แพลงฤทธิ์ขึ้นเศรษฐกิจโต 0.2% แม้ลอยกระทง ยังเจียบ”

และ Global Section ทาง Exim Bank ร่วมเสนอบทความเรื่อง “เตรียมความพร้อมก่อนเมียนมาบังคับ ใช้กฎหมายเครื่องหมายการค้าฉบับใหม่” และ Strategy Section เรายังนำกลยุทธ์การพัฒนาธุรกิจและกรณีศึกษา มานำเสนออีกเช่นเคย เริ่มด้วยคอลัมน์ Inspire กับบทสัมภาษณ์ “คุณอายุ-อภิรดี ศิริสมบูรณ์” กับการจัดการ ข้อมูลในพริบตาเดียวด้วย Happenn” และคอลัมน์ธุรกิจครอบครัว โดย ผศ.ดร. เอกชัย อภิศักดิ์กุล กับตอน ธรรมนูญครอบครัว (Family Constitution) ปิดท้ายด้วย บทสัมภาษณ์ YEC พบกับ กิติมา แดงกิจ ประธาน YEC หอการค้าจังหวัดอยุธยา นักธุรกิจ จิตอาสา ถึงเวลาผู้นำรุ่นใหม่ขับเคลื่อนประเทศไทย

ฉบับนี้ ได้นำเนื้อหาหลากหลายมาอัปเดตเรื่องเศรษฐกิจ และอัปเดตธุรกิจต่างประเทศ อย่างเมื่อนมา การพัฒนา ธุรกิจสตาร์ทอัพ และเรียนรู้ศาสตร์ธุรกิจครอบครัว และหลักการทำงานของนักธุรกิจรุ่นใหม่กับ YEC Update ทั้งหมด นี้เราหวังว่าเนื้อหาที่ทีมบรรณาธิการได้จัดทำมานั้นจะสร้างคุณประโยชน์ทางความคิดและการพัฒนาธุรกิจและ องค์กรให้กับผู้อ่านทุกท่าน และตอนนี้ทุกท่านสามารถติดตามอ่าน Thailand Economic & Business Review ทางสื่อออนไลน์ได้ที่ Facebook: <https://www.facebook.com/ThailandEcoReview> Line Official: @ThailandEcoReview ค่ะ

อารดา มหามิตร
บรรณาธิการบริหาร



เปิดรับสมัครนักศึกษาใหม่แล้ววันนี้

หลักสูตรปริญญาโท

หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต CEO MBA

- กลุ่มวิชาการจัดการ (ภาคปกติ, ภาคค่ำ, ภาคเสาร์-อาทิตย์)
- กลุ่มวิชาการเงิน (ภาคปกติ, ภาคค่ำ, ภาคเสาร์-อาทิตย์)
- กลุ่มวิชาผู้ประกอบการยุคดิจิทัล (ภาคเสาร์-อาทิตย์)
- กลุ่มวิชาการตลาด (ภาคปกติ, ภาคค่ำ, ภาคเสาร์-อาทิตย์)
- กลุ่มวิชาการจัดการโลจิสติกส์ (ภาคค่ำ, ภาคเสาร์-อาทิตย์)
- กลุ่มวิชาการจัดการท่องเที่ยว (ภาคเสาร์-อาทิตย์)
- กลุ่มวิชาการประกอบการ (ภาคเสาร์-อาทิตย์)
- กลุ่มวิชานวัตกรรมธุรกิจ (ภาคเสาร์-อาทิตย์)
- กลุ่มวิชาการจัดการโรงแรม (ภาคเสาร์-อาทิตย์)

หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต IE MBA และ IM MBA (เรียนเฉพาะวันเสาร์)

หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต EM MBA และ ME MBA (เรียนเฉพาะวันอาทิตย์)

ศึกษาศาสตรมหาบัณฑิต

- สาขาวิชาการจัดการการศึกษา (ภาคเสาร์-อาทิตย์)

วิทยาศาสตร์มหาบัณฑิต

- สาขาวิชาวิศวกรรมการเงิน (ภาคค่ำ)
- สาขาวิชาการตรวจสอบภายใน (ภาคเสาร์-อาทิตย์)

นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต

- สาขาวิชานิเทศศาสตร์การตลาด (ภาคค่ำ และภาคเสาร์-อาทิตย์)

หลักสูตรปริญญาเอก

ปรัชญาดุษฎีบัณฑิต • สาขาวิชาโลจิสติกส์ (ภาคเสาร์-อาทิตย์)

นิเทศศาสตรดุษฎีบัณฑิต • สาขาวิชานิเทศศาสตร์การตลาด (ภาคเสาร์-อาทิตย์)

สอบถามรายละเอียดเพิ่มเติมได้ที่ :

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย

โทร. 0-2697-6881-3, 0-2697-6885-6

0-2697-6717 และ 0-2697-6333

www.utcc.ac.th/gsadmission

เศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต

- สาขาวิชาเศรษฐศาสตร์ธุรกิจ (ภาคเสาร์-อาทิตย์)

บัญชีมหาบัณฑิต (ภาคเสาร์-อาทิตย์)

นิติศาสตรมหาบัณฑิต (ภาคเสาร์-อาทิตย์)

วิศวกรรมศาสตรมหาบัณฑิต

- สาขาวิชาวิศวกรรมคอมพิวเตอร์และเทคโนโลยีการเงิน (ภาคเสาร์-อาทิตย์)

สิทธิพิเศษ!

สำหรับศิษย์เก่ามหาวิทยาลัยหอการค้าไทย

ได้รับส่วนลดค่าหน่วยกิต 10% ตลอดหลักสูตร



บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย

Line id : 0953675512

CLMVT



**Thailand
Economic
& Business
Review**



ThailandEcoReview



@ThailandEcoReview



YouTube ThailandEconomic&BusinessReview

4 Editor's Notes

9 สถานภาพหนี้ครัวเรือนไทย
ปี 2562

20 หอการค้าฯ ลุ้นซิมซอไปใช้ 2
แผนลดหนี้ขึ้นศก.โต 0.2%
แน่ลดยกเว้นยืม

24 โอกาสและการพัฒนา
สิ่งแวดล้อมความเสถียรทางการค้า
ในกลุ่มประเทศ CLMVT (ตอนจบ)

30 เตรียมความพร้อม
ก่อนเมียนมาบังคับใช้กฎหมาย
เครื่องหมายการค้าฉบับใหม่

42 ธุรกิจครอบครัว
ตอนรัฐธรรมนูญครอบครัว
(Family Constitution)

ITD

โอกาสและการพัฒนา
สิ่งแวดล้อมความเสถียรทางการค้า
ในกลุ่มประเทศ CLMVT (ตอนจบ)

24

ทีมบรรณาธิการ

ที่ปรึกษา: อิศระ ว่องกุลกิจ, วิชัย อัศวศิริ, รศ.ดร. จีระเดช อุสวัสด์

บรรณาธิการอำนวยการ: รศ.ดร. เสาวณีย์ ไทยรุ่งโรจน์ รองบรรณาธิการอำนวยการ: ผศ.ดร. ธนวรรณ พลวิชัย

บรรณาธิการบริหาร: อารดา มหามิตร รองบรรณาธิการบริหาร: ทิติภา ตั้งใจในธรรม, ดร. โศภชา เอี่ยมโอภาส

กองบรรณาธิการ: กาญจนา ไทยชน, ปิยะ นนทรักษ์, คมกริช นาคะลักษณ์, รศ.ดร. อัทธ์ พิศาลวานิช,

ดร. จักรกรินทร์ ศรีมูล, รศ.ดร. วีระชาติ กิเลนทอง, ผศ. มานา ปัจฉิมนันท์, อ. อรพรรณ สุนทรกลัมพ์

อำนวยการศิลปกรรม: มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย เลขากองบรรณาธิการ: จิตต์ดิษฐ์ภัสสร จินดาวานิชสกุล

คอลัมนิสต์: รศ.ดร. วันชัย รัตนวงษ์, รศ.ดร. อัทธ์ พิศาลวานิช, รศ. สุธรรม อยู่ใจในธรรม, รศ.ดร. วีระชาติ กิเลนทอง, ดร. โรจนศักดิ์ โฉมวิไลลักษณ์,
อมรเทพ ทวีพานิชย์, ดร. ไพจิตร วิบูลย์ธนสาร, ดร. ศศิวิมล วรณศิริ, ดร. ตระหนักจิต ยุทธรรยง, ดร. จิตรัตน์ ช่างหล่อ ฯลฯ

ฝ่ายโฆษณาและการตลาด: วิภา สุขใจ, เสาวณีย์ เทียมเมือง, สุดาวรรณ เข้มทอง ฝ่ายบัญชีและการเงิน: เบญจวรรณ มณีพันธุ์

ติดต่อลงโฆษณาได้ที่ศูนย์บริการวิชาการ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย โทร. 02-697-6861-3 แฟกซ์ 02-277-1803



34

อภิรตี ศิริสมบุรณ์

การจัดการข้อมูลในพริบตาเดียว
ด้วย Happenn



50

กิติมา แอลงกิจ

ประธาน YEC หอการค้าจังหวัดอยุธยา
นักธุรกิจ จิตอาสา ทุ่มเวลาผู้นำรุ่นใหม่ ขับเคลื่อนประเทศไทย



หอการค้าฯ ลุ้นชิมช้อปใช้ 2
แพลตฟอร์มขึ้นศก.โต 0.2%
แบลดยกระดับวัยวัย

20

สำหรับมาตรการชิมช้อปใช้ เฟส 2 เชื่อว่าจะให้ผลดีกับเศรษฐกิจมากกว่าเฟสแรก เพราะเฟสแรกประชาชนที่ไปลงทะเบียนเพื่อหวังได้รับสิทธิ์ 1,000 บาท ขณะที่การใช้จ่ายเพื่อรับเงินแคชแบ็ก 15% ยังไม่มีแรงจูงใจพอ แต่ในเฟส 2 มองว่าประชาชน ที่ลงทะเบียนส่วนใหญ่จะมีการวางแผนท่องเที่ยวจริง ทำให้มีเม็ดเงินหมุนลงสู่ระบบ 2-3 หมื่นล้านบาท ช่วยสนับสนุนจีดีพีได้ 0.1-0.2%

เตรียมความพร้อม
ก่อนเขียนมาบับคับใช้กฎหมาย
เครื่องหมายการค้าฉบับใหม่

30

เขียนมาบับคับใช้กฎหมายเครื่องหมายการค้า ภายใต้ Pyidaungsu Hluttaw Law No. 3/2019 เมื่อวันที่ 30 มกราคม 2562 นับเป็นกฎหมายฉบับแรกของเขียนมาบับคับใช้เครื่องหมายการค้าโดยตรง จากเดิมที่ให้การคุ้มครองภายใต้กฎหมายทั่วไป อาทิ กฎหมายพาณิชย์ และกฎหมายอาญา รวมถึงพระราชบัญญัติการจดทะเบียน ทำให้ที่ผ่านมาการคุ้มครองเครื่องหมายการค้าในเขียนมาบับคับใช้ทำได้จำกัดในทางปฏิบัติ

QUOTE
in
this ISSUE

เจ้าหน้าที่ในการปฏิบัติงานถือเป็นฟันเฟืองสำคัญในการช่วยขับเคลื่อนการอำนวยความสะดวกทางการค้า บุคลากรที่มีประสบการณ์ ทักษะและความเชี่ยวชาญย่อมช่วยให้การปฏิบัติงานเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ

24

โอกาสและการพัฒนา
สิ่งอำนวยความสะดวกทางการค้า
ในกลุ่มประเทศ CLMVT (ตอนจบ)

กระบวนการสร้างธรรมณูญครอบครัวที่สำคัญคือ ต้องมาจากความร่วมมือและเป็นข้อตกลงร่วมกันของสมาชิกครอบครัวที่มีส่วนเกี่ยวข้องในการบริหารจัดการและ/หรือมีอำนาจควบคุมธุรกิจ (ผู้ถือหุ้นในธุรกิจ) ธรรมณูญครอบครัวจะต้องมีความสอดคล้องกับครอบครัว ธุรกิจ สถานการณ์ที่เกิดขึ้นตามโอกาสและสภาพแวดล้อมปัจจุบัน

42



ธุรกิจครอบครัว
ตอนธรรมณูญครอบครัว
(Family Constitution)

สถานภาพหนี้ครัวเรือนไทย ปี 2562



UTCC University of
the Thai Chamber
of Commerce
มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย

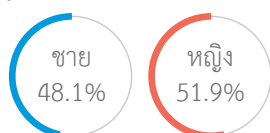


UTCC
Center for Economic
and Business Forecasting
ศูนย์พยากรณ์เศรษฐกิจและธุรกิจ

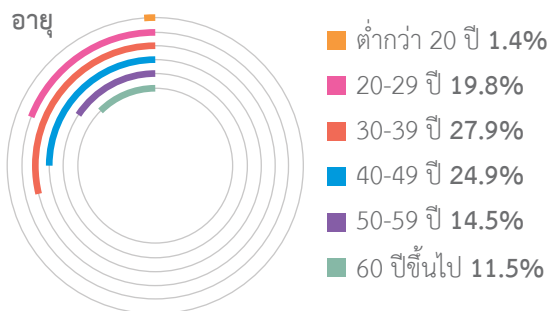
สัดส่วนของกลุ่มตัวอย่าง

สำรวจทั่วประเทศ จำนวน 1,201 ตัวอย่าง วันที่ 11-23 พฤศจิกายน 2562

เพศ



อายุ



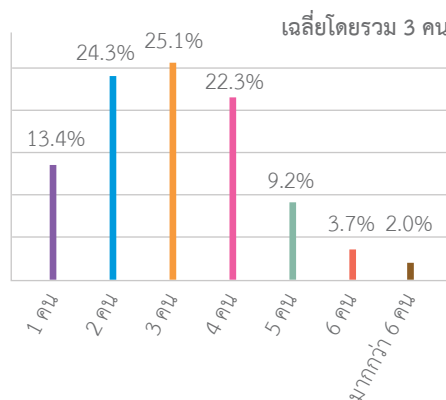
การศึกษา



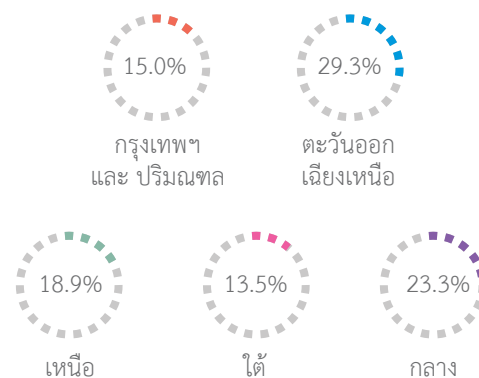
อาชีพ

	ร้อยละ
รับราชการ/รัฐวิสาหกิจ	14.6
รับจ้างรายวัน	17.0
นักศึกษา	2.3
เจ้าของกิจการ	20.0
พนักงานภาคเอกชน	20.7
ไม่ได้ทำงาน	9.8
แม่บ้าน	6.7
เกษตรกร	8.5
อื่นๆ	0.4

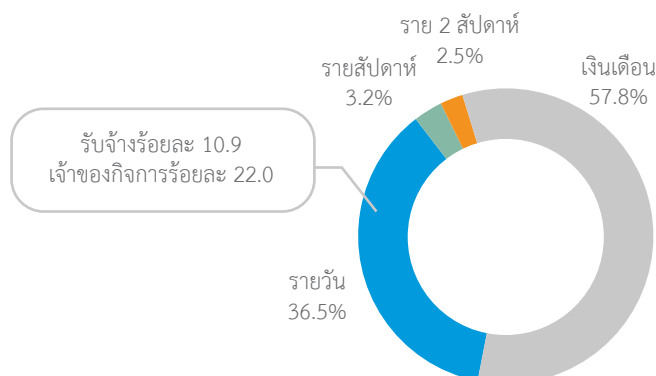
จำนวนสมาชิกในครัวเรือน



ภูมิภาค

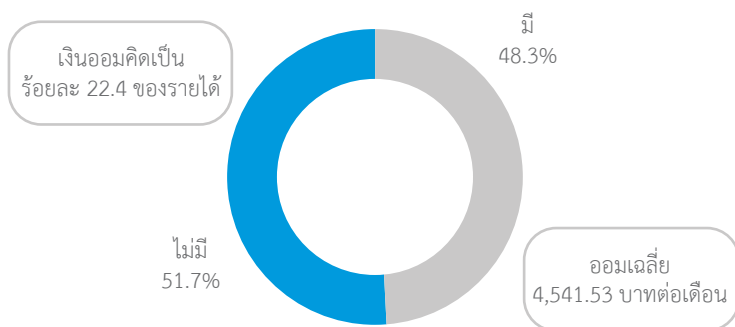


ลักษณะของรายได้ที่ได้รับ



รายได้ต่อเดือนของครัวเรือน	ร้อยละ
ต่ำกว่า 5,000 บาท	1.2
5,000-10,000 บาท	6.2
10,001-15,000 บาท	7.2
15,001-30,000 บาท	13.1
30,001-50,000 บาท	18.2
มากกว่า 50,000 บาทขึ้นไป	54.1

ลักษณะของรายได้ที่ได้รับ



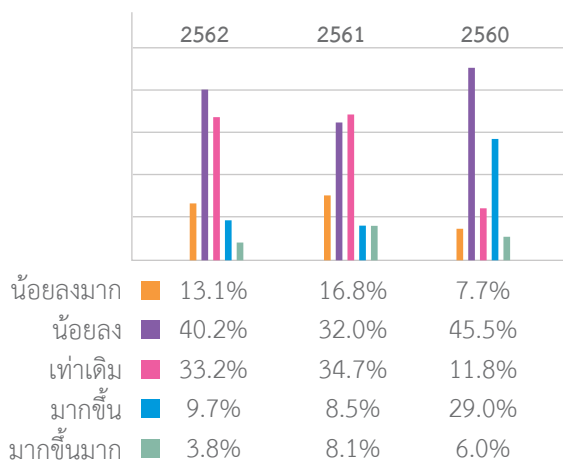
เงินออมต่อเดือน	ร้อยละ
ต่ำกว่า 500 บาท	0.7
500-1,000 บาท	14.7
1,001-2,500 บาท	27.5
2,501-5,000 บาท	33.8
มากกว่า 5,000 บาท	23.3

รายได้
25,000 - 50,000
บาทขึ้นไป

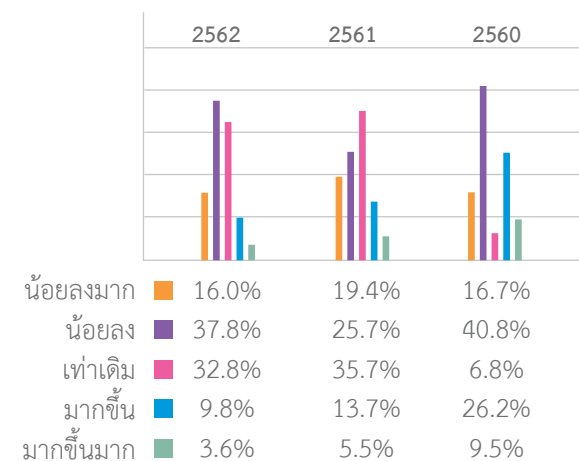
พฤติกรรมกรค่าใช้จ่ายของครัวเรือน

การใช้จ่ายใช้สอยปี 2562 เมื่อเทียบกับปี 2561

จำนวนชิ้นที่ซื้อ



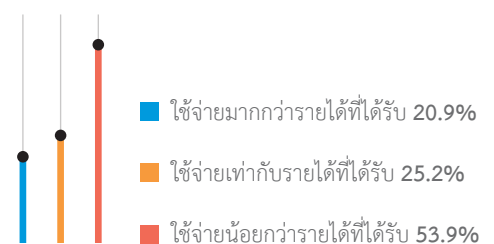
มูลค่าที่ใช้จ่าย



เหตุผลของการใช้จ่ายที่เพิ่มขึ้นหรือลดลง ปี 2562 เมื่อเทียบกับปี 2561

มีการใช้จ่ายเพิ่มขึ้นเพราะ (13.4%)		มีการใช้จ่ายลดลงเพราะ (53.8%)	
เหตุผล	ร้อยละ	เหตุผล	ร้อยละ
ราคาสินค้าแพงขึ้น	25.0	ราคาของแพงขึ้น	21.9
รายได้สูงขึ้น	20.4	มีภาระหนี้มาก	20.1
มาตรการกระตุ้นเศรษฐกิจ	20.3	รายได้ที่ได้น้อยลง	20.1
มีภาระหนี้สินน้อยลง	17.7	ดำเนินตามหลักเศรษฐกิจพอเพียง	19.2
ราคาของถูกลง	16.6	ไม่มั่นใจในภาวะเศรษฐกิจไทย	18.6

การใช้จ่ายในปัจจุบันเมื่อเทียบกับรายได้ที่ได้รับ



การใช้จ่ายเทียบกับรายได้ที่ได้รับ (ต่อ)

ภูมิภาค	ภูมิภาค	ใช้จ่ายเท่ากับรายได้ที่ได้รับ	ใช้น้อยกว่ารายได้ที่ได้รับ	ใช้มากกว่ารายได้ที่ได้รับ
	กรุงเทพฯ และปริมณฑล	14.3	75.4	10.3
	ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	28.3	43.1	28.6
	ภาคกลาง	11.6	75.4	13.0
	ภาคเหนือ	40.1	32.9	27.0
	ภาคใต้	33.3	45.6	21.0
รายได้ครัวเรือน	รายได้	ใช้จ่ายเท่ากับรายได้ที่ได้รับ	ใช้น้อยกว่ารายได้ที่ได้รับ	ใช้มากกว่ารายได้ที่ได้รับ
	ต่ำกว่า 10,000 บาท	13.1	69.5	17.5
	10,001-15,000 บาท	6.0	84.5	9.5
	15,001-30,000 บาท	11.5	69.9	18.6
	30,001-50,000 บาท	20.9	62.8	16.3
	มากกว่า 50,000 บาทขึ้นไป	34.2	41.2	24.6

ภาวะหนี้ของครัวเรือน

ปัจจุบันครัวเรือนของท่านมีหนี้สินหรือไม่



เป็นหนี้จาก	ร้อยละของผู้ตอบ		เป็นหนี้จาก	ร้อยละของผู้ตอบ	
	61	62		61	62
หนี้เพื่อการใช้จ่ายทั่วไป	38.6	38.4	ค่ารักษาพยาบาล	6.5	5.2
หนี้ซื้อยานพาหนะ	30.2	32.9	ซื้ออุปกรณ์สื่อสาร	N/A	5.0
หนี้ซื้อบ้าน	17.0	21.2	หนี้จากภัยธรรมชาติ	3.3	1.4
จ่ายบัตรเครดิต	28.4	19.9	เพื่อการท่องเที่ยว	N/A	1.1
หนี้เพื่อประกอบธุรกิจ/ประกอบอาชีพ	28.5	19.3	เล่นการพนัน	0.9	1.0
เพื่อชำระหนี้เก่า	15.5	12.5	เดินทางไปทำงานที่ต่างประเทศ	1.3	0.7
หนี้เพื่อการศึกษา	12.0	11.7	เสริมความงาม	N/A	0.6
ใช้ในการเกษตร	6.1	10.2			

สาเหตุของการเป็นหนี้ แยกตามอาชีพ (3 อันดับแรก)

	รับราชการ	รับจ้างรายวัน	เจ้าของกิจการ	พนักงานเอกชน	เกษตรกร
อันดับที่ 1	33.3	86.1	61.2	48.9	78.7
อันดับที่ 2	33.3	26.6	35.6	38.1	33.7
อันดับที่ 3	30.8	16.5	24.5	30.7	23.6

ลักษณะการลงทุน

กรณีที่เป็นหนี้จากการลงทุนประกอบธุรกิจ (ร้อยละ 19.3)

สาเหตุ	ร้อยละ
เพื่อเป็นเงินทุนหมุนเวียน/เสริมสภาพคล่อง	65.0
เพื่อซ่อมแซม/บำรุงรักษา	16.8
เพื่อขยายกิจการ	15.4
เพื่อหาแนวคิดใหม่	2.8
รวม	100.0

การก่อหนี้ของกลุ่มตัวอย่าง

หน่วย: ร้อยละ

ลักษณะการก่อหนี้	2560	2561	2562
มีเฉพาะหนี้ในระบบ	42.4	73.8	79.8
มีเฉพาะหนี้นอกระบบ	1.2	18.7	8.0
มีหนี้ทั้งในและนอกระบบ	56.4	7.5	12.2
รวม	100.0	100.0	100.0

การก่อหนี้ของกลุ่มตัวอย่าง

หน่วย: ร้อยละ

แยกตามรายได้ครัวเรือน	ต่ำกว่า 10,000 บาท	10,001-15,000 บาท	15,001-30,000 บาท	30,001-50,000 บาท	มากกว่า 50,000 บาทขึ้นไป	โดยรวม
เฉพาะหนี้ในระบบ	2.7	5.5	9.2	14.4	48.0	79.8
เฉพาะหนี้นอกระบบ	0.7	0.6	2.0	1.8	3.0	8.0
หนี้ทั้งในและนอกระบบ	0.1	0.7	1.7	2.3	7.4	12.2
โดยรวม	3.5	6.7	12.9	18.6	58.4	100.0

แยกตามอาชีพ	รับราชการ/รัฐวิสาหกิจ	รับจ้างรายวัน	นักศึกษา	เจ้าของกิจการ	พนักงานภาคเอกชน	ไม่ได้ทำงาน	แม่บ้าน	เกษตรกร	โดยรวม
เฉพาะหนี้ในระบบ	11.4	11.2	1.8	17.7	18.0	6.2	4.8	8.6	79.8
เฉพาะหนี้นอกระบบ	0.5	3.4	0.0	1.7	0.5	0.8	0.8	0.5	8.0
หนี้ทั้งในและนอกระบบ	1.8	3.4	0.5	1.9	1.7	0.8	0.7	1.3	12.2
โดยรวม	13.7	18.0	2.3	21.4	20.1	7.8	6.3	10.2	100.0

ลักษณะการก่อหนี้แยกตามวัตถุประสงค์

มีเฉพาะหนี้ในระบบ

วัตถุประสงค์	ร้อยละของผู้ตอบ
หนี้ซื้อขายยานพาหนะ	34.7
หนี้เพื่อการบริโภค	34.4
หนี้ซื้อบ้าน	24.6
จ่ายบัตรเครดิต	21.7
หนี้เพื่อประกอบธุรกิจ/ประกอบอาชีพ	18.2

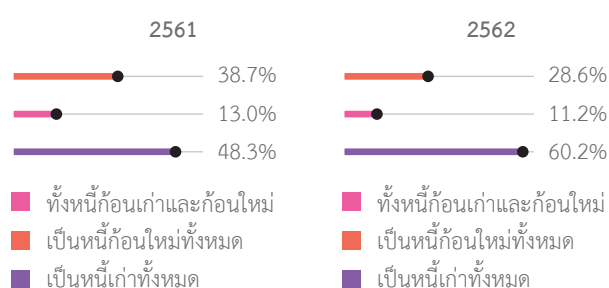
มีเฉพาะหนี้นอกระบบ

วัตถุประสงค์	ร้อยละของผู้ตอบ
หนี้เพื่อการบริโภค	58.3
เพื่อชำระหนี้เก่า	20.8
หนี้เพื่อประกอบธุรกิจ/ประกอบอาชีพ	18.1
หนี้เพื่อการศึกษา	18.1
จ่ายบัตรเครดิต	11.1

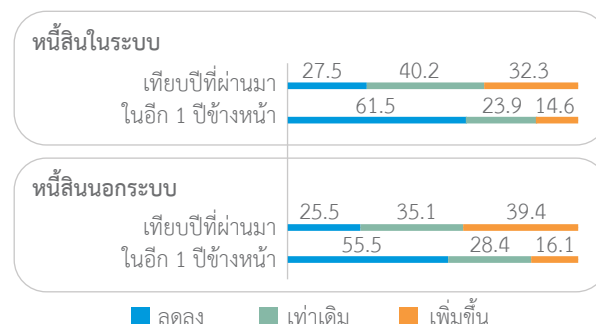
ภาระหนี้สิน

	จำนวนหนี้สินเฉลี่ยต่อครัวเรือน	ภาระการผ่อนชำระต่อเดือน(บาท)
รวม	340,053.65	16,124.06
ในระบบ	59.2%	16,960.77
นอกระบบ	40.8%	5,222.44

ลักษณะหนี้ที่มีอยู่ในปัจจุบัน



ภาระหนี้สินของท่านจะเป็นอย่างไร ในแต่ละช่วงเวลา



สาเหตุของการเป็นหนี้เพิ่มขึ้นเมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อน

สาเหตุ	ร้อยละ
รายได้ลดลง	17.3
ค่าครองชีพที่ปรับตัวสูงขึ้น	15.3
มีการซื้อสินทรัพย์ถาวรเพิ่มขึ้น	15.1
ขาดรายได้เนื่องจากถูกออกจากงาน	13.5
มีการใช้จ่ายผ่านบัตรเครดิตมาก	13.4
การผ่อนสินค้ามากเกินไป	9.8
ค่าเล่าเรียนของบุตรหลาน	8.0
ไม่สามารถเก็บเกี่ยวผลผลิตได้จากภัยธรรมชาติ	6.7
หนี้ที่เกิดขึ้นจากการพนัน	1.1
รวม	100.0



	ร้อยละ
ค่าครองชีพที่ปรับตัวสูงขึ้น	16.6
รายได้ลดลง	16.2
มีการซื้อสินทรัพย์ถาวรเพิ่มขึ้น	15.3
ขาดรายได้เนื่องจากถูกออกจากงาน	15.3

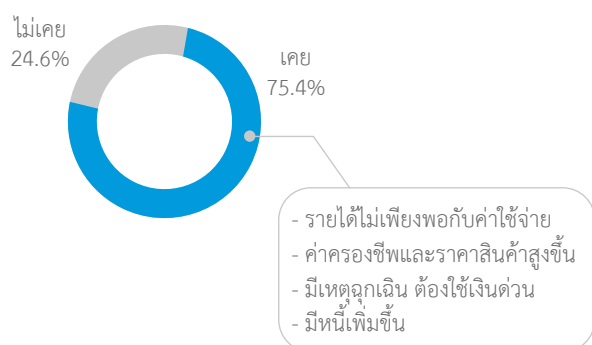


	ร้อยละ
รายได้ลดลง	17.3
ค่าครองชีพที่ปรับตัวสูงขึ้น	15.5
ซื้อสินทรัพย์ถาวรเพิ่มขึ้น	15.3

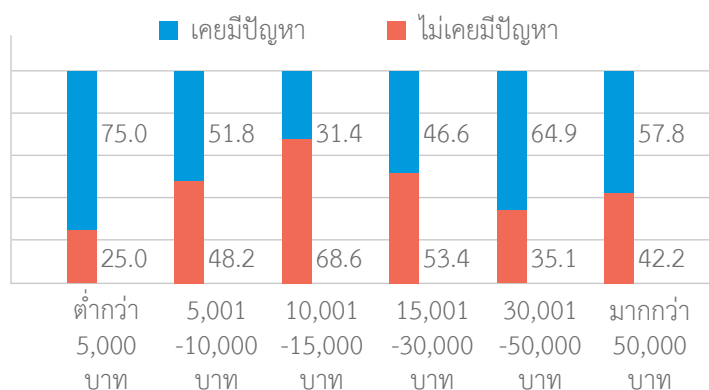


	ร้อยละ
รายได้ลดลง	17.6
ใช้จ่ายผ่านบัตรเครดิตมาก	15.1
ค่าครองชีพที่ปรับตัวสูงขึ้น	15.0

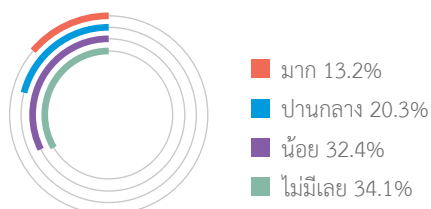
ในช่วง 1 ปี ที่ผ่านมา เคยประสบปัญหาการขาดการผ่อนชำระหรือผิดนัดการผ่อนชำระหรือไม่



ในช่วง 1 ปี ที่ผ่านมา เคยประสบปัญหาการขาดการผ่อนชำระหรือผิดนัดการผ่อนชำระหรือไม่ จำแนกรายได้ครัวเรือน



ท่านคิดว่าในอนาคตภายใน 6 เดือนถึง 1 ปีหลังจากนี้ โอกาสที่ท่านจะประสบปัญหาการชำระหนี้ มีอย่างน้อยเพียงใด



รายได้	ไม่มีเลย	น้อย	ปานกลาง	มาก
ต่ำกว่า 10,000 บาท	50.7	18.3	21.1	9.8
10,001-15,000 บาท	27.4	28.7	19.2	24.7
15,001-30,000 บาท	25.4	32.6	21.7	20.3
30,001-50,000 บาท	37.4	29.1	24.6	8.9
มากกว่า 50,000 บาทขึ้นไป	33.7	35.3	18.9	12.1

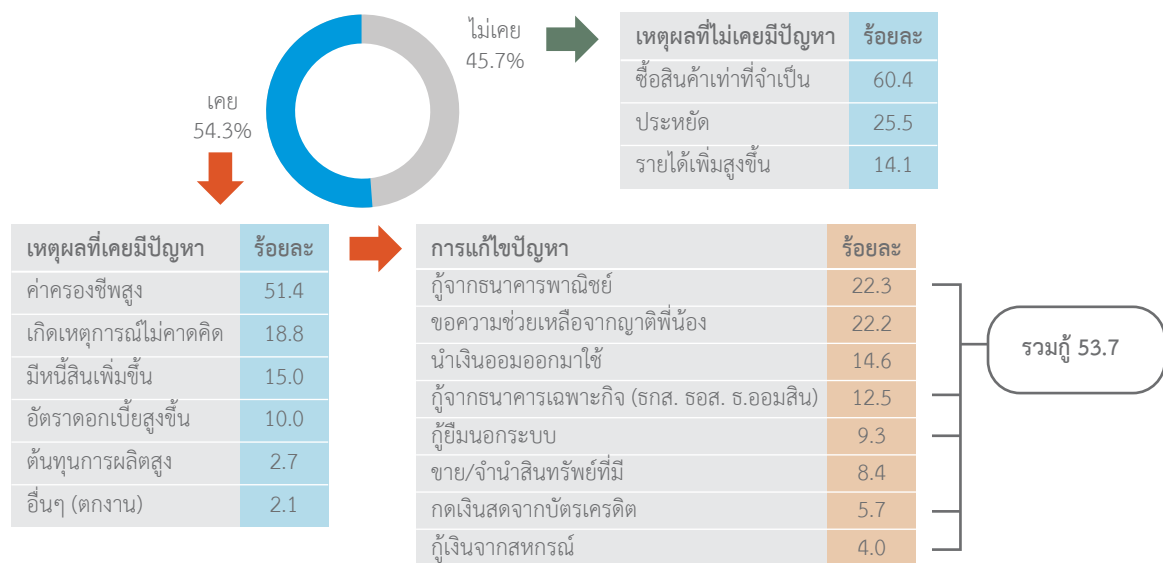
ปัจจัยที่ทำให้มีโอกาสเกิดปัญหาการชำระหนี้

หน่วย: ร้อยละ

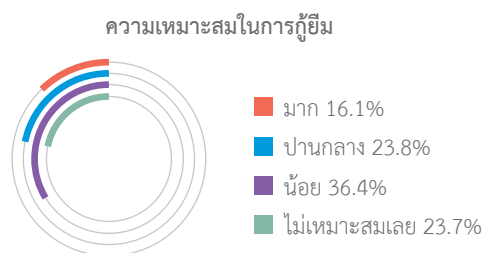
ปัจจัย	น้อย	ปานกลาง	สูง	คะแนนเฉลี่ย (เต็ม 10 คะแนน)
รายได้ที่ได้รับลดลง	5.7	19.8	74.5	7.65
เศรษฐกิจไม่ดี	8.1	22.8	69.1	7.53
ค่าครองชีพไม่สอดคล้องกับรายได้	6.6	21.9	71.5	7.42
สภาพคล่องของธุรกิจ	9.9	25.6	64.5	7.12
ราคาพืชผลทางการเกษตรต่ำ	15.0	20.6	64.4	7.02
ความไม่แน่นอนในงานที่ทำ	20.6	27.6	51.8	6.45
เป็นหนี้แบบทบต้นทบดอก	21.9	33.0	45.1	6.40
ต้องจ่ายค่าใช้จ่ายประจำวันสูงขึ้น	23.1	24.3	52.6	6.35
คู่แข่งทางธุรกิจมากขึ้น	25.0	27.5	47.5	6.19
คนซื้อสินค้าลดลง	28.6	30.3	41.1	6.08
ปัญหาภัยธรรมชาติ	38.8	24.5	36.7	5.69
ไม่มีแหล่งให้กู้ยืมเงินเพิ่มเติม	37.8	26.5	35.7	5.58

ทักษะเกี่ยวกับการกู้ยืมและการหนี้สิน

สถานภาพทางการเงินของครัวเรือน: การมีปัญหารายได้ไม่พอกับรายจ่าย



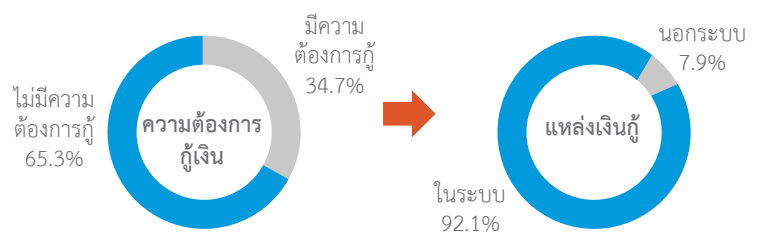
ในสถานการณ์ปัจจุบันมีความเหมาะสมในการกู้ยืมเพื่อใช้จ่ายหรือไม่เพียงใด



วัตถุประสงค์ในการกู้ยืม

วัตถุประสงค์	ร้อยละ
ใช้จ่ายในชีวิตประจำวัน	34.0
เพื่อลงทุนประกอบธุรกิจ	21.8
เพื่อซ่อมแซมที่อยู่อาศัย	10.4
ซื้อที่อยู่อาศัย	9.2
ซื้อยานพาหนะ	8.7
ชำระหนี้เงินกู้นอกระบบ	6.4
เพื่อซ่อมแซมยานพาหนะหรืออุปกรณ์ประกอบอาชีพ	4.7
เพื่อการศึกษา	2.7
เพื่อเดินทางไปทำงานในต่างประเทศ	0.5
เพื่อชำระหนี้การพนัน	0.1
อื่นๆ	1.5

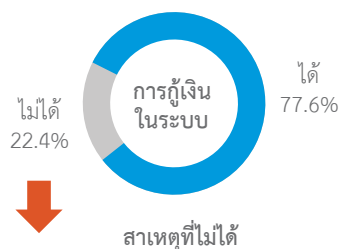
ภายใน 1 ปีข้างหน้านับจากปัจจุบันท่านมีความต้องการจะกู้เงินหรือไม่



วัตถุประสงค์ในการกู้

วัตถุประสงค์	ร้อยละ
หนี้เพื่อใช้จ่ายทั่วไป	20.4
หนี้เพื่อลงทุนประกอบธุรกิจ/ประกอบอาชีพ	16.8
เพื่อชำระหนี้เก่า	15.5
หนี้ซื้อทรัพย์สิน (รถยนต์)	10.6
จ่ายบัตรเครดิต	9.1
หนี้ซื้อบ้าน	9.0
หนี้เพื่อการศึกษา	6.6
ค่ารักษาพยาบาล	4.3
ใช้ในการเกษตร	4.2
หนี้จากภัยธรรมชาติ	2.1
หนี้เพื่อเสริมสภาพคล่องธุรกิจ	0.6
เดินทางไปทำงานที่ต่างประเทศ	0.5
เล่นพนัน (เช่น บอล)	0.4
รวม	100.0

ท่านคิดว่าจะสามารถกู้เงินจำนวนดังกล่าวในระบบ
ได้หรือไม่ (34.7%)



สาเหตุ	ร้อยละ
ไม่มีหลักประกัน/หลักประกันไม่พอ	55.4
ประวัติการเคลื่อนไหวทางการเงินไม่มี/ไม่สม่ำเสมอ	25.8
ประวัติการชำระหนี้ไม่ดี	10.9
โครงการไม่เป็นที่สนใจของรฟ.	2.0
อื่นๆ	5.9
รวม	100.0

เปรียบเทียบหนี้กับรายได้

หน่วย: ร้อยละ

สถานการณ์หนี้ในปัจจุบัน	ปี			
	2559	2560	2561	2562
หนี้เพิ่มมากกว่ารายได้เพิ่ม	19.3	24.0	31.9	37.0
หนี้เพิ่มเท่ากับรายได้เพิ่ม	21.0	59.7	35.9	40.2
หนี้เพิ่มน้อยกว่ารายได้เพิ่ม	59.7	16.3	32.2	22.8
รวม	100.0	100.0	100.0	100.0
สถานการณ์หนี้ในอนาคต	2558	2559	2561	2562
หนี้เพิ่มมากกว่ารายได้เพิ่ม	0.3	3.5	18.7	33.4
หนี้เพิ่มเท่ากับรายได้เพิ่ม	18.1	25.2	31.8	29.0
หนี้เพิ่มน้อยกว่ารายได้เพิ่ม	81.6	71.3	49.6	37.6
รวม	100.0	100.0	100.0	100.0

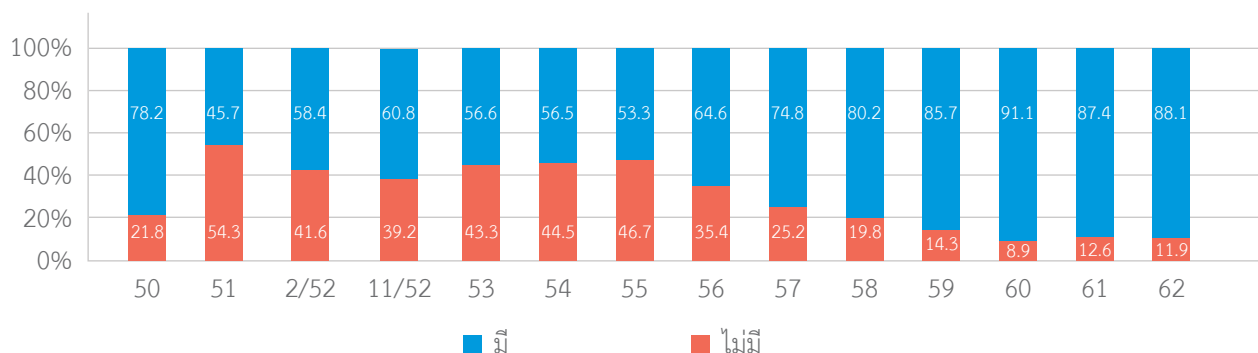
ความคิดเห็นเกี่ยวกับสาเหตุที่ก่อให้เกิดปัญหาหนี้ครัวเรือน

หน่วย: ร้อยละ

ประเด็น	ตัวเอง		คนรอบข้าง	
	ไม่เห็นด้วย	เห็นด้วย	ไม่เห็นด้วย	เห็นด้วย
เพื่อนำมาลงทุนหรือเก็บเป็นสินทรัพย์	13.4	86.6 ①	24.6	75.4 ①
ความรู้ทางการเงินไม่เพียงพอ	22.1	77.9 ②	29.0	71.0
ขาดวินัยทางการเงิน	22.3	77.7 ③	25.0	75.0 ②
รายรับไม่พอกับรายจ่าย	24.5	75.5	26.9	73.1 ③
เข้าถึงแหล่งเงินทุนได้ง่ายเกินไป	30.4	69.6	36.0	64.0
ภาวะอัตราดอกเบี้ยต่ำ	31.2	68.8	39.8	60.2
สถาบันการเงินให้วงเงินมากเกินไป	31.6	68.4	40.1	59.9

เปรียบเทียบภาวะหนี้ของครัวเรือน

ภาระหนี้ของครัวเรือน



จำนวนหนี้เฉลี่ยของครัวเรือนและการผ่อนชำระ

หนี้สิน	จำนวนหนี้สินเฉลี่ยต่อครัวเรือน (บาท)					
ปี	ก.พ.-52	พ.ย.-52	53	54	55	56
หนี้สินรวม	143,476.32	147,542.15	151,432.74	159,432.23	168,517.16	188,774.54
อัตราการขยายตัว	14.5	2.8	2.6	5.3	5.7	12.0
ในระบบ	57.4%	52.4%	53.4%	54.2%	53.6%	50.4%
นอกระบบ	42.6%	47.6%	46.6%	45.8%	46.4%	49.6%
ปี	57	58	59	60	61	62
หนี้สินรวม	219,158.20	248,004.65	298,005.81	299,266.08	316,623.51	340,053.65
อัตราการขยายตัว	16.1	13.2	20.2	0.4	5.8	7.4
ในระบบ	50.1%	48.7%	62.3%	74.6%	64.7%	59.2%
นอกระบบ	49.1%	51.3%	37.7%	26.4%	35.3%	40.8%

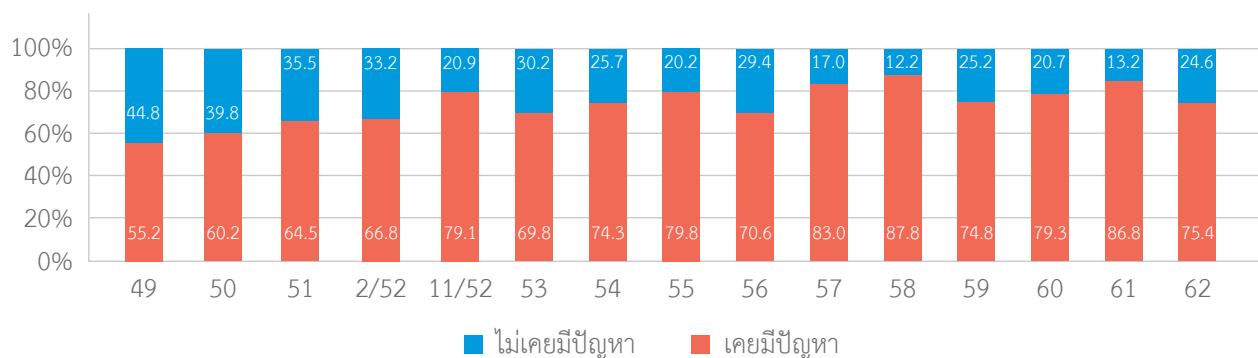
การผ่อนชำระต่อเดือน

หนี้สิน	ผ่อนชำระต่อเดือน(บาท)											
ปี	ก.พ.-52	พ.ย.-52	53	54	55	56	57	58	59	60	61	62
รวม	9,416.50	9,654.22	9,943.37	10,539.64	10,978.44	11,671.93	13,358.35	14,033.65	14,889.70	15,438.92	15,925.00	16,124.06
อัตราการขยายตัว(%)	13.2%	2.5%	3.0%	6.0%	4.2%	6.3%	14.45%	5.06%	6.10%	3.69%	3.15%	1.25%
ในระบบ	9,537.70	9,654.18	9,795.47	10,047.42	10,458.71	10,990.28	11,022.05	10,752.01	11,278.86	14,032.32	17,114.80	16,960.77
อัตราการขยายตัว(%)	10.90%	1.22%	1.46%	2.57%	4.09%	5.1%	0.29%	-2.45%	4.90%	24.41%	21.97%	-0.90%
นอกระบบ	4,606.00	4,987.32	5,214.17	5,337.60	5,614.72	6,377.70	8,104.70	9,951.81	10,270.27	5,512.57	5,193.36	5,222.44
อัตราการขยายตัว(%)	40.55%	8.28%	4.55%	2.37%	5.19%	13.6%	27.08%	22.79%	3.20%	-46.33%	-5.79%	0.56%

วัตถุประสงค์การกู้ยืม

วัตถุประสงค์ในการกู้	51	ก.พ.-52	พ.ย.-52	53	54	55	56	57	58	59	60	61	62
ใช้จ่ายในชีวิตประจำวัน	31.3	43.4	28.5	35.5	38.8	47.5	25.6	39.7	37.1	20.7	23.3	24.1	20.4
เพื่อลงทุนประกอบธุรกิจ	44.8	32.8	34.2	26.8	25.4	21.7	22.2	10	10.2	19.5	10.6	13.5	16.8 ↑
ชำระหนี้เก่า	Na.	Na.	Na.	Na.	Na.	Na.	Na.	Na.	Na.	Na.	11.9	17.4	15.5
ซื้อยานพาหนะ	8.8	17.7	25.8	22.4	21.3	16.8	8.4	10.9	11.3	16	21.9	5.0	10.6 ↑
ชำระบัตรเครดิต	Na.	Na.	Na.	Na.	Na.	Na.	Na.	Na.	Na.	Na.	2.7	10.7	9.1
ซื้อที่อยู่อาศัย	6.6	3.1	5.5	6.2	6.7	8.5	8.9	4.6	8.5	9.2	10.6	6.5	9.0 ↑
เพื่อการศึกษา	Na.	Na.	Na.	Na.	Na.	Na.	Na.	Na.	Na.	7.3	8.8	6.8	6.6
ค่ารักษาพยาบาล	Na.	Na.	Na.	Na.	Na.	Na.	Na.	Na.	Na.	Na.	4.0	3.5	4.3 ↑
ใช้ในการเกษตร	Na.	Na.	Na.	Na.	Na.	Na.	Na.	Na.	Na.	Na.	3.6	3.9	4.2 ↑
หนี้จากภัยธรรมชาติ	Na.	Na.	Na.	Na.	Na.	Na.	Na.	Na.	Na.	Na.	0.7	1.8	2.1 ↑
หนี้เพื่อเสริมสภาพคล่องธุรกิจ	Na.	Na.	Na.	Na.	Na.	Na.	Na.	Na.	Na.	Na.	3.5	5.5	0.6
เดินทางไปทำงานที่ต่างประเทศ	Na.	Na.	Na.	Na.	Na.	Na.	Na.	Na.	Na.	Na.	0.2	0.4	0.5
ชำระหนี้พนัน	Na.	Na.	Na.	Na.	Na.	Na.	Na.	4.8	0.3	1.1	0.1	0.3	0.4
อื่นๆ	1.2	0.6	0.8	1.3	1.4	0.7	5.1	1.9	0.8	0.4	1.7	0.4	Na.
ชำระเงินกู้นอกระบบ	7.3	2.4	5.2	7.8	6.4	4	19.7	17.1	22.7	11.7	Na.	Na.	Na.
เพื่อซ่อมแซมที่อยู่อาศัย	Na.	Na.	Na.	Na.	Na.	0.4	4.8	6.4	4.8	5.8	Na.	Na.	Na.
เพื่อซื้อหรือซ่อมแซมยานพาหนะหรืออุปกรณ์ประกอบอาชีพ	Na.	Na.	Na.	Na.	Na.	0.4	5.3	4.6	4.3	8.3	Na.	Na.	Na.

ความสามารถในการชำระหนี้ในรอบปีที่ผ่านมา



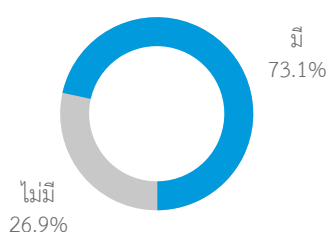
สิ่งที่รัฐบาลควรเข้ามาทำการแก้ไขปัญหาหนี้ครัวเรือนของประชาชน

- ดูแลค่าครองชีพ และควบคุมระดับราคาสินค้าให้อยู่ในระดับเหมาะสม (สูงเกินไป)
- พัฒนาแก้ไขปัญหาเศรษฐกิจที่ตกต่ำ (สินค้าเกษตร การส่งออก การจ้างงาน ลดอัตราการจัดเก็บภาษี) เพื่อกระตุ้นเศรษฐกิจ ตลอดจนสร้างความเชื่อมั่นให้กับประชาชน ผู้ประกอบการ และนักลงทุน
- จัดหาแหล่งเงินทุนในระบบที่มีดอกเบี้ยต่ำ รวมถึงลดข้อจำกัดในการเข้าถึงแหล่งเงินทุน สำหรับประชาชนหรือผู้ประกอบการที่มีความต้องการในกู้ยืมเงิน
- แก้ไขปัญหานั่นนอกระบบ ด้วยการปรับโครงสร้างหนี้ ลดอัตราดอกเบี้ยเงินกู้
- แก้ไขปัญหาการว่างงาน ส่งเสริมการสร้างและพัฒนาอาชีพ เพื่อสร้างรายได้ และแก้ไขปัญหาความยากจน
- ดูแลในเรื่องสวัสดิการให้กับประชาชน เช่น ค่ารักษาพยาบาล เบี้ยยังชีพผู้สูงอายุ คนพิการ

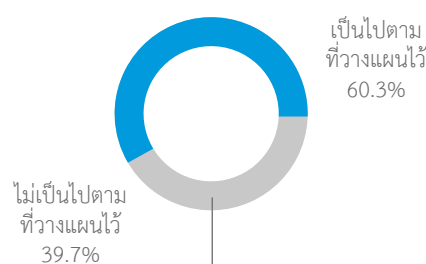
พฤติกรรมการใช้จ่ายในปัจจุบัน

การวางแผนทางการเงินของครัวเรือน

การวางแผนทางการเงิน



เป็นไปตามแผนหรือไม่

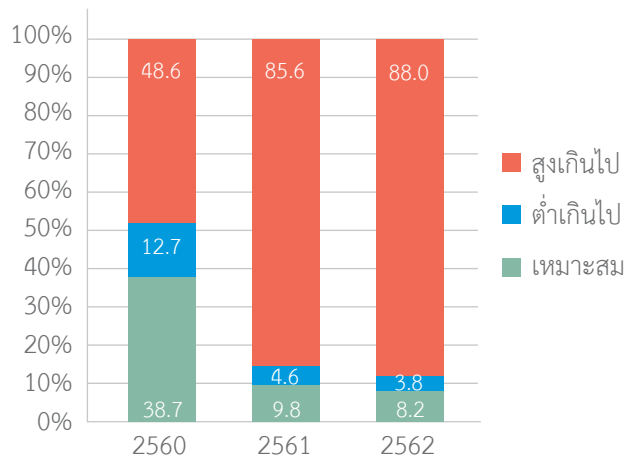


รายได้	มี	ไม่มี
ต่ำกว่า 10,000 บาท	45.9	54.1
10,001-15,000 บาท	65.9	34.1
15,001-30,000 บาท	71.2	28.8
30,001-50,000 บาท	74.9	25.1
มากกว่า 50,000 บาทขึ้นไป	77.6	22.4

- รายได้ไม่เพียงพอต่อค่าใช้จ่าย รายได้ลดลง
- ค่าครองชีพและราคาสินค้าสูงขึ้น
- มีเหตุฉุกเฉิน เจ็บป่วย

ความคิดเห็นต่อค่าครองชีพในปัจจุบัน

ความเหมาะสมของค่าครองชีพเทียบกับรายได้ในปัจจุบัน



ผลกระทบของค่าครองชีพต่อการใช้จ่ายในปัจจุบัน

หน่วย: ร้อยละ

	ไม่กระทบเลย	การใช้จ่ายลดลง	การใช้จ่ายเพิ่มขึ้น
สูงเกินไป	11.7	56.3	32.0
ต่ำเกินไป	4.7	41.9	53.5
เหมาะสม	12.8	59.9	27.3
โดยรวม	10.3	56.3	33.4

ความเห็นเกี่ยวกับลักษณะการใช้จ่ายในปัจจุบัน

หน่วย: ร้อยละ

ประเด็น	ตัวเอง		คนรอบข้าง	
	ไม่เห็นด้วย	เห็นด้วย	ไม่เห็นด้วย	เห็นด้วย
ใช้จ่ายเกินตัว	25.8	74.2 1	27.0	73.0 1
ใช้จ่ายอย่างพอเพียง	44.1	55.9 2	41.9	58.1 3
เก็บออมเงินเป็นประจำ	47.7	52.3 3	47.5	52.5
ดึงเงินในอนาคตมาใช้ก่อน	56.1	43.9	58.5	41.5
ใช้จ่ายฟุ่มเฟือย	60.8	39.2	37.3	62.7 2
กู้เงินในระบบมาใช้จ่าย	61.8	38.2	65.8	34.2
กู้เงินนอกระบบมาใช้จ่าย	64.5	35.5	66.8	33.2

ความเห็นเกี่ยวกับลักษณะการใช้จ่ายในปัจจุบันของตนเอง

หน่วย: ร้อยละ

ประเด็น	Gen Y		Gen X		Babyboom	
	ไม่เห็นด้วย	เห็นด้วย	ไม่เห็นด้วย	เห็นด้วย	ไม่เห็นด้วย	เห็นด้วย
ใช้จ่ายเกินตัว	25.0	75.0	50.2	49.8	52.6	47.4
ใช้จ่ายฟุ่มเฟือย	38.8	61.2	64.9	35.1	70.1	29.9
ใช้จ่ายอย่างพอเพียง	51.3	48.7	12.1	87.9	15.9	84.1
เก็บออมเงินเป็นประจำ	67.5	32.5	25.9	74.1	27.6	72.4
ดึงเงินในอนาคตมาใช้ก่อน	52.0	48.0	55.6	44.4	59.0	41.0
กู้เงินในระบบมาใช้จ่าย	63.6	36.4	58.8	41.2	61.9	38.1
กู้เงินนอกระบบมาใช้จ่าย	66.5	33.5	61.2	38.8	65.9	34.1

ปัจจัยที่มีผลกระทบต่อการใช้จ่ายในปัจจุบัน

ปัจจัยทำให้มีการใช้จ่ายเพิ่มขึ้น	
ปัจจัย	ร้อยละ
รายได้/เงินเดือนเพิ่มขึ้น	23.6
หนี้ลดลง	22.2
รายได้พิเศษเพิ่มขึ้น	13.6
ค่าใช้จ่ายโดยรวมในครัวเรือนลดลง	12.3
ค่าครองชีพลดลง	11.1
ราคาพืชผลทางการเกษตรดีขึ้น	7.5
ได้เงินช่วยเหลือจากทางหน่วยงานภาครัฐ	5.3
พ้นช่วงภัยธรรมชาติ	4.5

ปัจจัยทำให้มีการใช้จ่ายลดลง	
ปัจจัย	ร้อยละ
หนี้สินเพิ่มขึ้น	25.9
รายได้/เงินเดือนลดลง	20.5
ค่าครองชีพสูงขึ้น	15.7
ค่าใช้จ่ายโดยรวมในครัวเรือนเพิ่มขึ้น	12.4
รายได้พิเศษลดลง	9.4
ราคาพืชผลทางการเกษตรตกต่ำ	7.0
เสียภาษีเพิ่มขึ้น	4.7
อยู่ในช่วงภัยธรรมชาติ	4.4

ความเป็นห่วงในประเด็นเหล่านี้

หน่วย: ร้อยละ

	ปัจจุบัน			
	มาก	ปานกลาง	น้อย	ไม่น่าเป็นห่วงเลย
เศรษฐกิจของประเทศไทย	66.8	17.4	14.8	1.0
เศรษฐกิจของครัวเรือนของท่าน	42.3	23.4	30.3	4.0
หนี้ของครัวเรือนของท่าน	39.6	20.4	34.1	5.9
ปัญหาการว่างงานของคนใกล้ชิด	44.7	16.6	31.8	6.9

	ปัจจุบัน			
	มาก	ปานกลาง	น้อย	ไม่น่าเป็นห่วงเลย
เศรษฐกิจของประเทศไทย	68.6	15.5	13.6	2.3
เศรษฐกิจของครัวเรือนของท่าน	43.9	28.8	24.5	2.8
หนี้ของครัวเรือนของท่าน	41.3	25.2	29.5	4.0
ปัญหาการว่างงานของคนใกล้ชิด	46.6	22.6	25.6	5.2

หอการค้าฯ ลั่นซิมช้อปใช้ 2 แพลตฟอร์มขึ้นศก.โต 0.2% แม้ลอยกระทงยังเจียบ



บทสัมภาษณ์

พศ.ดร.รณรรณ พลวิชัย

รองอธิการบดีอาวุโสวิชาการและงานวิจัย และผู้อำนวยการศูนย์พยากรณ์เศรษฐกิจและธุรกิจ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย
เรียบเรียงโดย ทีมบรรณาธิการ

๑

ดัชนีความเชื่อมั่นเดือน
ต.ค.62 อยู่ที่ 70.7 ต่ำสุด
ในรอบ 65 เดือน เหตุผู้

บริโภคยังกังวลภาพรวมเศรษฐกิจยังไม่
ฟื้นตัว ห่วงเสถียรภาพการเมือง ขณะที่
ซิมช้อปใช้ยังไม่เห็นผล การใช้จ่าย ลอย
กระทงลดลง ผลการสำรวจความเชื่อมั่น
ของผู้บริโภคในเดือนตุลาคม 2562 ว่า
ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคอยู่ที่ระดับ
70.7 ปรับตัวลดลงต่อเนื่องเป็นเดือนที่
8 และอยู่ในระดับต่ำสุดในรอบ 65 เดือน
นับตั้งแต่เดือน มิ.ย.2559 แม้ว่ารัฐบาล
เริ่มมีมาตรการกระตุ้นเศรษฐกิจออก
มามากขึ้นก็ตาม

สถานการณ์เศรษฐกิจ โลกยังมีผล

เนื่องจากผู้บริโภคมีความกังวล
เกี่ยวกับเสถียรภาพทางการเมืองทั้งใน
ปัจจุบัน และในอนาคต รวมทั้งมองว่า
สถานการณ์เศรษฐกิจโดยรวมยังฟื้นตัว

ขึ้นไม่มากนัก และยังมีความกังวล
เกี่ยวกับสงครามการค้าระหว่างสหรัฐฯ
กับจีนที่ส่งผลให้เศรษฐกิจโลกชะลอตัว

ขณะนี้ เห็นว่ายังคงเข้าระบบไม่เต็มที่
แม้ว่าจะมีเม็ดเงินจากการโอนผ่านบัตร
สวัสดิการแห่งรัฐ มาตรการซิมช้อปใช้

สำหรับมาตรการซิมช้อปใช้ เฟส 2 เชื่อว่าจะให้ผลดี
กับเศรษฐกิจมากกว่าเฟสแรก เพราะเฟสแรก
ประชาชนที่ไปลงทะเบียนเพื่อหวังได้รับสิทธิ์ 1,000
บาท ขณะที่การใช้จ่ายเพื่อรับเงินแคชแบ็ก 15%
ยังไม่มีแรงจูงใจพอ แต่ในเฟส 2 มองว่าประชาชน
ที่ลงทะเบียนส่วนใหญ่จะมีการวางแผนท่องเที่ยว
จริง ทำให้มีเม็ดเงินหมุนลงสู่ระบบ 2-3 หมื่นล้าน
บาท ช่วยสนับสนุนจีดีพีได้ 0.1-0.2%

ในปัจจุบัน ตลอดจนสถานการณ์เศรษฐกิจ
และการเมืองระหว่างประเทศ โดยเฉพาะ
เรื่อง Brexit รวมถึงการที่สหรัฐฯประกาศ
ตัดสิทธิพิเศษทางภาษีศุลกากร (จีเอสพี)
ทั้งนี้ จากการประเมินมาตรการ
กระตุ้นเศรษฐกิจของรัฐบาลที่ออกมา

และการประกันรายได้ที่เม็ดเงินยังไม่
เข้าระบบเท่าที่ควร ซึ่งต้องติดตามใน
ช่วงเวลาที่เหลือของปีนี้ที่รัฐบาลจะใช้
มาตรการกระตุ้นเศรษฐกิจ และกำลัง
ซื้อผ่านโครงการต่าง ๆ ที่จะใช้เงินมาก
กว่า 25,000-30,000 ล้านบาทได้เต็มที่



และเต็มวงเงินได้มากจริง ก็น่าจะส่งผลให้กำลังซื้อกลับมา

อย่างไรก็ตาม ในช่วงไตรมาส 4 หากเศรษฐกิจขยายตัว 3.4-3.5% จะส่งผลให้ภาพรวมเศรษฐกิจไทยปีนี้โตได้ 2.8% แต่ถ้ามาตรการต่าง ๆ ของภาครัฐยังไม่สามารถกระตุ้นเศรษฐกิจได้อย่างเต็มที่ก็อาจจะส่งผลให้เศรษฐกิจไทยปีหน้าจะไม่เติบโตเกิน 3%

เทศกาลอิตยังไม่เข้าเป้า

สำหรับผลสำรวจพฤติกรรมการใช้จ่ายของประชาชนในช่วงวันลอยกระทงปีนี้พบว่า มูลค่าการใช้จ่ายในวันลอยกระทงลดลงต่อเนื่องเป็นปีที่ 2 คาดมีเงินสะพัดในระบบเพียง 9,573 ล้านบาท ลดลงจากปีก่อนหน้า 1.3% เนื่องจากปีนี้พบว่า สัดส่วนประชาชนที่วางแผนจะไม่ไปลอยกระทงเพิ่มขึ้นเพียง 34.1% เนื่องจากติดภารกิจต้องการประหยัดค่าใช้จ่าย และรู้สึกว่าการใช้จ่ายยังไม่ดี จึงไม่มีอารมณ์ออกไปลอยกระทงและร่วมกิจกรรมสนุกสนาน

ส่วนประชาชน 62.5% ที่วางแผนออกไปลอยกระทงในปี นี้ เพราะเป็นประเพณีสำคัญของไทย อยากเรียนรู้วัฒนธรรมและผ่อนคลายความเครียดกับบรรยากาศความสนุกสนาน โดยกิจกรรมที่จะทำในวันลอยกระทงคือการไปลอยกระทง และเที่ยวชมในสถานที่จัดงานต่าง ๆ แต่การใช้จ่ายลดลง เพราะกังวลต่อภาวะเศรษฐกิจที่

ชะลอตัว รวมถึงราคาสินค้าแพง ทำให้รายจ่ายในช่วงวันลอยกระทงปีนี้ลดลง

ของปี (พ.ย.-ธ.ค.) รัฐบาลจำเป็นต้องอัดฉีดเม็ดเงินเข้าระบบ อย่างน้อย 3-5

ไตรมาสที่ 4/2562 เชื่อว่าสถานการณ์ธุรกิจของเอสเอ็มอีจะปรับตัวดีขึ้น เนื่องจากเข้าสู่ช่วง High Season ของภาคการท่องเที่ยว ก็จะส่งผลดีต่อการทำธุรกิจ รวมถึงมาตรการกระตุ้นเศรษฐกิจจากรัฐบาล โดยเฉพาะมาตรการชิมช้อปใช้ และมาตรการประกันรายได้ภาคเกษตรต่าง ๆ จะส่งผลดีต่อกำลังซื้อให้พลิกฟื้นกลับมาเล็กน้อย แต่ไม่ถึงขั้นโดดเด่น

เหลือคนละ 1,413 บาท จากปีก่อนที่ 1,442 บาท

ลดมาตรการขับเคลื่อนเศรษฐกิจไตรมาสท้ายปี

คาดการณ์เศรษฐกิจไทย (จีดีพี) ในปี 2562 จะขยายตัวได้ 2.8% เนื่องจากมีปัจจัยกดดันจากปัญหาสงครามการค้าที่ยังไม่คลี่คลาย ปัญหา Brexit ที่ส่งผลกระทบต่อภาคการส่งออกของไทยอย่างมาก สถานการณ์เงินบาทแข็งค่าที่เริ่มมีผลกดดันภาคการท่องเที่ยว โดยช่วง 9 เดือนที่ผ่านมา (ม.ค. ก.ย.) จีดีพีขยายตัวได้ 2.6%

ทั้งนี้ หากต้องการให้จีดีพีขยายตัวได้ถึง 3% ต้องเร่งขับเคลื่อนเศรษฐกิจในไตรมาส 4/2562 ให้ขยายตัวได้ 4% ขึ้นไป โดยในช่วงที่เหลือ 2 เดือนสุดท้าย

หมื่นล้านบาท อาจเป็นการดำเนินการผ่านมาตรการชิมช้อปใช้ เฟส 2 รวมถึงมาตรการกระตุ้นการท่องเที่ยว เพื่อกระตุ้นให้เกิดกำลังซื้อ และการใช้จ่ายภายในประเทศมากขึ้น

“ยอมรับว่าโอกาสที่จีดีพีไทยจะเติบโตได้ 3% มีอยู่ 1 ใน 3 ขณะที่จีดีพีระดับ 2.8% มีโอกาสเกิดขึ้น 2 ใน 3 แต่ทั้งหมดก็ขึ้นอยู่กับมาตรการกระตุ้นเศรษฐกิจของรัฐบาลที่จะออกมาว่าจะสามารถสร้างความเชื่อมั่นได้มากแค่ไหน รวมถึงมาตรการประกันรายได้ภาคเกษตรกร วงเงินรวมกว่า 3 หมื่นล้านบาทที่จะทยอยออกมา ที่คาดว่าจะมีผลในการช่วยกระตุ้นกำลังซื้อภายในประเทศให้ดีขึ้นจะเป็นแรงส่งสำคัญในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจช่วงสุดท้ายของปีนี้”

หวังชิมช้อปใช้ รอบ 2

สำหรับมาตรการชิมช้อปใช้ เฟส 2 เชื่อว่าจะให้ผลดีกับเศรษฐกิจมากกว่า เฟสแรก เพราะเฟสแรกประชาชนที่ไปลงทะเบียนเพื่อหวังได้รับสิทธิ์ 1,000 บาท ขณะที่การใช้จ่ายเพื่อรับเงินแคชแบ็ก 15% ยังไม่มีแรงจูงใจพอ แต่ในเฟส 2 มองว่าประชาชนที่ลงทะเบียนส่วนใหญ่มักจะมีการวางแผนท่องเที่ยวจริง ทำให้มีเม็ดเงินหมุนลงสู่ระบบ 2-3 หมื่นล้านบาท ช่วยสนับสนุนจีดีพีได้ 0.1-0.2%

ภาพรวมตัวเลขจีดีพีภาคเอสเอ็มอี ในปีนี้ คาดว่า จะขยายตัวลดลงมาอยู่ที่ 3-3.5% จากคาดการณ์เดิมที่ 3.5-4% เนื่องจากผลกระทบจากเศรษฐกิจที่ชะลอตัวลง กำลังซื้อที่ลดลง แต่มองว่าในระยะต่อไปจะปรับตัวดีขึ้นตามทิศทางของเศรษฐกิจ จากมาตรการกระตุ้นเศรษฐกิจ และการประกันรายได้ของเกษตรกรที่จะส่งผลดีต่อกำลังซื้อภายในประเทศ

คาดการณ์ SME จะขยับขึ้น แต่ออน สุ. ช่วย

ทั้งนี้ จากการสำรวจกลุ่มตัวอย่าง 1,234 ตัวอย่างทั่วประเทศเกี่ยวกับดัชนีสถานการณ์ธุรกิจเอสเอ็มอี และดัชนีความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจเอสเอ็มอี ในไตรมาส 3/2562 พบว่ามีการปรับตัวลดลงต่อเนื่องเป็นไตรมาสที่ 3 โดยดัชนีสถานการณ์ธุรกิจใน

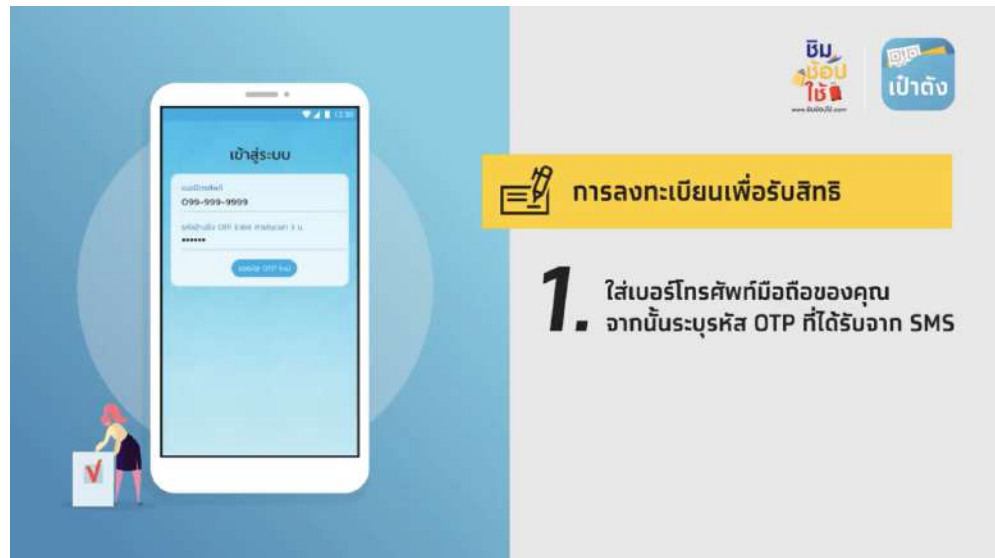


photo: www.ชิมช้อปใช้.com

ไตรมาสที่ 3/2562 อยู่ที่ 41.5 ลดลง 1.2 จุด จากไตรมาสก่อนหน้า ส่วนไตรมาสที่ 4/2562 คาดว่าจะขยับขึ้นมาอยู่ที่ระดับ 41.9 ส่วนดัชนีความสามารถในการทำธุรกิจ ในไตรมาสที่ 3/2562 อยู่ที่ระดับ 47.8 ลดลง 1.0 จุด จากไตรมาสก่อนหน้า และคาดว่าในไตรมาสที่ 4/2562 จะขยับขึ้นมาอยู่ที่ 48.1 สำหรับดัชนีความยั่งยืนของธุรกิจ ไตรมาส 3/2562 อยู่ที่ 51.1 ลดลง 0.7 จุด จากไตรมาสก่อนหน้า และคาดว่าในไตรมาสที่ 4/2562 จะขยับขึ้นมาอยู่ที่ระดับ 51.4

“ไตรมาสที่ 4/2562 เชื่อว่าสถานการณ์ธุรกิจของเอสเอ็มอีจะปรับตัวดีขึ้น เนื่องจากเข้าสู่ช่วง High Season ของภาคการท่องเที่ยว ก็จะส่งผลดีต่อการทำธุรกิจ รวมถึงมาตรการกระตุ้นเศรษฐกิจจากรัฐบาล โดยเฉพาะมาตรการชิมช้อปใช้ และมาตรการ

ประกันรายได้ภาคเกษตรต่าง ๆ จะส่งผลดีต่อกำลังซื้อให้พลิกฟื้นกลับมาเล็กน้อย แต่ไม่ถึงขั้นโดดเด่น”

อย่างไรก็ดี ผู้ประกอบการเอสเอ็มอีต้องการให้ภาครัฐบาลเข้ามาสนับสนุนด้านสินเชื่อ เช่น การปรับลดข้อจำกัดในการอนุมัติสินเชื่อเพื่อการเข้าถึงให้ง่ายขึ้น ด้านการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศ เช่น การมีมาตรการหรือนโยบายกระตุ้นเศรษฐกิจ ลดค่าครองชีพ ด้านองค์ความรู้และเทคโนโลยี เช่น สนับสนุนเทคโนโลยี ช่องทางการค้าแก่เอสเอ็มอี ด้านการตลาด เช่น กลยุทธ์ส่งเสริมด้านการโฆษณา ด้านภาษี เช่น การลดอัตราภาษีปรับโครงสร้างภาษีให้อยู่ในระดับเหมาะสม และด้านการท่องเที่ยว เช่น ส่งเสริมและพัฒนาการท่องเที่ยวในประเทศ

โอกาสและการพัฒนา สิ่งอำนวยความสะดวกทางการค้า ในกลุ่มประเทศ CLMVT (ตอนจบ)

โดย  **สำนักพัฒนาองค์ความรู้**
สถาบันระหว่างประเทศเพื่อการค้าและการพัฒนา (ITD)

3. ปัญหาและอุปสรรคด้านการอำนวยความสะดวกทางการค้าในกลุ่มประเทศ CLMVT

จากการศึกษาการอำนวยความสะดวกทางการค้าในกลุ่มประเทศ CLMVT พบว่า ปัจจุบันแต่ละประเทศยังคงเผชิญกับอุปสรรคด้านการอำนวยความสะดวกทางการค้าในระดับที่แตกต่างกัน แต่ประเภทของปัญหาและอุปสรรคที่เผชิญจะมีความคล้ายคลึงกัน โดยสามารถสรุปประเด็นปัญหาต่าง ๆ ด้านการอำนวยความสะดวกทางการค้าในกลุ่มประเทศ CLMVT ได้ดังนี้

(1) ความเข้าใจในขอบเขตและนิยามในแต่ละ Category ของแต่ละหน่วยงานมีความแตกต่างกัน

ปัญหาดังกล่าวก่อให้เกิดความสับสนและไม่มั่นใจในการประเมินและจัดหมวดหมู่ในแต่ละมาตราได้อย่างเหมาะสม ตัวอย่างเช่น ยังคงมีความสับสนระหว่างหน่วยงานในการตีความและการระบุมาตราใน Category A

ว่าจะต้องสามารถปฏิบัติตามมาตราดังกล่าวได้อย่างสมบูรณ์หรือไม่ หรือเพียงแค่สามารถปฏิบัติตามได้ในระดับหนึ่งเท่านั้น ส่งผลให้การตีความใน Category A ของแต่ละประเทศมีความแตกต่างกัน ทำให้เกิดความไม่เป็นมาตรฐานในการจัดประเภทและหมวดหมู่ของแต่ละมาตราที่อาจไม่สะท้อนถึงสภาพการดำเนินงานแท้จริง

(2) ด้านกระบวนการที่เกี่ยวข้องในการนำเข้า-ส่งออก

แต่ละประเทศยังคงเผชิญปัญหาด้านกระบวนการที่ซับซ้อนและซ้ำซ้อนระหว่างหน่วยงาน ความไม่ชัดเจนของขั้นตอนและกระบวนการซึ่งก่อให้เกิดความไม่โปร่งใสของขั้นตอนการดำเนินงาน โดยมีระดับของปัญหาที่แตกต่างกันไปในแต่ละประเทศ นอกจากนี้ ในบางจุดผ่านแดนยังมีขั้นตอนการดำเนินงานและกระบวนการที่แตกต่างกัน ทำให้ขั้นตอนและกระบวนการไม่เป็นมาตรฐานเดียวกัน

(3) ด้านกรอบกฎหมายและกฎ

ระเบียบที่เกี่ยวข้อง

การเปลี่ยนแปลงของสภาพแวดล้อมทางการค้าอย่างรวดเร็วในระยะเวลาหลายปีที่ผ่านมา ส่งผลให้กฎหมายและกฎระเบียบเดิมที่มีอยู่ไม่มีความสอดคล้องกับสถานการณ์ที่เป็นอยู่ในปัจจุบัน ประเทศในกลุ่ม CLMVT จำเป็นต้องทบทวนพิจารณาในการปรับปรุงแก้ไขกฎหมายและกฎระเบียบต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการอำนวยความสะดวกทางการค้า ให้มีความทันสมัยและสอดคล้องกับบริบททางการค้าในปัจจุบัน ไม่ว่าจะเป็น กฎหมายทางศุลกากร และกฎหมายธุรกิจ เป็นต้น

(4) ด้านสถาบัน

หน่วยงานต่าง ๆ ของภาครัฐที่เกี่ยวข้องกับการอำนวยความสะดวกทางการค้ายังมีการดำเนินงานที่ไม่มีประสิทธิภาพ เนื่องจาก 1) บางหน่วยงานยังคงขาดความเข้าใจในบทบาทหน้าที่ที่ชัดเจนของตนเองซึ่งอาจก่อให้เกิดการละเลยในการปฏิบัติหน้าที่หรือก่อให้เกิดความซ้ำซ้อนในการดำเนินงานกับหน่วยงานอื่น ๆ 2) บางหน่วย

งานยังคงขาดความเข้าใจในบทบาทหน้าที่ของหน่วยงานอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง ซึ่งอาจก่อให้เกิดการปฏิบัติงานที่เป็นเอกเทศโดยมิได้คำนึงถึงผลกระทบที่เกิดขึ้นกับหน่วยงานอื่น ๆ 3) การขาดการประสานงานที่ดีระหว่างหน่วยงาน ส่งผลให้เกิดการปฏิบัติงานระหว่างหน่วยงานที่ไม่สอดคล้องและเป็นไปในทิศทางเดียวกัน

(5) ด้านบุคลากร

เจ้าหน้าที่ในการปฏิบัติงานถือเป็นฟันเฟืองสำคัญในการช่วยขับเคลื่อนการอำนวยความสะดวกทางการค้า บุคลากรที่มีประสบการณ์ ทักษะและ

ความเชี่ยวชาญย่อมช่วยให้การปฏิบัติงานเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ ประเทศในกลุ่ม CLMVT มักประสบกับประเด็น

ในการพัฒนาความสามารถของบุคลากรอย่างต่อเนื่องและการวางแผนด้านการจัดสรรกำลังคนอย่างเหมาะสม จึงเป็น

เจ้าหน้าที่ในการปฏิบัติงานถือเป็นฟันเฟืองสำคัญในการช่วยขับเคลื่อนการอำนวยความสะดวกทางการค้า บุคลากรที่มีประสบการณ์ ทักษะและความเชี่ยวชาญย่อมช่วยให้การปฏิบัติงานเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ

ปัญหาด้านบุคลากรใน 2 ประเด็น ได้แก่ 1) ขาดบุคลากรที่มีทักษะและความสามารถ 2) บุคลากรในการปฏิบัติงานไม่เพียงพอ การวางแผนในการฝึกอบรม

สิ่งที่จำเป็นที่จะช่วยยกระดับความสามารถและเพิ่มประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของเจ้าหน้าที่ รวมทั้งการอำนวยความสะดวกทางการค้า



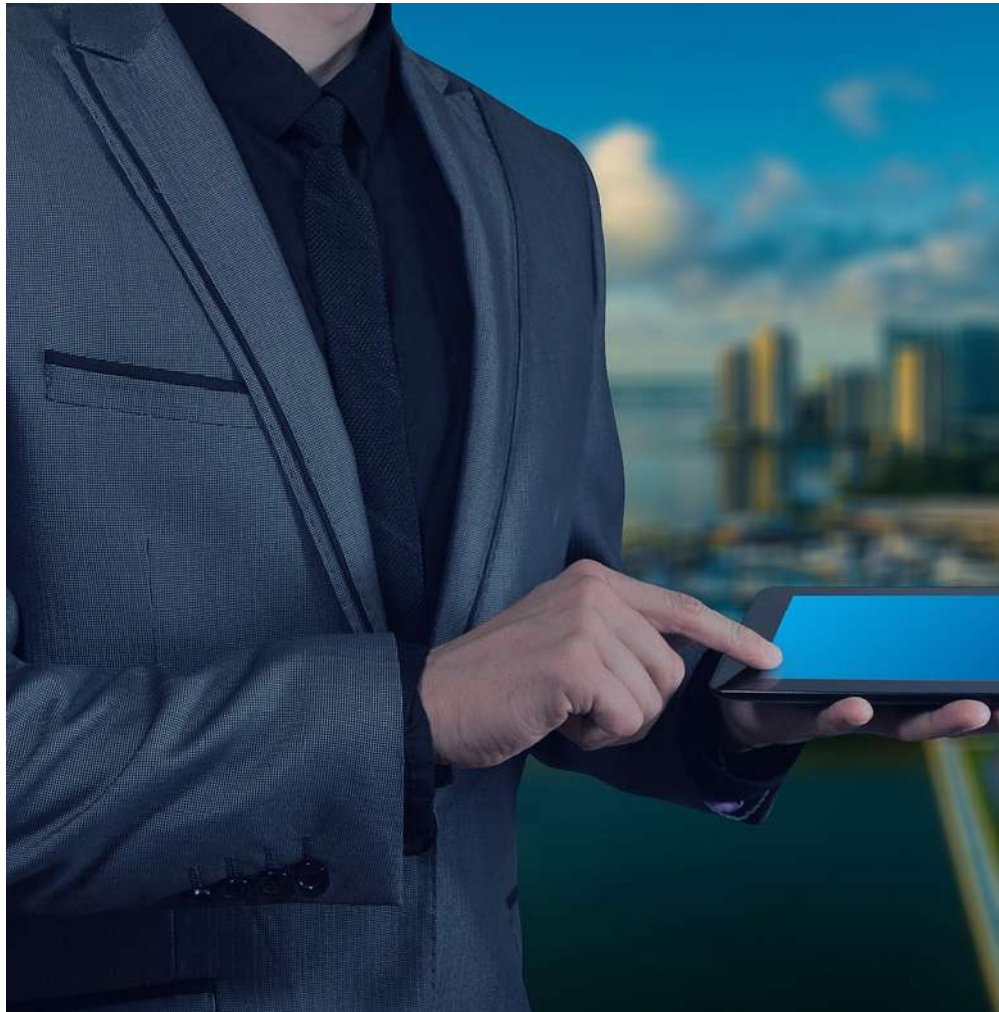
(6) ด้านระบบโครงสร้างพื้นฐาน และสิ่งอำนวยความสะดวก

ระบบโครงสร้างพื้นฐานที่มีประสิทธิภาพและสิ่งอำนวยความสะดวกที่ทันสมัยเป็นปัจจัยสำคัญอย่างยิ่งที่จะช่วยยกระดับประสิทธิภาพการอำนวยความสะดวกทางการค้าและเสริมสร้างขีดความสามารถทางการแข่งขันให้กับประเทศ ปัจจุบันประเทศในกลุ่ม CLMVT ได้มีการเร่งลงทุนพัฒนาระบบโครงสร้างพื้นฐานที่จำเป็นในด้านต่าง ๆ แต่ยังคงมีไม่เพียงพอและไม่มีประสิทธิภาพ นอกจากนี้ ยังจำเป็นต้องลงทุนพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกอื่น ๆ ที่จำเป็นเพื่อสนับสนุนให้การอำนวยความสะดวกทางการค้าให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น ไม่ว่าจะเป็น ระบบเทคโนโลยีการสื่อสาร ระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ เครื่องมือและอุปกรณ์ในการอำนวยความสะดวกต่าง ๆ อย่างไรก็ตาม แต่ละประเทศยังคงมีข้อจำกัดในการจัดสรรงบประมาณสำหรับสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ เหล่านี้ การจัดทำแผนขอรับการสนับสนุนด้านเงินทุน ความช่วยเหลือทางเทคนิคและการพัฒนาความสามารถจากองค์กรผู้ร่วมพัฒนาเป็นแนวทางหนึ่งซึ่งกลุ่มประเทศ CLMVT สามารถดำเนินการได้

4. ข้อเสนอแนะ

(1) ข้อเสนอแนะสำหรับประเทศไทย

ในฐานะที่ไทยมีความพร้อมในการปฏิบัติตามมาตรฐานความตกลง



นอกเหนือไปจากการมีส่วนร่วมและบทบาทของไทยในการพัฒนาการอำนวยความสะดวกทางการค้าในกลุ่มประเทศ CLMVT ดังกล่าวข้างต้นแล้ว ยังคงมีความจำเป็นที่จะต้องมีการสร้างความร่วมมือภายในอนุภูมิภาคเพื่อกำหนดแนวทางการพัฒนาการอำนวยความสะดวกทางการค้าให้เป็นไปในแนวทางและทิศทางเดียวกัน



ภาพโดย Gerd Altmann จาก Pixabay

ว่าด้วยการอำนวยความสะดวกทางการค้าภายใต้องค์การการค้าโลกได้มากที่สุดเมื่อเปรียบเทียบกับประเทศเพื่อนบ้านอื่น ๆ ในกลุ่มประเทศ CLMVT ไทยควรจะมีบทบาทการเป็นผู้นำในอนุภูมิภาคในการสร้างความร่วมมือและการพัฒนาการอำนวยความสะดวกทางการค้า ซึ่งจะก่อให้เกิดการเรียนรู้และพัฒนาด้านการอำนวยความสะดวกทางการค้าไปพร้อมกันในอนุภูมิภาคบนพื้นฐานการได้รับประโยชน์ร่วมกัน

ของทุกประเทศ การยกระดับประสิทธิภาพการอำนวยความสะดวกทางการค้าในกลุ่มประเทศ CLMVT ย่อมที่จะต้องอาศัยความสามารถการดำเนินงานที่มีประสิทธิภาพซึ่งกันและกัน ซึ่งไม่เพียงแต่จะช่วยลดต้นทุนและระยะเวลาการดำเนินงานให้กับผู้ประกอบการของประเทศตนเองแล้ว แต่ยังเพิ่มขีดความสามารถทางการแข่งขันในระดับอนุภูมิภาคอีกด้วย โดยแนวทางของไทยในการพัฒนาการอำนวยความสะดวก

สะดวกทางการค้าในกลุ่มประเทศ CLMVT ได้แก่

1) การจัดประชุมร่วมกันในกลุ่มประเทศ CLMVT เพื่อแลกเปลี่ยนข้อมูลด้านการอำนวยความสะดวกทางการค้าระหว่างกัน ทำให้ทราบถึงสถานการณ์ที่แท้จริงและข้อมูลเชิงลึกด้านการอำนวยความสะดวกทางการค้าของแต่ละประเทศ และสามารถร่วมกันกำหนดแผนการดำเนินการในการสนับสนุนและช่วยเหลือได้โดยคร่าว

และยังเป็นจุดเริ่มต้นที่ดีในการสร้างความร่วมมือระหว่างกลุ่มประเทศใน CLMVT ด้านการอำนวยความสะดวกทางการค้า

2) การนำแนวทางปฏิบัติที่ไทยดำเนินการได้ดีในแต่ละมาตรามาใช้เป็นแนวทางการศึกษาในกลุ่มประเทศ CLMVT ซึ่งจะเป็นการนำแนวทางการปฏิบัติที่มีประสิทธิภาพของไทย มาใช้เป็นกรณีศึกษาให้กับประเทศเพื่อนบ้านที่ต้องการนำแนวทางดังกล่าวมาพัฒนาการดำเนินการอำนวยความสะดวกทางการค้า และนำไปปรับใช้ให้เหมาะสมกับบริบทภายในประเทศของตนเอง

3) การจัดฝึกอบรมเชิงปฏิบัติการ (Workshop) โดยไทยสามารถดำเนินการในฐานะเจ้าภาพในการจัดฝึกอบรมดังกล่าวให้กับเจ้าหน้าที่จากหน่วยงานที่เกี่ยวข้องของประเทศเพื่อนบ้าน เพื่อให้เข้าใจถึงขั้นตอน กระบวนการ และแนวทางการปฏิบัติที่มีประสิทธิภาพ ซึ่งจะพัฒนาความสามารถการปฏิบัติงานให้กับเจ้าหน้าที่ของประเทศเพื่อนบ้าน

4) การจัดให้มีการศึกษาดูงาน ควบคู่ไปกับการจัดฝึกอบรมเชิงปฏิบัติการ เพื่อให้เจ้าหน้าที่ของประเทศเพื่อนบ้านมองเห็นภาพและเข้าใจถึงกระบวนการ รวมทั้งปัญหาและอุปสรรคที่เกิดขึ้นในการปฏิบัติงานจริงด้านการอำนวยความสะดวกทางการค้า เพื่อที่จะสามารถนำสิ่งที่ได้จากการศึกษาดูงานดังกล่าวไปปรับใช้มีความเหมาะสมกับบริบทของประเทศตนเองต่อไป

5) การสนับสนุนด้านเงินทุนให้กับประเทศเพื่อนบ้านเพื่อนำไปใช้ในการพัฒนาการอำนวยความสะดวกทางการค้าด้านต่าง ๆ การสนับสนุนด้านเงินทุนอาจเป็นได้ทั้งการพัฒนาระบบโครงสร้างพื้นฐานในด้านต่าง ๆ การจัดหาอุปกรณ์

ให้เกิดประโยชน์ร่วมกันทางการค้า และการลงทุนในอนุภูมิภาคในอนาคต โดยสามารถสรุปข้อเสนอแนะเชิงนโยบายในระดับอนุภูมิภาคในการพัฒนาการอำนวยความสะดวกทางการค้าในกลุ่มประเทศ CLMVT ได้ดังนี้

กลุ่มประเทศ CLMVT ควรร่วมกันกำหนดคำนิยาม และขอบเขตในแต่ละ Category ให้มีความชัดเจน เพื่อให้แต่ละประเทศสามารถจัดหมวดหมู่ของแต่ละมาตราได้อย่างถูกต้อง และก่อให้เกิดความเป็นมาตรฐานเดียวกัน ซึ่งจะช่วยให้กลุ่มประเทศ CLMVT สามารถกำหนดแผนการดำเนินงานด้านการอำนวยความสะดวกทางการค้าได้อย่างมีประสิทธิภาพ

อำนวยความสะดวกที่จำเป็นต่อการปฏิบัติงาน การพัฒนาหลักสูตรฝึกอบรม เพื่อพัฒนาความสามารถของบุคลากร เป็นต้น ซึ่งสามารถดำเนินการผ่านองค์การความร่วมมือระหว่างประเทศของไทย หรือในระดับระหว่างรัฐกับรัฐ (2) ข้อเสนอแนะในระดับอนุภูมิภาค

นอกเหนือไปจากการมีส่วนร่วมและบทบาทของไทยในการพัฒนาการอำนวยความสะดวกทางการค้าในกลุ่มประเทศ CLMVT ดังกล่าวข้างต้นแล้ว ยังคงมีความจำเป็นที่จะต้องมีการสร้างความร่วมมือภายในอนุภูมิภาคเพื่อกำหนดแนวทางการพัฒนาการอำนวยความสะดวกทางการค้าให้เป็นไปในแนวทางและทิศทางเดียวกัน อันจะก่อ

1) การจัดตั้งคณะกรรมการในระดับอนุภูมิภาคว่าด้วยการอำนวยความสะดวกทางการค้า เพื่อเป็นหน่วยงานกลางในการร่วมกันกำหนดทิศทางการดำเนินงานและแผนพัฒนาด้านการอำนวยความสะดวกทางการค้าภายในอนุภูมิภาค ซึ่งคณะกรรมการดังกล่าวจะมีบทบาทที่สำคัญในการผลักดันสนับสนุน อำนาจความสะดวก ติดตาม และประเมินการปฏิบัติงานต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการอำนวยความสะดวกทางการค้าในกลุ่มประเทศ CLMVT

2) การกำหนดนิยามและขอบเขตที่ชัดเจนในการจัดหมวดหมู่ในแต่ละ Category เนื่องจากในหลายประเทศมีการตีความนิยามและขอบเขตในแต่ละ Category ที่แตกต่างกัน ซึ่งอาจไม่

สอดคล้องกับสถานะและความสามารถในการปฏิบัติตามมาตรฐานต่าง ๆ ตามสถานการณ์ที่แท้จริง กลุ่มประเทศ CLMVT ควรร่วมกันกำหนดค่านิยมและขอบเขตในแต่ละ Category ให้มีความชัดเจนเพื่อให้แต่ละประเทศสามารถจัดหมวดหมู่ของแต่ละมาตรฐานได้อย่างถูกต้อง และก่อให้เกิดความเป็นมาตรฐานเดียวกัน ซึ่งจะช่วยให้กลุ่มประเทศ CLMVT สามารถกำหนดแผนการดำเนินงานด้านการอำนวยความสะดวกทางการค้าได้อย่างมีประสิทธิภาพ

3) การจัดทำคู่มือแนะนำการปฏิบัติตามความตกลงว่าด้วยการอำนวยความสะดวกทางการค้าภายใต้องค์การการค้าโลก (WTO TFA Implementation Guidelines) เนื่องจากการที่ความตกลงดังกล่าวเพิ่งจะมีผลบังคับใช้ ซึ่งอาจกล่าวได้ว่าประเทศในกลุ่ม CLMVT แทบไม่มีประสบการณ์ในการดำเนินงานดังกล่าว รวมทั้งไม่มีตัวอย่างการดำเนินการด้านความตกลงว่าด้วยการอำนวยความสะดวกทางการค้าที่เป็นเลิศภายในอนุภูมิภาค มาใช้เป็นแนวทางเทียบเคียง ทำให้ลักษณะการดำเนินงานดังกล่าวเป็นไปในลักษณะการเรียนรู้จากการปฏิบัติ (Learning by doing) ซึ่งเป็นการเรียนรู้จากประสบการณ์ของตนเอง กลุ่มประเทศ CLMVT ควรร่วมกันศึกษาถึงแนวทางที่เหมาะสมในการดำเนินงานด้านการอำนวยความสะดวกทางการค้าในอนุภูมิภาค และจัดทำคู่มือแนะนำการปฏิบัติตามความตกลงว่าด้วยการอำนวยความสะดวกทางการค้าภายใต้องค์การการค้า

โลก (WTO TFA Implementation Guidelines) ซึ่งจะช่วยให้แต่ละประเทศสามารถนำแนวทางการปฏิบัติ

โตเกียวฉบับปรับปรุง มีความสอดคล้องเป็นอย่างมากกับการปฏิบัติตามมาตรฐานต่าง ๆ ภายใต้ความตกลงว่าด้วยการ

กลุ่มประเทศ CLMVT ที่ได้เข้าร่วมเป็นภาคี (ยกเว้นเมียนมาซึ่งยังมิได้เข้าเป็นภาคีในอนุสัญญาเกียวโตฉบับปรับปรุง ภายใต้อนุสัญญาเกียวโตฉบับปรับปรุง ควรมีการนำแนวทางการปฏิบัติที่เป็นมาตรฐานดังกล่าวไปใช้เป็นต้นแบบในการปฏิบัติตามมาตรฐานต่าง ๆ ภายใต้ความตกลงว่าด้วยการอำนวยความสะดวกทางการค้าขององค์การการค้าโลกอย่างเคร่งครัด เพื่อเป็นการยกระดับความสามารถในการปฏิบัติตามความตกลงว่าด้วยการอำนวยความสะดวกทางการค้าให้กับประเทศของตนเอง

ที่เป็นมาตรฐานดังกล่าวมาใช้และปรับให้มีความเหมาะสมกับบริบทภายในประเทศของตนเอง ซึ่งจะช่วยให้มีการดำเนินงานด้านการอำนวยความสะดวกทางการค้าได้อย่างมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

การดำเนินการตามแนวปฏิบัติของอนุสัญญาโตเกียวฉบับปรับปรุงขององค์การศุลกากรโลก (WCO Revised Kyoto Convention) เนื่องจากการปฏิบัติตามมาตรฐานต่าง ๆ ตามความตกลงว่าด้วยการอำนวยความสะดวกทางการค้าภายใต้องค์การการค้าโลกส่วนใหญ่กว่าร้อยละ 80 เป็นการดำเนินการที่อยู่ภายใต้การปฏิบัติงานของหน่วยงานศุลกากร ซึ่งแนวปฏิบัติของอนุสัญญา

อำนวยความสะดวกทางการค้าขององค์การการค้าโลก ดังนั้น กลุ่มประเทศ CLMVT ที่ได้เข้าร่วมเป็นภาคี (ยกเว้นเมียนมาซึ่งยังมิได้เข้าเป็นภาคีในอนุสัญญาเกียวโตฉบับปรับปรุง (Revised Kyoto Convention: RKC)) ภายใต้อนุสัญญาเกียวโตฉบับปรับปรุง (RKC) ควรมีการนำแนวทางการปฏิบัติที่เป็นมาตรฐานดังกล่าวไปใช้เป็นต้นแบบในการปฏิบัติตามมาตรฐานต่าง ๆ ภายใต้ความตกลงว่าด้วยการอำนวยความสะดวกทางการค้าขององค์การการค้าโลกอย่างเคร่งครัด เพื่อเป็นการยกระดับความสามารถในการปฏิบัติตามความตกลงว่าด้วยการอำนวยความสะดวกทางการค้าให้กับประเทศของตนเอง 

เตรียมความพร้อม ก่อนเมียนมาบังคับใช้กฎหมาย เครื่องหมายการค้าฉบับใหม่

EXIM ธนาคารเพื่อการส่งออกและนำเข้าแห่งประเทศไทย
THAILAND EXPORT-IMPORT BANK OF THAILAND

โดย: ฝ่ายวิจัยธุรกิจ ธนาคารเพื่อการส่งออกและนำเข้าแห่งประเทศไทย

กฎหมายเครื่องหมายการค้า (Trademark Law) เป็นหนึ่งในกฎหมายสำคัญที่ผู้ประกอบการต้องให้ความสนใจ หากคิดจะดำเนินธุรกิจไม่ว่าจะในประเทศหรือต่างประเทศ เนื่องจากกฎหมายดังกล่าวเป็นเสมือนเกราะป้องกันที่ช่วยผู้ประกอบการลดความเสี่ยงจากการถูกผู้อื่นละเมิดสิทธิในเครื่องหมายการค้าของตน ไม่ว่าจะเป็นการลอกเลียนแบบ การปลอมแปลง หรือการแอบนำไปใช้ในทางมิชอบ ซึ่งหลายประเทศก็ตระหนักถึงความสำคัญของกฎหมายดังกล่าว เนื่องจากจะมีส่วนช่วยสร้างความชัดเจนและความมั่นใจให้กับนักลงทุนต่างชาติที่เข้ามาทำธุรกิจ รวมถึงเมียนมาที่ได้ประกาศกฎหมายเครื่องหมายการค้า ภายใต้ Pyidaungsu Hluttaw Law No. 3/2019 เมื่อวันที่ 30 มกราคม 2562 นับเป็นกฎหมายฉบับแรกของเมียนมาที่ให้ความคุ้มครอง

สิทธิในเครื่องหมายการค้าโดยตรง จากเดิมที่ให้การคุ้มครองภายใต้กฎหมายทั่วไป อาทิ กฎหมายพาณิชย์ และกฎหมายอาญา รวมถึงพระราชบัญญัติการจดทะเบียน ทำให้ที่ผ่านมาการคุ้มครองเครื่องหมายการค้าในเมียนมาทำได้จำกัดในทางปฏิบัติ อย่างไรก็ตามรัฐบาลเมียนมายังไม่ได้ประกาศวันบังคับใช้กฎหมายดังกล่าวอย่างเป็นทางการ ซึ่งหลายฝ่ายคาดว่ารัฐบาลเมียนมาจะยังต้องใช้เวลาราวช่วงต้นปี 2563 ในการเตรียมความพร้อมด้านการบังคับใช้กฎหมาย

ทั้งนี้ ผู้ประกอบการที่ต้องศึกษาและทำความเข้าใจกฎหมายดังกล่าวคือกลุ่มผู้ประกอบการที่กำลังวางแผนที่จะจดทะเบียนเครื่องหมายการค้าของตนในเมียนมา เนื่องจากการจดทะเบียนตามกฎหมายใหม่จะมีขั้นตอนและแนวทางปฏิบัติที่แตกต่างไปจากเดิม รวมถึงผู้ประกอบการที่เคยจดทะเบียนเครื่องหมาย

การค้าในเมียนมาแล้วจำเป็นต้องยื่นจดทะเบียนใหม่อีกครั้ง เพื่อให้ได้รับสิทธิการคุ้มครองตามกฎหมายฉบับใหม่ โดยรายละเอียดสำคัญของกฎหมายเครื่องหมายการค้าฉบับใหม่ มีดังนี้

- **ระบบการจดทะเบียน** ที่ผ่านมามีเมียนมาไม่มีกฎหมายรองรับการจดทะเบียนเครื่องหมายการค้าโดยตรง การจดทะเบียนเครื่องหมายการค้าจึงมีขึ้นเพื่อแสดงความเป็นเจ้าของเครื่องหมายการค้าขึ้นต่อหน่วยงานราชการเท่านั้น โดยมีขั้นตอนสำคัญได้แก่การยื่นเอกสารแสดงความเป็นเจ้าของเครื่องหมายการค้า (Declaration of Ownership) กับสำนักงาน Registrar of Deeds and Assurances และการลงประกาศในหนังสือพิมพ์ท้องถิ่น หรือที่เรียกว่า Cautionary Notices ขณะที่การพิสูจน์ความเป็นเจ้าของเครื่องหมายการค้า โดยเฉพาะในการต่อสู้คดีความใช้หลัก First-to-Use เป็นหลัก นั่นคือ



Designed by Creativart / Freepik

ผู้ประกอบการรายใดที่ใช้เครื่องหมายการค้านั้นก่อนจะมีความได้เปรียบในการพิสูจน์ความเป็นเจ้าของเครื่องหมายการค้านั้น อย่างไรก็ตาม หลัก First-to-Use ถือว่าไม่ใช่ระบบสากลที่นานาประเทศใช้ในการคุ้มครองเครื่องหมายการค้า ดังนั้น กฎหมายเครื่องหมายการค้าใหม่ของเมียนมาจึงเปลี่ยนไปใช้ระบบที่เป็นสากล คือ First-to-File ซึ่งยึดหลักความเป็นเจ้าของเครื่องหมายการค้าว่าผู้ใดมาจดทะเบียนก่อนก็ถือเป็นเจ้าของเครื่องหมายการค้าดังกล่าว ซึ่งการมีกฎหมายรองรับอย่างชัดเจน

ทำให้ผู้ประกอบการที่จดทะเบียนเครื่องหมายการค้าแล้วสามารถยื่นฟ้องได้ทั้งทางแพ่งและทางอาญา หากมีผู้ละเมิดหรือปลอมแปลงเครื่องหมายการค้าโดยไม่ได้รับอนุญาต

- **ขั้นตอนการจดทะเบียน** ผู้ประกอบการสามารถยื่นคำร้องพร้อมเอกสารประกอบการพิจารณาทั้งที่เป็นภาษาอังกฤษและภาษาเมียนมากับหน่วยงานภายใต้กระทรวงพาณิชย์ของเมียนมา (นายทะเบียนอาจขอให้มีการแปลเอกสารเป็นกรณีไป) ซึ่งเมื่อผ่านการตรวจสอบคำร้องจากเจ้าหน้าที่แล้ว

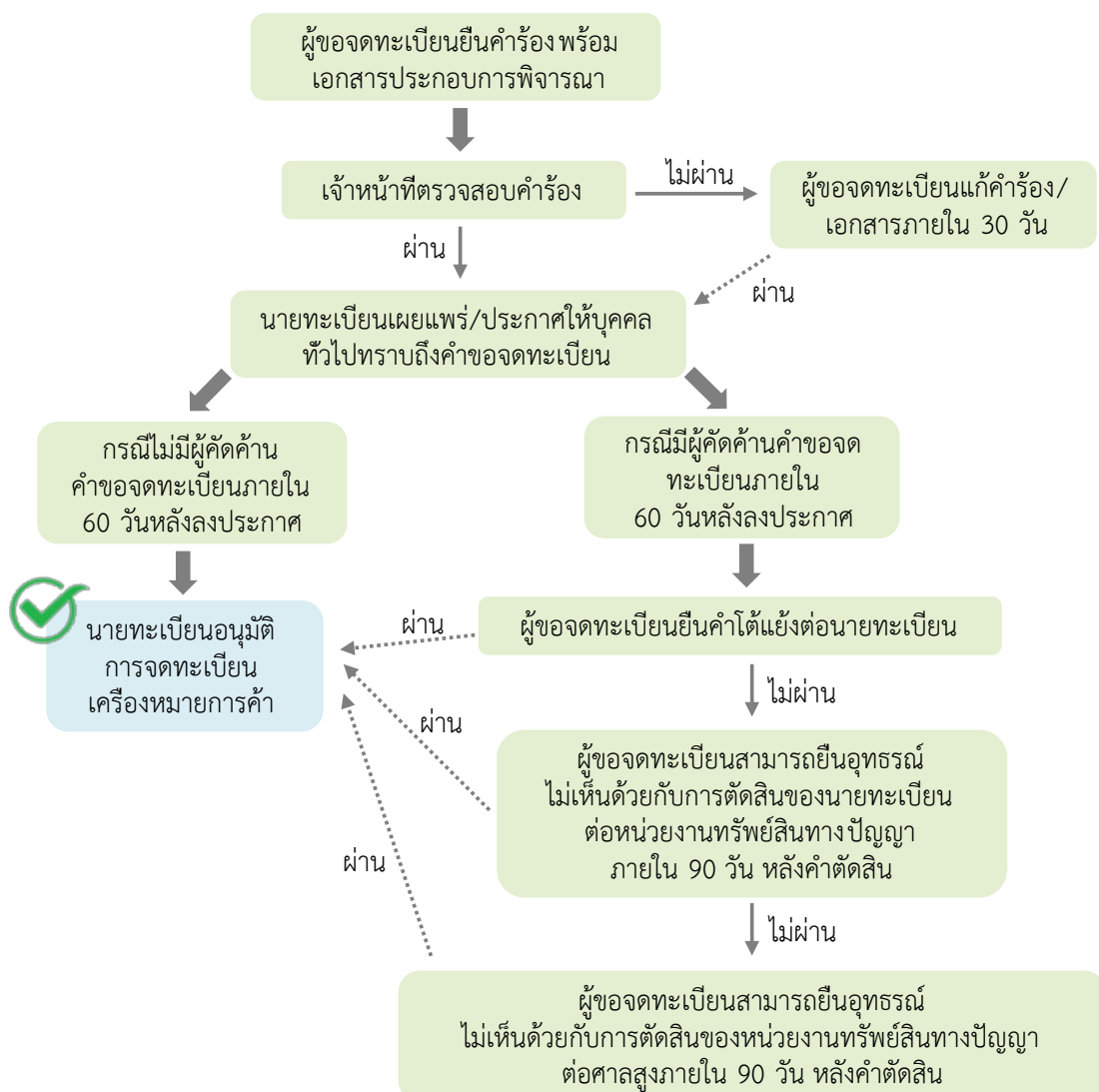
นายทะเบียนจะเผยแพร่/ประกาศคำขอจดทะเบียนดังกล่าวเพื่อเปิดโอกาสให้บุคคลทั่วไปหรือผู้มีส่วนได้ส่วนเสียสามารถคัดค้านคำขอจดทะเบียนดังกล่าวต่อนายทะเบียน ซึ่งหากไม่มีผู้คัดค้านการจดทะเบียนภายใน 60 วัน นายทะเบียนจะดำเนินการอนุมัติและออกทะเบียนเครื่องหมายการค้าแก่ผู้ประกอบการ อย่างไรก็ตาม หากมีผู้คัดค้าน ผู้ประกอบการจะต้องยื่นคำโต้แย้งภายในเวลาที่กำหนด มิเช่นนั้นจะถือว่าคำขอจดทะเบียนเครื่องหมายการค้านั้นเป็นโมฆะ ส่วนกรณีที่มีผู้ประกอบการเข้า

มายื่นจดทะเบียนเครื่องหมายการค้าที่มีลักษณะเหมือนกันหรือคล้ายกัน พร้อมกันมากกว่าหนึ่งรายภายในวันเดียวกัน นายทะเบียนจะให้ผู้ประกอบการเจรจาตกลงกันเองก่อน แต่หากไม่สามารถตกลง

กันได้ การตัดสินจะขึ้นอยู่กับนายทะเบียน เป็นสำคัญ ทั้งนี้ สำหรับผู้ประกอบการที่เคยจดทะเบียนเครื่องหมายการค้ามาก่อน ควรนำเอกสาร Declaration of Ownership แนบไปพร้อมกับคำขอจด

ทะเบียนภายใต้ระบบใหม่ เพื่อแสดงสถานะความเป็นเจ้าของในเครื่องหมายการค้าและสำหรับใช้เป็นหลักฐานประกอบการพิจารณา

ขั้นตอนการจดทะเบียนเครื่องหมายการค้าในเบียนมา ภายใต้กฎหมายใหม่



ที่มา : รวบรวมโดยฝ่ายวิจัยธุรกิจ ธนาคารเพื่อการส่งออกและนำเข้าแห่งประเทศไทย



Designed by Freepik

• อายุการคุ้มครองและการต่ออายุ เครื่องหมายการค้าที่จดทะเบียนภายใต้กฎหมายใหม่จะได้รับความคุ้มครองเป็นระยะเวลา 10 ปี นับตั้งแต่วันที่ผู้ประกอบการยื่นคำร้องขอจดทะเบียนและชำระค่าธรรมเนียมเสร็จสมบูรณ์ และสามารถต่ออายุการคุ้มครองได้ทุกๆ 10 ปี โดยจะต้องยื่นคำร้องใหม่และชำระค่าธรรมเนียมภายใน 6 เดือนก่อนถึงวันหมดอายุ แต่ในกรณีที่ไม่สามารถดำเนินการต่ออายุได้ภายในระยะเวลาที่กำหนด ผู้ประกอบการจะต้องชำระค่าปรับเพิ่มเติมจากค่าธรรมเนียม

การต่ออายุปกติ ทั้งนี้ นายทะเบียนมีสิทธิยกเลิกทะเบียนเครื่องหมายการค้าหากผู้ประกอบการไม่นำเครื่องหมายการค้าไปใช้เป็นเวลาติดต่อกัน 3 ปี

การอนุมัติกฎหมายเครื่องหมายการค้าฉบับใหม่แสดงให้เห็นถึงความพยายามครั้งสำคัญของรัฐบาลเมียนมาที่ต้องการยกระดับการคุ้มครองทรัพย์สินทางปัญญาภายในประเทศ พร้อมสื่อภาพลักษณ์ของการเป็นประเทศที่ให้ความสำคัญด้านการดูแลทรัพย์สินที่จับต้องไม่ได้ (Intangible Asset) เทียบเท่ากับมาตรฐานสากล ซึ่งพัฒนาการ

ดังกล่าวนับเป็นเรื่องที่ดีสำหรับผู้ประกอบการที่เข้ามาลงทุนในเมียนมา และต้องการป้องกันไม่ให้สินค้าของตนถูกละเมิดหรือถูกปลอมแปลงตราสินค้า ซึ่งผู้ประกอบการควรติดตามความคืบหน้าของการประกาศใช้กฎหมายดังกล่าวอย่างใกล้ชิดและเตรียมความพร้อมในด้านต่างๆ อาทิ การเตรียมเอกสารสำหรับการจดทะเบียน เพื่อที่จะสามารถเร่งดำเนินการจดทะเบียนในการรักษาสีทธิในเครื่องหมายการค้าของตน เมื่อรัฐบาลเมียนมาประกาศวันที่บังคับใช้อย่างแน่นอนแล้ว 



Disclaimer : ข้อมูลต่าง ๆ ที่ปรากฏ เป็นข้อมูลที่ได้จากแหล่งข้อมูลที่หลากหลาย และการเผยแพร่ข้อมูลเป็นไปเพื่อวัตถุประสงค์ในการให้ข้อมูลแก่ผู้ที่สนใจเท่านั้น โดยธนาคารเพื่อการส่งออกและนำเข้าแห่งประเทศไทยจะไม่รับผิดชอบในความเสียหายใดๆ ที่อาจเกิดขึ้นจากการที่มีบุคคลนำข้อมูลนี้ไปใช้ไม่ว่าโดยทางใด



อาย - อภิรดี ศิริสมบูรณ์ กับการจัดการข้อมูล ในพริบตาเดียว ด้วย Happenn

โดย
ชัยฤกษ์ อัมเจริญ

U ประเทศไทยเป็นประเทศที่มีงานอีเว้นท์เยอะติด 1 ใน 3 ของเอเชีย นับได้ว่าอีเว้นท์เป็นอุตสาหกรรมที่สร้างรายได้ประเทศ ทำให้ ‘อาย - อภิรดี ศิริสมบูรณ์’ มองเห็นโอกาสที่จะช่วยให้งานอีเว้นท์วัดผลได้และสนุกมากขึ้น

“อายเป็นคนที่อยู่ในสายเทคโนโลยี (Tech Industry) มาตลอด เคยทำซอฟต์แวร์ เฮาส์ พัฒนาซอฟต์แวร์ หรือแอปพลิเคชัน ทำให้มีแบ็คกราวด์การทำโปรดักต์ ดีเวลลอปเมนต์ โดยเริ่มจากตัวโปรดักต์ ที่เรารู้ว่าโปรดักต์ตัวนั้นมันจะไปแก้ไขปัญหาคืออะไร?”

“ปัญหามักเป็นปัญหาเดียวกัน คือ ลงเงินไปแล้ว ไม่รู้ว่ามันคุ้มกับการลงไหม? วัด ROI ได้อย่างไร? ซึ่งธรรมชาติของ (แต่ละประเทศ) อาจจะต่างกัน วิธี Approach ก็ไม่เหมือนกัน การอธิบายให้ลูกค้าเข้าใจจึงไม่เหมือนกัน

“ประเทศไทยเป็นประเทศที่มีงานอีเว้นท์เยอะ ติด 1 ใน 3 ของเอเชีย เป็นอุตสาหกรรมที่ใหญ่มาก แต่ยังคงขาดไม่ได้ใช้ (ดิจิทัล) เพื่อประมวลผล

“ตอนที่เริ่ม Happenn ยังไม่ค่อยมีใครใช้ดิจิทัลเข้ามาช่วยวัดผล-เก็บข้อมูลว่าใครเข้ามางาน? หรือเข้ามาทำอะไร?”

“Happenn เป็นระบบจัดการงาน Event ซึ่งประกอบไปด้วยระบบลงทะเบียนอีเว้นท์ แอปพลิเคชัน

“ด้วยระบบของเรา ทำให้ผู้จัดงานสามารถเข้าไปดู วิเคราะห์ออกมาได้ว่า เวลาไหน? ช่วงไหนคนเยอะ? ผู้ชายหรือผู้หญิง? กลุ่มเป้าหมายตามที่คิดไว้ไหม? ตรงกับคอนเทนต์ไหม? หรือว่าถ้ามันไม่โดนทาร์เก็ตที่คิดไว้ มันอาจจะเป็นอย่างไร? เป็นต้น

“หลักๆ เราจะมาช่วยให้งานอีเว้นท์วัดผลได้ และสนุกมากขึ้น”

เป็นคนเริ่มต้นเขียนโค้ดเอง?

“ไม่ค่ะ มีทีมทำ

“ส่วนตัวอาย แบ็คกราวด์เป็นดีไซน์เนอร์ ตอนนั้นรับผิดชอบเป็นผู้บริหาร”

ใช้เวลาพัฒนานานไหม?

“ประมาณปีกว่า แต่เรื่องเทคนิค มันต้องพัฒนาไปเรื่อยๆ ตอนนั้นเรายังพัฒนาอยู่ทุกอย่าง โดยนำฟีดแบ็กของลูกค้าที่ได้รับทุกวันมาพัฒนาให้มันดีขึ้นเรื่อยๆ”

ช่วงตอนพัฒนาแอปเป็นอย่างไร?

“ยากเหมือนกัน อย่างที่บอก พอเราทำงานที่นู่น ธรรมชาติคนที่นี่ก็อีกแบบนึง คนไทยก็เป็นอีกแบบนึง

“สำหรับไทย บางส่วนในอินดัสทรีนี้ยังเชื่อว่าใช้กระดาษก็โอเคแล้ว ทำไม่จำเป็นต้องใช้ระบบ เขาเชื่อว่าคนพูดเพราะด้วย



บริการได้ เราก็ต้องอธิบายให้ฟัง แรกๆ จะขายยากมาก ต้องเน้นให้ข้อมูลลูกค้า ว่ามันช่วยยังไง? งานบริการหรือความประทับใจมันไม่ได้หายไป เราไม่ได้ตัดส่วนนั้นออกไป แต่เราทำให้เขาเหนื่อยน้อยลง และเข้าใจมากขึ้นว่ามันเกิดอะไรขึ้นที่งาน(อีเว้นท์)

“เราเน้นที่ลูกค้าองค์กร เน้นที่ความปลอดภัยของข้อมูล เพราะเราเน้นมาตรฐาน ของยุโรป ทำให้เรามือองค์กรลูกค้าที่เป็นเซกเตอร์การเงิน หรือเอ็นเตอร์ไพรส์ที่เน้นเรื่องความปลอดภัยจำนวนมาก

“เราไม่มีนโยบายแฮร์หรือขายฐานข้อมูลของลูกค้าให้กับบุคคลที่สาม เพราะ

ฉะนั้น คนที่ต้องการความเชื่อมั่น ความปลอดภัย ความเป็นโปรเฟสชั่นแนลมากๆ ต้องมาหาเรา นี่เป็นจุดแข็งของเรา”

บริการที่ลูกค้าได้รับจาก Happenn มีอะไรบ้าง?

“สิ่งแรกคือระบบลงทะเบียนก่อนเข้างาน เราอยากให้ใครมา? เราอยากได้ข้อมูลอะไรจากลูกค้า? อยากให้เขามาจองที่นั่งหรือว่าซื้อตั๋ว

“ส่วนแอปพลิเคชันของงานอีเว้นท์หรืองานสัมมนา เช่น ก่อนจะไปงานอีเว้นท์เราต้องศึกษาข้อมูล ว่ามันเป็นงานเกี่ยวกับอะไร แทนที่เราจะไปโปรเซสกลางงาน ด้วยการไปหยิบโบรชัวร์หรือ

อะไรก็ไม่ต้อง ผู้ใช้งานสามารถดาวน์โหลดแอปพลิเคชันที่มีข้อมูลทุกอย่างเกี่ยวกับงาน และสามารถนัดหมายล่วงหน้าได้ด้วย อย่างเช่น สมมุติว่า आयาดาวนิโหลดก่อนไป และอยากนัดเจอสักคนในงาน เพราะดูโปรไฟล์แล้วน่าสนใจ ก็ทำการนัดในแอปได้เลย

“นอกจากข้อมูลทั้งหมดที่รวมอยู่ในแอปเดียวกันแล้ว ยังสามารถอินเตอร์แอ็คชั่นจับคู่ธุรกิจ หรือแม้กระทั่งเล่นเกมเพื่อสร้างปฏิสัมพันธ์

“และแอปพลิเคชันจะเป็นชื่องานนั้นๆ เลย ไม่ใช่แอปพลิเคชันชื่อ Happenn สมมุติว่า พรุ่งนี้จะมีงานสักงานนึง แอปพลิเคชันก็ชื่องานนั้นเลย แทนที่ลูกค้า

ต้องใช้เวลามากๆ ไปทำแอปพลิเคชันเป็นปี หรือ 6 เดือน เราทำได้ภายใน 2 อาทิตย์จบ เพราะเรามีทีมแพลตฟอร์มที่เริ่มต้นให้อยู่แล้ว เป็นเหมือนแอปพลิเคชันพร้อมใช้

“เทคโนโลยีหลังบ้านมันจะช่วยให้ทุกอย่างง่ายขึ้น แค่มียกคอนเทนต์ทุกอย่างก็อัปไป ง่ายมากๆ last minute ก็ได้ อย่างเช่น สมมติว่ากำหนดการเปลี่ยนซึ่งเป็นเรื่องปกติของงานอีเว้นท์ ก็สามารถเปลี่ยน อัปเดตไปได้จบเลย”

ถ้าลูกค้าต้องการให้พัฒนาแอปอื่นที่ไม่ได้ใช้สำหรับงานอีเว้นท์รับทำด้วยไหม?

“ไม่ค่ะ เราทำแพลตฟอร์มเดียว โฟกัสเราอยู่ที่ตรงนี้ เราโฟกัสกับจุดนี้

จริงๆ”

ผลตอบแทนจากที่ผ่านมาเป็นอย่างไรบ้าง?

“ดีค่ะ ปีแรกจะยากหน่อย แต่ว่าปีที่ 2 ที่ 3 ดีขึ้นเรื่อยๆ และแนวโน้มยังดีมาก”

ยากที่สุดในการทำ Happenn คืออะไร?

“น่าจะเป็นการทำให้คนเข้าใจ ว่าระบบเรามันช่วยยังไง ถ้าไม่คุ้นไม่ได้เป็นคนที่อยู่กับปัญหาจะนึกภาพไม่ออก

“ด้วยความที่เราเป็น B2B คนตัดสินใจ(อนุมัติซื้อ)กับคนใช้(แอป)เป็นคนละคนกัน เพราะฉะนั้นบางทีเขา(คนอนุมัติซื้อ) อาจจะไม่เข้าใจปัญหาว่าเรามาช่วยแก้ปัญหาอย่างไร ก็ต้องอาศัย

การอธิบายมากๆ หน่อย”

ยังมีเรื่องอื่นอีกไหมที่เป็นเรื่องเฟลในการทำงาน?

“ตอนแรกเรื่องหาลูกค้าไม่ได้ทำไมลูกค้าไม่เข้าใจ เป็นเรื่องความเข้าใจในการทำตลาด”

แล้วแก้ปัญหาอย่างไร?

“พยายามจะเข้าใจลูกค้าให้มากที่สุด สัมภาษณ์เยอะๆ”

เข้าหาลูกค้า ไปคุยเรื่อง?

“ใช่ เราก็ดูว่าองค์กรนี้มีจัดอีเว้นท์สัมมนา หรือไม่จำเป็นต้องเป็นอีเว้นท์ใหญ่สัมมนา ฝึกอบรม HR ก็ใช้ได้”

สเกลที่เล็กที่สุด และใหญ่ที่สุดที่เคยทำงานร่วมกับลูกค้า?

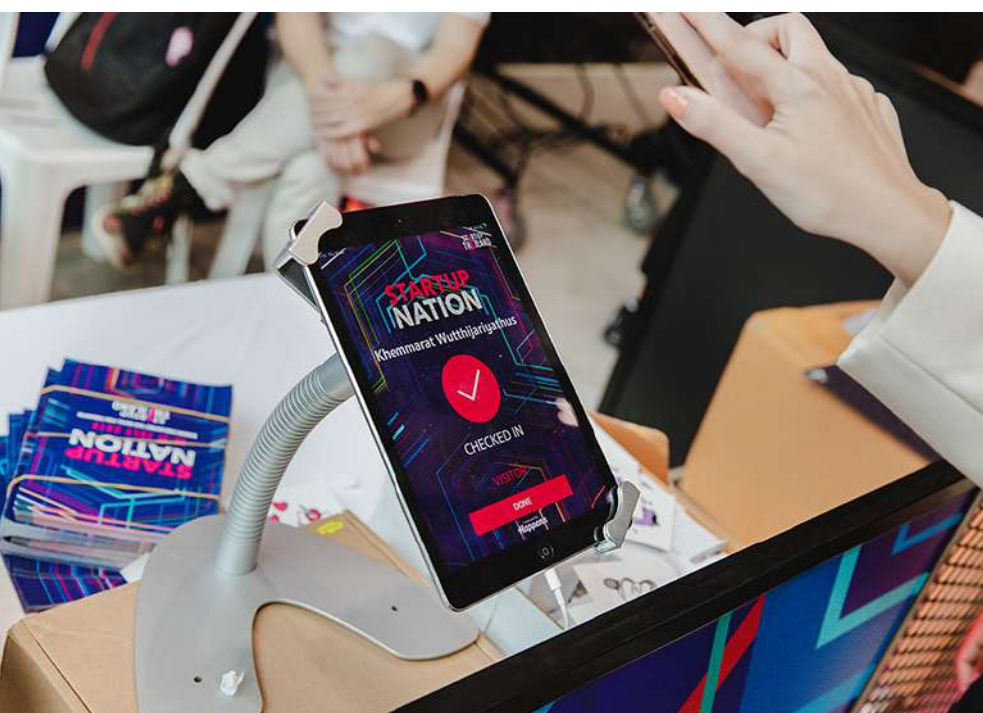
“เล็กที่สุด น่าจะเป็น 50 คน สเกลใหญ่ที่สุด 3-4 แสนคน”

มีความยากง่ายต่างกันตรงไหนบ้าง?

“ยากคนละแบบ สเกลใหญ่คือการจัดการโปรเจ็ค ส่วนสเกลเล็ก ลูกค้าจะคาดหวังมากกว่า เพราะว่าคนน้อยเลย โฟกัสมาที่เราเยอะ”

ค่าบริการต่างกันไหม?

“แล้วแต่ว่าเลือกใช้ฟังก์ชันไหน





เรามี 3 ธุรกิจโมดูลด้วยกัน ลงทะเบียน
อีเว้นท์แอป และตัวอินเตอร์แอกทีฟ
สแตจ หมายถึงเล่นเกมอะไรพวกนี้

“ถ้าเป็นเกมจะเริ่มต้นไม่แพง
15,000 บาทก็ใช้ได้แล้ว ส่วนถ้าเป็น
แอปพลิเคชันจะเริ่มที่ 25,000 บาท

“ลงทะเบียนเริ่มต้นที่ 20,000
บาท”

มีงานที่ยากบ้างไหม?

“มีค่ะ งานที่ยากที่สุด มักเป็นงาน

**งานที่ยากที่สุด มักเป็นงานที่ทำให้เราพัฒนาตัวเอง
ได้ดีที่สุด จะบอกน้อง(ในทีม) เสมอว่า ยากเพราะ
เขาอยากให้งานเขาออกมาดีมากๆ มันก็ทำให้เราต้อง
พัฒนาตัวเองขึ้นไปอีก**

ที่ทำให้เราพัฒนาตัวเองได้ดีที่สุด จะบอก
น้อง(ในทีม) เสมอว่า ยากเพราะเขา
อยาก ให้งานเขาออกมาดีมากๆ มันก็
ทำให้เราต้องพัฒนาตัวเองขึ้นไปอีก

“เป็นข้อดี เพราะว่าด้วยความที่

งานอีเว้นท์ ธรรมชาติมันจะเป็น last
minute มากเลย ยิ่งเริ่มใกล้งาน คน
เครียด -- มันจะออกมายังไง? มันเป็น
เสน่ห์งานอีเว้นท์ ช่วงนี้มันก็จะยาก
แต่มันจบเร็ว จบแล้วมันก็จบไป”



งานอีเว้นท์อะไรก็ เกิดขึ้นได้ตลอดเวลา ทำให้เราต้องส่งคนไป เตรียมพร้อมหน้างาน ด้วยไหม?

“แล้วแต่ลูกค้า แต่ไม่จำเป็น เพราะ
ว่าเราขายตัวซอฟต์แวร์มากกว่า ลูกค้า
ใช้คนของลูกค้าเองก็ได้เพราะว่าระบบ
ไม่ได้ใช้ยาก – ถ้ามั่นใจว่าเซอร์วิสเขาทำ
ได้ มีคนพอ ก็ใช้คนของตัวเองได้เลย

“แต่ถ้าในกรณีที่ต้องการให้เรา

โปรวายตีให้ ก็มีเหมือนกัน”

แล้วเคยมีปัญหา หน้างานบ้างไหม?

“ซอฟต์แวร์มันเป็นคลาวด์ ต้องพึ่ง
อินฟราสตรัคเจอร์อย่างอินเทอร์เน็ต
เพราะฉะนั้นถ้าอินเทอร์เน็ตไม่ได้ มัน
จะมีปัญหา ซึ่งอันนี้เป็นจุดอ่อนของความ
เป็นเมืองไทย ไม่ได้เพราะว่าอินฟรา-
สตรัคเจอร์เราไม่ได้

“แต่ตอนนี้ก็ดีขึ้นเยอะมาก นอกจาก
ไปเจอที่มันห่างไกลมากๆ แต่ถ้ารู้ว่ามี
ยาก เราจะเตรียมตัวดี เพื่อให้เปอร์เซ็นต์
การผิดพลาดน้อย”

พอเกิดปัญหาเรื่อง ระบบอินเทอร์เน็ต แก้ปัญหายังไง?

“จะแก้ปัญหาด้วยการทำออฟไลน์
บ้างค่ะ”

อะไรคือแวลของ Happenn?

“ตัวองค์กรเอง จะเน้นความภูมิใจ
ในการทำงาน อยากให้น้อง ๆ ในทีมทุก
คนภูมิใจกับงานที่ส่งต่อให้ลูกค้า เพราะ
ว่าเราทำงานคุณภาพ เป็นแพลตฟอร์มที่
เราตั้งใจทำ อยากให้ทุกคนภูมิใจกับ
ทุกอย่างที่เราส่งต่อให้ลูกค้า และเรา
เชื่อว่าเราแก้ปัญหาได้จริง”

บริหารทีมอย่างไร?

“ให้ความสำคัญเรื่องบุคลากร แม้
จะเป็นผู้บริหาร แต่ลงมาดู HR เอง เป็น

คนสัมภาษณ์เองทุกคน และใช้เวลาใน
การเลือก เพราะให้ความสำคัญเรื่อง
วัฒนธรรมองค์กร และบุคลากรแต่ละคน
เราสกรีนในระดับหนึ่งว่าต้องแมตช์กัน ทั้ง
เขาเห็นคุณค่าขององค์กรและองค์กร
เห็นอะไรในตัวเขา

“ที่นี้เน้นที่ความยืดหยุ่นของการ
ทำงาน ไม่ได้เน้นไปที่วิธีมากเท่าผลลัพธ์
เราอยากให้น้องสนุกและภูมิใจกับงาน
จะเน้นว่า ถ้าเขารู้สึกว่าอันนี้เขาแก้ปัญหา
ให้ลูกค้าได้ เขาน่าจะแฮปปี้กับงานของ
เขา

“อาจจะดูว่าสบาย แต่จริงๆ แล้วก็
ต้องได้ตามที่เราวาง ดู result ถ้าไม่ได้
ก็ต้องคุยกัน”

การบริหารองค์กรที่ เป็นเทค ซึ่งอยู่บนความ เปลี่ยนแปลงที่เร็วมาก มีวิธีการจัดการ ดูแล ยังไง?

“ฟังฟีดแบ็กลูกค้าเยอะๆ เอามา
ปรับปรุง มันจะช่วยทำให้เราพัฒนา
ตลอดเวลา”

เทคโนโลยีเปลี่ยนอย่าง รวดเร็ว ส่งผลต่อ องค์กรหรือไม่?

“ก็มีผลบ้าง แต่ว่าด้วยธรรมชาติ
ของน้องที่อยู่ในทีมที่เป็น Developer
หรือว่าแม้กระทั่งตัว CTO เองที่ดูแล
เรื่องเทค เขาก็เป็นคนที่อัปเดตอะไร
ใหม่ๆ เสมอ เรา aware อยู่แล้ว

“เราเน้นไปที่ระบบสำหรับลูกค้า

องค์กร เพราะฉะนั้นระบบมันก็ไม่ได้เปลี่ยนเร็วมากขนาดนั้น ยิ่งไงเรากียังเน้นไปที่ความปลอดภัย มันก็ยังมีอะไรแบบโปรโตคอลของมันประมาณนี้”

วางแผนการพัฒนา อย่างไรให้สอดคล้องกับ แผนการเงิน?

“ตอนนี้เราก็อยู่ได้ด้วยตัวเอง เรียกว่าเรามีกำไร เรื่องเทคโนโลยี เราไม่ได้ลงทุนมากกว่าตอนเริ่มต้น อยู่สเกลเท่าเดิม อันนี้เป็นข้อดีของธุรกิจเทคโนโลยี ตรงที่ว่าถ้าเราทำได้ตั้งแต่แรก มันก็สเกลไปได้เรื่อยๆ ไม่จำเป็นต้องเพิ่ม ไม่จำเป็นต้องคนเยอะ เป็นที่มาว่าทำไมสตาร์ทอัพ

มันสินได้ ในขณะที่เราทำสิ่งที่มันยิ่งใหญ่ หรือว่าโปรวายดีโอเว้นทีใหญ่มากๆ ได้ เพราะเราทำมาตั้งแต่แรกดี”

ถ้ามีความต้องการจาก ฝั่งลูกค้า อยากให้มี ฟังก์ชันใหม่ๆ จะ ตัดสินใจอย่างไร ว่าควร ลงทุนพัฒนาไหม?

“ต้องดูว่า นอกจากลูกค้าคนนี้ คนอื่นมีปัญหานี้ด้วยหรือเปล่า มันเป็นปัญหาร่วมกันกับงานอื่นๆ ด้วยหรือเปล่า

“อย่างที่บอกว่าแพลตฟอร์มมันพัฒนามาเรื่อยๆ ตอนแรกอาจจะมีแค่ 10 โมดูล ตอนนี้เราพัฒนาไปมี 40-50

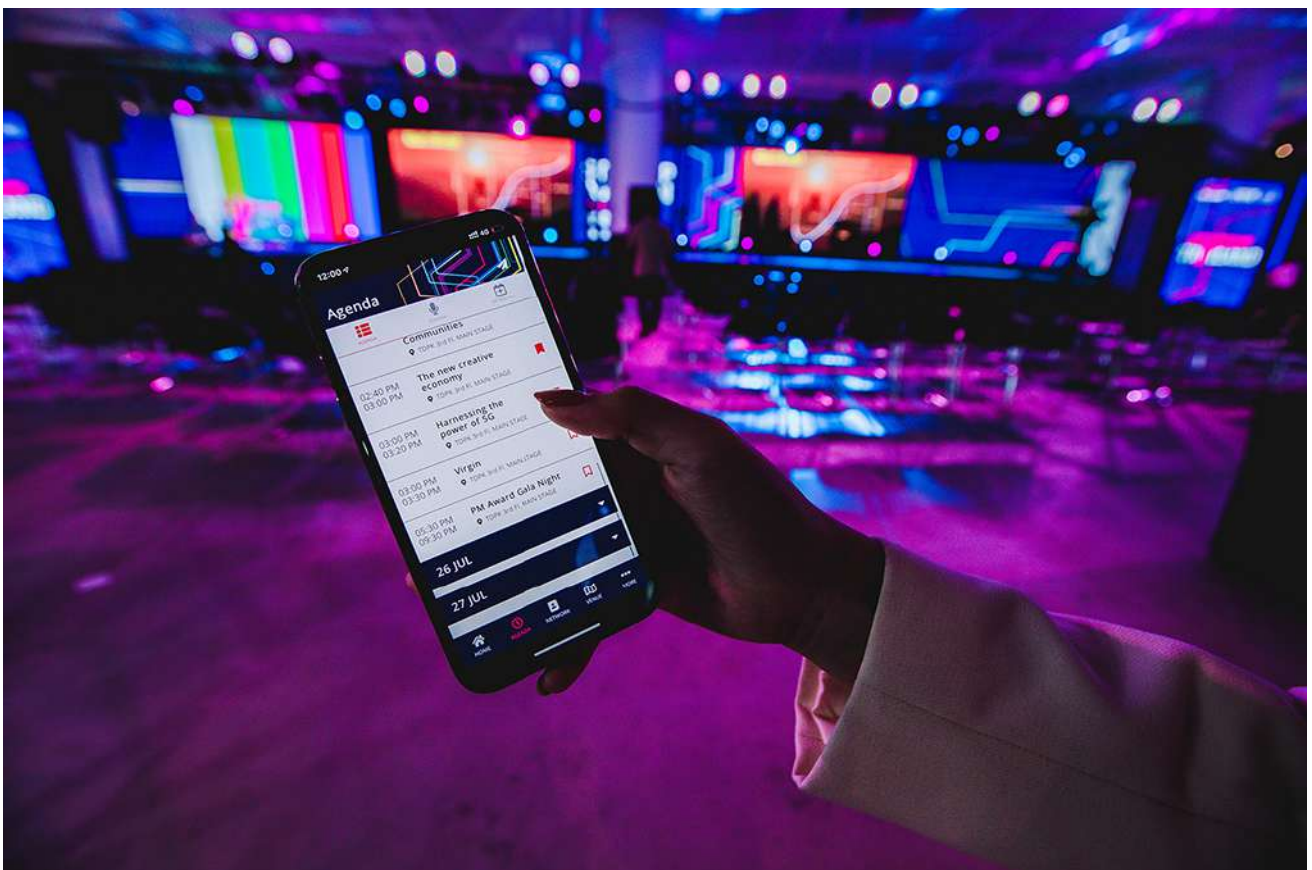
โมดูลแล้ว เพราะได้รับฟีดแบ็กมาจากลูกค้าว่า ‘ก็ทำอย่างนี้สิ’

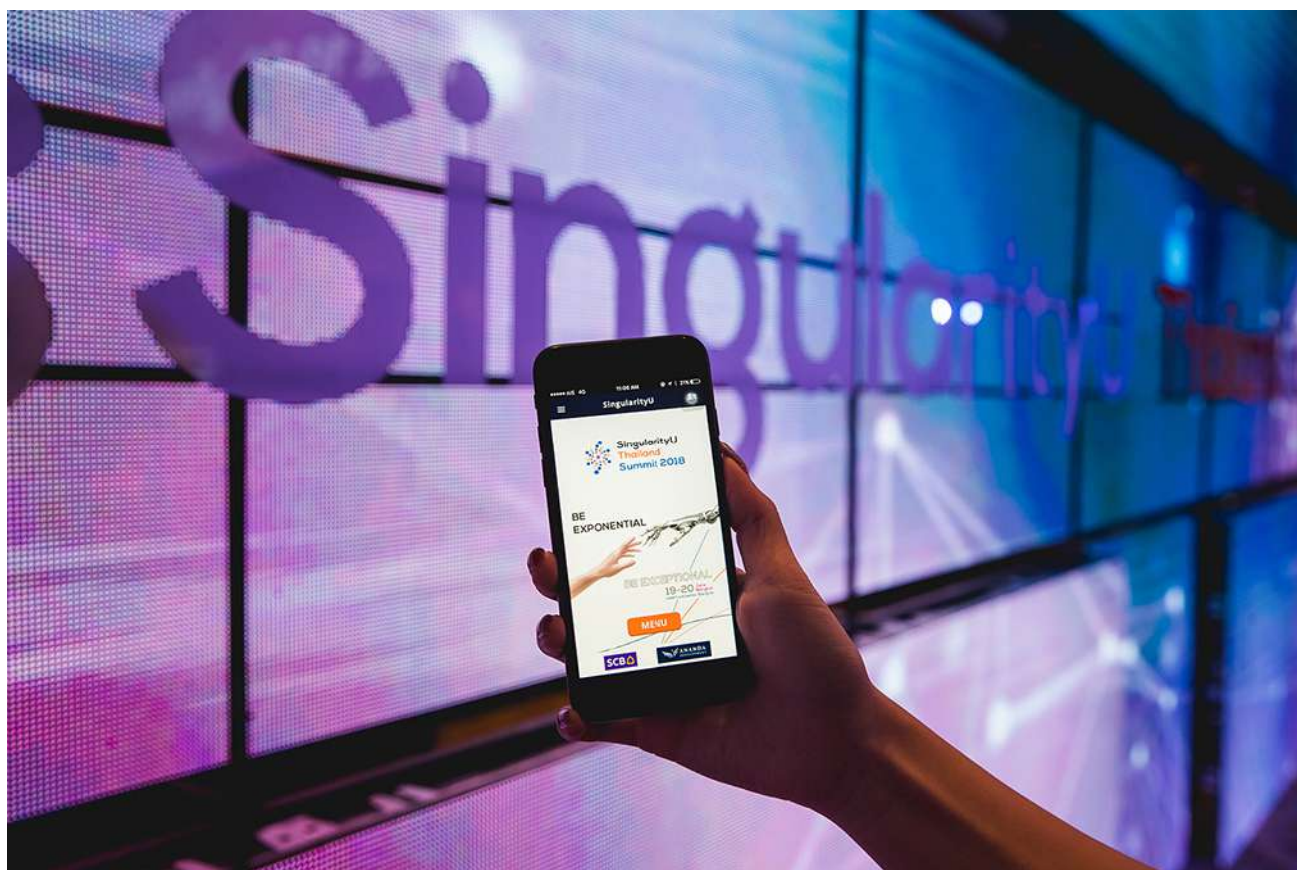
“ถ้ามีความต้องการที่เราจะสเกลได้ เป็นปัญหาร่วมกัน เห็นแพทเทิร์นของปัญหาว่ามันซ้ำๆ กันมากพอที่จะไปช่วยคนอื่นแก้ไขปัญหานี้ได้ด้วย เราก็คจะทำ”

วางแผนการเติบโตไว้ อย่างไร?

“ภายในประเทศ เราเน้นไปที่ลูกค้าองค์กรเหมือนเดิม let’s say cycle มันอาจจะนานหน่อย แต่ว่ามันยั่งยืน

“ในภาพรวม เราอยากสเกลไปนอกประเทศ เราจะแข่งกับคนที่รู้สึกว่าเขาฉลาดกว่าเรา เขาคิดว่าเขา เขาได้มาตรฐานที่





มันดีมาก ๆ อย่างอเมริกา ซึ่งตลาดเขาใหญ่มาก”

อะไรทำให้เราแข่งกับต่างชาติได้?

“ราคาที่ต่ำกว่าในมาตรฐานเดียวกัน”

ทำตลาดกับลูกค้าต่างประเทศอย่างไร?

“ไปดูพาร์ทเนอร์ บางทีอาจจะไม่ได้ไปเปิดเอง แต่ไปโค้ กับคนอื่น กำลังดูๆ อยู่เยอะเลย

“บางส่วนจะเป็นคอนเนคชั่นที่มีอยู่แล้ว อย่างที่บอกว่าเคยทำที่นู่น ก็จะมีคอนเนคชั่นบ้าง”

เรียนจบอะไรมา?

“เรียนจบ Information Design จากสวีเดน พื้นฐานคือการแก้ปัญหา ไม่ใช่ความสวยงามอย่างเดียว คือแก้ปัญหาและให้ออกมาสวยด้วย ตอบโจทย์ด้วย

“เป็นคนชอบเห็นอะไรสวยงาม ชอบเห็นปัญหาที่มันถูกแก้

“Information Design เป็นสาขาที่เนิร์ดหน่อย คือข้อมูลเยอะ แล้วก็เอาออกมาให้คนเข้าใจมากที่สุด หมายถึงเรามากล้นกรอง”

ดังนั้นจึงไม่ต้องแปลกใจเลยว่าทำไมคุณอายุเธอจึงบอกกับเราว่า

‘Happenn จะช่วยให้งานอีเว้นท์วัดผลได้และสนุกมากขึ้น’ เพราะทุกครั้งที่มีโอกาสได้ร่วมงานอีเว้นท์ ไม่ว่าจะเล็กหรือใหญ่ มักเต็มไปด้วยผู้คนในแต่ละคนจะเต็มไปด้วยความต้องการข้อมูลที่แตกต่างหลากหลาย และหากถ้านับความต้องการจากฝั่งผู้จัดงาน ซึ่งต้องการจะส่งมอบข้อมูลให้ผู้เข้าร่วมงานรวมเข้าไปด้วยแล้ว คงปฏิเสธไม่ได้ว่างานอีเว้นท์จึงกลายเป็นสถานที่ที่เต็มไปด้วยข้อมูลจำนวนมากมหาศาลท่ามกลางข้อมูลจำนวนมากมาขนาดนั้น ถ้าไม่เนิร์ด ไม่จริงจัง คงไม่สามารถคว้ามากล้นกรองให้เข้าใจง่าย ใช้ประโยชน์ได้อย่างแน่นอน 

ธุรกิจครอบครัว ตอนธรรมนูญครอบครัว (Family Constitution)



โดย
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. เอกชัย อภิศักดิ์กุล
ผู้อำนวยการศูนย์ธุรกิจครอบครัว มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย

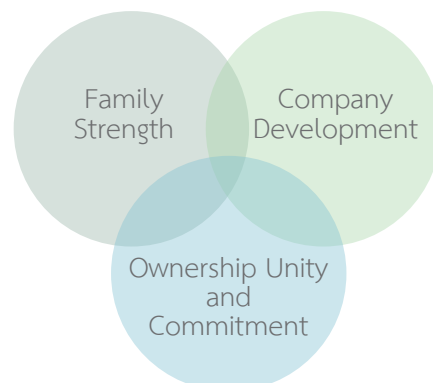
S

ธรรมนูญครอบครัว (Family Constitution) มีคำเรียกมากมาย บางครั้งเรียกว่า “ข้อบัญญัติ หรือหลัก/ความเชื่อของครอบครัว (Family Creed)” หรือ “ระเบียบการของครอบครัว (Family Protocol)” หรือ “ข้อตกลงตามหลักเกณฑ์ของครอบครัว (Statement of Family Principles)” หรือ “กฎเกณฑ์และค่านิยมของครอบครัว (Family Rules and Values)” หรือ “กฎเกณฑ์และข้อบังคับของครอบครัว (Family Rules and Regulations)” หรือ “แผนกลยุทธ์ของครอบครัว (Family Strategic Plan)” คำเรียกเหล่านี้ล้วนมีความหมายเช่นเดียวกัน ธรรมนูญครอบครัว หมายถึง ข้อตกลงที่แสดงบทบาทของสมาชิกครอบครัวที่มีต่อธุรกิจและสังคม รวมถึงแนวทางการกำกับดูแลธุรกิจครอบครัว ตลอดจนเป็นส่วนหนึ่ง that แสดงให้เห็นค่านิยมหลัก วิสัยทัศน์ และความมุ่งมั่นที่ครอบครัวมีต่อธุรกิจ

ธรรมนูญครอบครัว ควรจัดทำเป็นเอกสารหรือคู่มือให้กับสมาชิกครอบครัวนำเป็นแนวทางในการปฏิบัติทั้งในครอบครัวและการดำเนินธุรกิจ เพื่อสร้างความชัดเจนในบทบาทของสมาชิกครอบครัว และป้องกันความขัดแย้งภายในครอบครัว รวมถึงหลีกเลี่ยงปัญหาที่อาจจะเกิดในธุรกิจอีกด้วย

กระบวนการสร้างธรรมนูญครอบครัวที่สำคัญคือ ต้องมาจากความร่วมมือและเป็นข้อตกลงร่วมกันของสมาชิกครอบครัวที่มีส่วนเกี่ยวข้องในการบริหารจัดการและ/หรือมีอำนาจควบคุมธุรกิจ (ผู้ถือหุ้นในธุรกิจ) ธรรมนูญครอบครัวจะต้องมีความสอดคล้องกับครอบครัว ธุรกิจ สถานการณ์ที่เกิดขึ้นตามโอกาส และสภาพแวดล้อมปัจจุบัน อย่างไรก็ตาม ควรมีการทบทวนข้อตกลงต่างๆ อย่างสม่ำเสมอเพื่อสร้างความคล่องตัวให้กับครอบครัวและธุรกิจ

วัตถุประสงค์ทั่วไปของธรรมนูญครอบครัว



1. เพื่อส่งเสริมสนับสนุนให้ธุรกิจพัฒนาไปสู่ความสำเร็จ (Company Development)
2. เพื่อรักษาความเป็นน้ำหนึ่งใจเดียวในครอบครัว และค้ำประกันสัญญาของครอบครัวที่มีต่อธุรกิจ (Ownership Unity and Commitment)
3. เพื่อสร้างจุดแข็งของครอบครัวและชี้ให้ครอบครัวเห็นจุดแข็งของตนเอง (Family Strength)

โดยเรื่องจำเป็นหลักที่ควรต้องมีการตกลงกันในธรรมนูญครอบครัว ได้แก่

1. ความเชื่อและความศรัทธาของครอบครัว
2. ปรัชญาของครอบครัว
3. กติกา มารยาทในครอบครัว
4. ความคาดหวังของครอบครัว

กระบวนการสร้างและพัฒนาธรรมนูญครอบครัว

กระบวนการสร้างธรรมนูญครอบครัวเป็นส่วนสำคัญประการหนึ่งของความสำเร็จ ธรรมนูญครอบครัวที่มีการออกแบบดี จะช่วยสร้างความชัดเจนในบทบาทของสมาชิกครอบครัว ความไว้วางใจซึ่งกันและกัน การสื่อสารที่มีประสิทธิภาพ และการจัดการความขัดแย้งหากเกิดขึ้นในครอบครัว รวมถึงสร้างความมุ่งมั่นในครอบครัวที่มีต่อธุรกิจเพื่อความเติบโตอย่างมั่นคง นอกจากนี้ กระบวนการสร้างธรรมนูญครอบครัว ยังเป็นการวางแผนการและแนวทางไว้ล่วงหน้าสำหรับการสืบทอดธุรกิจ และช่วยนำครอบครัวเข้ามามีส่วนร่วมสนับสนุนในธุรกิจ

เนื่องจากครอบครัวมีลักษณะค่านิยม ทัศนคติ พันธกิจที่แตกต่างกัน ทำให้ธรรมนูญครอบครัวที่ถูกออกแบบมาแตกต่างกันตามความเหมาะสมของแต่ละครอบครัว ธรรมนูญครอบครัวที่มีคุณภาพ นอกจากมีนโยบายและข้อตกลงของครอบครัวที่กำหนดร่วมกันแล้ว ยังจำเป็นต้องมีกระบวนการ

พัฒนาด้วย ดังนั้น ควรมีการกำหนดช่วงเวลาในการทบทวน ปรับปรุง ลดหรือเพิ่มเติมนโยบายและข้อตกลงต่างๆ ในธรรมนูญครอบครัว เพื่อให้เกิดความยืดหยุ่น เหมาะสม และสามารถรองรับกับสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลงตลอดเวลา ข้อ

ธรรมนูญครอบครัว หมายถึง ข้อตกลงที่แสดงบทบาทของสมาชิกครอบครัวที่มีต่อธุรกิจและสังคม รวมถึงแนวทางการกำกับดูแลธุรกิจครอบครัว ตลอดจนเป็นส่วนหนึ่งที่แสดงให้เห็นค่านิยมหลัก ทัศนคติ และความมุ่งมั่นที่ครอบครัวมีต่อธุรกิจ

แนะนำในสร้างและพัฒนาธรรมนูญครอบครัว มีกระบวนการตามขั้นตอน ดังนี้

1. ถามความต้องการของครอบครัว
2. ให้ความรู้เกี่ยวกับธุรกิจครอบครัว
3. ร่างธรรมนูญครอบครัว (ค่านิยม ทัศนคติ พันธกิจ ข้อตกลง และนโยบายของครอบครัวเบื้องต้น)
4. จัดตั้งคณะทำงานครอบครัว (ที่ประชุมครอบครัว/สภาครอบครัว)
5. ประชุมครอบครัวร่วมกันกำหนดนโยบาย ข้อตกลง และรับรองธรรมนูญครอบครัว
6. กำหนดให้ทบทวน ปรับปรุงนโยบาย/ข้อตกลงต่างๆ ในธรรมนูญครอบครัว

หลักการเบื้องต้นในการร่างธรรมนูญครอบครัว

รูปแบบเนื้อหาและองค์ประกอบของธรรมนูญครอบครัว มีความแตกต่างจากแผนการดำเนินธุรกิจ ทั้งนี้การร่างธรรมนูญครอบครัวนั้นขึ้นอยู่กับขนาดของครอบครัว รุ่นของครอบครัว

และการมีส่วนร่วมของสมาชิกครอบครัวในการบริหารจัดการธุรกิจและ/หรือความเป็นเจ้าของ (ผู้ถือหุ้นในธุรกิจครอบครัว) เพื่อให้มั่นใจว่าธรรมนูญครอบครัวที่สร้างขึ้นมุ่งสู่เป้าหมายและประเด็นต่างๆ ตามข้อตกลงและความคาดหวังของครอบครัว ประเด็นเบื้องต้นที่ควรพิจารณาในการร่างธรรมนูญครอบครัว ได้แก่

1. วิธีการแก้ไขปัญหาในธุรกิจครอบครัวโดยเฉพาะ (How) ประกอบด้วย

- หลักเกณฑ์ในการจ่ายค่าตอบแทนแก่สมาชิกของครอบครัว

- ข้อตกลงของผู้ถือหุ้นและสภาพคล่องของหุ้น ในการซื้อหรือขาย การกำหนดราคาซื้อขาย วิธีการตีราคาหุ้น หรือ คำประกันการกู้เงิน

- กฎ กติการายาทของสมาชิกในครอบครัว
- นโยบายการกู้ยืมให้กับสมาชิกจากธุรกิจครอบครัว
- นโยบายการจ่ายเงินปันผล

2. องค์ประกอบสำคัญที่ต้องพิจารณาเพื่อการตัดสินใจในปัจจุบันและอนาคต (What) ประกอบด้วย

- การก่อตั้งสภาครอบครัว กระบวนการการก่อตั้ง และการกำหนดบทบาทของคณะกรรมการในสภาครอบครัว

- การวางแผนการสืบทอด คุณสมบัติของทายาท
- หลักเกณฑ์ในการเข้าทำงานและออกจากงานในธุรกิจครอบครัว

- การกำหนดนโยบายการลงทุน และร่วมทุน(Venture Program)

3. ความปรารถนาของครอบครัวในอนาคต (Why) ประกอบด้วย

- ปรัชญา ค่านิยมหลัก
- วิสัยทัศน์ พันธกิจหลัก ของครอบครัว
- การจัดเก็บประวัติต่างๆ(Archives)

4. บุคคลที่มีส่วนเกี่ยวข้องในกระบวนการตัดสินใจและรับผิดชอบต่อผลการตัดสินใจนั้น (Who) ประกอบด้วย

- คณะกรรมการในสภาครอบครัว
- คณะกรรมการบริษัท
- ทนายบริการครอบครัว(Family Office) ซึ่งมีบทบาท

กระบวนการสร้างธรรมนูญครอบครัวที่สำคัญคือ ต้องมาจากความร่วมมือและเป็นข้อตกลงร่วมกันของสมาชิกครอบครัวที่มีส่วนเกี่ยวข้องในการบริหารจัดการและ/หรือมีอำนาจควบคุมธุรกิจ (ผู้ถือหุ้นในธุรกิจ) ธรรมนูญครอบครัวจะต้องมีความสอดคล้องกับครอบครัวธุรกิจ สถานการณ์ที่เกิดขึ้นตามโอกาส และสภาพแวดล้อมปัจจุบัน

ในการบริการ เช่น เรื่องภาษี กฎหมาย และทะเบียนหุ้น เป็นต้น

5. ระยะเวลาในการตรวจสอบและแก้ไขเมื่อใด (When)

โครงสร้างของธรรมนูญครอบครัว

การออกแบบธรรมนูญครอบครัวควรให้มีความยืดหยุ่น และสามารถใช้นับที่ข้อมูลการกำกับดูแลธุรกิจครอบครัวที่มีความซับซ้อน หรือเขียนข้อจำกัดบางประการไว้ในธรรมนูญครอบครัว ตัวอย่างเช่น การประชุมครอบครัว ข้อกำหนดและวิธีการให้ทุนสำรองแก่ผู้ถือหุ้น ตัวอย่างการร่างธรรมนูญครอบครัวควรมีอย่างน้อย 5 องค์ประกอบ ดังนี้

ส่วนที่ 1 วัตถุประสงค์ร่วมของครอบครัว

1.1 พันธกิจ ค่านิยม วิสัยทัศน์

ส่วนที่ 2 สิทธิการครอบครองหุ้น

2.1 บทบาทของผู้ถือหุ้น: สัดส่วนของจำนวนหรือมูลค่าของหุ้น สิทธิหรือประโยชน์ที่ได้รับ

2.2 นโยบายผลตอบแทนจากการลงทุน/การจ่ายปันผล

2.3 การถ่ายโอนหุ้น/สภาพคล่องของหุ้น: วิธีการ ซื้อกำหนด การซื้อ/ขาย หรือค้ำประกัน

2.4 ข้อกำหนดและวิธีการให้ทุนสำรองแก่ผู้ถือหุ้น

2.5 การประชุมผู้ถือหุ้น

ส่วนที่ 3 สิทธิของสมาชิกครอบครัว

3.1 บทบาทของสมาชิกในครอบครัว: ประเภทสมาชิก สิทธิในสวัสดิการและผลประโยชน์

3.2 ที่ประชุมครอบครัวและสภาครอบครัว: ก่อตั้งอย่างไร องค์ประกอบ ใครมีหน้าที่อย่างไร

3.3 สำนักงานธุรกิจครอบครัว (บริหารจัดการเกี่ยวกับธุรกิจ และครอบครัว)

3.4 นโยบายครอบครัว (เช่น การจ้างงานและค่าตอบแทนของสมาชิกครอบครัว การศึกษาของสมาชิกรุ่นต่อไป เป็นต้น)

ส่วนที่ 4 การกำกับดูแลธุรกิจ

4.1 บทบาทของคณะกรรมการ: กระบวนการแต่งตั้ง ใครมีหน้าที่อย่างไร

4.2 องค์ประกอบของคณะกรรมการ: วิธีการจัดโครงสร้าง ลักษณะซับซ้อนมากหรือน้อย

4.3 การสรรหาและประเมินผลงานคณะกรรมการ: กระบวนการสรรหา การจ่ายค่าตอบแทน

4.4 กรรมการจากภายนอก: กระบวนการสรรหาและแต่งตั้ง

4.5 การสื่อสาร/รายงานการประชุมผู้ถือหุ้นและการประชุมครอบครัว

4.6 การสร้างแรงจูงใจในการทำงาน: ค่าตอบแทนพิเศษ รางวัล คำชม เป็นต้น

4.7 วิธีการรักษาตำแหน่งคณะกรรมการในบริษัท

4.8 การประชุมคณะกรรมการ

ส่วนที่ 5 เบ็ดเตล็ด

5.1 วิธีการป้องกันข้อขัดแย้ง: การจัดการสวัสดิการและ

โดยเรื่องจำเป็นหลักที่ควรต้องมีการตกลงกันในธรรมนูญครอบครัว ได้แก่

1. ความเชื่อและความศรัทธาของครอบครัว

2. ปรัชญาของครอบครัว

3. กติกา มารยาทในครอบครัว

4. ความคาดหวังของครอบครัว

ผลประโยชน์ให้แก่สมาชิกครอบครัวอย่างเสมอภาค ยุติธรรม

5.2 การรักษาความลับ: องค์ความรู้ ทักษะ ความชำนาญในเรื่องนั้น เป็นความลับเฉพาะถ่ายทอดจากรุ่นสู่รุ่น

ซึ่งผมขอยกตัวอย่าง ธรรมนูญครอบครัวของธุรกิจครอบครัว ตระกูล MOGI หรือที่เรารู้จักกันในนามชอส Kikkoman ผู้บริหารคนปัจจุบันเป็นทายาทรุ่นที่ 15 ของตระกูล

CASE: MOGI Family Constitution

ข้อที่ 1 สมาชิกในครอบครัวต้องไม่สันทัด มีพึงวิวาท จงเคารพซึ่งกันและกัน อันจะก่อให้เกิดความก้าวหน้าและเจริญรุ่งเรืองต่อธุรกิจแห่งครอบครัว

ข้อที่ 2 จงเชื่อในพระเจ้าและพระพุทธรเจ้า ซึ่งเป็นแหล่งกำเนิดแห่งคุณงามความดีทั้งหลาย การมีศรัทธา เพื่อให้เกิดจิตใจที่สงบ

ข้อที่ 3 สมาชิกในครอบครัวต่างต้องสุภาพอ่อนน้อมต่อกัน หากผู้เป็นใหญ่ที่ไม่สุภาพ ผู้อื่นย่อมจะไม่นับถือ จึง



ให้ทุกคนมีความสุข ก็จะเกิดสันติและปรองดองกัน

ข้อที่ 4 ความดีต่างๆนำมาซึ่งความมั่งมีศรีสุขและอย่า
สับสนระหว่างเหตุกับผล ห้ามตัดสินคนด้วยฐานะแต่ตัดสิน
คนด้วยความดี

ข้อที่ 5 จงมีระเบียบ อุตสาหะ และความพากเพียร พร้อม
ทั้งให้ความสำคัญกับความอาวุโส และตำแหน่งหน้าที่

ข้อที่ 6 การทำธุรกิจนั้นขึ้นอยู่กับคน พึงเลือกใช้คนให้
เหมาะสมกับงาน อย่ามีอคติหรือเอาแต่ตนเป็นใหญ่
จนก่อผลเสียแก่งาน การมอบหมายงานให้แก่ผู้ที่เหมาะสม จะ
นำมาซึ่งความสุขในการทำงาน

ข้อที่ 7 การให้การศึกษาที่ดีแก่เยาวชน คือ ความ

รับผิดชอบของเราที่พึงมีต่อประเทศชาติ ทั้งนี้ ต้องฝึกฝน
ทั้งร่างกายและจิตใจให้มีคุณธรรม ปัญญา และสุขภาพ
ร่างกายที่สมบูรณ์แข็งแรง

ข้อที่ 8 พึงเผื่อแผ่แบ่งปันความรักให้กับทุกคน อันจะ
เป็นรากฐานแห่งการเป็นมนุษย์ที่ดี ซึ่งจะเป็นผลให้เรา
ดำรงชีวิตอยู่อย่างมีคุณค่า การใช้คำพูดอาจก่อให้เกิดผลในทาง
บวกหรือลบได้ หากใช้วาจาไม่เหมาะสมอาจก่อให้เกิดผลเสียได้
ส่วนปิยะวาจาจะส่งผลให้เกิดความสงบสุข ดังนั้นต้องใช้คำพูด
ต่างๆ อย่างระมัดระวัง

ข้อที่ 9 จงนบน้อมถ่อมตัวและพากเพียรให้ถึงที่สุด
ตามที่บรรพบุรุษได้สั่งสมสืบต่อกันมา และให้พยายามสืบสาน

Designed by rawpixel.com / Freepik



ข้อแนะนำในสร้างและพัฒนารรรมบุญ
ครอบครัว มีกระบวนการตาม
ขั้นตอน ดังนี้

1. ถามความต้องการของครอบครัว
2. ให้ความรู้เกี่ยวกับธุรกิจครอบครัว
3. ร่างธรรมนูญครอบครัว (ค่านิยม
วิสัยทัศน์ พันธกิจ ข้อตกลง
และนโยบายของครอบครัวเบื้องต้น)
4. จัดตั้งคณะกรรมการครอบครัว
(ที่ประชุมครอบครัว/สภาครอบครัว)
5. ประชุมครอบครัวร่วมกันกำหนด
นโยบาย ข้อตกลง และรับรอง
ธรรมนูญครอบครัว
6. กำหนดให้ทบทวน ปรับปรุง
นโยบาย/ข้อตกลงต่างๆ ในธรรมนูญ
ครอบครัว

ปณิธานอันนี้ให้ยืนยาวที่สุด เท่าที่จะทำได้

การกำกับดูแล ธุรกิจครอบครัว

Fred Neubauer และ Alden G. Lank ผู้เขียน “The Family Business—Its Governance for Sustainability” (ซึ่งหนังสือเล่มนี้จะมุ่งเขียนเฉพาะเรื่องโครงสร้างและการกำกับดูแลกิจการ ที่ดีของบริษัทครอบครัวโดยรวม) ได้ให้ความหมายของ Corporate Governance ได้หลายแบบด้วยกัน แต่กล่าวโดยสรุป Corporate Governance ในหนังสือดังกล่าว ให้หมายถึงระบบหรือโครงสร้างของธุรกิจครอบครัวที่มีกระบวนการที่จะชี้นำ (Direct) หรือควบคุม

(Control) บริษัทและรวมทั้งการรับผิดชอบ (Accounting for) ต่อบริษัทและผู้มีส่วนได้เสีย (ซึ่งรวมถึงผู้ถือหุ้นที่เป็นสมาชิกในครอบครัว พนักงาน ลูกจ้างและลูกค้า) นั่นเอง ซึ่งอาจจะกล่าวได้ว่า โครงสร้างของ Corporate Governance หรือโครงสร้างของธุรกิจครอบครัวจะต้องประกอบด้วย

1. การชี้นำ (Directing) ของบริษัท ซึ่งจะต้องไม่ได้หมายถึงการที่ปฏิบัติงานหรือการบริหารงานประจำวัน แต่การชี้แนะหรือการให้แนวทางในเรื่องต่างๆ เกี่ยวกับการบริหารงานดังนี้

1.1 คณะกรรมการบริษัทหรือผู้ถือหุ้นจะเป็นผู้วางกลยุทธ์แนวทางในการดำเนินการของบริษัทในระยะยาว

1.2 ความเกี่ยวข้องของผู้ถือหุ้นหรือกรรมการในการตัดสินใจเรื่องที่มีผลกระทบ หรือมีเรื่องที่สลับซับซ้อน

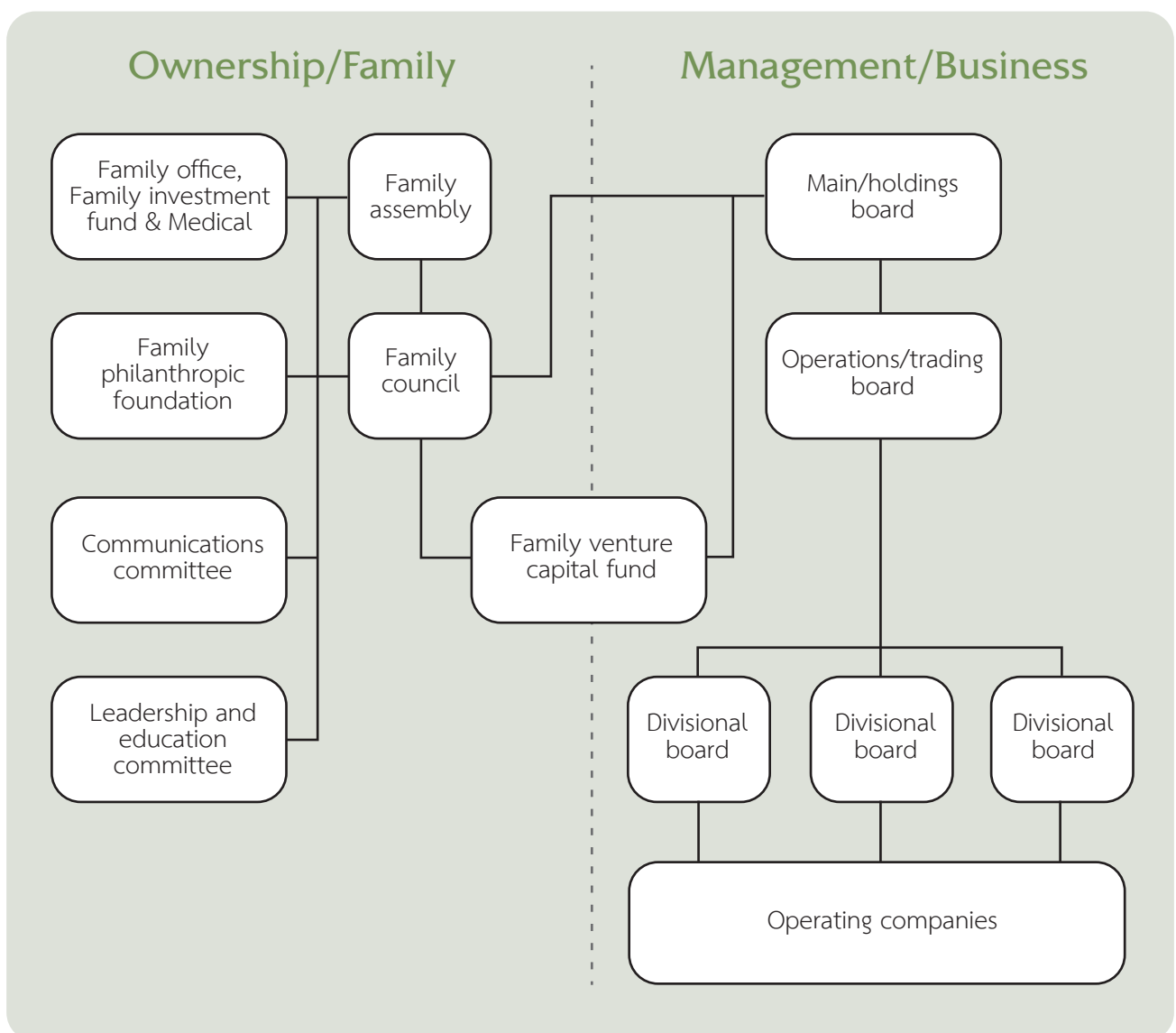
1.3 ความเกี่ยวข้องในการจัดหาทุนโดยรวมถึงการจัดหาแหล่งเงินทุนหรือทุนทาง บุคลากร และรวมทั้งการแต่งตั้งผู้บริหารระดับสูงของธุรกิจบริษัทครอบครัว

1.4 การเกี่ยวข้องในการที่จะเป็นตัวการในการตัดสินใจที่จะเป็นตัวอย่าง ทำให้เป็นตัวอย่างและแนวทางหรือที่จะ

ไม่สามารถถูกปรับเปลี่ยนได้

2. บริษัทครอบครัวยังจะต้องมีการควบคุม (Controlling) ในแง่ของการควบคุมผลงานของฝ่ายบริหารและการกำกับถึงความก้าวหน้าของวัตถุประสงค์ของบริษัท

3. การที่จะรับผิดชอบต่อสิ่งใดๆ (Accounting for) ที่ทำขึ้นในบริษัทในฐานะเป็นบริษัทต่อบุคคลที่เกี่ยวข้องหรือที่เรียกว่า “Stakeholders” ไม่ว่าจะเป็นเจ้าหนี้ ลูกหนี้ และ



ผู้เกี่ยวข้อง เช่น พนักงาน ลูกค้า โดยธุรกิจครอบครัวจะต้องมีประเด็นในเรื่องการดูแลผู้ถือหุ้นที่เป็นสมาชิกในครอบครัวอย่างเป็นธรรม

ที่สำคัญก็คือว่า การที่จะจัดโครงสร้างในธุรกิจครอบครัว เพื่อให้มีการกำกับดูแลกิจการนั้น นักวิชาการทั้งสองท่านได้แนะนำว่า

“การกำหนดข้อบังคับหรือที่เป็นข้อพึงปฏิบัติของบริษัท หรือที่เป็นข้อบัญญัติต่างๆ ของบริษัทครอบครัว ไม่ว่าจะเป็น ธรรมนูญครอบครัว วิสัยทัศน์ หลักการ ข้อพึงปฏิบัติ คุณค่าของครอบครัวหรือข้อปฏิบัติของสมาชิกในครอบครัว ไม่ว่าจะอยู่ในรูปของข้อบังคับหรือมีใช้ข้อบังคับที่เป็นลายลักษณ์อักษรหรือไม่ก็ตาม จะมีความสำคัญอย่างยิ่งเพื่อที่จะกำหนดโครงสร้างการบริหารจัดการให้เป็นไปตามวัตถุประสงค์ดังกล่าว” (กิตติพงศ์ อรุณพัฒน์พงศ์, source: www.thaibusinessmaster.com)

คณะกรรมการทำงานครอบครัว ก่อตั้งขึ้นมาเพื่อช่วยจัดระเบียบและหมวดหมู่ของความรับผิดชอบในครอบครัว โดยให้ความสำคัญในส่วนของผู้เจ้าของ ซึ่งเมื่อมองในแผนภาพของการเปรียบเทียบโครงสร้างการกำกับดูแลครอบครัวและธุรกิจ จะเห็นว่าเป็นการแยกปัญหาของครอบครัวออกจากปัญหาของธุรกิจ คณะกรรมการทำงานครอบครัวจะช่วยจัดการในด้านที่ซับซ้อนหลายด้านที่เกี่ยวกับครอบครัว เช่น การที่มีสมาชิกครอบครัวจำนวนมาก หลายรุ่น โดยในแผนภาพดังกล่าวจะเห็นว่าการแบ่งความเป็นเจ้าของออกจากธุรกิจ (ซึ่งบางครั้งบริหารโดยญาติหรือบุคคลจากภายนอก) ซึ่งถูกควบคุมโดยคณะกรรมการการดำเนินงานโดยมาจากสมาชิกของครอบครัวและบุคคลที่เชิญมาจากภายนอก อย่างไรก็ตามไม่ได้หมายความว่าแผนภาพดังกล่าวจะเหมาะกับทุกครอบครัว แต่ละครอบครัวต้องมีการออกแบบโครงสร้างและกำหนดการควบคุมที่เหมาะสมกับความต้องการของสมาชิกในครอบครัวซึ่งแตกต่างกันออกไปในครอบครัวของตนเอง



กล่าวโดยสรุปธรรมนูญครอบครัว เป็นการกำหนดภาพรวมและการจัดการเรื่องต่างๆ ของธุรกิจครอบครัว เช่น สภาครอบครัว แผนสืบทอดธุรกิจ และเงินกองทุนครอบครัว ซึ่งเป็นกฎกติกาหรือข้อตกลงร่วมกันที่สมาชิกในครอบครัวยอมรับและยึดถือเป็นแนวทางปฏิบัติ และมีการจัดตั้งสถาบันครอบครัวในรูปแบบที่ประชุมครอบครัว/สภาครอบครัว เพื่อกำกับดูแลจัดการเรื่องของครอบครัวให้เป็นไปตามธรรมนูญครอบครัวถึงแม้ว่าธุรกิจครอบครัวส่วนใหญ่ยังไม่มีการจัดทำธรรมนูญครอบครัวอย่างเป็นทางการ แต่จะมีการตั้งกฎและธรรมเนียมที่กำหนดสิทธิหน้าที่และความคาดหวังของสมาชิกครอบครัว รวมถึงนโยบายต่างๆ ในการกำกับดูแลธุรกิจ อย่างไรก็ตาม เมื่อครอบครัวมีขนาดใหญ่ขึ้นจำเป็นต้องมีการจัดทำธรรมนูญครอบครัวโดยเขียนเป็นลายลักษณ์อักษร และจัดตั้งที่ประชุมครอบครัว/สภาครอบครัวอย่างเป็นทางการ เพื่อกำกับดูแลร่วมกันของสมาชิกครอบครัวทุกคน 



กิตติมา แถลงกิจ

ประธาน YEC หอการค้าจังหวัดอยุธยา นักธุรกิจ จิตอาสา ถึงเวลาผู้นำรุ่นใหม่ ขับเคลื่อนประเทศไทย

น “เมื่อสังคมก้าวสู่ยุคสูงวัย นักธุรกิจรุ่นใหม่ YEC จะกลายเป็นผู้ขับเคลื่อนประเทศ” เรามักจะได้ยินถ้อยคำต่าง ๆ ผุดผ่น เช่นเดียวกับ มายด์ กิตติมา แถลงกิจ ประธาน YEC หอการค้าจังหวัด อยุธยา เธอมีประสบการณ์ตรง ในฐานะคนรุ่นใหม่ YEC ที่พบว่า YEC ก้าวไปพร้อมกับกำลังเป็นที่ต้องการของสังคมแท้จริง และกำลังเนื้อหอมที่สุดสุด หลังโซว์ผลงานเป็นที่ยอมรับ ทุกระดับ ตั้งแต่ท้องถิ่น ถึงระดับประเทศ ประธาน YEC มายด์ยอมรับว่า เธอมีโอกาสทำงาน ร่วมกับหลายภาคส่วน ทั้งภาครัฐ เอกชน และประชาชนทั่วไป เป็นประสบการณ์ที่ดี สามารถใช้ประโยชน์ในธุรกิจตนเองได้ แต่การทุ่มเทแรงกายแรงใจ ทำงานหนัก การสร้างผลลัพธ์ win win กับทุกฝ่าย เมื่อสังคมได้รับประโยชน์ ส่วนจิตอาสาเอง ก็สามารถรักษามาตรฐานธุรกิจตนเองได้ด้วย คำถามท้ายๆ นี้ยังรอค้นหาคำตอบว่า ความสมดุลการอยู่ตรงไหน...

ผู้นำพัฒนาองค์กรทั้งที่บ้าน และผู้ร่วมพัฒนาสังคม

คุณมายด์ กิตติมา แถลงกิจ ประธาน YEC หอการค้าจังหวัดอยุธยา เป็นสาวร่างเล็ก แต่ความรับผิดชอบ ความสามารถเกินตัวไปไกลมาก เพราะต้องรับผิดชอบงานรอบด้าน ทำงานหลายจังหวัดเป็นคนกรุงเทพฯ แต่ต้องรับผิดชอบงานครอบครัวด้านอาหารที่ จ.สมุทรสาคร และรับผิดชอบงานด้านอสังหาริมทรัพย์ ที่ จ.อยุธยา จนวันหนึ่งเธอยอมรับว่า เธอต้องการเพื่อนช่วยคิด นักธุรกิจวัยเดียวกัน จึงตัดสินใจสมัครเป็นสมาชิก YEC หอการค้าจังหวัดอยุธยา ตามคำแนะนำของเพื่อน YEC หอการค้าจังหวัดสมุทรสาคร จึงเป็นที่มาของการเริ่มต้นทำงานจิตอาสาไปกับเพื่อนๆ ตั้งแต่ปี 2558 จนได้รับเลือกตั้งให้รับ

ตำแหน่งประธาน YEC หอการค้าจังหวัดอยุธยา เจน 3 คนล่าสุด ในปี 2562

ผู้นำที่รักการเรียนรู้

ต้องเล่าย้อนว่า คุณมายด์ กิตติมา เป็นคนรักเรียน ทำงานเก่ง จบการศึกษา ระดับปริญญาตรี เกียรตินิยมอันดับ 2 ด้าน Food Technology คณะ

วิทยาศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ปริญญาโท Master of Science, Field of Study Risk Management, University of Southampton ที่ประเทศอังกฤษ เริ่มงานแรกด้านบริหารความเสี่ยง ที่ธนาคารเกียรตินาคิน ก่อนลาออกมาดูแล 2 ธุรกิจครอบครัว ตำแหน่ง Business Development





บริษัท Green Asset จำกัด บริหารโครงการบ้านจัดสรรหลายแห่งในกรุงเทพมหานครจนถึงอยุธยา อาทิ ร่มรื่น กรีนพาร์ค และ La Villa และเป็นกรรมการ บริษัท I.T.Food Industry จำกัด บริหารธุรกิจโรงงานผลิตอาหารแช่แข็งเพื่อส่งออก ในสมุทรสาคร และเป็นที่ปรึกษา บริษัท IP Commerce จำกัด ขึ้นทะเบียนเป็นที่ปรึกษากระทรวงการคลัง ลำดับรับตำแหน่งประธาน YEC หอการค้าจังหวัดอยุธยา และเลขานุการคณะกรรมการบริหารราชการแผ่นดินวุฒิสภา และกำลังศึกษาระดับปริญญา

เอก สาขาวิชารัฐประศาสนศาสตรมหาวิทาลัยรังสิต...

คิดจะทำอะไร ต้องไปให้สุด สร้างการยอมรับ YEC ในวงการศึกษา

แม่ตึกรี ด็อกเตอร์ เรียนยาก จบยาก แต่แวจบบของคุณมายด์ กิตติมา เริ่มฉายแวว เพราะมาจากการเป็น YEC ที่ทำให้อาจารย์ยอมรับความสำคัญของการสร้างเครือข่าย YEC จึงให้ทำหัวข้อวิทยานิพนธ์ ในเรื่อง “บทบาทเครือข่ายผู้ประกอบการรุ่นใหม่ต่อการพัฒนาเมือง”

โดยมีรุ่นพี่ประธาน YEC ที่โดดเด่นหลายคน มีอุดมการณ์เพื่อบ้านเกิด และเก่งบริหารเวลา บริหารธุรกิจไปพร้อมกัน จนเป็น IDOL ของเธอ อาทิ คุณปอยชนเขต บุญญขันธุ์ ประธานหอการค้าจังหวัดแม่ฮ่องสอน และอดีตประธาน YEC แม่ฮ่องสอน คุณจำ วรธรรณา ชินชูศักดิ์ เลขาธิการ หอการค้าจังหวัดสระบุรี และอดีตประธาน YEC สระบุรี คุณกอล์ฟ ชรินทร์ ธีญญวัฒน์กุล ประธานหอการค้าจังหวัดชลบุรี และอดีตประธาน YEC ชลบุรี และคุณเอก วีรยุทธ อนุจิตรอนันต์ ประธาน YEC ระยอง คือต้นแบบที่เธอต้องการทำวิจัยนำเสนอผลงาน และแนวคิดในการทำงาน YEC เพื่อเผยแพร่ต่อไปในวงกว้าง

การบริหารที่ดีคือ ใส่ใจรายละเอียด

เพราะรู้ว่า งานที่รับผิดชอบในฐานะประธาน YEC สำคัญ ต้องการบริหารเวลา บริหารสมาชิก และบริหารโครงการร่วมกับสมาชิก เพื่อสร้างพลังความร่วมมือกับทุกภาคส่วน หน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชน และประชาชนในจังหวัด และที่เกี่ยวข้องอีกมากมาย ดังนั้นการบริหารที่ดีจึงต้องใส่ใจในรายละเอียด ธุรกิจครอบครัวคือ หัวใจที่ต้องดูแลธุรกิจโรงงานผลิตอาหารในจ.สมุทรสาคร และธุรกิจอสังหาริมทรัพย์โครงการลา วิลล่า พอซซ์ ที่จ.อยุธยา และงานจิตอาสา ในตำแหน่งประธาน YEC หอการค้าจังหวัดอยุธยาเจน 3 ที่รับมอบนโยบายจากประธานคนก่อนเพื่อขับเคลื่อนสมาชิกที่ปัจจุบันรับสมัครเพิ่มอีก 13 คน รวมจำนวน 70 คน และขับเคลื่อน กิจกรรม YEC ของจังหวัด

อยุธยาอีกหลายโครงการ

“ตอบตกลงรับงานใหม่ เป็น เลขานุการ คณะกรรมการบริหาร ราชการแผ่นดิน วุฒิสภา เพราะเหตุผล เดียวคือ มายด้อยากช่วยทำประโยชน์ ให้แผ่นดิน”

ภาพลักษณ์ดี YEC ระดับประเทศ

ถึงแม้งานจะค่อนข้างมาก งาน เรียน ป.เอก ก็หนักใช้ได้อยู่ แต่โอกาสที่จะได้ทำงานเพื่อประเทศชาติ เธอเต็มใจอยากทำงานใหม่นี้ให้ได้ดีที่สุด กับ บทบาทใหม่ที่ได้รับมอบหมายจาก ท่าน สมาชิกวุฒิสภา ท่านธานี สุโขทัยน ถือ เป็นเกียรติอย่างสูงที่ไว้วางใจเธอ ให้ รับผิดชอบงาน ในตำแหน่งเลขานุการ คณะกรรมการบริหารราชการแผ่นดิน แม้จะแอบห่วงใจ เกรงจะไม่มีเวลามาก พอจะเข้าร่วมประชุม และลงพื้นที่พร้อม

สมาชิกวุฒิสภาในการพบปะประชาชน แต่ต้องจำนนกับเหตุผลในการรับงานนี้ เพราะคณะกรรมการฯ เองต้องการ ศักยภาพของนักบริหารรุ่นใหม่ในฐานะ ประธาน YEC ไปช่วยงานภารกิจสำคัญ

เพราะรู้ดีว่างานที่รับผิดชอบในฐานะประธาน YEC สำคัญ ต้องการบริหารเวลา บริหารสมาชิก และ บริหารโครงการร่วมกับสมาชิก เพื่อสร้างพลังความร่วมมือกับทุกภาคส่วน หน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชน และประชาชนในจังหวัด และที่ เกี่ยวข้องอีกมากมาย

ของประเทศ เธอจึงเริ่มงานใหม่นี้ เมื่อ เดือนตุลาคมปีนี้ ควบคู่กับหมวกทุกใบ ที่ต้องรับผิดชอบ เพื่อให้ทุกงานเดินไปได้ เธอใช้วิธีบริหารงานและเวลาไปพร้อม กัน “ทุกวันนี้ตื่น 6 โมงเช้า เข้านอน 5 ทุ่ม เที่ยงคืน โทรศัพท์แทบไม่ได้วางเลย”

เวทีแสดงศักยภาพ ของ YEC ผ่าน 3 ภารกิจหลัก

3 กิจกรรมสำคัญของ YEC หอการค้า จังหวัดอยุธยา ในปี 2562 ประกอบด้วย

กิจกรรมที่ 1 ธารรงค์เพิ่มสมาชิก YEC ที่มีคุณภาพ ตั้งเป้ารับนักธุรกิจ จิตอาสา ที่พร้อมวางค่าสมัคร 9,900 บาทต่อปี เป็นค่าจัดประชุมสมาชิกรวม ค่าอาหาร และอุปกรณ์ เป็นการสกรีน เบื้องต้นเพื่อค้นหาผู้ตั้งใจจริง มีอุดมการณ์ ร่วมกัน ล่าสุดได้สมาชิกเพิ่มอีก 13 คน รวมของเดิม แล้วเป็น 70 คน ไม่เชื่อก็ ต้องเชื่อว่า ทุกคนร่วมแรงร่วมใจทำงาน เห็นความเป็นคนรุ่นใหม่ที่มีกระตือรือร้น เพื่อส่วนรวม เพราะคุณมายด์แสดง ความทุ่มเท และเข้าใจข้อจำกัดของ สมาชิก เชื่อว่าทุกคนมีของ จึงจัดสรร งาน และหน้าที่ให้ทุกคนได้มีโอกาส ปลอ่ยของอย่างเต็มที่ ตัวอย่าง สมาชิก เป็นเจ้าของร้านค้าทอง ไม่สามารถทิ้ง ร้านได้ ก็สามารถช่วยงานทะเบียน สมาชิก หรืองานออนไลน์ได้ เป็นต้น

กิจกรรมที่ 2 Ayutthaya Run Run หรือชื่อเดิม”วิ่งต้านโกง” ต่อต้าน คอร์รัปชัน เพื่อสร้างกิจกรรมการมีส่วนร่วมของประชาชนชาวอยุธยาต่อการ ธารรงค์ต้านโกง ผ่านกิจกรรมวิ่งเพื่อ





สุขภาพ มีสมาชิก YEC ทำหน้าที่ประธานจัดงาน ที่สามารถปล่อยของออกมาได้อย่างสมศักดิ์ศรี จัดไปแล้วเมื่อเร็วๆ นี้ได้รับผลตอบรับดีเกินคาด มีผู้ร่วมงานกว่า 4,000 คน จากเป้า 3,500 คน งานนี้ทำให้ท้องเที่ยวอยุธยาบูมสุด ห้องพักทุกโรงแรมใจกลางจังหวัดอยุธยาเต็ม 100% จน ททท. อยุธยาขอพบทีม YEC ด้วย เพื่อทำความรู้จักกับกลุ่ม YEC และภารกิจให้มากยิ่งขึ้น เพื่อเดินทางร่วมงานกันต่อไป

กิจกรรมที่ 3 “The Taste of Ayutthaya 2019” เป็นโครงการที่บอกเล่าประวัติศาสตร์ของประเทศไทยผ่านวัฒนธรรมการกินอาหาร โดย 4 เชฟเทเบิล ระดับชั้นนำของประเทศ แบ่งเป็น 4 ยุคตามอยุธยา ได้แก่ ยุคก่อตั้งกรุง ยุครุ่งเรือง ยุคเสียกรุง และยุคปัจจุบัน จัดทุกวันเสาร์ ตลอดเดือนพฤศจิกายน โบราณสถานอันล้ำค่า หมู่บ้านญี่ปุ่น เพื่อต้องการสร้างแรงบันดาลใจให้ผู้ประกอบการรายย่อยจังหวัด ร่วมกันสร้างการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์รูปแบบใหม่ ในขณะเดียวกัน เป็นการแสดงให้เห็นว่าแขกผู้มีเกียรติ จ่ายค่าบัตร ถึงใบละ 6,000 บาท เพื่อจะได้สัมผัสกับวัฒนธรรมการกินแบบดั้งเดิมในโบราณสถานที่อยู่ในอยุธยา ทำให้ชุมชนเกิดความรักและหวงแหนโบราณสถานของเค้าเอง โดยเฉพาะอย่างยิ่ง



ทำตรงนี้ เหนื่อย ถึงเหนื่อยมาก มีปัญหาเข้ามาเพื่อเรียนรู้ ยิ่งสังคมเข้าสู่ยุคสูงวัย YEC จะเข้ามารับหน้าที่ขับเคลื่อนประเทศ ตามยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปีของรัฐบาล การลดอำนาจรัฐ เพิ่มอำนาจประชาชน ยิ่งเป็นการส่งเสริมสนับสนุนให้ YEC ต้องทำงานกับภาครัฐเพื่อพัฒนาเมืองต่อไป

โครงการนี้ได้รับรางวัลชนะเลิศ “โครงการท่องเที่ยวชุมชน” จาก Seed 5 อีกด้วย

โมเดล WIN WIN เพื่อตอบให้ได้ว่า YEC ทำงานเพื่อสังคมแล้ว เราจะได้อะไร

“ทำตรงนี้ เหนื่อย ถึงเหนื่อยมาก มีปัญหาเข้ามาเพื่อเรียนรู้ ยิ่งสังคมเข้าสู่ยุคสูงวัย YEC จะเข้ามารับหน้าที่ขับเคลื่อนประเทศตามยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปีของรัฐบาล การลดอำนาจรัฐ เพิ่มอำนาจประชาชน ยิ่งเป็นการส่งเสริมสนับสนุนให้ YEC ต้องทำงานกับภาครัฐ

เพื่อพัฒนาเมืองต่อไป ไม่มีอะไรดีเท่าให้คนท้องถิ่น บริหารบ้านเกิดตัวเอง ไม่มีใครรู้พื้นที่ รักพื้นที่ดีกว่าเรา ในอนาคตจะต้องมีรูปแบบที่ Win Win ทั้งสองฝ่ายทำงานร่วมกันอย่างยั่งยืน เมื่อ YEC ทำงานหนัก ก็ควรได้รับผลตอบแทน จุดสมดุลจะอยู่ที่ไหน โมเดลการทำงานควรออกมาอย่างไร เป็นสิ่งที่ยามัคสนใจศึกษาทำวิจัยปริญญาเอกอยู่”

เป็นกำลังใจให้คุณมายด์ กิตติมา แถลงกิจ ประธาน YEC หอการค้าจังหวัดอยุธยา สาวเทคนิกวัย 35 ปี ที่มีพลังล้นเหลือ ได้สามารถค้นหาคำตอบได้สำเร็จภายในเร็ววันนะคะ 

WANTED

เด็กหัวการค้า



รับสมัครนักศึกษาใหม่ ปี 2560
ตั้งแต่วันนี้เป็นต้นไป
มีทุนการศึกษาและสิทธิพิเศษมากมาย



นักศึกษาใหม่จะได้รับ
iPad Mini4*
เป็นอุปกรณ์การเรียน
ในระบบ Digital Hybrid
Learning System