

Thailand Economic & Business Review

ปีที่ 15 ฉบับที่ 11
November 2019

Economic Review

ดัชนีสถานการณ์ธุรกิจ SMEs และดัชนีความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจ SMEs ประจำไตรมาสที่ 3/2562

โดย ธนาคารพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมแห่งประเทศไทย ร่วมกับศูนย์พยากรณ์เศรษฐกิจและธุรกิจ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย

Poll

10 อันดับธุรกิจดาวเด่น 2563
โดย ศูนย์พยากรณ์เศรษฐกิจและธุรกิจ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย

Strategy

ธุรกิจครอบครัว ตอน
การเข้าจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์
โดย ศร. ดร. เอกชัย อภิศักดิ์กุล

Interview

ชญาธิษฐ ชีรัมย์
ประธาน YEC หอการค้า
จังหวัดบุรีรัมย์

ทำได้ ทำจริง



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 รายงานพิเศษ กับแนวทางการประชุมสัมมนาหอการค้าทั่วประเทศ ประจำปี 2562 ปีนี้ธีม THAITAY in ACTION: ไทยเท่ ทำได้ ทำจริง โดยปีนี้แบ่งออกเป็น 3 กลุ่ม ได้แก่ 1. กลุ่มการค้าและการลงทุน 2. กลุ่มเกษตรและอาหาร และ 3. กลุ่มการท่องเที่ยวและบริการ ซึ่งแต่ละกลุ่มจะมุ่งเน้นการพัฒนาใน 3 เรื่อง ได้แก่ การประยุกต์ใช้ดิจิทัล (Digital Economy) การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ (Human Capital) และเรื่องเศรษฐกิจหมุนเวียน (Circular Economy) ผลสรุปและข้อเสนอแนะทั้งหมดที่ได้จากการสัมมนาในครั้งนี้ หอการค้าไทยจะนำเสนอให้กับรัฐบาลและหน่วยงานราชการที่เกี่ยวข้องได้พิจารณา เพื่อนำไปสู่การปฏิบัติให้เกิดผลเป็นรูปธรรมต่อไป

และฉบับนี้ยังได้นำโพสท์เรื่อง 10 อันดับธุรกิจเด่น 2563 ต่อด้วย Economic Review กับ ดัชนีสถานการณ์ธุรกิจ SMEs และดัชนีความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจ SMEs ประจำปีไตรมาสที่ 3/2562 โดยศูนย์พยากรณ์เศรษฐกิจและธุรกิจ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย และต่อด้วย Strategy กับธุรกิจครอบครัว ตอน การเข้าจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ โดย รองศาสตราจารย์ ดร. เอกชัย อภิศักดิ์กุล และ ปิดท้ายด้วย บทสัมภาษณ์ YEC พบกับ ชญานิษฐ ชีรัมย์ ประธาน YEC หอการค้าจังหวัดบุรีรัมย์

ฉบับนี้ ได้นำเนื้อหาหลากหลายมาอัปเดตเรื่องเศรษฐกิจตั้งแต่ดัชนีความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจ SMEs และแนวทางการพัฒนาธุรกิจ และหลักการทำงานของนักธุรกิจรุ่นใหม่กับ YEC Update ทั้งหมดนี้เราหวังว่าเนื้อหาที่ทีมบรรณาธิการได้จัดทำมานั้นจะสร้างคุณประโยชน์ทางความคิดและการพัฒนาธุรกิจและองค์กรให้กับผู้อ่านทุกท่าน และตอนนี้ทุกท่านสามารถติดตามอ่าน Thailand Economic & Business Review ทางสื่อออนไลน์ได้ที่ Facebook: <https://www.facebook.com/ThailandEcoReview> Line Official: @ThailandEcoReview ค่ะ

อารดา มหามิตร
บรรณาธิการบริหาร



ปริญญาโท/เอก HUB ของธุรกิจ OF BUSINESS CONNECTIONS

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



**Thailand
Economic
& Business
Review**



ThailandEcoReview



@ThailandEcoReview



YouTube ThailandEconomic&BusinessReview

4 Editor's Notes

9 ดัชนีสถานการณ์ธุรกิจ SMEs และ
ดัชนีความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจ SMEs
ประจำไตรมาสที่ 3/2562

20 “THAITAY in ACTION :
ไทยเท่ ทำได้ ทำจริง”

26 ธุรกิจครอบครัว
การเข้าจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์

SPECIAL REPORT
“THAITAY in ACTION :
ไทยเท่ ทำได้ ทำจริง”

20

ทีมบรรณาธิการ

ที่ปรึกษา: อิสระ ว่องกุศลกิจ, วิชัย อัศวัสกร, 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 อยู่ในธรรม, รศ.ดร. วีระชาติ กิเลนทอง, ดร. โรจนศักดิ์ โฉมวิไลลักษณ์,
อมรเทพ ทวีพานิชย์, ดร. ไพจิตร วิบูลย์ธนสาร, ดร. ศศิวิมล วรณศิริ, ดร. ตระหนักจิต ยุทธรรยง, ดร. จิตรัตน์ ช่างหล่อ ฯลฯ

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

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



34

ชญานิษฐ์ ชีรัมย์

ประธาน YEC หอการค้าจังหวัดบุรีรัมย์
เล่ม 5 เวนนี้ "พีค"ไปด้วยกัน ไปใต้ไกล

**“THAITAY in ACTION :
ไทยเท่ ทำได้ ทำจริง”**

20

หอการค้าไทย ร่วมกับ หอการค้าทั่วประเทศ และเครือข่าย
เตรียมจัดสัมมนาหอการค้าทั่วประเทศ ครั้งที่ 37
ในวันที่ 29 พ.ย. – 1 ธ.ค. 62 ณ หอประชุมใหญ่
มหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี จังหวัดลำปาง โดย Theme
ในปีนี้เป็น “THAITAY in ACTION : ไทยเท่ ทำได้ ทำจริง”
และจะนำผลสัมมนาเสนอรัฐบาลพิจารณา
เพื่อนำไปสู่การปฏิบัติให้เกิดผล
เป็นรูปธรรม

**ดัชนีสถานการณ์ธุรกิจ SMEs และ
ดัชนีความสามารถในการ
แข่งขันของธุรกิจ SMEs
ประจำปีงบประมาณที่ 3/2562**

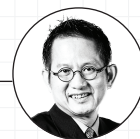
09

ความต้องการความช่วยเหลือ
สนับสนุนหรือพัฒนากิจการจาก
ภาครัฐด้านสินเชื่อ เช่น การลด
ข้อจำกัดในการอนุมัติสินเชื่อ
เพื่อการเข้าถึงสินเชื่อให้ง่ายขึ้น
อาทิ ลดขั้นตอน ลดเอกสาร
ปรับลดอัตราดอกเบี้ย การ
ปรับโครงสร้างหนี้

**QUOTE
in
this ISSUE**

การนำ
บริษัทเข้าสู่ตลาด
หลักทรัพย์มีทั้งประโยชน์
และปัจจัยเสี่ยงที่ครอบครัวต้องทำความเข้าใจอย่างละเอียด
เพื่อให้การตัดสินใจอยู่บนพื้นฐานของความครบถ้วนเรื่องข้อมูล
การวิเคราะห์และประเมินที่อยู่บนความเป็นจริงเพื่อวิเคราะห์ว่า
การนำเข้าไปจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์นั้น ธุรกิจและ
ครอบครัวมีความพร้อมมากน้อยแค่ไหน และประโยชน์ที่จะ
ได้มากน้อยแค่ไหน ต้องทำการประเมิน
ผลกระทบที่จะเกิดขึ้น

26



**ธุรกิจครอบครัว
การเข้าจดทะเบียน
ในตลาดหลักทรัพย์**

ดัชนีสถานการณ์ธุรกิจ SMEs และ ดัชนีความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจ SMEs ประจำไตรมาสที่ 3/2562

ธนาคารพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมแห่งประเทศไทย ร่วมกับศูนย์พยากรณ์เศรษฐกิจและธุรกิจ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย



UTCC University of
the Thai Chamber
of Commerce
มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย



UTCC
Center for Economic
and Business Forecasting
ศูนย์พยากรณ์เศรษฐกิจและธุรกิจ

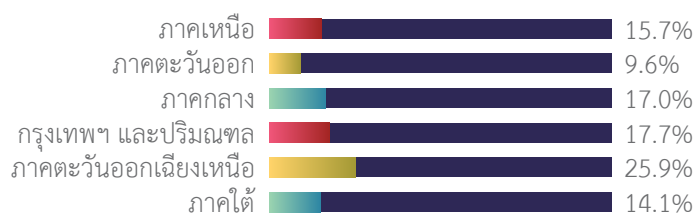


ลักษณะทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง

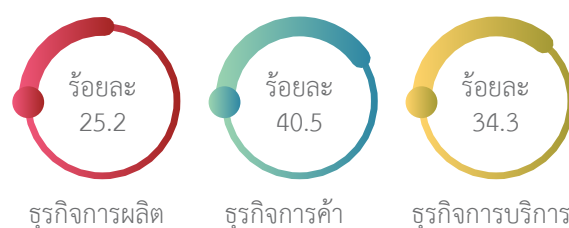
ช่วงที่สำรวจข้อมูล: 26 กันยายน - 10 ตุลาคม 2562 จำนวนตัวอย่าง: 1,234 ตัวอย่าง

สัดส่วนของกลุ่มตัวอย่าง (1)

จำแนกตามภูมิภาค



ประเภทของธุรกิจ

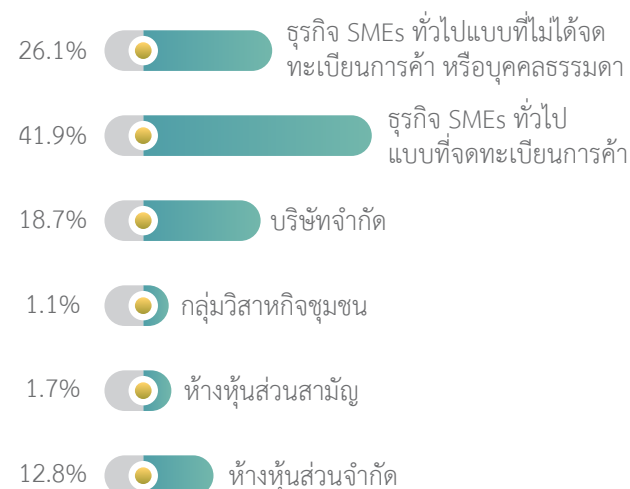


สัดส่วนของกลุ่มตัวอย่าง (2)

จำแนกตามขนาดของธุรกิจ

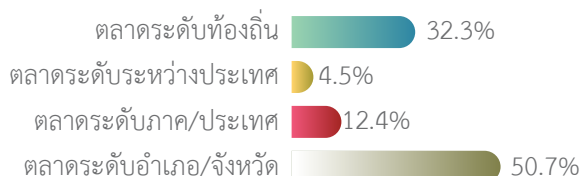


รูปแบบการดำเนินธุรกิจ

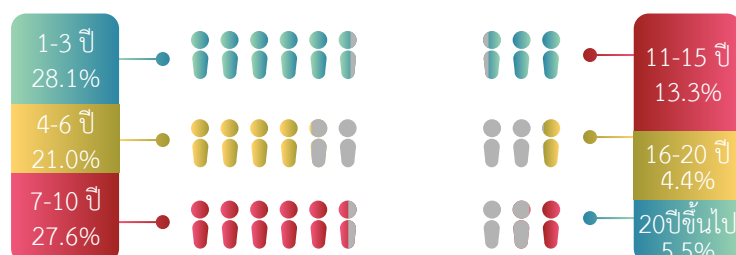


สัดส่วนของกลุ่มตัวอย่าง (3)

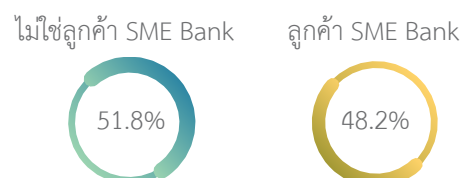
จำแนกตามระดับตลาดการแข่งขัน



จำแนกระยะเวลาที่เปิดดำเนินการ



สัดส่วนของกลุ่มตัวอย่าง (4)



ดัชนีความสามารถในการแข่งขันฯ ประจำปีไตรมาสที่ 3/2562

องค์ประกอบของดัชนีความสามารถในการแข่งขันฯ

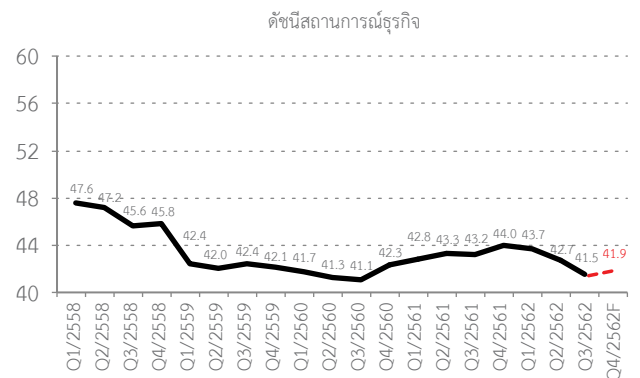
ค่าดัชนีฯ จะมีค่าสูงสุดเท่ากับ 100 และมีค่าต่ำสุดเท่ากับ 0 โดยถ้าหาก



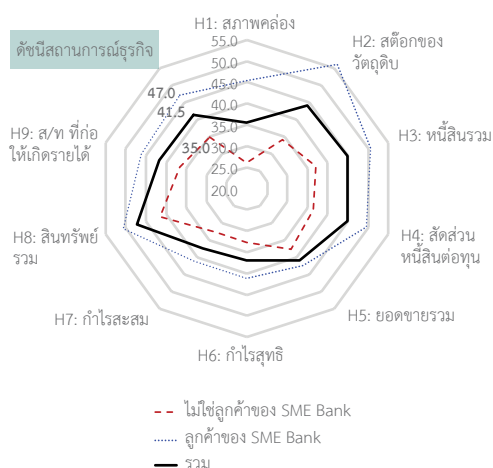
ดัชนีสถานการณ์ธุรกิจ ไตรมาสที่ 3/2562

ดัชนีสถานการณ์ธุรกิจ ไตรมาสที่ 3/2562 อยู่ที่ระดับ 41.5 ปรับตัวลดลง 1.2 จุด เมื่อเทียบกับไตรมาสที่ผ่านมา

	H1: สภาพคล่อง	H2: สต็อกของวัตถุดิบ	H3: หนี้สินรวม	H4: สัดส่วนหนี้สินต่อทุน	H5: ยอดขายรวม	H6: กำไรสุทธิ	H7: กำไรสะสม	H8: สินทรัพย์รวม	H9: สินทรัพย์ที่ก่อให้เกิดรายได้	ดัชนีสถานการณ์ธุรกิจ
Q4/2561	38.0	47.2	46.9	46.7	43.7	40.6	40.1	48.4	44.1	44.0
Q1/2562	37.9	47.1	46.7	46.4	43.3	40.3	39.6	48.1	44.0	43.7
Q2/2562	36.9	45.5	45.9	45.7	42.2	38.7	38.6	47.7	42.8	42.7
Q3/2562	35.6	44.1	44.9	45.0	41.0	36.9	37.5	47.2	41.7	41.5
การเปลี่ยนแปลง	-1.3	-1.4	-1.0	-0.7	-1.2	-1.8	-1.1	-0.5	-1.1	-1.2

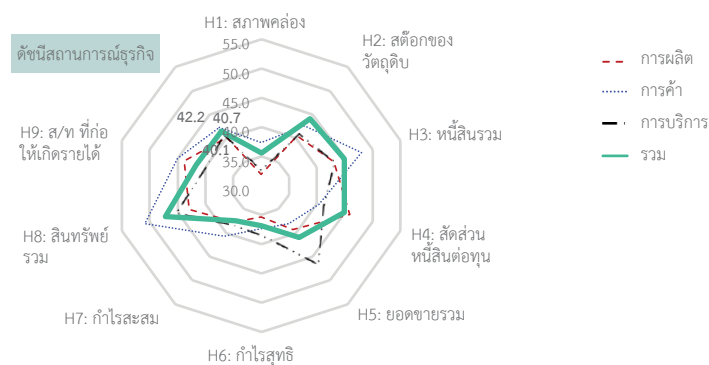


ดัชนีสถานการณ์ธุรกิจ ไตรมาสที่ 3/2562 จำแนกตามลักษณะการเป็นลูกค้า



		H1: สภาพคล่อง	H2: สต็อกของวัตถุดิบ	H3: หนี้สินรวม	H4: สัดส่วนหนี้สินต่อทุน	H5: ยอดขายรวม	H6: กำไรสุทธิ	H7: กำไรสะสม	H8: สินทรัพย์รวม	H9: สินทรัพย์ที่ก่อให้เกิดรายได้	ดัชนีสถานการณ์ธุรกิจ
Q2/2562	ไม่ใช่ลูกค้า	27.6	35.2	38.3	37.7	39.3	34.1	33.6	42.6	37.6	36.2
	ลูกค้า SME Bank	46.3	57.1	51.6	50.6	43.6	42.2	42.1	51.4	46.9	48.0
Q3/2562	ไม่ใช่ลูกค้า	26.1	34.1	37.0	36.4	37.8	32.8	32.6	41.6	36.6	35.0
	ลูกค้า SME Bank	45.3	56.2	50.6	49.6	42.5	41.2	41.2	50.7	46.1	47.0
การเปลี่ยนแปลง	ไม่ใช่ลูกค้า	-1.5	-1.1	-1.3	-1.3	-1.5	-1.3	-1.0	-1.0	-1.0	-1.2
	ลูกค้า SME Bank	-1.0	-0.9	-1.0	-1.0	-1.1	-1.0	-0.9	-0.7	-0.8	-1.0

ดัชนีสถานการณ์ธุรกิจ ไตรมาสที่ 3/2562 จำแนกตามประเภทธุรกิจ



ดัชนีสถานการณ์ธุรกิจ ไตรมาสที่ 3/2562 จำแนกตามธุรกิจการผลิต

	H1: สภาพคล่อง	H2: สติของวัตถุดิบ	H3: หนี้สินรวม	H4: สัดส่วนหนี้สินต่อทุน	H5: ยอดขายรวม	H6: กำไรสุทธิ	H7: กำไรสะสม	H8: สินทรัพย์รวม	H9: สินทรัพย์ที่ก่อให้เกิดรายได้	ดัชนีสถานการณ์ธุรกิจ
ธุรกิจอาหาร และเครื่องดื่ม	32.3	54.1	42.7	43.3	43.1	36.1	41.0	41.2	42.7	41.8
ธุรกิจสิ่งทอ และแฟชั่น	31.7	31.2	42.7	44.6	39.0	33.9	33.4	42.4	41.5	37.8
ธุรกิจหัตถกรรม	36.2	29.6	39.0	54.8	21.5	30.4	47.4	29.5	32.0	35.6
ธุรกิจพลาสติก และยาง	38.1	42.6	43.7	41.5	40.3	41.5	29.5	50.9	48.7	41.9
ธุรกิจอัญมณี และเครื่องประดับ	35.3	36.1	33.6	41.1	42.4	39.6	37.1	37.3	43.7	38.5
ธุรกิจชิ้นส่วนยานยนต์	22.4	54.0	54.7	63.4	55.5	36.7	31.4	54.8	61.8	48.3
ธุรกิจสิ่งพิมพ์	44.3	42.9	40.0	36.0	46.7	46.4	52.6	52.6	57.0	46.5
ธุรกิจเฟอร์นิเจอร์ และผลิตภัณฑ์จากไม้	23.6	48.5	46.7	44.1	33.8	28.5	29.0	30.1	31.9	35.1
รวม	32.0	40.5	43.0	45.9	39.3	35.3	37.7	43.0	43.8	40.1

ดัชนีสถานการณ์ธุรกิจ ไตรมาสที่ 3/2562 จำแนกตามธุรกิจการค้า

	H1: สภาพคล่อง	H2: สติของวัตถุดิบ	H3: หนี้สินรวม	H4: สัดส่วนหนี้สินต่อทุน	H5: ยอดขายรวม	H6: กำไรสุทธิ	H7: กำไรสะสม	H8: สินทรัพย์รวม	H9: สินทรัพย์ที่ก่อให้เกิดรายได้	ดัชนีสถานการณ์ธุรกิจ
ธุรกิจค้าส่ง	34.0	44.2	42.8	40.4	35.6	35.5	38.7	45.2	39.1	39.5
ธุรกิจค้าปลีก	41.6	43.5	53.4	40.7	41.7	41.6	43.5	55.5	51.8	45.9
รวม	37.3	42.6	48.0	40.3	38.0	37.3	40.7	50.9	45.0	42.2

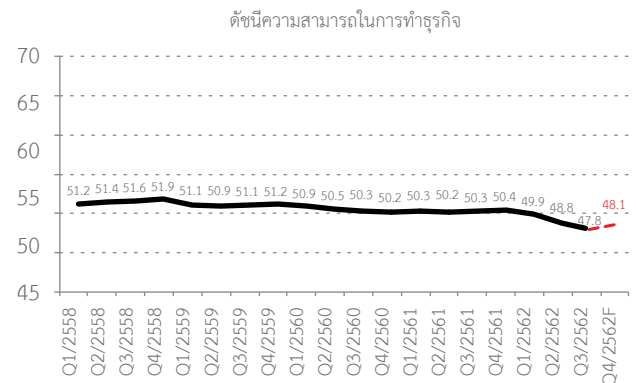
ดัชนีสถานการณ์ธุรกิจ ไตรมาสที่ 3/2562 จำแนกตามประเภทธุรกิจการบริการ

	H1: สภาพคล่อง	H2: สัดส่วนของ วัตถุดิบ	H3: หนี้สินรวม	H4: สัดส่วน หนี้สินต่อทุน	H5: ยอดขายรวม	H6: กำไรสุทธิ	H7: กำไรสะสม	H8: สินทรัพย์รวม	H9: สินทรัพย์ที่ ก่อให้เกิดรายได้	ดัชนีสถานการณ์ ธุรกิจ
ธุรกิจร้านอาหาร/ภัตตาคาร	44.0	49.4	40.4	44.8	56.8	36.3	33.4	44.8	37.2	43.0
ธุรกิจบริการเสริมสวย (ร้านเสริมสวย เครื่องสำอางค์)	35.1	45.0	49.3	45.4	39.0	38.9	39.9	43.7	41.9	42.0
ธุรกิจบริการด้านสุขภาพและความงาม	34.1	51.5	42.6	28.8	58.8	41.0	42.0	44.7	38.9	42.5
ธุรกิจท่องเที่ยว/สันทนาการ	33.8	44.7	46.7	55.7	47.7	35.4	33.8	55.2	47.8	44.5
ธุรกิจโรงแรม/เกสต์เฮาส์	31.7	53.0	49.3	50.4	54.3	43.2	39.0	55.3	44.6	46.8
ธุรกิจบริการด้านการศึกษา	20.6	24.1	33.5	30.0	24.9	29.1	27.7	30.8	41.5	29.1
ธุรกิจขนส่ง และโลจิสติกส์	33.6	36.7	37.6	31.4	51.6	43.2	42.2	41.8	42.3	40.0
ธุรกิจก่อสร้าง/พัฒนาอสังหาริมทรัพย์	33.9	38.7	47.0	43.6	38.9	46.8	46.8	41.1	38.6	41.7
รวม	32.7	40.9	43.1	41.1	46.5	38.3	38.3	45.2	39.9	40.7

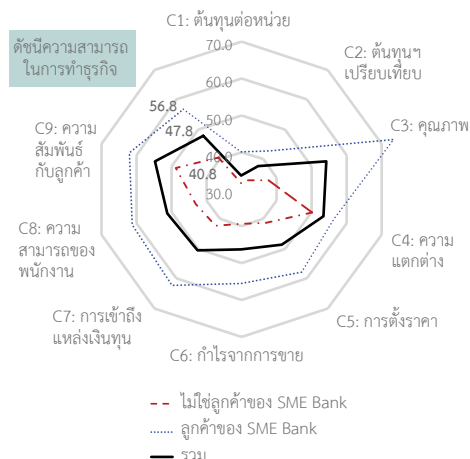
ดัชนีความสามารถในการทำธุรกิจ ไตรมาสที่ 3/2562

ดัชนีความสามารถในการทำธุรกิจ ไตรมาสที่ 3/2562 อยู่ในระดับ 47.8 ปรับตัวลดลง 1.0 จุด เมื่อเทียบกับไตรมาสก่อนหน้า

	C1: ต้นทุน ต่อหน่วย	C2: ต้นทุน เปรียบเทียบ	C3: คุณภาพ	C4: ความ แตกต่าง	C5: การตั้งราคา	C6: กำไรจาก การขาย	C7: การเข้าถึง แหล่งเงินทุน	C8: ความสามารถ ของพนักงาน	C9: ความสัมพันธ์ กับลูกค้า	ดัชนีความสามารถ ในการทำธุรกิจ
Q4/2561	35.8	40.2	56.0	54.3	52.2	50.2	53.4	54.0	58.0	50.4
Q1/2562	35.3	39.4	55.6	54.0	51.5	49.7	52.9	53.6	57.5	49.9
Q2/2562	34.5	38.6	54.9	53.9	49.9	47.9	51.8	52.4	55.1	48.8
Q3/2562	33.6	37.8	54.3	53.5	48.6	46.3	50.4	51.2	54.8	47.8
การเปลี่ยนแปลง	-0.9	-0.8	-0.6	-0.4	-1.3	-1.6	-1.4	-1.2	-0.3	-1.0

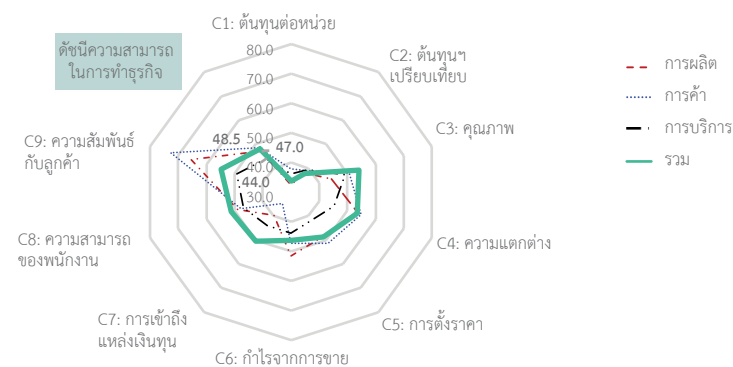


ดัชนีความสามารถในการทำธุรกิจ ไตรมาสที่ 3/2562 จำแนกตามลักษณะการเป็นลูกค้า



		C1: ต้นทุน ต่อหน่วย	C2: ต้นทุน เปรียบเทียบ	C3: คุณภาพ	C4: ความ แตกต่าง	C5: การตั้งราคา	C6: กำไรจาก การขาย	C7: การเข้าถึง แหล่งเงินทุน	C8: ความสามารถ ของพนักงาน	C9: ความสัมพันธ์ กับลูกค้า	ดัชนีความสามารถ ในการทำธุรกิจ
Q2/2562	ไม่ใช่ลูกค้า	31.5	33.0	37.8	50.1	41.3	39.3	42.1	43.2	48.8	40.8
	ลูกค้า SME Bank	40.3	43.0	73.4	56.4	57.8	55.5	62.2	61.2	61.9	56.8
Q3/2562	ไม่ใช่ลูกค้า	30.3	32.1	37.0	49.6	39.8	37.3	40.3	41.4	48.3	39.6
	ลูกค้า SME Bank	39.7	42.3	73.0	56.1	56.8	54.3	61.3	60.7	61.8	56.2
การเปลี่ยนแปลง	ไม่ใช่ลูกค้า	-1.2	-0.9	-0.8	-0.5	-1.5	-2.0	-1.8	-1.8	-0.5	-1.2
	ลูกค้า SME Bank	-0.6	-0.7	-0.4	-0.3	-1.0	-1.2	-0.9	-0.5	-0.1	-0.6

ดัชนีความสามารถในการทำธุรกิจ ไตรมาสที่ 3/2562 จำแนกตามประเภทธุรกิจ



ดัชนีความสามารถในการทำธุรกิจ ไตรมาสที่ 3/2562 จำแนกตามธุรกิจการผลิต

	C1: ต้นทุนต่อหน่วย	C2: ต้นทุนฯ เปรียบเทียบ	C3: คุณภาพ	C4: ความแตกต่าง	C5: การตั้งราคา	C6: กำไรจากการขาย	C7: การเข้าถึงแหล่งเงินทุน	C8: ความสามารถของพนักงาน	C9: ความสัมพันธ์กับลูกค้า	ดัชนีความสามารถในการทำธุรกิจ
ธุรกิจอาหาร และเครื่องดื่ม	32.8	32.3	60.4	49.4	47.4	46.9	38.3	44.6	60.1	45.8
ธุรกิจสิ่งทอ และแฟชั่น	38.4	36.5	48.4	48.1	47.3	42.9	45.3	65.8	71.2	49.3
ธุรกิจหัตถกรรม	19.1	35.8	40.3	44.7	39.6	23.1	19.2	31.0	57.4	34.5
ธุรกิจพลาสติก และยาง	28.1	45.2	45.3	57.2	54.8	63.5	38.6	48.8	78.6	51.1
ธุรกิจอัญมณี และเครื่องประดับ	32.2	45.4	48.1	48.9	53.6	50.1	42.6	58.0	64.5	49.3
ธุรกิจชิ้นส่วนยานยนต์	39.2	48.1	32.3	68.9	60.6	72.1	39.1	57.2	83.0	55.6
ธุรกิจสิ่งพิมพ์	44.4	29.1	33.0	63.8	44.0	78.4	64.9	48.3	58.7	51.6
ธุรกิจเฟอร์นิเจอร์ และผลิตภัณฑ์จากไม้	27.5	33.1	51.9	47.9	45.1	47.3	30.6	46.5	68.4	44.3
รวม	32.5	38.0	44.4	53.9	48.5	51.6	39.7	49.0	65.3	47.0

ดัชนีความสามารถในการทำธุรกิจ ไตรมาสที่ 3/2562 จำแนกตามธุรกิจการค้า

	C1: ต้นทุนต่อหน่วย	C2: ต้นทุนฯ เปรียบเทียบ	C3: คุณภาพ	C4: ความแตกต่าง	C5: การตั้งราคา	C6: กำไรจากการขาย	C7: การเข้าถึงแหล่งเงินทุน	C8: ความสามารถของพนักงาน	C9: ความสัมพันธ์กับลูกค้า	ดัชนีความสามารถในการทำธุรกิจ
ธุรกิจค้าส่ง	33.3	39.9	52.5	49.6	45.3	44.7	32.8	48.3	66.7	45.9
ธุรกิจค้าปลีก	44.4	39.6	49.5	59.6	60.4	54.3	39.0	48.8	82.3	53.1
รวม	37.9	38.9	50.8	54.8	51.5	47.4	34.8	47.7	72.5	49.5

ดัชนีความสามารถในการทำธุรกิจ ไตรมาสที่ 3/2562 จำแนกตามธุรกิจการบริการ

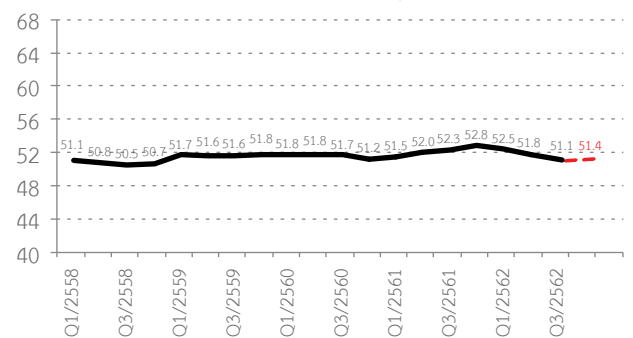
	C1: ต้นทุน ต่อหน่วย	C2: ต้นทุน เปรียบเทียบ	C3: คุณภาพ	C4: ความ แตกต่าง	C5: การตั้งราคา	C6: กำไรจาก การขาย	C7: การเข้าถึง แหล่งเงินทุน	C8: ความสามารถ ของพนักงาน	C9: ความสัมพันธ์ กับลูกค้า	ดัชนีความสามารถ ในการทำธุรกิจ
ธุรกิจร้านอาหาร/ภัตตาคาร	35.7	37.5	58.5	49.9	53.8	46.9	48.0	47.0	66.7	49.3
ธุรกิจบริการเสริมสวย (ร้านเสริมสวย เครื่องสำอางค์)	31.8	39.9	40.7	43.6	41.5	44.1	51.7	50.3	50.6	43.8
ธุรกิจบริการด้านสุขภาพและความงาม	37.6	43.3	50.7	38.5	43.2	43.1	31.4	36.6	59.3	42.6
ธุรกิจท่องเที่ยว/สันทนาการ	32.7	36.8	51.4	47.9	53.7	48.0	36.5	50.8	56.4	46.0
ธุรกิจโรงแรม/เกสต์เฮาส์	41.1	48.2	47.5	62.3	56.0	39.0	47.3	54.0	55.5	50.1
ธุรกิจบริการด้านการศึกษา	28.5	25.3	44.9	30.1	30.7	36.4	40.4	50.5	45.4	36.9
ธุรกิจขนส่ง และโลจิสติกส์	42.5	42.6	52.2	50.8	43.7	51.6	54.1	39.8	44.5	46.9
ธุรกิจก่อสร้าง/พัฒนาอสังหาริมทรัพย์	38.8	40.0	49.9	40.0	34.7	50.3	49.2	49.0	45.7	44.2
รวม	36.0	39.4	49.1	45.4	41.8	43.8	43.9	47.0	49.4	45.0

ดัชนีความยั่งยืนของธุรกิจ ไตรมาสที่ 3/2562

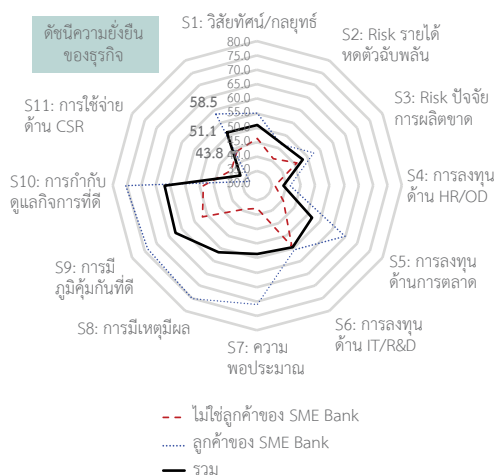
ดัชนีความยั่งยืนของธุรกิจ ไตรมาสที่ 3/2562 อยู่ที่ระดับ 51.1 ปรับตัวลดลง 0.7 จุด เมื่อเทียบกับไตรมาสก่อนหน้า

	S1: วิสัยทัศน์/ กลยุทธ์	S2: Risk รายได้ หดตัวฉับพลัน	S3: Risk ปัจจัย การผลิตขาด	S4: การลงทุน ด้าน HR/OD	S5: การลงทุน ด้านการตลาด	S6: การลงทุน ด้าน IT/R&D	S7: ความ พอประมาณ	S8: การมีเหตุมีผล	S9: การมี ภูมิคุ้มกันที่ดี	S10: การกำกับ ดูแลกิจการที่ดี	S11: การใช้จ่าย ด้าน CSR	ดัชนีความยั่งยืน ของธุรกิจ
Q4/2561	53.5	49.1	50.5	40.4	52.9	56.3	56.1	58.5	63.4	62.2	38.0	52.8
Q1/2562	53.2	48.9	50.1	40.3	52.5	56	55.7	58.6	63	62.4	37.2	52.5
Q2/2562	51.7	47.9	49.1	39.9	52.3	55.1	54.6	57.4	62.8	62.3	37.0	51.8
Q3/2562	51.0	46.8	48.1	39.0	52.0	54.4	53.5	56.5	62.5	61.9	36.7	51.1
การเปลี่ยนแปลง	-0.7	-1.1	-1.0	-0.9	-0.3	-0.7	-1.1	-0.9	-0.3	-0.4	-0.3	-0.7

ดัชนีความยั่งยืนของธุรกิจ

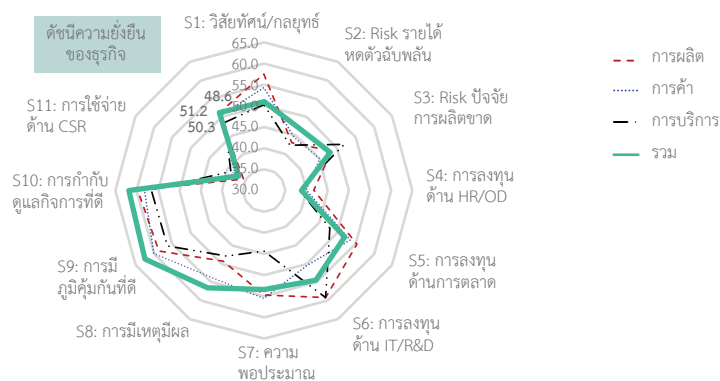


ดัชนีความยั่งยืนของธุรกิจ ไตรมาสที่ 3/2562 จำแนกตามลักษณะการเป็นลูกค้า



	S1: วิสัยทัศน์/ กลยุทธ์	S2: Risk รายได้ หดตัวฉับพลัน	S3: Risk ปัจจัย การผลิตขาด	S4: การลงทุน ด้าน HR/OD	S5: การลงทุน ด้านการตลาด	S6: การลงทุน ด้าน IT/R&D	S7: ความ พอประมาณ	S8: การมีเหตุมีผล	S9: การมี ภูมิคุ้มกันที่ดี	S10: การกำกับ ดูแลกิจการที่ดี	S11: การใช้จ่าย ด้าน CSR	ดัชนีความยั่งยืน ของธุรกิจ
Q2/2562	ไม่ใช้ลูกค้า	47.3	42.2	46.9	37.1	40.4	54.5	38.7	40.2	52.2	49.1	40.7
ลูกค้า SME Bank	55.5	47.4	53.2	41.9	65.3	56.5	72.2	76.0	73.6	75.7	33.2	59.1
Q3/2562	ไม่ใช้ลูกค้า	46.4	40.9	45.8	36.1	40.3	54.1	37.9	39.5	51.7	48.5	40.3
ลูกค้า SME Bank	55.0	46.4	52.4	41.3	64.9	55.6	71.0	75.0	73.5	75.5	33.0	58.5
การเปลี่ยนแปลง	ไม่ใช้ลูกค้า	-0.9	-1.3	-1.1	-1.0	-0.1	-0.4	-0.8	-0.7	-0.5	-0.6	-0.7
ลูกค้า SME Bank	-0.5	-1.0	-0.8	-0.6	-0.4	-0.9	-1.2	-1.0	-0.1	-0.2	-0.2	-0.6

ดัชนีความยั่งยืนของธุรกิจ ไตรมาสที่ 3/2562 จำแนกตามประเภทธุรกิจ



ดัชนีความยั่งยืนของธุรกิจ ไตรมาสที่ 3/2562 จำแนกตามธุรกิจการผลิต

	S1: วิสัยทัศน์/กลยุทธ์	S2: Risk รายได้หดตัวฉับพลัน	S3: Risk ปัจจัยการผลิตขาด	S4: การลงทุนด้าน HR/OD	S5: การลงทุนด้านการตลาด	S6: การลงทุนด้าน IT/R&D	S7: ความพอประมาณ	S8: การมีเหตุมีผล	S9: การมีภูมิคุ้มกันที่ดี	S10: การกำกับดูแลกิจการที่ดี	S11: การใช้จ่ายด้าน CSR	ดัชนีความยั่งยืนของธุรกิจ
ธุรกิจอาหาร และเครื่องดื่ม	51.6	40.4	47.1	30.1	45.7	55.9	45.2	54.1	57.3	65.2	35.7	48.0
ธุรกิจสิ่งทอ และแฟชั่น	60.6	44.7	41.9	38.5	47.1	55.3	54.3	42.6	49.7	49.6	37.6	47.4
ธุรกิจหัตถกรรม	61.6	34.6	52.4	24.6	44.4	43.4	57.0	45.0	69.4	77.7	39.8	50.0
ธุรกิจพลาสติก และยาง	59.7	50.8	49.8	57.9	60.0	66.6	57.8	51.8	65.2	64.8	38.8	56.7
ธุรกิจอัญมณี และเครื่องประดับ	48.9	27.1	48.9	37.2	43.9	60.8	46.5	63.4	55.1	68.1	24.0	47.6
ธุรกิจชิ้นส่วนยานยนต์	83.9	48.4	58.7	58.7	71.9	82.3	65.5	53.9	76.9	37.8	17.6	59.6
ธุรกิจสิ่งพิมพ์	50.0	48.4	43.7	58.2	72.2	66.5	58.9	40.7	43.3	58.4	59.5	54.5
ธุรกิจเฟอร์นิเจอร์ และผลิตภัณฑ์จากไม้	45.6	52.2	52.0	32.9	54.7	47.3	57.2	50.1	49.7	53.2	29.8	47.7
รวม	57.4	43.0	48.5	41.8	55.3	59.1	54.6	49.3	58.7	59.8	35.5	51.2

ดัชนีความยั่งยืนของธุรกิจ ไตรมาสที่ 3/2562 จำแนกตามธุรกิจการค้า

	S1: วิสัยทัศน์/กลยุทธ์	S2: Risk รายได้หดตัวฉับพลัน	S3: Risk ปัจจัยการผลิตขาด	S4: การลงทุนด้าน HR/OD	S5: การลงทุนด้านการตลาด	S6: การลงทุนด้าน IT/R&D	S7: ความพอประมาณ	S8: การมีเหตุมีผล	S9: การมีภูมิคุ้มกันที่ดี	S10: การกำกับดูแลกิจการที่ดี	S11: การใช้จ่ายด้าน CSR	ดัชนีความยั่งยืนของธุรกิจ
ธุรกิจค้าส่ง	46.3	39.2	42.1	32.9	47.8	49.4	51.6	55.1	55.9	55.8	31.1	46.1
ธุรกิจค้าปลีก	60.2	52.0	50.5	46.8	59.7	52.3	62.1	55.6	64.4	60.3	44.6	55.3
รวม	54.3	44.5	45.2	39.9	53.4	50.5	55.5	54.0	60.0	58.3	37.9	50.3

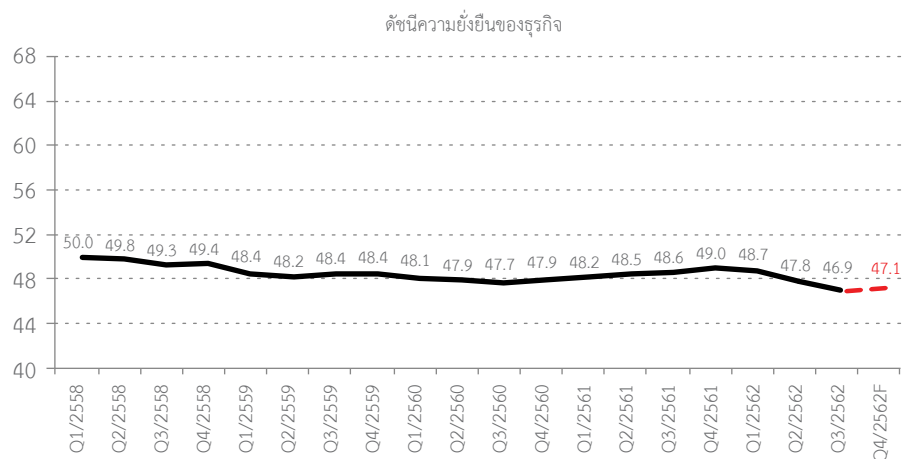
ดัชนีความยั่งยืนของธุรกิจ ไตรมาสที่ 3/2562 จำแนกตามธุรกิจบริการ

	S1: วัสดุภัณฑ์ กลยุทธ์	S2: Risk รายได้ ทดแทน	S3: Risk ปัจจัย การลดขาด	S4: การลงทุน ด้าน HR/OD	S5: การลงทุน ด้านการตลาด	S6: การลงทุน ด้าน IT/R&D	S7: ความ พอประมาณ	S8: การมีเทคโนโลยี	S9: การมี ภูมิคุ้มกันที่ดี	S10: การกำกับ ดูแลกิจการที่ดี	S11: การใช้จ่าย ด้าน CSR	ดัชนีความยั่งยืน ของธุรกิจ
ธุรกิจร้านอาหาร/ภัตตาคาร	49.5	42.8	55.6	39.4	49.4	57.9	52.8	54.4	64.2	65.3	36.3	51.6
ธุรกิจบริการเสริมสวย (ร้านเสริมสวย เครื่องสำอางค์)	42.5	42.5	49.1	44.3	52.6	68.0	38.4	47.6	46.7	59.9	52.5	49.5
ธุรกิจบริการด้านสุขภาพและความงาม	46.0	31.3	59.6	36.5	42.1	59.6	37.4	54.4	63.0	63.0	50.4	49.4
ธุรกิจท่องเที่ยว/สันทนาการ	54.2	49.7	57.6	34.3	44.9	62.7	47.8	55.2	56.8	44.7	32.3	49.1
ธุรกิจโรงแรม/เกสต์เฮาส์	50.7	41.0	55.7	35.7	54.0	54.6	47.3	61.7	66.2	64.0	34.4	51.4
ธุรกิจบริการด้านการศึกษา	52.7	41.9	53.7	28.0	41.6	45.7	35.0	42.7	33.0	35.0	36.1	40.5
ธุรกิจขนส่ง และโลจิสติกส์	51.3	46.9	33.8	45.6	46.4	66.0	48.6	33.2	65.8	61.2	32.3	48.3
ธุรกิจก่อสร้าง/พัฒนาอสังหาริมทรัพย์	46.5	50.3	52.8	41.0	51.5	64.9	55.0	42.6	53.7	56.4	35.5	50.0
รวม	50.2	42.4	51.8	38.4	47.9	59.2	44.3	47.8	56.3	56.6	39.1	48.6

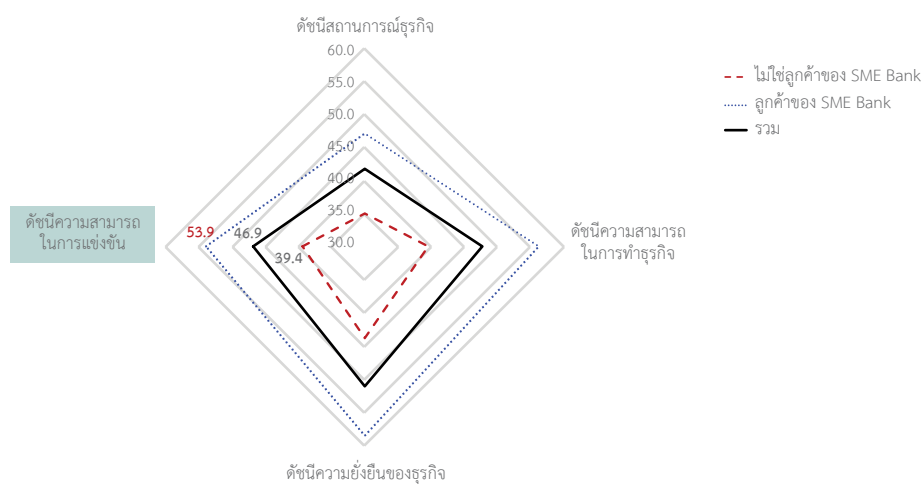
ดัชนีความสามารถในการแข่งขันฯ ไตรมาสที่ 3/2562

ดัชนีความสามารถในการแข่งขันฯ ไตรมาสที่ 3/2562 อยู่ที่ระดับ 46.9 ปรับตัวลดลง 0.9 จุด เมื่อเทียบกับไตรมาสก่อนหน้า

	ดัชนีสถานการณ์ธุรกิจ	ดัชนีความสามารถในการทำธุรกิจ	ดัชนีความยั่งยืนของธุรกิจ	ดัชนีความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจ
Q1/2560	41.7	50.9	51.8	48.1
Q2/2560	41.3	50.5	51.8	47.9
Q3/2560	41.1	50.3	51.7	47.7
Q4/2560	42.3	50.2	51.2	47.9
Q1/2561	42.8	50.3	51.5	48.2
Q2/2561	43.3	50.2	52.0	48.5
Q3/2561	43.2	50.3	52.3	48.6
Q4/2561	44.0	50.4	52.8	49.0
Q1/2562	43.7	49.9	52.5	48.7
Q2/2562	42.7	48.8	51.8	47.8
Q3/2562	41.5	47.8	51.1	46.9
การเปลี่ยนแปลง	-1.2	-1.0	-0.7	-0.9

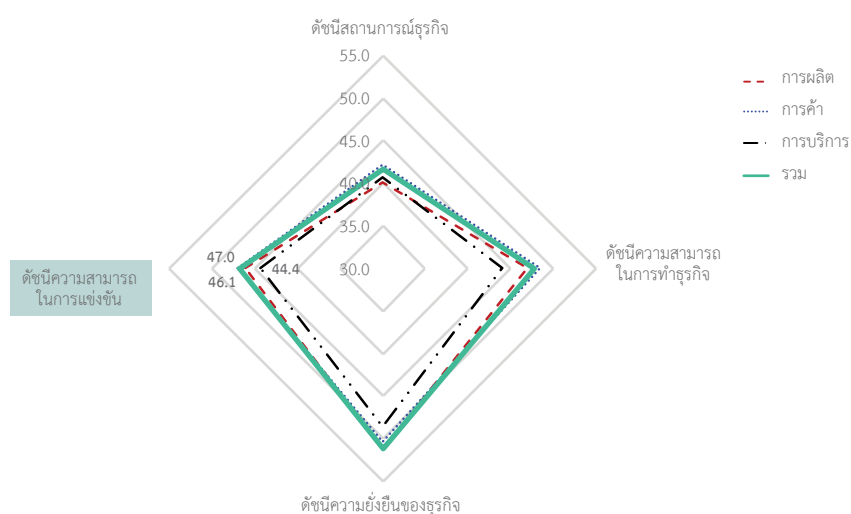


ดัชนีความสามารถในการแข่งขันฯ ไตรมาสที่ 2/2562 จำแนกตามลักษณะการเป็นลูกค้า



		ดัชนีสถานการณธุรกิจ	ดัชนีความสามารถในการทำธุรกิจ	ดัชนีความยั่งยืนของธุรกิจ	ดัชนีความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจ
Q2/2562	ไม่ใช่ลูกค้า	36.2	40.8	44.5	40.5
	ลูกค้า SME Bank	48.0	56.8	59.1	54.7
Q3/2562	ไม่ใช่ลูกค้า	35.0	39.6	43.8	39.4
	ลูกค้า SME Bank	47.0	56.2	58.5	53.9
การเปลี่ยนแปลง	ไม่ใช่ลูกค้า	-1.2	-1.2	-0.7	-1.1
	ลูกค้า SME Bank	-1.0	-0.6	-0.6	-0.8

ดัชนีความสามารถในการแข่งขันฯ ไตรมาสที่ 3/2562 จำแนกตามประเภทธุรกิจ



ดัชนีความสามารถในการแข่งขันฯ ไตรมาสที่ 3/2562 จำแนกตามธุรกิจการผลิต

	ดัชนีสถานการณ์ ธุรกิจ	ดัชนีความสามารถ ในการทำธุรกิจ	ดัชนีความยั่งยืน ของธุรกิจ	ดัชนีความสามารถ ในการแข่งขันของธุรกิจ
ธุรกิจอาหาร และเครื่องดื่ม	41.8	45.8	48.0	45.2
ธุรกิจสิ่งทอ และแฟชั่น	37.8	49.3	47.4	44.9
ธุรกิจหัตถกรรม	35.6	34.5	50.0	40.0
ธุรกิจพลาสติก และยาง	41.9	51.1	56.7	49.9
ธุรกิจอัญมณี และเครื่องประดับ	38.5	49.3	47.6	45.1
ธุรกิจชิ้นส่วนยานยนต์	48.3	55.6	59.6	54.5
ธุรกิจสิ่งพิมพ์	46.5	51.6	54.5	50.9
ธุรกิจเฟอร์นิเจอร์ และผลิตภัณฑ์จากไม้	35.1	44.3	47.7	42.4
รวม	40.7	47.7	51.4	46.6

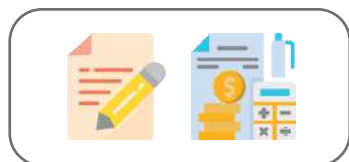
ดัชนีความสามารถในการแข่งขันฯ ไตรมาสที่ 3/2562 จำแนกตามธุรกิจการค้า

	ดัชนีสถานการณ์ธุรกิจ	ดัชนีความสามารถ ในการทำธุรกิจ	ดัชนีความยั่งยืน ของธุรกิจ	ดัชนีความสามารถ ในการแข่งขันของธุรกิจ
ธุรกิจค้าส่ง	39.5	45.9	46.1	43.8
ธุรกิจค้าปลีก	45.9	53.1	55.3	51.4
รวม	42.7	49.5	50.7	47.6

ดัชนีความสามารถในการแข่งขันฯ ไตรมาสที่ 3/2562 จำแนกตามธุรกิจบริการ

	ดัชนีสถานการณ์ ธุรกิจ	ดัชนีความสามารถ ในการทำธุรกิจ	ดัชนีความยั่งยืน ของธุรกิจ	ดัชนีความสามารถ ในการแข่งขันของธุรกิจ
ธุรกิจร้านอาหาร/ภัตตาคาร	43.0	49.3	51.6	48.0
ธุรกิจบริการเสริมสวย (ร้านเสริมสวย เครื่องสำอางค์)	42.0	43.8	49.5	45.1
ธุรกิจบริการด้านสุขภาพและความงาม	42.5	42.6	49.4	44.8
ธุรกิจท่องเที่ยว/สันทนาการ	44.5	46.0	49.1	46.6
ธุรกิจโรงแรม/เกสต์เฮาส์	46.8	50.1	51.4	49.4
ธุรกิจบริการด้านการศึกษา	29.1	36.9	40.5	35.5
ธุรกิจขนส่ง และโลจิสติกส์	40.0	46.9	48.3	45.1
ธุรกิจก่อสร้าง/พัฒนาอสังหาริมทรัพย์	41.7	44.2	50.0	45.3
รวม	41.2	45.0	48.7	45.0

ความต้องการความช่วยเหลือ สนับสนุนหรือพัฒนากิจการจากภาครัฐ



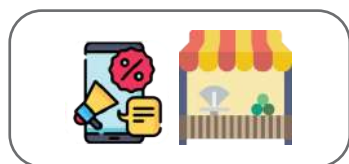
ด้านสินเชื่อ เช่น การลดข้อจำกัดในการอนุมัติสินเชื่อ
เพื่อการเข้าถึงสินเชื่อให้ง่ายขึ้น อาทิ ลดขั้นตอน ลดเอกสาร
ปรับลดอัตราดอกเบี้ย การปรับโครงสร้างหนี้



ด้านการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศ เช่น มีมาตรการหรือนโยบายกระตุ้นเศรษฐกิจ อาทิ โครงการช้อปช่วยชาติ งดชำระค่าประหยัด
การกระตุ้นการส่งออก การลดค่าครองชีพ สินค้าต่างๆ ควบคุมราคาน้ำมัน



ด้านองค์ความรู้และเทคโนโลยี เช่น สนับสนุนทุนเทคโนโลยี
ช่องทางการค้าแก่ SME การอบรมความรู้ให้ผู้ประกอบการ



ด้านการตลาด เช่น กลยุทธ์ส่งเสริมทางการโฆษณา ประชาสัมพันธ์/
ช่องทางการจัดจำหน่ายต่างๆ/ แหล่งตลาดใหม่ๆ



ด้านภาษี เช่น การลดอัตราภาษี ปรับโครงสร้างภาษีให้อยู่ในระดับที่เหมาะสม
อาทิ ภาษีทางการค้า ภาษียรายได้ ภาษีสินค้า/บริการ



ด้านการท่องเที่ยว เช่น ส่งเสริมและพัฒนาการท่องเที่ยวของประเทศ
กระตุ้นการท่องเที่ยวเพื่อเพิ่มจำนวนนักท่องเที่ยว อนุรักษ์ธรรมชาติพัฒนา
สิ่งแวดล้อมเพิ่มความสนใจนักท่องเที่ยว

“THAITAY in ACTION : ไทยเท่ ทำได้ ทำจริง”

โดย
หอการค้าไทย



สัมมนาหอการค้าทั่วประเทศ ครั้งที่ 37



ทำได้
ทำจริง



THAITAY
IN ACTION

ก หอการค้าไทย ร่วมกับหอการค้าทั่วประเทศและเครือข่าย เตรียมจัดสัมมนาหอการค้าทั่วประเทศ ครั้งที่ 37 ในวันที่ 29 พ.ย. – 1 ธ.ค. 62 ณ หอประชุมใหญ่ มหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี จังหวัดลำปาง โดย Theme ในปีนี้คือ “THAITAY in ACTION : ไทยเท่ ทำได้ ทำจริง” และจะนำผลสัมมนาเสนอรัฐบาลพิจารณา เพื่อนำไปสู่การปฏิบัติให้เกิดผลเป็นรูปธรรม

นายกlinik สารสิน ประธานกรรมการหอการค้าไทยและสภาหอการค้าแห่งประเทศไทยเปิดเผยว่าปัจจุบันเศรษฐกิจโลกเริ่มชะลอตัว ผล

จากสงครามการค้าระหว่างสหรัฐฯ-จีน ซึ่งส่งผลกระทบต่อขยายตัวทางเศรษฐกิจของไทย โดยการส่งออกชะลอตัวลง ซึ่งผลอีกส่วนหนึ่งมาจากค่าเงินบาทที่แข็งค่า การบริโภคและการลงทุนของเอกชนก็ขยายตัวต่ำ โดยเฉพาะกลุ่มเกษตรกร เนื่องจากราคาผลผลิตทางการเกษตรทรุดตัวในระดับต่ำ

“ผลจากสถานการณ์ความไม่แน่นอนของเศรษฐกิจโลก ไม่ว่าจะเป็นสงครามการค้าระหว่างสหรัฐฯ และจีนที่ยืดเยื้อ ประเด็น Brexit และทิศทางค่าเงินบาทที่แข็งค่า ทำให้การส่งออกของไทยยังชะลอตัวต่อเนื่อง ทั้งในรายการสินค้าและตลาดส่งออกหลัก ในขณะที่แรงขับเคลื่อนภายในประเทศ

ทั้งการบริโภคและการลงทุนก็แผ่วตัวลง ช่วงนี้จึงมีเพียงภาคการท่องเที่ยวที่ยังเป็นแรงพยุงเศรษฐกิจไทยไม่ให้ทรุดตัวอย่างรุนแรง นอกจากนั้น ในส่วนของ Disruptive Technology และ Platform ธุรกิจใหม่ๆ เริ่มส่งผลกระทบและ Disrupt ธุรกิจเดิมๆ ที่สูญเสียความสามารถในการแข่งขัน” นายกlinik กล่าว

2 ปีที่ผ่านมา หอการค้าไทยได้ผลักดันแนวคิด “ไทยเท่” เพื่อเป็นแนวทางในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจ ในท้องถิ่น ด้วยการนำอัตลักษณ์ของท้องถิ่นมาผสานกับนวัตกรรมและเทคโนโลยีผนวกกับการใช้ความคิดสร้างสรรค์พัฒนาให้เกิดเป็นสินค้าและบริการที่



> นายกสินท์ สารสิน ประธานกรรมการหอการค้าไทยและสภาหอการค้าแห่งประเทศไทย

แตกต่าง ซึ่งในปัจจุบันได้ขับเคลื่อนจนประสบความสำเร็จแล้วในหลาย ๆ กรณี ซึ่งหอการค้าไทยมุ่งหวังจะใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาและยกระดับความสามารถทางการแข่งขันให้แก่สมาชิกและผู้ประกอบการทั่วประเทศ โดยมุ่งเน้นใน 3 Value Chain ได้แก่ 1 การค้าและการลงทุน 2 เกษตรและอาหาร และ 3 การท่องเที่ยวและบริการ หอการค้าไทยจึงได้ร่วมมือกับหอการค้าทั่วประเทศและเครือข่าย ระดมสมอง และจัดทำข้อเสนอแนะมาตรการในการกระตุ้นเศรษฐกิจในภาพรวมของประเทศ

และในระดับท้องถิ่นเพิ่มเติมจากมาตรการที่ภาครัฐดำเนินการ โดยเฉพาะด้านการส่งเสริมการท่องเที่ยวที่จะช่วยสร้างรายได้ให้กับชุมชนฐานราก

นายกสินท์ กล่าวว่า การจัดสัมมนาหอการค้าทั่วประเทศ ครั้งที่ 37 ในปีนี้ รองนายกรัฐมนตรี (ดร.สมคิด จาตุศรีพิทักษ์) ได้ให้เกียรติมารับฟังสรุปผลการสัมมนาฯ พร้อมปาฐกถาพิเศษ เรื่อง “ร่วมมือ ร่วมใจ ขับเคลื่อนประเทศไทยสู่อนาคต” ทั้งนี้ ผลสรุปและข้อเสนอแนะทั้งหมดที่ได้จากการสัมมนาในครั้งนี้ หอการค้าไทยจะ

นำเสนอให้กับรัฐบาลและหน่วยงานราชการที่เกี่ยวข้องได้พิจารณา เพื่อนำไปสู่การปฏิบัติให้เกิดผลเป็นรูปธรรมต่อไป

ดร.กฤษณะ วชิไกรลาส กรรมการเลขาธิการหอการค้าไทยและสภาหอการค้าแห่งประเทศไทย กล่าวว่า ในปีนี้หัวข้อต่าง ๆ ที่จะนำมาหารือกันนั้น มีความสำคัญต่อการเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของประเทศ โดยจะมีทั้งการบรรยายพิเศษ การสัมมนาเชิงปฏิบัติการ และการนำเสนอกรณีศึกษา

จากประสบการณ์จริงของผู้ประกอบการ ในส่วนของการสัมมนาเชิงปฏิบัติการ แบ่งออกเป็น 3 กลุ่ม ตามแนวทางการ พัฒนาของหอการค้าไทยใน 3 Value Chain ได้แก่ 1 การค้าและการลงทุน 2 เกษตรและอาหาร 3 การท่องเที่ยว และบริการ ซึ่งในแต่ละกลุ่มจะมุ่งเน้น การพัฒนาใน 3 เรื่อง คือ การประยุกต์ ใช้ดิจิทัล (Digital Economy) การ พัฒนาทรัพยากรมนุษย์ (Human Capital) และเรื่องเศรษฐกิจหมุนเวียน

(Circular Economy) ทั้งนี้ เพื่อตอบ โจทย์การสร้างมูลค่าเพิ่ม สร้างความ แตกต่าง การสร้างและกระจายรายได้ การลดความเหลื่อมล้ำ รวมทั้งการป้องกัน ความเสี่ยง และสร้างรูปแบบการพัฒนา ที่ยั่งยืน โดยทั้ง 3 กลุ่มจะมีกรอบการ สัมมนา ดังนี้

กลุ่ม 1 เรื่อง “การค้าและการ ลงทุน : ไทยเท่า ทำได้ ทำจริง” จะมี การระดมความคิดเห็นเพื่อขับเคลื่อน ธุรกิจการค้าและการลงทุน ซึ่งปัจจุบัน

เราจะเห็นว่าเครื่องมือทางเทคโนโลยี สมัยใหม่ ได้เข้ามามีบทบาทต่อการ ดำรงชีวิตและการประกอบธุรกิจมากขึ้น ทั้งนี้ นอกจากจะช่วยให้การติดต่อ สื่อสารสะดวกรวดเร็วแล้ว ยังสามารถ นำมาปรับใช้ในการดำเนินธุรกิจได้ โดย ช่วยลดต้นทุน เพิ่มผลผลิต และ สร้างความได้เปรียบในการแข่งขัน ในขณะที่การพัฒนาศักยภาพเพื่อให้มี ทักษะความเชี่ยวชาญ และองค์ความรู้ที่ เท่าทันต่อการเปลี่ยนแปลงของโลกใน



> ดร.กฤษณะ วชิไกรลาส กรรมการเลขาธิการหอการค้าไทยและสภาหอการค้าแห่งประเทศไทย



> **นายวิโรจน์ จิรัฐติกาลโชติ**
รองประธานกรรมการหอการค้าไทยและประธานคณะกรรมการพัฒนาเศรษฐกิจ พื้นที่ภาคเหนือ หอการค้าไทย

อนาคตเป็นหัวใจสำคัญในการขับเคลื่อนธุรกิจ เพื่อรับมือกับ Digital Disruption ดังนั้น การ Re-skill และ Up-skill จึงเป็นเรื่องจำเป็น โดยจะต้องมีหลักสูตรต่าง ๆ เข้ามารองรับเรื่องดังกล่าว

นอกจากนี้ อีกหนึ่งหัวข้อที่หอการค้าไทยเห็นว่ามีสำคัญต่อภาคการค้าการลงทุน คือ เรื่อง Circular Economy ซึ่งต่อจากนี้ ภาคธุรกิจจะต้องมีการบริหารทรัพยากรในลักษณะหมุนเวียน โดยการนำของเสียจากการ

ผลิตและบริโภค กลับเข้าสู่กระบวนการผลิตใหม่ ในลักษณะ 3R (Reduce Reuse Recycle) เพื่อลดการสูญเสียและเป็นการใช้ทรัพยากรให้เกิดประโยชน์สูงสุด

กลุ่ม 2 เรื่อง “เกษตรและอาหาร : ไทยเท่ ทำได้ ทำจริง” ในกลุ่มนี้จะมีการระดมความคิดเห็น เพื่อขยายผลโมเดลโครงการ 1 ไร่ 1 ล้าน ที่หอการค้าไทยผลักดัน โดยเน้นที่เกษตรมูลค่าสูง การขยายผลโครงการ 1 หอการค้าดูแล

1 สหกรณ์การเกษตร ซึ่งจะเป็นแนวทางในการเพิ่มศักยภาพให้กับเกษตรกร ทั้งในด้านรายได้และด้านการตลาด นอกจากนี้ จะเป็นการหาแนวทางการพัฒนาเกษตรและอาหารของไทย โดยนำ 3 ประเด็นที่ได้กล่าวในข้างต้นเป็นแกนในการพัฒนา ได้แก่ 1) การประยุกต์ใช้ดิจิทัลในภาคการเกษตร เช่น การนำ Digital Platform ทางเกษตรมาปรับใช้ การส่งเสริม Smart Farmer ให้กับสมาชิกทั่วประเทศ โดยการสร้าง

Application ต่าง ๆ มารองรับ 2) การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ ด้วยการจัดฝึกอบรมหลักสูตรที่เกี่ยวข้องกับการเกษตรในตลอด Value Chain และ 3) เรื่องเศรษฐกิจหมุนเวียน ซึ่งจะพูดถึงการจัดการ Food Loss และ Food Waste การหาหรือทั้งหมดในกลุ่มนี้ จะมุ่งเน้นการลดความเหลื่อมล้ำ สร้างรายได้ และเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของภาคการเกษตรให้เข้มแข็งมากยิ่งขึ้น

กลุ่ม 3 “ท่องเที่ยวและบริการ :

“ไทยเท่ ทำได้ ทำจริง” ในกลุ่มนี้จะมีการระดมความคิดเห็นเพื่อขยายผลโครงการ 1 หอการค้า 1 ท่องเที่ยวชุมชน ให้ครบ 76 จังหวัด และสร้างต้นแบบการพัฒนาท่องเที่ยวชุมชนแบบบูรณาการใน 5 ภูมิภาคโดยขับเคลื่อนผ่าน โครงการต่างๆ อาทิ ทิวริมโขง และไทยแลนด์ ริเวียร่า ซึ่งหอการค้าไทยเคยนำเสนอต่อรัฐบาลมาแล้ว สร้างให้เกิดความร่วมมือระหว่างภาครัฐกับชุมชน ทั้งนี้ จะมีการนำเทคโนโลยีดิจิทัล มาเป็นเครื่องมือใน

การขับเคลื่อนธุรกิจท่องเที่ยวและบริการ รวมทั้งการวางแผนพัฒนากำลังคนภาคการท่องเที่ยว โดยร่วมมือกับมหาวิทยาลัยหอการค้าไทยและสถาบันการศึกษาในพื้นที่ จัดหลักสูตรด้านการท่องเที่ยวและบริการที่สอดคล้องกับความต้องการของภาครัฐกิจและชุมชน รวมทั้งประเด็นเรื่องการบริหารจัดการขยะในแหล่งท่องเที่ยวชุมชน ซึ่งเป็นเรื่องที่มีความสำคัญเป็นอย่างมากเพราะนอกจากจะเป็นการคงสภาพความสวย



> นายสกล สุพรรณบรรจง ประธานหอการค้าจังหวัดลำปาง

งามของธรรมชาติแล้ว ยังเป็นคำตอบของความยั่งยืนต่อการท่องเที่ยวชุมชนอีกด้วย นอกจากนี้ ยังรวมถึงการบูรณาการความร่วมมือกับภาครัฐ ในการสร้าง / ปรับปรุงโครงสร้างพื้นฐานที่จำเป็นร่วมกัน

ดร.กฤษณะ กล่าวว่า การสัมมนาหอการค้าทั่วประเทศในครั้งนี้ หอการค้าไทยคาดหวังว่า ผลที่ได้จากการสัมมนาจะเป็นแรงที่จะช่วยผลักดันเศรษฐกิจของประเทศ และเป็นตัวจุดประกายให้กับทุกภาคส่วนได้มีส่วนร่วมในการสร้างให้เกิดมูลค่าเพิ่มทั้งในด้านสินค้าและการบริการ เกิดการกระจายรายได้ และยังเป็นการเตรียมความพร้อมเข้าสู่ยุค 4.0 สร้างความเข้มแข็งให้กับท้องถิ่นในทุกจังหวัด ได้เติบโตร่วมกันอย่างยั่งยืนต่อไป

นายวิโรจน์ จิรฐิติกาลโชติ รองประธานกรรมการหอการค้าไทยและประธานคณะกรรมการพัฒนาเศรษฐกิจพื้นที่ภาคเหนือ หอการค้าไทย กล่าวว่า การสัมมนาหอการค้าทั่วประเทศได้จัดขึ้นเป็นประจำทุกปี โดยจะสับเปลี่ยนหมุนเวียนไปในแต่ละภูมิภาค โดยในปี 2562 เป็นวาระของภาคเหนือ ซึ่งจังหวัดลำปาง โดยหอการค้าจังหวัดลำปาง ได้รับการคัดเลือกจากหอการค้าไทย และหอการค้าจังหวัดทั่วประเทศ ให้เป็นจังหวัดเจ้าภาพทางด้านสถานที่ในการจัดงาน ครั้งที่ 37 นี้ในฐานะตัวแทน

ของภาคเหนือ ทั้ง 17 จังหวัด โดยมีหอการค้าจังหวัดทุกจังหวัดของภาคเหนือ รวมทั้งหน่วยงานภาครัฐ องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นภาคธุรกิจเอกชน และภาคประชาสังคมภายในจังหวัดลำปาง ร่วมกันเป็นเจ้าภาพจัดงานสัมมนาหอการค้าทั่วประเทศในครั้งนี้

อย่างไรก็ตาม การเป็นเจ้าภาพจัดงานสัมมนาหอการค้าทั่วประเทศ ถือเป็นวาระแห่งปี ที่มีความสำคัญเป็นอย่างยิ่งที่ชาวลำปางจะได้แสดงศักยภาพและความพร้อมเพรียง เพื่อเปิดเมืองลำปางให้เป็นที่รู้จักมากยิ่งขึ้น เนื่องจากเป็นงานระดับประเทศ ซึ่งจะมีผู้เข้าร่วมสัมมนาที่มาจากทุกจังหวัดทั่วประเทศ อันจะก่อให้เกิดผลดีต่อระบบเศรษฐกิจของจังหวัดลำปาง และเป็นครั้งแรกของการจัดสัมมนาหอการค้าทั่วประเทศตลอด 36 ครั้งที่ผ่านมา ที่เปิดโอกาสให้เมืองรองได้เป็นเจ้าภาพทางด้านสถานที่ในการจัดสัมมนา

นายสกล สุพรรณบรรจง ประธานหอการค้าจังหวัดลำปาง กล่าวว่า การทำหน้าที่สำคัญในการเป็นเจ้าภาพด้านสถานที่ของงานสัมมนาหอการค้าทั่วประเทศในครั้งนี้ หอการค้าจังหวัดลำปางได้ใช้แนวคิด “เปิดลำปาง เชื่อมเส้นทางเศรษฐกิจไทย” เพื่อเปิดประตูสู่โอกาสในการนำศักยภาพของลำปาง ทั้งด้านสินค้า การบริการ และโอกาสในการลงทุนสู่ประเทศ ตอบคำถามที่ว่า “ลำปางมี

ดีอะไร” ให้ผู้นำของภาคเอกชนทางด้านเศรษฐกิจจากทุกจังหวัดทั่วประเทศ รวมทั้ง ผู้ติดตามที่มากับคณะกว่า 2,000 คน ได้มาพบ มารู้จักและรักลำปาง

“ผมคิดว่าในสายตาของคนไทยนั้น ลำปางยังเป็นเมืองที่ unseen และ unknown ซึ่งทำให้หลายคนอยากมาสัมผัสและรู้จักลำปางมากขึ้น โดยขณะนี้พี่น้องประชาชนชาวจังหวัดลำปางพร้อมแล้วที่จะใช้ศักยภาพที่เรามี ร่วมกันเป็นเจ้าบ้านที่ดีในการต้อนรับผู้เข้าร่วมสัมมนาทุกท่าน และได้เตรียมจัดงานเลี้ยงต้อนรับไว้ที่บริเวณลานหน้าพิพิธภัณฑสถานลำปาง (ศาลากลางหลังเก่า) การจัดการรับส่งผู้เข้าร่วมสัมมนา รวมทั้งโรงแรมที่พักหลัก จำนวน 9 โรงแรม และโรงแรมอื่น ๆ อีกหลายแห่ง ซึ่งเท่าที่ทราบโรงแรมหลายแห่งมีการสำรองที่พักในช่วงของการจัดงานเกือบ 100% แล้ว” นายสกล กล่าว

นอกจากนั้น เรายังได้จัดให้มีโปรแกรมการท่องเที่ยวเป็นพิเศษเฉพาะงานนี้ ให้กับผู้เข้าร่วมสัมมนาและผู้ติดตาม ซึ่งคาดว่าจะก่อให้เกิดการใช้จ่ายภายในจังหวัด ทั้งที่พัก ร้านอาหาร ของฝาก ภาคบริการ และสินค้าของลำปางเป็นจำนวนมาก โดยคาดว่าจะมีเม็ดเงินหมุนเวียนเข้าสู่ระบบเศรษฐกิจและชุมชนลำปางไม่น้อยกว่า 100 ล้านบาท ในช่วงการจัดงาน และเราหวังว่าเขาเหล่านั้นจะกลับมาเยือนลำปางอีกในอนาคต 

ธุรกิจครอบครัว การเข้าจดทะเบียน ในตลาดหลักทรัพย์



โดย
รองศาสตราจารย์ ดร. เอกชัย อภิศักดิ์กุล
ผู้อำนวยการศูนย์ธุรกิจครอบครัว มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย

ส

สำหรับบางองค์กรที่เป็นธุรกิจครอบครัวการเลือกใช้ตลาดหลักทรัพย์เป็นเครื่องมือเพื่อสร้างความมั่นใจว่าธุรกิจจะยังคงอยู่ต่อไปแม้ว่าลูกหลานจะยังไม่พร้อมที่จะรับช่วงกิจการ หรือบางการใช้ตลาดทุนเพื่อมองหาจังหวะในการเติบโต ผลประโยชน์เรื่องต้นทุนของเงินทุน ความเชื่อมั่นของผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้อง เช่น ธนาคาร Supplier เป็นต้น หรือในกรณีที่ครอบครัวไม่มีทายาทเพื่อมารับช่วงต่อ ก็สามารถขายหุ้นของครอบครัวให้กับผู้ถือหุ้นใหม่เข้ามาดำเนินธุรกิจต่อ พนักงานก็ยังสามารถทำงานได้เหมือนเดิม เป็นต้น อีกทั้งการนำธุรกิจครอบครัวเข้าจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์จะทำให้เกิดความเป็นมืออาชีพกลายเป็นบรรษัทภิบาลตามข้อกำหนดของตลาดหลักทรัพย์ไปโดยปริยาย

สถาบันการเงินที่จดทะเบียน ในตลาดหลักทรัพย์

ผู้นำของธุรกิจครอบครัวต้องตัดสินใจในการบริหารจัดการธุรกิจครอบครัว โดยต้องสวมบทบาทของสมาชิกในครอบครัว บทบาทของการจัดการธุรกิจและบทบาทความเป็นเจ้าของ โดยต้องรักษาความสมดุลของทั้งสามระบบนี้ให้มี

การบูรณาการร่วมกันอย่างเหมาะสม นำไปสู่การจัดโครงสร้างของการถือหุ้นและโครงสร้างขององค์กร การสร้างวัฒนธรรมที่แข็งแกร่ง นโยบายที่ป็นธรรม ผู้นำก็จะสามารถนำธุรกิจครอบครัวไปสู่ความก้าวหน้าและเติบโตอย่างยั่งยืนได้

ประโยชน์ของการนำบริษัท เข้าจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์

1. แหล่งเงินทุนระยะยาวที่ปราศจากภาระดอกเบี้ย
การนำบริษัทเข้าจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ ช่วยให้บริษัทสามารถระดมเงินทุนจากประชาชนทั่วไปได้โดยตรง เพื่อนำไปเป็นเงินทุนหมุนเวียนหรือขยายธุรกิจของบริษัทได้ โดยไม่มีภาระที่ต้องชำระคืนเงินต้นและดอกเบี้ยตามงวดเวลาที่กำหนดเหมือนการกู้ยืมเงินจากสถาบันการเงินทำให้บริษัทมีความยืดหยุ่นในการบริหารเงินมากขึ้น นอกจากนั้นบริษัทยังสามารถระดมทุนเพิ่มเติมเมื่อมีความต้องการใช้เงินเพิ่มเติม โดยการออกตราสารทุนประเภทต่างๆ ได้หลากหลายยิ่งขึ้น ทั้งตราสารหนี้ ตราสารทุน และตราสารกึ่งหนี้กึ่งทุน เช่น หุ้นสามัญเพิ่มทุน หุ้นกู้ หุ้นบุริมสิทธิ ใบสำคัญแสดงสิทธิในการซื้อหลักทรัพย์ เป็นต้น ช่วยให้บริษัทสามารถจัดโครงสร้างทางการเงินที่เหมาะสมต่อการดำเนินธุรกิจของบริษัทได้

2. เสริมสร้างชื่อเสียงและภาพลักษณ์ที่ดีให้แก่บริษัท

เนื่องจากการนำบริษัทเข้าจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์นั้นต้องมีการเปิดเผยข้อมูลและมีการปฏิบัติตามมาตรฐานที่คณะกรรมการกำกับและดูแลตลาดหลักทรัพย์กำหนด ซึ่งนอกจากจะช่วยสร้างความน่าเชื่อถือให้กับนักลงทุนแล้ว ยังช่วยสร้างความเชื่อถือให้กับลูกค้า คู่ค้า ทั้งในและต่างประเทศ

3. สร้างความภาคภูมิใจและสร้างผลตอบแทนที่ดีให้แก่พนักงาน

การนำบริษัทเข้าจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์เป็นช่องทางหนึ่งที่บริษัทสามารถเปิดโอกาสให้กับพนักงานได้มีส่วนร่วมในการเป็นเจ้าของ ผ่านโครงการเสนอขายหลักทรัพย์ให้แก่กรรมการหรือพนักงานของบริษัท(Employee Stock Option Program หรือ ESOP) การให้พนักงานมีส่วนร่วมในการเป็นเจ้าของจะช่วยสร้างความภาคภูมิใจและความภูมิใจให้แก่พนักงานทำให้ทุ่มเทความรู้ความสามารถอย่างเต็มที่ในการสร้างความก้าวหน้าให้กับบริษัท

4. สร้างความรับผิดชอบและการบริหารงานแบบมืออาชีพ

การที่บริษัทจดทะเบียนเปิดเผยข้อมูล ข่าวสาร และความเคลื่อนไหวต่างๆ ผ่านช่องทางและระบบการเผยแพร่ข้อมูล ข่าวสารของตลาดหลักทรัพย์ ช่วยทำให้บริษัทเป็นที่รู้จักของผู้ลงทุนมากขึ้น ช่วยสร้างความสนใจของผู้ลงทุนในบริษัทมากขึ้นและกระตุ้นให้ผู้บริหารมีความรับผิดชอบต่อการบริหารงานให้มีความโปร่งใสและเน้นความเป็นมืออาชีพมากขึ้น

5. การดำรงอยู่ของธุรกิจในระยะยาวของธุรกิจครอบครัว

การเป็นบริษัทจดทะเบียนจะช่วยให้บริษัทที่มีการบริหารงานแบบธุรกิจครอบครัวก้าวเข้าสู่การบริหารงานแบบมืออาชีพมากขึ้น มีผู้บริหารที่เป็นมืออาชีพเข้ามามีส่วนบริหารจัดการ และเปิดโอกาสให้สมาชิกในครอบครัวของเจ้าของกิจการที่มีเป้าหมายในการดำเนินชีวิตหรือมีความถนัดที่แตกต่างกันออกไปสามารถเลือกประกอบอาชีพที่ต้องการโดยยังคงมีฐานะเป็นผู้ถือหุ้นของบริษัทและได้รับ

ผลตอบแทนจากการถือหุ้นอยู่เช่นเดิม

6. สร้างสภาพคล่องของผู้ถือหุ้น

การเข้าเป็นบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ ช่วยให้ให้ผู้ถือหุ้นของบริษัทมีศูนย์กลางในการซื้อขายแลกเปลี่ยนหลักทรัพย์ที่ถือไว้เป็นเงินสดได้ง่ายและสะดวก ซึ่งจะช่วยให้

สำหรับบางองค์กรที่เป็นธุรกิจครอบครัวการเลือกใช้ตลาดหลักทรัพย์เป็นเครื่องมือเพื่อสร้างความมั่นใจว่าธุรกิจจะยังคงอยู่ต่อไปแม้ว่าลูกหลานจะยังไม่พร้อมที่จะรับช่วงกิจการ หรือบางการใช้ตลาดทุนเพื่อมองหาจังหวะในการเติบโต ผลประโยชน์เรื่องต้นทุนของเงินทุน ความเชื่อมั่นของผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้อง

ให้เกิดสภาพคล่องให้แก่ผู้ถือหุ้นของบริษัทได้ รวมถึงทำให้หลักทรัพย์ของบริษัทมีราคาอ้างอิงและมีสภาพคล่อง เป็นหลักทรัพย์ที่มีความน่าเชื่อถือ ซึ่งผู้ถือหุ้นสามารถนำไปเป็นหลักประกันในการกู้ยืมเงินจากสถาบันการเงินได้ หรือเพื่อใช้ลดการค้ำประกันการกู้ยืมเงินที่ทำไว้ก่อนการแปรสภาพเป็นบริษัทมหาชนและเข้าจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ได้

7. ประโยชน์ในด้านการจัดการภาษี

บุคคลธรรมดาที่เป็นผู้ถือหุ้นในบริษัทจดทะเบียนจะได้รับยกเว้นไม่ต้องนำกำไรที่ได้จากการขายหลักทรัพย์ในตลาดหลักทรัพย์มารวมคำนวณเพื่อเสียภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา

ปัจจัยที่ต้องระมัดระวังเมื่อนำธุรกิจเข้าสู่ตลาดหลักทรัพย์

1. การนำบริษัทเข้าจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์นั้นต้องมีการกระจายหุ้นให้กับผู้ถือหุ้นรายอื่น ซึ่งเป็นไปตาม





ข้อกำหนดของตลาดหลักทรัพย์ เป็นการเปิดโอกาสให้หุ้นกระจายออกจากสมาชิกของครอบครัวได้ง่ายและยากต่อการควบคุม รวมถึงมีความเสี่ยงในการถูกเข้าครอบครองแบบไม่เป็นมิตรอีกด้วย (Hostile Takeover)

การนำบริษัทเข้าสู่ตลาดหลักทรัพย์ มีทั้งประโยชน์และปัจจัยเสี่ยงที่ครอบครัวต้องทำความเข้าใจอย่างละเอียด เพื่อให้การตัดสินใจอยู่บนพื้นฐานของความครบถ้วนเรื่องข้อมูล การวิเคราะห์และประเมินที่อยู่บนความเป็นจริงเพื่อวิเคราะห์ว่าการนำไปจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์นั้น ธุรกิจและครอบครัวมีความพร้อมมากน้อยแค่ไหน และประโยชน์ที่จะได้มากน้อยแค่ไหนต้องทำการประเมินผลกระทบที่จะเกิดขึ้น

2. การกระจายหุ้นให้กับนักลงทุนทำให้สัดส่วนความเป็นเจ้าของลดลง อีกทั้งมูลค่าของกิจการขึ้นกับสถานะของตลาดหลักทรัพย์ ซึ่งเป็นปัจจัยภายนอกที่บริษัทควบคุมได้ยาก

3. บริษัทต้องเปิดเผยข้อมูลของบริษัท และการตรวจสอบขององค์กรกลางต่างๆ เช่น ก.ล.ต. อีกทั้งต้องปฏิบัติตามกฎระเบียบของตลาดหลักทรัพย์ ซึ่งอาจทำให้ขาดความคล่องตัวในการบริหารงาน กระบวนการตัดสินใจมีขั้นตอนเพิ่มขึ้นและอาจมีต้นทุนที่เพิ่มขึ้น

การนำบริษัทเข้าสู่ตลาดหลักทรัพย์มีทั้งประโยชน์และปัจจัยเสี่ยงที่ครอบครัวต้องทำความเข้าใจอย่างละเอียดเพื่อให้การตัดสินใจอยู่บนพื้นฐานของความครบถ้วนเรื่องข้อมูล การวิเคราะห์และประเมินที่อยู่บนความเป็นจริงเพื่อวิเคราะห์ว่าการนำไปจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์นั้น ธุรกิจและครอบครัวมีความพร้อมมากน้อยแค่ไหน และประโยชน์ที่จะ



Designed by rawpixel.com / Freepik

ได้มากนักยอแค่ไหนต้องทำการประเมินผลกระทบที่จะเกิดขึ้นด้วย จากข้างต้น

การนำบริษัทเข้าระดมทุนในตลาดหลักทรัพย์นั้นช่วยให้ลดต้นทุนของเงินทุน การทำให้เกิดสภาพคล่องของผู้ถือหุ้น ซึ่งก็คือสมาชิกของครอบครัว รวมถึงการซื้อขาย หุ้นระหว่างสมาชิกในครอบครัวก็จะมีราคาอ้างอิง

การนำบริษัทเข้าสู่ตลาดหลักทรัพย์เป็นการยกระดับของธุรกิจครอบครัวให้มีมาตรฐาน และบริหารจัดการแบบมืออาชีพ และความมีบรรษัทภิบาล เกิดภาพลักษณ์ที่ดี หากครอบครัวต้องการผลประโยชน์ด้านต่างๆ เหล่านี้การนำธุรกิจเข้าตลาดหลักทรัพย์ก็ถือเป็นทางเลือกที่ดี แต่อย่างไรก็ตามสมาชิกในครอบครัวต้องทราบว่าการการนำธุรกิจเข้าจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์นั้นต้องทำการแปลงสภาพจากบริษัทธรรมดาเป็นบริษัทมหาชนนั้นจะเกิดการเปลี่ยนแปลงโครงสร้างของผู้ถือหุ้นที่อาจมีบุคคลภายนอกเข้ามาเกี่ยวข้องกับการบริหารงานของกิจการมากขึ้น รวมถึงมีโอกาสในการถูกควมรวมจากบุคคลภายนอกได้(Take over) อีกทั้งการเข้าจดทะเบียน ในตลาดหลักทรัพย์ยังมีขั้นตอนและต้นทุนที่เกิดขึ้นจากการปรับโครงสร้างของบริษัทในหลายด้าน เช่น โครงสร้าง

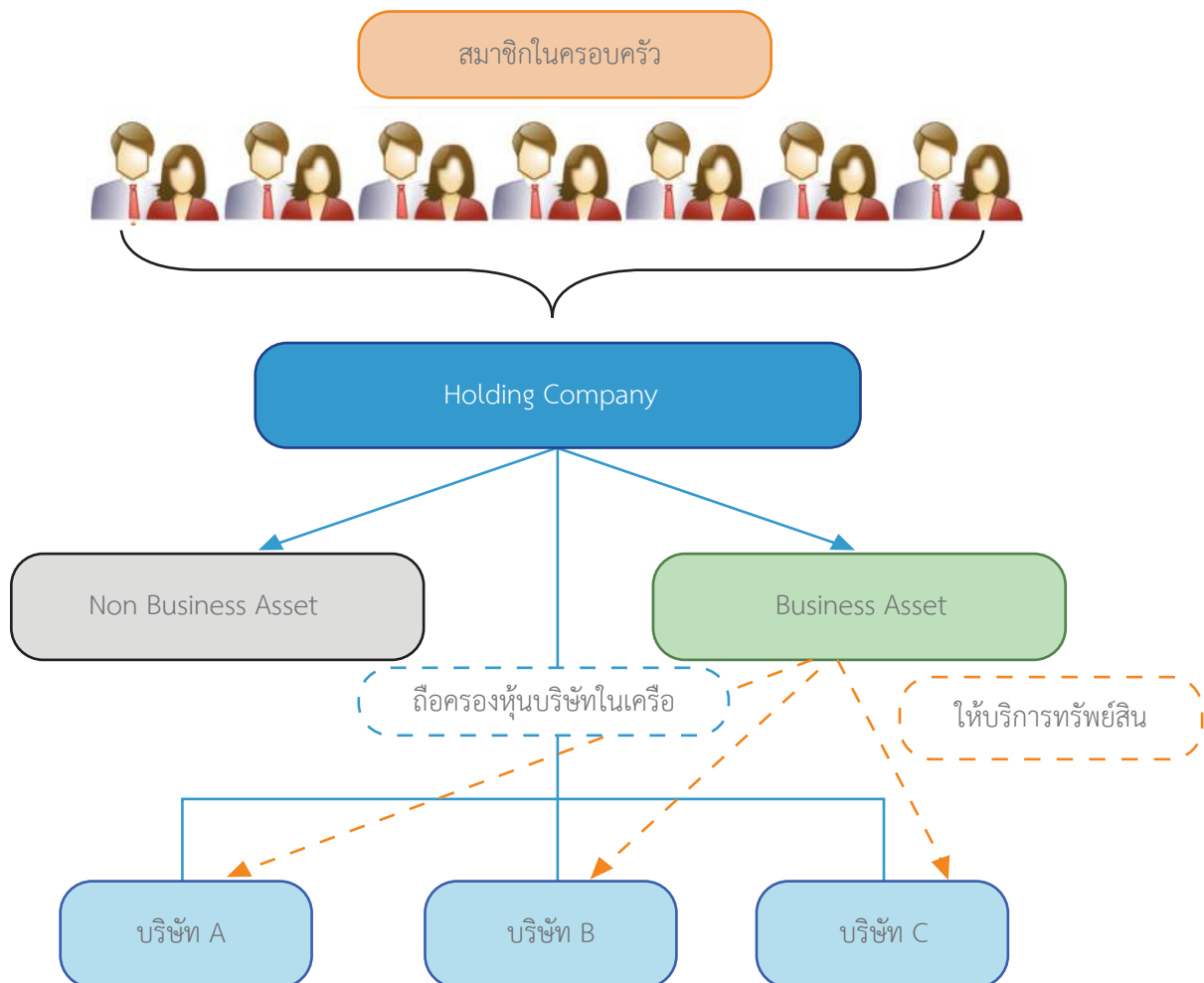
ทางบัญชี เป็นต้น ครอบครัวจึงต้องใช้ความรอบคอบพิจารณาผลได้ ผลเสีย ที่จะได้รับเสียก่อนว่ามาน้อยเพียงใด และส่งผลที่คุ้มค่าต่อครอบครัวในระยะยาวหรือไม่

Holding Company: รูปแบบของบริษัทธุรกิจครอบครัว

Holding Company หมายถึง บริษัทที่มีการประกอบธุรกิจโดยมีรายได้จากการถือหุ้นในบริษัทอื่นเป็นหลัก และ

วัตถุประสงค์ในการจัดตั้ง Holding Company ของครอบครัวเมื่อ ทรัพย์สินและกิจการเติบโตขยาย มากขึ้น คือการปกป้องทรัพย์สินทาง ด้านกฎหมายและความรับผิดชอบ ของสมาชิกในครอบครัวเป็นหลัก

ไม่มีการประกอบธุรกิจอย่างมีนัยสำคัญของตนเอง วัตถุประสงค์ในการจัดตั้ง Holding Company ของครอบครัวเมื่อทรัพย์สินและกิจการเติบโตขยายมากขึ้น คือการปกป้องทรัพย์สินทางด้านกฎหมายและความรับผิดชอบของสมาชิกในครอบครัวเป็นหลัก คือให้การควบคุมกิจการอยู่ในกลุ่มของครอบครัวอย่างในกรณีที่น่าบริษัทของครอบครัวเข้าจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ก็สามารถป้องกันการเข้าครอบงำกิจการแบบไม่เป็นมิตร(Hostile Takeover) อีกด้วย การจัดตั้ง Holding Company ของครอบครัวนอกจากการปกป้องทรัพย์สินและรักษาอำนาจการควบคุมกิจการแล้วยังมีข้อดีในเรื่องของสิทธิผลประโยชน์ที่จะได้รับทางด้านภาษี(ทั้งนี้อยู่ที่การวางแผนของแต่ละครอบครัว) เพิ่มความยืดหยุ่น/ลดความเสี่ยงในการขยายธุรกิจ ลดปัญหาข้อพิพาทในการถือครองทรัพย์สิน ทั้งยังช่วยให้สมาชิกในครอบครัวมีส่วนร่วมทางธุรกิจอีกด้วย อย่างไรก็ตามครอบครัวต้องพิจารณาถึงความพร้อมและค่าใช้จ่ายที่จะเกิดขึ้นจากการจัดตั้งและการจัดการของบริษัทโฮลดิ้งด้วย



รูปภาพ : ตัวอย่างโครงสร้าง Holding Company ของธุรกิจครอบครัว

Baker & McKenzie ได้ให้คำแนะนำไว้ว่าควรจัดตั้ง Holding Company ในรูปแบบของบริษัทจำกัด เนื่องจากสามารถกำหนดข้อบังคับและเงื่อนไขต่างๆเพื่อให้สามารถรวมศูนย์การควบคุมได้ เช่น อำนาจของกรรมการ อำนาจของผู้ถือหุ้น รวมถึงการโอนหุ้น เป็นต้น นอกจากนั้นยังได้แนะนำว่าบริษัท holding ควรจะมีสมาชิกในครอบครัวเป็นผู้ถือหุ้นทั้งหมด รวมถึงคณะกรรมการในบริษัท holding ก็ควรเป็นสมาชิกในครอบครัว นอกจากนั้นต้องพิจารณาปัจจัยอื่นๆประกอบเช่น ต้นทุนของการจัดตั้ง บริหารจัดการผลประโยชน์

ทางด้านภาษีและความเสี่ยง เป็นต้น

ส่วนรูปแบบการถือหุ้นและการจัดสรรผลประโยชน์ในบริษัทโฮลดิ้งนั้น Baker & McKenzie ได้เสนอแนะว่าเมื่อบริษัทมีการขยายกิจการตามความชำนาญหรือเป็นบริษัทในเครือแยกตามประเภทธุรกิจแล้ว Holding Company จะเข้าไปถือหุ้นในบริษัทย่อย รวมถึงการถือครองสินทรัพย์ (Non Business Asset) ของครอบครัว การประกอบธุรกิจที่ให้บริการแก่บริษัทในเครือของครอบครัว เช่น ให้เช่าที่ดินของครอบครัว เป็นต้น ทั้งนี้ Holding Company ต้องกำหนด

นโยบายการบริหารงานให้เป็นไปตามที่คณะกรรมการ
การทำงานของครอบครัวกำหนด

การจัดสรรหุ้นในบริษัทให้แก่สมาชิกในครอบครัวนั้น
ต้องคำนึงถึงความยุติธรรม(Fairness) เป็นหลัก สมาชิกใน
ครอบครัวที่เป็นผู้บริหารควรได้รับหุ้นในบริษัทที่ตนเองเข้าไป
เป็นผู้บริหาร ส่วนสมาชิกในครอบครัวที่ไม่ได้เป็นผู้บริหาร
ในบริษัทก็อาจได้หุ้นที่เกี่ยวข้องหรือไม่เกี่ยวข้องกับธุรกิจก็ได้ แต่อาจ
น้อยกว่าผู้บริหารแต่อาจได้ผลประโยชน์ทางการเงินอย่าง
อื่นแทน

ส่วนทรัพย์สินที่ควรโอนให้อยู่ภายใต้ Holding Company
คือทรัพย์สินที่เป็น Non Family Asset เช่น อสังหาริมทรัพย์
ทั้งหลาย บ้านพัก รถยนต์ หุ้นในบริษัทต่างๆ เพื่อความสะดวก
ในการบริหารควบคุมและป้องกันการครอบงำกิจการ ทรัพย์สิน
ที่ก่อให้เกิดเงินได้และประโยชน์แก่สมาชิกในครอบครัว เช่น
ที่ดิน ทรัพย์สินทางปัญญา เครื่องหมายการค้า เป็นต้น รวมถึง
ทรัพย์สินที่ต้องใช้เงินกู้ซื้อและสามารถหักค่าเสื่อมเป็นค่า
ใช้จ่ายได้ครบตามกฎหมาย เพื่อนำไปวางแผนผลประโยชน์
ด้านภาษีของธุรกิจครอบครัว

ระบบธรรมาภิบาล ของธุรกิจครอบครัว

ระบบการจัดการในองค์กรธุรกิจที่เหมาะสมเป็นสิ่ง
สำคัญของธุรกิจครอบครัว ประเด็นสำคัญอย่างหนึ่ง คือ
บรรษัทภิบาลที่ดี(Good Corporate Government) มีงาน
วิจัยหลายเรื่องที่บ่งชี้ว่า บรรษัทภิบาลเป็นสิ่งจำเป็นสำหรับ
ธุรกิจครอบครัวในระยะยาวเพื่อความอยู่รอด กับการปกป้อง
ผลประโยชน์ของผู้ถือหุ้นและผู้มีส่วนได้ส่วนเสียกับธุรกิจ
บรรษัทภิบาลจึงเป็นความท้าทายอีกประการหนึ่งของธุรกิจ
ครอบครัว บรรษัทภิบาลที่ดีจะส่งผลต่อการเพิ่มประสิทธิภาพ
ของการดำเนินงานในธุรกิจครอบครัว และรักษาผลประโยชน์
ของผู้ถือหุ้นในระยะยาว การดูแลสวัสดิภาพและสวัสดิการ
ของคนในครอบครัวเป็นการรักษาความสามัคคีของสมาชิก
คนในครอบครัวได้อีกด้วย หลักการพื้นฐานของบรรษัทภิบาล

จะเป็นสิ่งที่ช่วยสร้างมาตรฐานที่เป็นที่ยอมรับในระดับสากล
ให้กับองค์กร โดยเฉพาะอย่างยิ่งในยุคที่เราจำเป็นต้องพึ่งพา
การค้าระหว่างประเทศ บรรษัทภิบาลจะช่วยสร้างความเชื่อมั่น
ให้นักลงทุนส่งผลให้การระดมทุนเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ
การหาพันธมิตรทางธุรกิจสามารถทำได้ง่ายขึ้น และเมื่อบริษัท
มีความพร้อมทั้งเงินทุนและพันธมิตรทางธุรกิจ ก็จะสามารถ
เพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันทั้งในระดับประเทศและ
ระดับโลกได้มากขึ้น หลักการพื้นฐานของบรรษัทภิบาล
ประกอบด้วย

1. ความตระหนักในภาระหน้าที่ (accountability) ความตระหนักในภาระหน้าที่ที่จะเกิดขึ้นได้ ต้องเกิดจากการปฏิบัติหน้าที่ด้วยสำนึกรับผิดชอบอย่างแท้จริง เป็นการทำงานโดยไม่ใช่เพียงเพื่อให้ได้ชื่อว่าทำแล้ว แต่ยังคงทำให้ดีที่สุดด้วย
2. ความรับผิดชอบ (responsibility) เกิดขึ้นจากการกำหนดภารกิจของแต่ละฝ่ายไว้อย่างชัดเจนว่าใครต้องทำอะไรและทำอย่างไร การกำหนดภารกิจจะช่วยให้การดำเนินธุรกิจเป็นไปอย่างราบรื่น รวดเร็ว ไม่เกิดความซ้ำซ้อน และเกิดการแบ่งแยกอำนาจหน้าที่ของแต่ละฝ่าย ทำให้เกิดความโปร่งใสในการปฏิบัติงานยิ่งขึ้น
3. ความยุติธรรม (fairness) ความยุติธรรมในการดำเนินธุรกิจนั้น เริ่มตั้งแต่การวางนโยบายเพื่อให้บุคลากรแต่ละฝ่ายปฏิบัติต่อผู้เกี่ยวข้องอย่างเท่าเทียมกัน ภายใต้หลักการที่ชัดเจน
4. ความโปร่งใส (transparency) ความโปร่งใสตามหลักบรรษัทภิบาล หมายถึง การเปิดเผย ข้อมูลต่อผู้มีส่วนได้ส่วนเสียอย่างถูกต้อง ครบถ้วนและทันเวลา เป็นอีกหนึ่งสาระสำคัญของหลักบรรษัทภิบาลเช่นกัน ข้อมูลสำคัญอย่างงบการเงินที่นำเสนอต่อผู้ถือหุ้น
5. มุ่งสู่ความเป็นเลิศ (Excellency) หลักสำคัญอีกประการหนึ่งของบรรษัทภิบาลที่มุ่งสร้างศักยภาพในการแข่งขันให้แก่ธุรกิจ คือ ส่งเสริมการปฏิบัติอันเป็นเลิศแก่บุคลากรทุกฝ่าย และส่งเสริมให้การปฏิบัติงานทุกด้านมุ่งไปสู่ความสมบูรณ์แบบ นั่นคือต้องมีการวางนโยบายที่ชัดเจน หรือ



มีปรัชญาในการดำเนินธุรกิจ

นอกจากมีคณะกรรมการบริษัทที่ดี(The Best board of directors) ผู้ที่ทำหน้าที่ในการบริหารจัดการองค์การนั้นจะต้องมีความรับผิดชอบต่อข้อกำหนดทุกอย่างที่องค์การสร้างขึ้น ได้แก่ เป้าหมาย นโยบาย และกลยุทธ์ และต้องพยายามติดตามว่าองค์การสามารถดำเนินงานตามข้อกำหนดเหล่านั้นได้หรือไม่ ดังนั้นผู้ที่ทำหน้าที่ในการบริหารจัดการจึงต้องมีความรับผิดชอบในระยะยาว นอกจากนี้สิ่งที่ผู้บริหารควรให้ความสนใจคือการให้ความสำคัญผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับองค์การด้วย ดังนั้นการบริหารจัดการผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องจึงได้เริ่มเข้ามามีความสำคัญเนื่องจากองค์การต้องค้นพบให้ได้ว่า กลุ่มหลากหลายเหล่านั้นมีความพึงพอใจต่อองค์การหรือไม่อย่างไรเพื่อองค์การจะได้ทราบว่า การดำเนิน งานขององค์การนั้นบรรลุวัตถุประสงค์มากน้อยเพียงใด

การสร้างรูปแบบเกี่ยวกับบรรษัทภิบาลในธุรกิจครอบครัว คือ การประกอบกันของสภาครอบครัว(Family Council)

คณะกรรมการผู้ถือหุ้นบริษัท (Shareholders Committee) คณะกรรมการอำนวยการหรือคณะกรรมการบริหาร (Board of Directors) ร่วมกันสร้างความระบอบการดำเนินงานของธุรกิจครอบครัวที่โปร่งใส ยุติธรรม และเติบโตอย่างยั่งยืน เป็นการสร้างความเชื่อมั่นให้กับนักลงทุน คู่ค้าและลูกค้า อีกทั้งยังเป็นการก่อให้เกิดการยอมรับจากพนักงานทำให้เกิดความผูกพันกับองค์กรในระยะยาว การจัดเตรียมแผนการสืบทอดและแผนการจัดการหลักทรัพย์ไว้อย่างชัดเจน โปร่งใส มีการเปิดเผยข้อมูลให้ทุกฝ่ายได้รับรู้ จะสามารถสร้างความไว้วางใจแก่ทายาทที่เข้ามารับกิจการต่อ ซึ่งจะทำให้ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในธุรกิจครอบครัวมีความเชื่อมั่นและให้การสนับสนุนต่อไป

สมาชิกครอบครัวย่อมมีความมีความมุ่งมั่นหวังให้ธุรกิจของครอบครัวเติบโตอย่างยั่งยืน ซึ่งวางแผนและจัดโครงสร้างธุรกิจครอบครัวนั้น มีความสำคัญต่อการสร้างมูลค่าเพิ่มให้แก่ธุรกิจ 



ชญาณิชฐ ชีรัมย์

ประธาน YEC หอการค้าจังหวัดบุรีรัมย์ เจน 5 เจนนี้ “ฟิค”ไปด้วยกันไปได้ไกล

ยุค 2019 ต้องยอมรับว่า YEC เป็นที่ยอมรับมากที่สุดทั้งหมู่นักธุรกิจ และสังคมรอบข้าง ที่เข้าใจ YEC Brand Essence ในฐานะนักธุรกิจรุ่นใหม่ ไอเดียดี กล้าคิด กล้าทำ และมีความจิตอาสา วันนี้เราอัปเดตต้นอีสานบุรีรัมย์ ที่ YEC กำลังก้าวสู่ยุคเจน 5 แล้วภายใต้การขับเคลื่อนของประธานฝ่ายแดง คุณเปิ้ล ชญาณิชฐ ชีรัมย์ ใหม่แต่เก่า เพราะเธอเป็นสมาชิก YEC ตัวจริงตั้งแต่ก่อตั้ง จนเธอมีความพร้อมผลักดันสู่ตำแหน่งประธานเจน 5 ในรอบปีที่ 7 ของการทำงานใน YEC ยุคนี้เธอพร้อมรวมพลังทุกยุคให้ก้าวไปพร้อมกันไปได้ไกลในยุค 5 และพร้อมจะเติมเต็มความรู้ธุรกิจให้สมาชิก ควบคู่ไปกับงานสังคมจิตอาสา 12 เดือน 12 กิจกรรม ที่เข้าไปมีส่วนร่วม ถึงจะสุดหนัก สุดเหนื่อย แต่ประธานเปิ้ลมีเคล็ดลับการบริหารงานแน่นอน เอาอยู่ ไม่ทำให้สมาชิกนักธุรกิจไหนหมดกำลังใจ

ที่มาของสาว สวย เก่ง

คุณชญาณิชฐ ชีรัมย์ ชื่อเล่น เปิ้ล เติบโตจากครอบครัวนักธุรกิจชาวบุรีรัมย์ ด้านค้าปลีก ค้าส่ง ต่อมาคุณพ่อได้ขยายธุรกิจด้านการผลิตสินค้าเอง โดยเห็นโอกาสจากแรงงานที่บ้านเกิด อำเภอห้วยราช จ.บุรีรัมย์ จึงเลือกเปิดเป็นโรงงานผลิตเฟอร์นิเจอร์ แบรนด์ KF Furniture โดย บริษัท กิมหงวนเฟอร์นิเจอร์ 2004 จำกัด นอกจากได้สินค้าแล้วยังช่วยสร้างอาชีพให้ชาวบ้าน อาศัยความขยัน และตั้งใจของแรงงานที่สามารถฝึกฝนได้ โดยส่งลูกสาวคนเดียว คือ คุณเปิ้ล ที่เพิ่งจบด้านศิลป-ภาษา คณะมนุษยศาสตร์มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย เข้าไปเรียนรู้ และรับไม้ต่อบริหารจัดการธุรกิจใหม่ ซึ่งเป็น

แหล่งเรียนรู้และบุกเบิกธุรกิจของครอบครัวไปพร้อม ๆ กัน

“แรงงานขยัน แต่ขาดความรู้วิธีการทำงาน เหมือนเราพูดกันคนละภาษา

คอร์สเรียน หาความรู้ช่วยแก้ปัญหา บางครั้งก็ยอมให้ภาครัฐเข้ามาตรวจสอบการทำงาน เพื่อหวังให้ทีมงานตื่นตัวได้เรียนรู้”

**YEC BURIRUM ยึดถือการให้เกียรติผู้ใหญ่ – เรา
มาให้ ไม่ได้มารับ เพราะ YEC เป็นคนรุ่นใหม่ ถึงจะ
มาจากธุรกิจใหญ่โตแค่ไหนก็ตาม การเรียนรู้ที่จะ
ให้เกียรติผู้ใหญ่เป็นสิ่งสำคัญ**

แก้ปัญหาด้วยการสร้างความเป็นเจ้าของด้วยคำว่า “เรา” เหมือนเราผลิตสินค้าทุกชิ้นให้ญาติเราใช้ ทุกชิ้นต้องประณีต เราถูกส่งมาเรียนรู้งานคนเดียว เหมือนเราได้เรียนรู้ไปพร้อมกันกับแรงงาน ทุกปัญหาการทำงาน จะลง

หลักการ บริหารงาน บริหารคน คือจุดเด่น

จากวันนั้นจนถึงวันนี้เป็นเวลา 10 ปีของการดูแลรับผิดชอบธุรกิจครอบครัว ได้เติบโตอย่างต่อเนื่อง เธอทำให้แรงงานเข้าใจการทำงาน มีระเบียบมากขึ้น มี



เหตุผลไม่พูดด้วยอารมณ์ ทุกคนเข้าใจตรงกัน ว่า ในแต่ละปีบริษัทจะเดินหน้าไปทิศทางใด “ทุกแผนก ทุกฝ่ายต้องได้รับการอบรมอย่างต่อเนื่องเพื่อพัฒนาความรู้ความเข้าใจในงานจนสามารถฟรีเซ็นทำงานได้ นอกจากนี้เรายังมีแผนจะขยายตลาดต่างประเทศ นี่คือ ความก้าวหน้าของการทำงานในวันนี้”

“เราไม่เพิ่มคน เพราะยุคเทคโนโลยีแทบจะไม่ใช่คนเลย แต่แรงงานอยู่กับเรามาตั้งแต่ต้น เราพยายามคงไว้อย่างเดิม จะปรับเปลี่ยนจัดสรรกำลังคนให้เหมาะสมกับการเปลี่ยนแปลง อาทิ 100 คนทำงานผลิต อีก 100 คนโยกย้ายไปทำด้านขนส่ง เป็นต้น”

ทำงาน YEC ตั้งแต่ยุคแรกถึงวันนี้ 7 ปี สุขุครมรุ่น

คุณเปิ้ล ชญานิษฐ์ สมักรเป็น

สมาชิก YEC หอการค้าจังหวัดบุรีรัมย์ เพราะเพื่อนชวน คือ ประธาน YEC

ท่องเที่ยวทั้งใน และนอกประเทศเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง

YEC อย่างกังวลแต่การจัดงาน แต่อยากให้ระหว่างสมาชิก YEC มีความสัมพันธ์ที่ดีต่อกัน เรามีความเป็นพี่น้องกัน” และนี่คือวิสัยทัศน์การทำงานของประธาน YEC หอการค้าจังหวัดบุรีรัมย์ เจน 5 คนปัจจุบัน

บุรีรัมย์คนแรก ผ่านมาจนถึงปัจจุบันเธอผ่านประสบการณ์ความเปลี่ยนแปลงของเมืองบุรีรัมย์ตลอด 7 ปี ตั้งแต่เป็นเมืองผ่าน จนกลายเป็นเมืองชื่อดังติดอันดับ เพราะมีสนามฟุตบอลระดับมาตรฐานโลกของอดีตนักการเมืองเกิดขึ้น เป็นจุดเปลี่ยนของเมืองบุรีรัมย์ ไม่ใช่เมืองผ่านอีกต่อไป กลายเป็นเมืองต้องแวะ เมืองท่องเที่ยวที่น่าสนใจ มีจุดขายใหม่ด้านกีฬา จึงทำให้ปริมาณนัก

นโยบายการบริหาร YEC เจน 5 จึงสอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลง โดยพยายามดึงสมาชิก/แกนนำแต่ละเจนที่ผ่านมา ที่มีความเข้าใจ และเต็มใจทำงานจิตอาสา เข้ามารวมตัวกันต่อใน YEC เจน 5 ยุคแห่งการสร้างคุณค่าให้สมาชิกที่ยังอยู่ ทั้งแง่ตัวบุคคล และงานคุณเปิ้ลเชื่อว่า เมื่อคนรุ่นใหม่เห็นคุณค่าของ YEC จะทำให้อยากสมัครเข้ามาเพิ่มเองโดยอัตโนมัติ จากปัจจุบันมีจำนวน

สมาชิกปัจจุบัน 96 คน น่าจะเพิ่มขึ้นต่อไปได้ในอนาคต

ภารกิจไฮไลท์ รู้เร็วปรับตัวเร็ว

นอกจากการรวบรวมสมาชิก YEC หอการค้าจังหวัดบุรีรัมย์ทุกเจนมา ร่วมกันทำงานเพื่อบ้านเพื่อเมืองแล้ว ยังได้จัดให้มีคอร์สอบรมสัมมนาเพิ่มเติม

ความรู้ให้กับสมาชิกที่ต้องการ โดยคอร์สที่จัดแล้ว อาทิ การจัด CEO Talk เชิญผู้ใหญ่ในหอการค้ามาแชร์ความรู้ คอร์สอบรมด้านออนไลน์ การเชิญ YEC ที่มีความเชี่ยวชาญแต่ละด้านมาแชร์ความรู้ระหว่างกัน หรือ เชิญวิทยากร ผู้เชี่ยวชาญมาจัดงานสัมมนา เพื่อติดอาวุธทางธุรกิจให้แก่สมาชิก นอกจากนี้ยังมีกิจกรรมเพื่อสังคม อาทิ การบริจาคโลหิต

การลดใช้ถึงพลาสติก การช่วยชุมชนในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ และร่วมกับหอการค้าจังหวัดบุรีรัมย์พัฒนาการค้าชายแดนโดยเฉพาะอย่างยิ่ง ขณะนี้ YEC กำลังเดินหน้าโครงการ e-commerce “V-Mall” ช่องทางการค้าออนไลน์โดยร่วมมือกับ TRUE และ หน่วยงานภาครัฐ อาทิ กรมพัฒนาชุมชน และการท่องเที่ยว เพื่อขับเคลื่อนสินค้าดีบุรีรัมย์





สโลแกนประจำใจว่า “เรามาให้ ไม่ได้ มารับ” และเราจะเน้นมากกว่า การประชุม ห้ามมีแอลกอฮอล์ เพราะไม่ต้องการให้ ภาพ YEC มีแต่การปาร์ตี้เกินไป จนอาจ ทำให้คนดู Facebook เห็นภาพแล้ว ไม่เข้าใจว่า “เรามาทำอะไรกัน”

ที่ผ่านการกระบวนการคัดสรรสินค้า และบรรจุภัณฑ์ มารวมกัน บน online platform ภายใต้ ชื่อ BURIRUM BRAND ใน Section หนึ่งของ V-Mall วัตถุประสงค์เพื่อเพิ่มยอดขายสินค้า ชุมชนต่างๆในบุรีรัมย์ ผ่านช่องทางจำหน่ายออนไลน์ ซึ่งเป็นช่องทางการค้า ที่สอดคล้องกับ lifestyle ของผู้ซื้อในยุค ปัจจุบัน และจะเดินทางมาชนจังหวัด ไกลเคียงซึ่งเป็นเขตติดต่อกับประเทศ กัมพูชา ร่วมวางจำหน่ายสินค้าเพื่อสร้างความหลากหลายของอัตลักษณ์สินค้า อีสาน อาทิ สุรินทร์ ชัยภูมิ นครราชสีมา เป็นความร่วมมือของกลุ่มจังหวัดภาค อีสานภายใต้ชื่อ “นครชัยบุรี” ซึ่งวางแผนจะ Launch ในปีนี้

ขอชื่นชมกับความมุ่งมั่น ขยันทำงาน และมี รายละเอียดในการบริหารสมาชิกนักธุรกิจรุ่นใหม่ และ หัวใจจิตอาสา

YEC BURIRUM ยึดถือการให้เกียรติ ผู้ใหญ่ – เรามาให้ ไม่ได้ มารับ

เพราะ YEC เป็นคนรุ่นใหม่ ถึงจะ มาจากธุรกิจใหญ่โตแค่ไหนก็ตาม การ เรียนรู้ที่จะให้เกียรติผู้ใหญ่เป็นสิ่งสำคัญ นี่คือ สิ่งที่ประธานเปิดยึดถือในการ ปลุกฝังให้แก่สมาชิก และไม่ว่าจะทำงาน จิตอาสาเหนื่อยแค่ไหนก็ตาม ทุกคนใน YEC จะช่วยเหลือซึ่งกันและกัน โดยมี

“YEC อย่างกังวลแต่การจัดงาน แต่ อยากให้ระหว่างสมาชิก YEC มีความ สัมพันธ์ที่ดีต่อกัน เรามีความเป็นพี่น้อง กัน” และนี่คือวิสัยทัศน์การทำงานของ ประธาน YEC หอการค้าจังหวัดบุรีรัมย์ เจน 5 คนปัจจุบัน ประธานสาวสวย โสดเก่งและแกร่ง ขอชื่นชมกับความ มุ่งมั่น ขยันทำงาน และมีรายละเอียด ในการบริหารสมาชิกนักธุรกิจรุ่นใหม่ และ หัวใจจิตอาสา นำติดตามผลงาน ของเธอต่อไปค่ะ 

WANTED

เด็กหัวการค้า



รับสมัครนักศึกษาใหม่ ปี 2560
ตั้งแต่วันนี้เป็นต้นไป
มีทุนการศึกษาและสิทธิพิเศษมากมาย



นักศึกษาใหม่จะได้รับ
iPad Mini4*
เป็นอุปกรณ์การเรียน
ในระบบ Digital Hybrid
Learning System