

Thailand Economic & Business Review

ปีที่ 15 ฉบับที่ 7
July 2019

Economic Review

ชิม ช้อป ใช้ ช่วยชาติ
กระตุ้นเศรษฐกิจไทย
โค้งสุดท้ายปี 62
โดย พศ.ดร.ธนวรรธน์ พลวิชัย

The Globe

เจาะลึกพฤติกรรมผู้สูงวัยในจีน
เพิ่มโอกาสส่งออกไทย
โดย ธนาคารเพื่อการส่งออกและนำเข้า
แห่งประเทศไทย (Exim Bank)

Strategy

สัมภาษณ์
The Cheese Maker!
คุณเพชร บุญชูช่วย
โดย ชัยฤทธิ์ อิ่มเจริญ

Interview

YEC Update ประธาน YEC
หอการค้าจังหวัดชลบุรี



โอกาสทางการค้า



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 โอกาสและการพัฒนาการค้าในกลุ่มประเทศ CLMVT มาเป็นรายงานพิเศษ และยังได้นำ โพลล์เรื่อง พฤติกรรมและการใช้จ่ายของประชาชนในช่วงวันอาสาฬหบูชา และทัศนะต่อนโยบายภาครัฐ ต่อด้วย Economic Review เริ่มต้นด้วย “บทสัมภาษณ์วิเคราะห์เศรษฐกิจ กับ ผศ. ดร. ธนวรรณ พลวิชัย อาจารย์ นักพยากรณ์เศรษฐกิจจากมหาวิทยาลัยหอการค้าไทย กับหัวข้อ “ชิม...ช้อป...ใช้ ช่วยชาติกระตุ้นเศรษฐกิจไทย โค้งสุดท้ายปี 62” ซึ่งมหาวิทยาลัยหอการค้าไทย ประเมินว่า จะมีเม็ดเงินหมุนเวียนในระบบเศรษฐกิจจากโครงการนี้ รวมทั้งสิ้นประมาณ 20,000-30,000 ล้านบาท เพราะคนส่วนใหญ่ 90-95% ของคนลงทะเบียน 10 ล้านคน จะใช้เงินในโครงการนี้

และ Global Section ทาง Exim Bank ร่วมเสนอบทความเรื่อง “เจาะลึกพฤติกรรมผู้สูงวัยในจีน เพิ่มโอกาสส่งออกไทย” ซึ่งบทความได้กล่าวถึงพฤติกรรมและช่องทางในการเข้าตลาดทางจีน Strategy Section เรายังนำกลยุทธ์การพัฒนาธุรกิจและกรณีศึกษามานำเสนออีกเช่นเคย เริ่มด้วยคอลัมน์ Inspire กับบทสัมภาษณ์ “คุณเพชร บุญชูช่วย The Cheese Maker!” ผู้ต่อยอดธุรกิจจากรุ่นพ่อ ที่ดำเนินธุรกิจมา 20 ปี จากมวกเหล็ก เขาใหญ่ และปิดท้ายด้วยบทสัมภาษณ์ YEC พบกับ ไกรสร ฉัตรเลขวณิชย์ ประธาน YEC หอการค้าจังหวัดชลบุรี

ฉบับนี้ ได้นำเนื้อหาหลากหลายมาอัปเดตเรื่องเศรษฐกิจตั้งแต่ดัชนีความเชื่อมั่นฯ และการติดตามอัปเดตธุรกิจต่างประเทศ อย่าง CLMVT แนวทางการพัฒนาธุรกิจ 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



4 Editor's Notes

9 พฤติกรรมและการใช้จ่ายของประชาชน
ในช่วงวันอาสาฬหบูชา
และทิศเนตอนโยบายภาครัฐ

18 ชิม...ช้อป...ใช้ ช่วยชาติ
กระตุ้นเศรษฐกิจไทย
โค้งสุดท้ายปี 62

22 โอกาสและการพัฒนา
สิ่งแวดล้อมความสะอาดทางการค้า
ในกลุ่มประเทศ CLMVT (ตอนที่ 1)

28 เเจาะลึกพฤติกรรมผู้สู่วัยในจีน
เพิ่มโอกาสส่งออกไทย

Economic Review

ชิม...ช้อป...ใช้ ช่วยชาติ
กระตุ้นเศรษฐกิจไทย
โค้งสุดท้ายปี 62

18

Designed by macrovector / Freepik

ทีมบรรณาธิการ

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

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

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

กองบรรณาธิการ: กาญจนา ไทยชน, ปิยะ นนทรีรักษ์, 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 โหมวิไลลักษณ์,

อมรเทพ ทวีพานิชย์, ดร. ไพจิตร วิบูลย์ธนสาร, ดร. ศศิวิมล วรณศิริ, ดร. ตระหนักจิต ยุทธรรยง, ดร. จิตรรัตน์ ช่างหล่อ ฯลฯ

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

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



32

เพชร บุญชูช่วย

The Cheese Maker!



42

ไกรสร จิตรเลขวณิชย์

ประธาน YEC
หอการค้าจังหวัดชลบุรี – ดาวเด่นเจเนกู



ซิม...ซ้อป...ใช้ ช่วยชาติ
กระตุ้นเศรษฐกิจไทย
โค้งสุดท้ายปี 62

โอกาสและการพัฒนา
สิ่งแวดล้อมและความสะอาดทางการค้า
ในกลุ่มประเทศ CLMVT (ตอนที่ 1)

18

ในเบื้องต้นมหาวิทยาลัยหอการค้าไทย
ประเมินว่าจะมีเม็ดเงินหมุนเวียนในระบบเศรษฐกิจ
จากโครงการนี้ รวมทั้งสิ้นประมาณ 20,000-30,000 ล้านบาท
เพราะคนส่วนใหญ่อย่างน้อยประมาณ 90-95%
ของคนลงทะเบียน 10 ล้านคนจะใช้จ่ายเงินในโครงการนี้

20

การอำนวยความสะดวกทางการค้า
หมายถึง ต้องมีการลดขั้นตอนความยุ่งยาก
และการทำให้สอดคล้องกันของกฎระเบียบ และ
กระบวนการทำงานที่เกี่ยวข้องกับระบบการค้าระหว่าง
ประเทศ โดยเฉพาะกับการแบ่งปันและการส่งผ่านข้อมูล
ระหว่างภาคเอกชน และหน่วยงานที่เป็นผู้ควบคุม
กฎระเบียบ การทำให้กระบวนการการค้าและ
กระบวนการทางด้านศุลกากรมีมาตรฐาน
และโปร่งใสจะต้องถูกกระตุ้น
ด้วยกลไกทางสถาบัน

QUOTE
in this
ISSUE

จีนกำลังจะก้าวสู่
การเป็นตลาดผู้สูงวัยที่
ใหญ่ที่สุดในโลก สำนักงาน
สถิติแห่งชาติของจีนระบุว่าในปี
2561 จีนมีประชากรที่อายุมากกว่า
60 ปีขึ้นไป มากถึง 249.5 ล้านคน
คิดเป็นร้อยละ 17.9 ของจำนวน
ประชากรทั้งหมด และคาดว่าจะภายในปี 2593
สัดส่วนผู้สูงวัยในจีนจะเพิ่มเป็นกว่า 1 ใน 3
ของประชากรจีนหรือราว 485 ล้านคน ผู้สูงวัยในจีน
จึงเป็นกลุ่มผู้บริโภคที่มีบทบาทมากในตลาดจีน

28

เจาะลึกพฤติกรรมผู้สูงวัยในจีน
เพื่อโอกาสส่งออกไทย

+ คาดว่าจะไป 4-5
วัน โดยออกเดินทาง
วันที่ 13 ก.ค. 62 กลับวันที่
17 ก.ค. 62
+ ค้างร้อยละ 73.1 ไม่ค้างร้อยละ
26.9
+ ไปกับครอบครัว แฟน/คู่รัก กลุ่มเพื่อน และ
อื่นๆ ตามลำดับ
+ เดินทางประมาณ 2-4 คน
+ เดินทางโดยรถยนต์ เครื่องบิน รถตู้ รถทัวร์ รถ บขส.
รถจักรยานยนต์ และรถไฟ ตามลำดับ

09

พฤติกรรมและการใช้จ่าย
ของประชาชน
ในช่วงวันอาสาฬหบูชา
และเทศกาลโศกนาฏกรรม

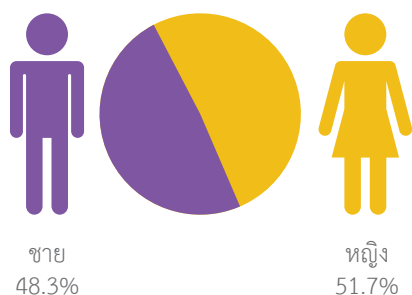
พฤติกรรมและการใช้จ่ายของประชาชน ในช่วงวันอาสาฬหบูชา และเทศกาลต้นโยบายภาครัฐ



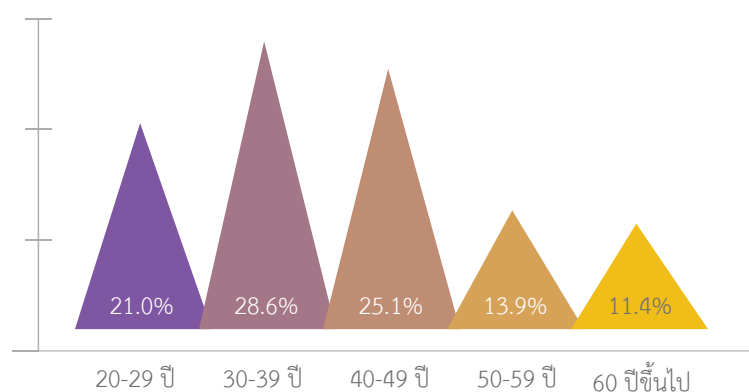
สัดส่วนของกลุ่มตัวอย่าง

สำรวจจำนวน 1,210 ตัวอย่าง (ทั่วประเทศ) ระหว่างวันที่ 1-7 กรกฎาคม 2562

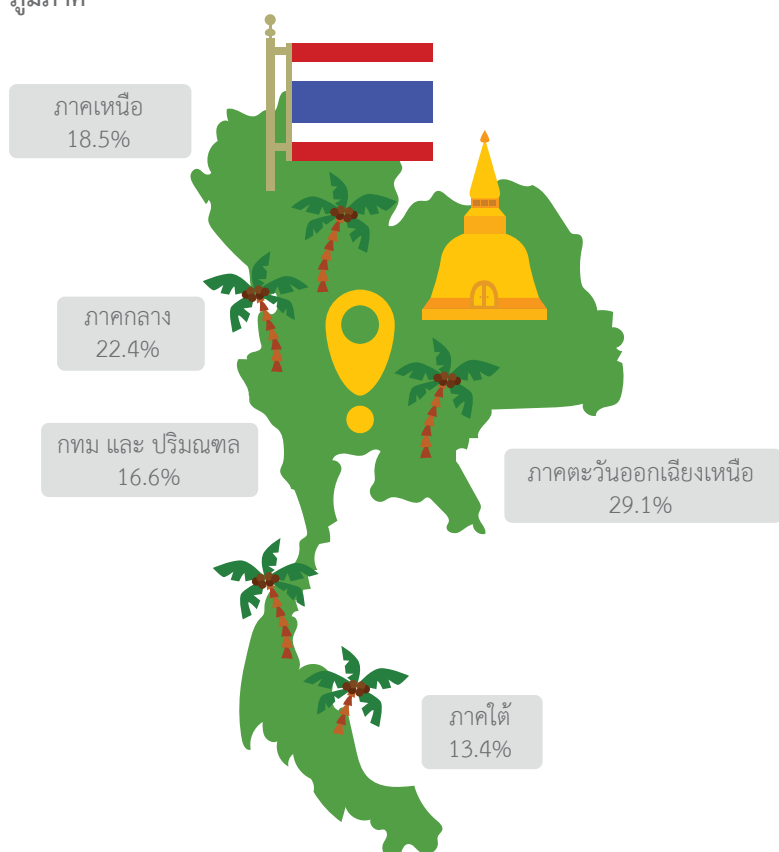
เพศ



อายุ



ภูมิภาค



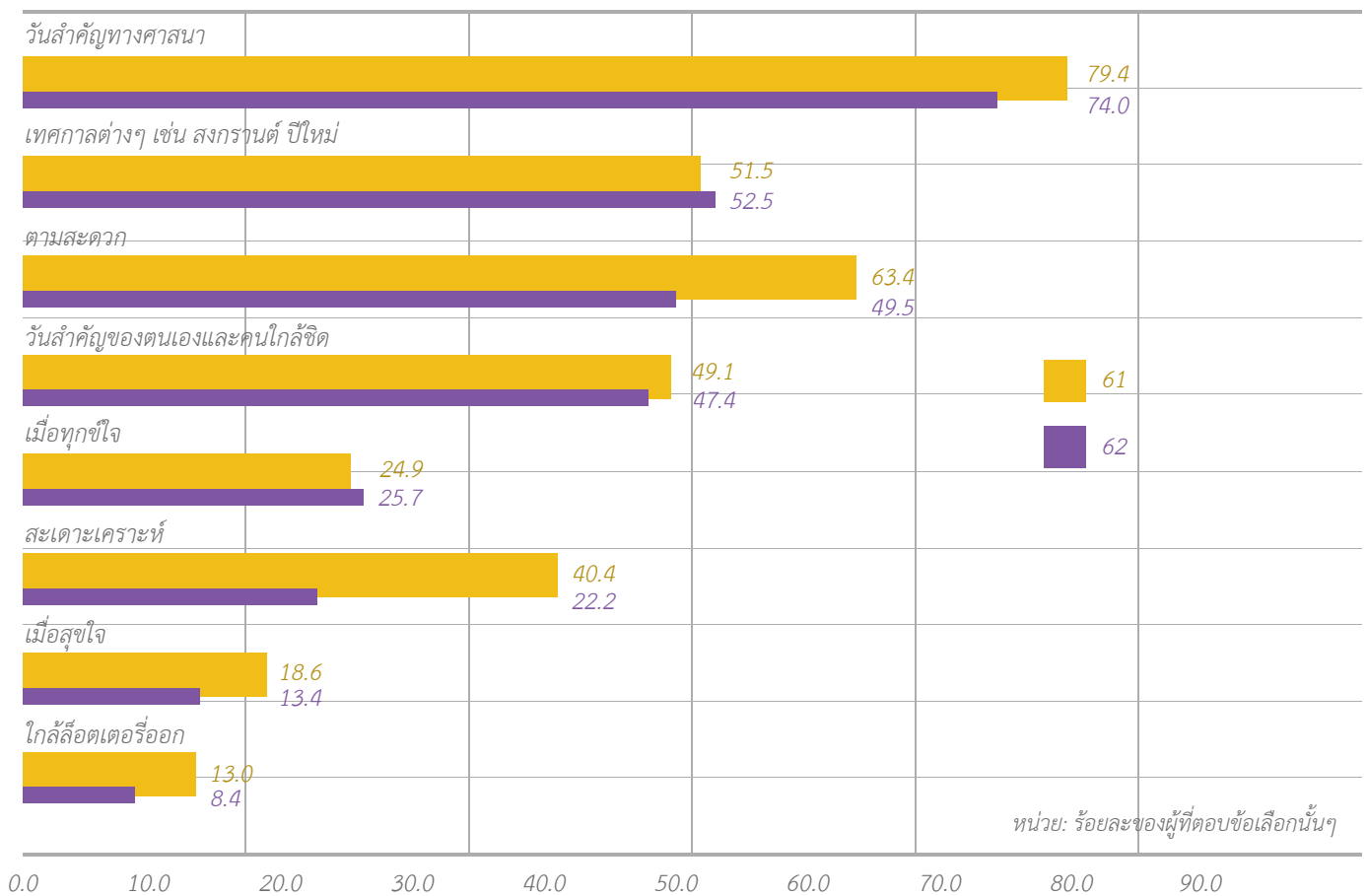
การศึกษา

	ร้อยละ
ประถมศึกษา	2.2
มัธยมต้น	4.6
มัธยมปลาย/ปวช.	14.0
ปวส./อนุปริญญา	14.7
ปริญญาตรี	58.9
สูงกว่าปริญญาตรี	5.6

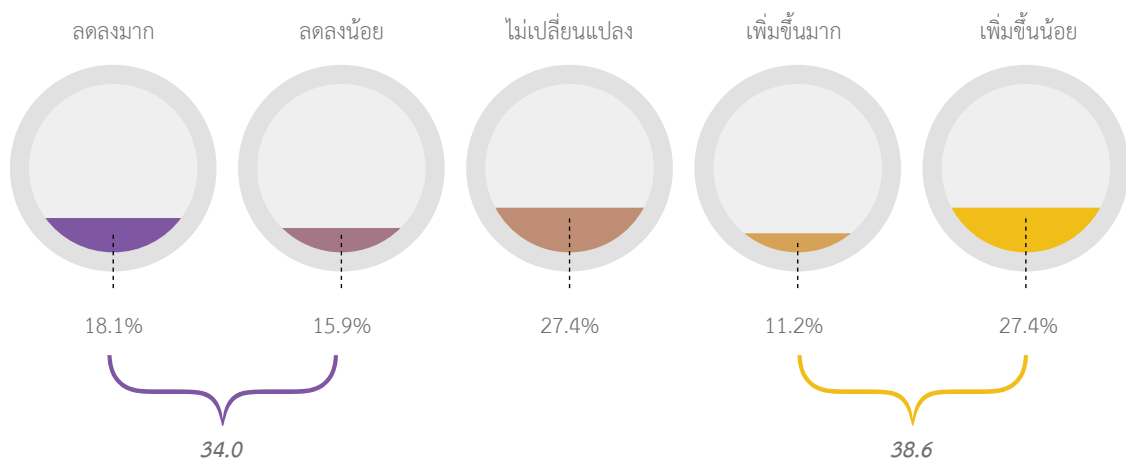
รายได้

	ร้อยละ
ต่ำกว่า 10,000 บาท	13.5
10,001 - 20,000 บาท	43.4
20,001 - 30,000 บาท	24.2
30,001 - 40,000 บาท	11.7
40,001 - 50,000 บาท	5.1
50,001 - 90,000 บาท	1.8
มากกว่า 90,001 บาทขึ้นไป	0.3

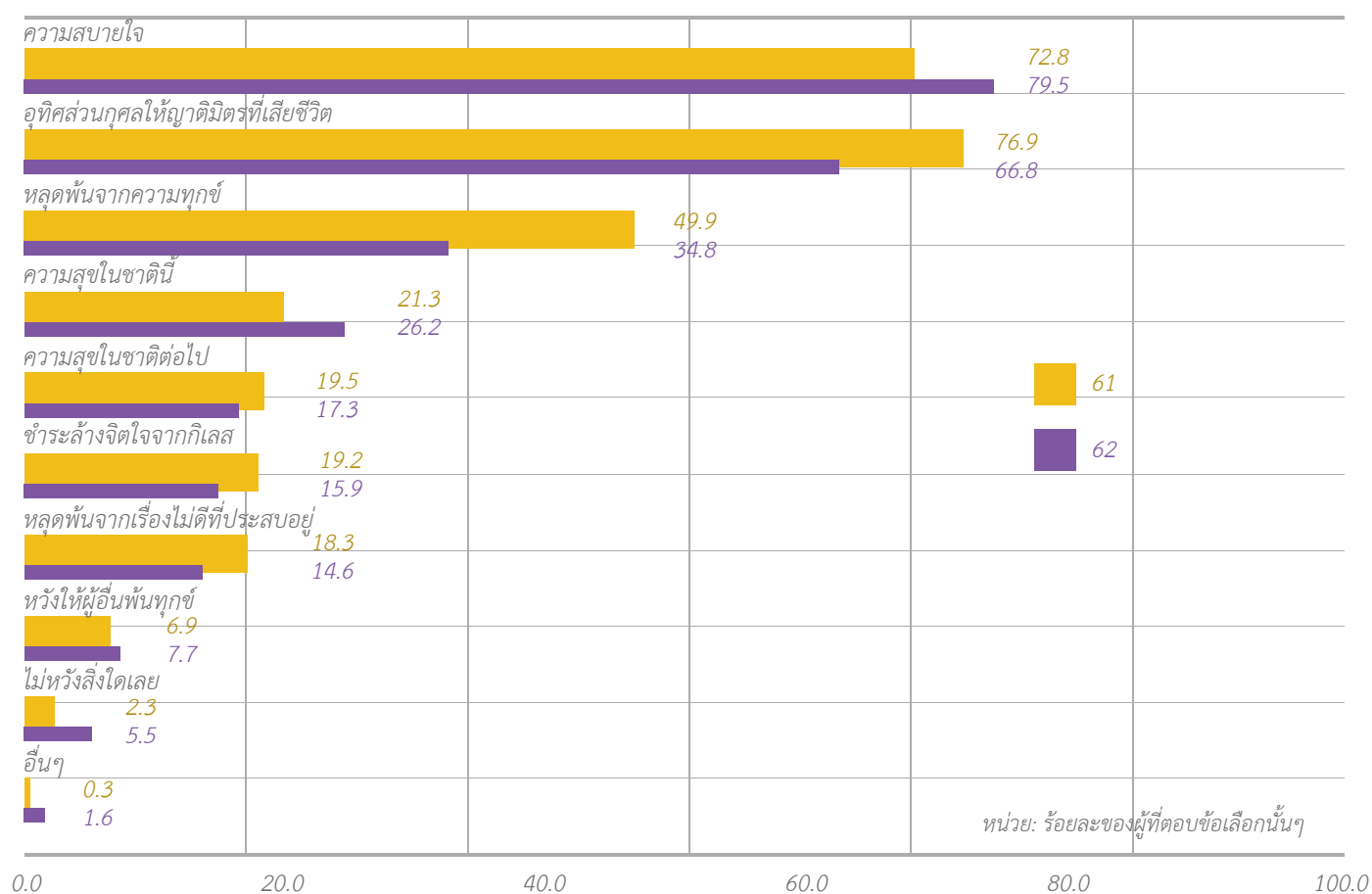
ปกติท่านจะไปทำบุญ ทำทานเมื่อใด



คนรอบข้างท่านไปทำบุญไหว้พระในวันสำคัญทางศาสนาเป็นอย่างไรเมื่อเทียบกับ 3-5 ปีที่ผ่านมา



ท่านคาดหวังอะไรหรือสิ่งใดจากการทำบุญ ทำทาน



จำนวนเงินที่ใช้ในการทำบุญ

หน่วย: ร้อยละ

เงินทำบุญ	ครึ่งปีแรก				ครึ่งปีหลัง			
	59	60	61	62	59	60	61	62
ต่ำกว่า 500 บาท	26.2	6.8	15.7	28.6	15.7	5.5	6.8	31.1
500-1,000 บาท	24.4	19.4	27.5	23.2	22.2	12.6	9.5	15.2
1,001-2,000 บาท	16.5	36.2	10.6	16.8	21.7	25.3	20.5	11.3
2,001-3,000 บาท	14.6	13.3	17.5	9.9	12.1	18.2	19.5	18.0
3,001-4,000 บาท	10.3	6.6	15.3	7.0	9.7	10.0	12.1	11.8
4,001-5,000 บาท	4.2	5.5	7.9	8.1	12.4	6.0	7.1	10.9
มากกว่า 5,000 บาท	3.9	12.3	5.5	6.4	6.3	22.5	24.5	1.7

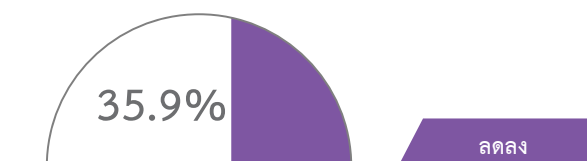
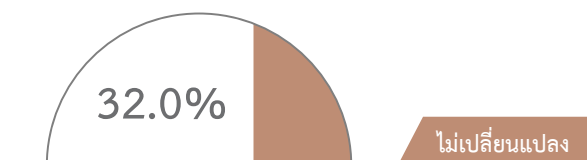
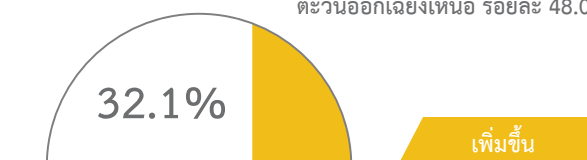
จำนวนเงินที่ใช้ในการทำบุญ: แยกภูมิภาค

หน่วย: ร้อยละ

	ครึ่งปีแรก					ครึ่งปีหลัง				
	กรุงเทพฯ และ ปริมณฑล	ตะวันออก เฉียงเหนือ	กลาง	เหนือ	ใต้	กรุงเทพฯ และ ปริมณฑล	ตะวันออก เฉียงเหนือ	กลาง	เหนือ	ใต้
ต่ำกว่า 500 บาท	15.7	19.1	36.2	42.6	32.9	15.7	19.1	36.2	42.6	32.9
500-1,000 บาท	22.8	28.3	19.0	18.4	26.5	22.8	28.3	19.0	18.4	26.5
1,001-2,000 บาท	21.8	29.7	8.2	8.1	8.4	21.8	29.7	8.2	8.1	8.4
2,001-3,000 บาท	15.7	8.0	10.8	7.2	9.0	15.7	8.0	10.8	7.2	9.0
3,001-4,000 บาท	9.1	4.6	6.7	9.0	7.7	9.1	4.6	6.7	9.0	7.7
4,001-5,000 บาท	8.6	6.0	10.8	8.1	7.7	8.6	6.0	10.8	8.1	7.7
มากกว่า 5,000 บาท	6.1	4.3	8.2	6.7	7.7	6.1	4.3	8.2	6.7	7.7
	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0

จำนวนเงินที่ใช้ในการทำบุญในปีนี้ 62 เทียบกับปี 61

ตะวันออกเฉียงเหนือ ร้อยละ 48.0



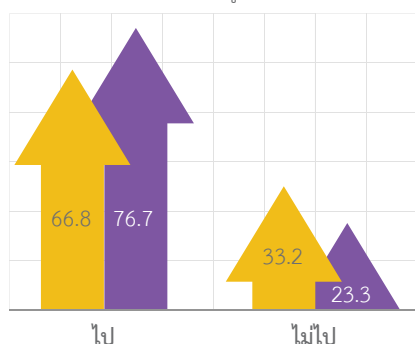
หน่วย:ร้อยละ

	กทม.และ ปริมณฑล	ต่างจังหวัด
เพิ่มขึ้น	28.8	32.8
ไม่เปลี่ยนแปลง	44.4	29.5
ลดลง	26.8	37.8

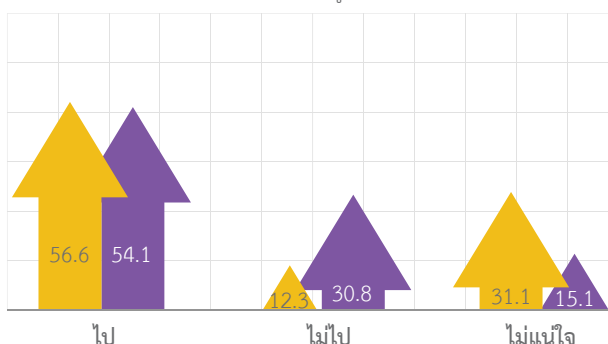
พฤติกรรมและการใช้จ่ายในช่วงวันอาสาฬหบูชา

การเดินทางไปทำบุญไหว้พระ ในวันอาสาฬหบูชา

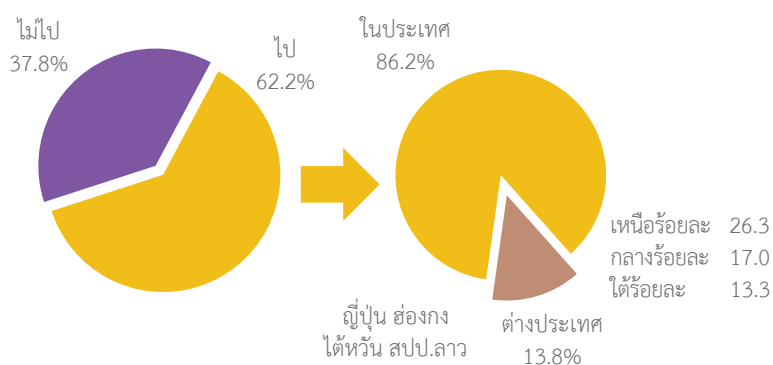
ปกติในปีที่ผ่านมา มาท่านจะไปทำบุญไหว้พระ
ในวันอาสาฬหบูชาหรือไม่



ในปีนี้น่าท่านจะไปทำบุญไหว้พระ
ในวันอาสาฬหบูชาหรือไม่



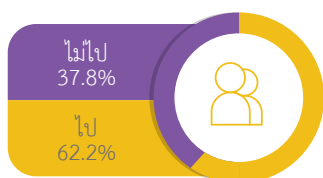
การวางแผนการเดินทางไปออกจังหวัดเพื่อทำบุญหรือท่องเที่ยว



การวางแผนไปท่องเที่ยว/ ทำบุญช่วงวันหยุด

- + คาดว่าจะไป 4-5 วัน โดยออกเดินทางวันที่ 13 ก.ค. 62 กลับวันที่ 17 ก.ค. 62
- + ค้างร้อยละ 73.1 ไม่ค้างร้อยละ 26.9
- + ไปกับครอบครัว แฟน/คู่รัก กลุ่มเพื่อน และอื่นๆ ตามลำดับ
- + เดินทางประมาณ 2-4 คน
- + เดินทางโดยรถยนต์ เครื่องบิน รถตู้ รถทัวร์ รถ บขส. รถจักรยานยนต์ และรถไฟตามลำดับ

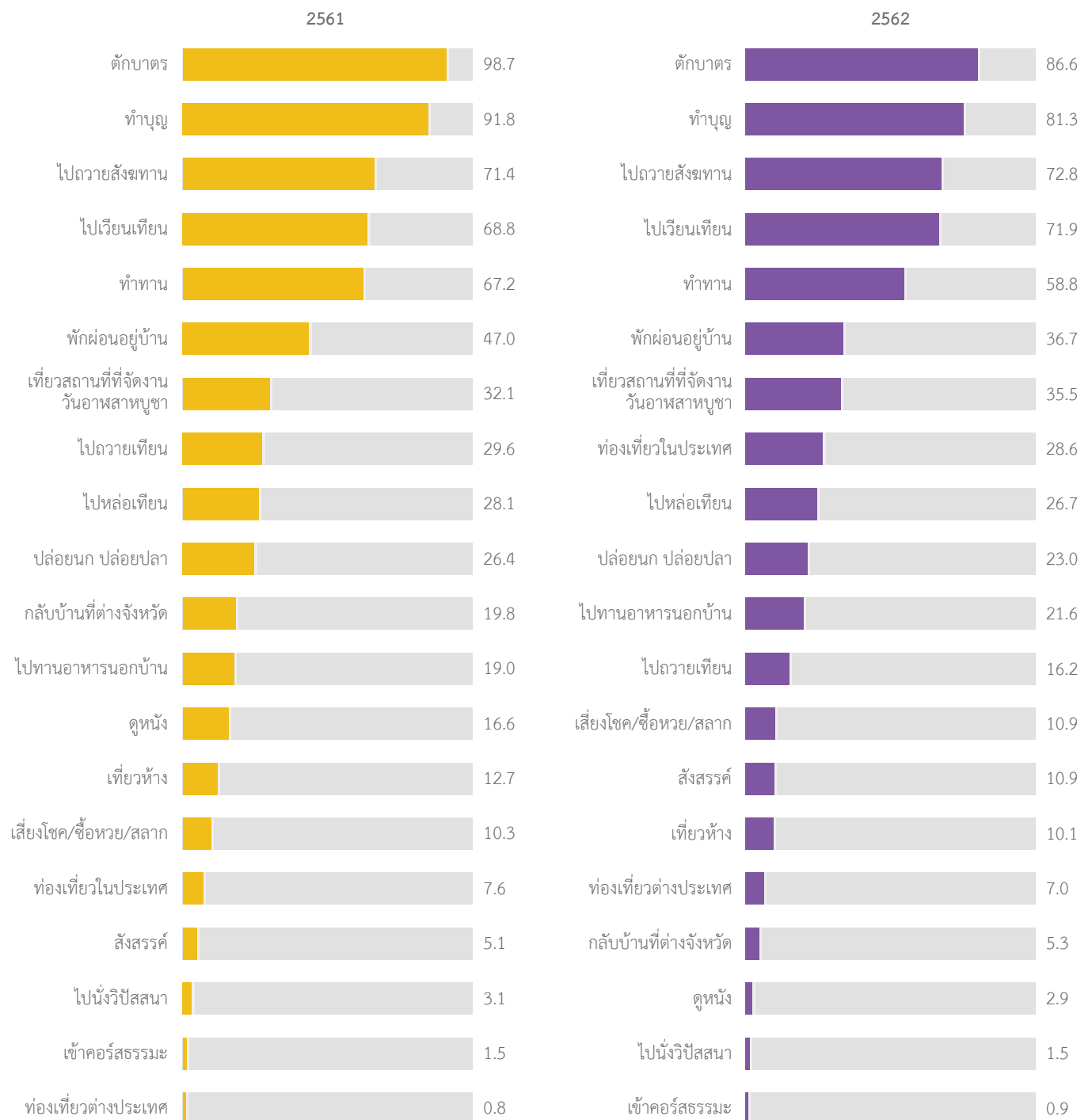
การวางแผนไปทำบุญหรือท่องเที่ยวในประเทศในช่วงวันอาสาฬหบูชาและวันเข้าพรรษา



ภูมิภาค	จังหวัดที่ได้รับความนิยม
กรุงเทพและปริมณฑล	อยุธยา ปทุมธานี นครปฐม นครนายก สุพรรณบุรี
ตะวันออก/เฉียงเหนือ	อุดรธานี หนองคาย นครพนม
กลาง	ชลบุรี กรุงเทพฯ กาญจนบุรี เพชรบุรี ระยอง
เหนือ	เชียงใหม่ เชียงราย เพชรบูรณ์
ใต้	สุราษฎร์ธานี ภูเก็ต กระบี่

ภูมิภาคที่ไปเที่ยว	กทม.และปริมณฑล	ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	ภาคกลาง	ภาคเหนือ	ภาคใต้
กรุงเทพ และปริมณฑล	10.9	7.9	30.8	11.9	17.9
ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	9.1	69.1	7.7	9.5	5.1
ภาคกลาง	63.6	12.1	50.0	21.4	17.9
ภาคเหนือ	10.9	7.3	6.4	50.1	10.4
ภาคใต้	5.5	3.6	5.1	7.1	48.7

กิจกรรมที่นิยมทำในวันอาสาฬหบูชาและวันเข้าพรรษา



หน่วย: ร้อยละของผู้ที่ตอบข้อเลือกนั้นๆ

การใช้จ่ายในช่วงวันอาสาฬหบูชา

กิจกรรม	กิจกรรมที่ทำ	จำนวนเงินเฉลี่ย	เพิ่มขึ้น	ลดลง	ไม่เปลี่ยนแปลง
ทำบุญ	81.3	803.00	25.4	26.8	47.8
ตักบาตร	86.6	408.88	15.2	27.8	57.0
ไปถวายสังฆทาน	72.8	634.56	22.6	25.0	52.4
ไปเวียนเทียน	71.9	308.21	12.7	39.2	48.1
ทำทาน	58.8	311.85	21.6	21.6	56.7
พักผ่อนอยู่บ้าน	36.7	306.74	2.0	74.1	23.8
เที่ยวสถานที่ที่จัดงานวันอาสาฬหบูชา	35.5	602.60	22.6	39.0	38.4
ท่องเที่ยวในประเทศ	28.6	4,514.68	63.8	14.0	22.2
ไปหล่อเทียน	26.7	425.00	36.7	30.0	33.3
ปล่อยนก ปล่อยปลา	23.0	265.38	34.2	35.9	29.9
ไปทานอาหารนอกบ้าน	21.6	1,625.61	39.1	20.8	40.1
ไปถวายเทียน	16.2	604.91	27.0	31.6	41.4
สังสรรค์	10.9	1,845.36	57.3	21.9	20.8
เสี่ยงโชค/ซื้อหวย/สลาก	10.9	518.96	12.5	50.0	37.5
เที่ยวห้าง	10.1	1,274.73	44.0	20.9	35.2
ท่องเที่ยวต่างประเทศ	7.0	21,666.67	23.8	52.4	23.8
กลับบ้านที่ต่างจังหวัด	5.3	4,366.67	69.6	15.2	15.2
ดูหนัง	2.9	352.00	8.0	24.0	68.0
ไปนั่งวิปัสสนา	1.5	383.33	0.0	61.5	38.5
รวมเฉลี่ย		6,470.71			

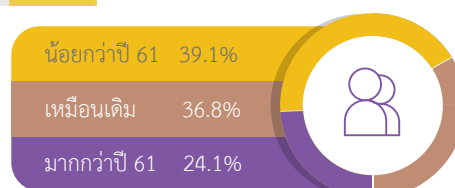
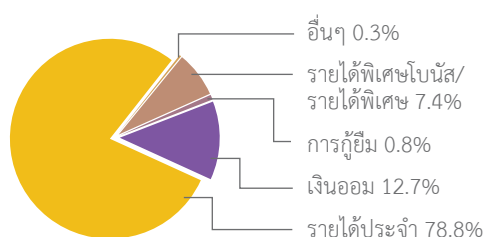
ปริมาณและมูลค่าการใช้จ่ายเมื่อเทียบกับปี 61

จำนวนชิ้นในการซื้อของ		มูลค่าในการใช้จ่าย	
	ร้อยละ		ร้อยละ
เพิ่มขึ้น	32.8	เพิ่มขึ้น	34.2
ไม่เปลี่ยนแปลง	33.6	ไม่เปลี่ยนแปลง	35.6
ลดลง	33.6	ลดลง	31.2

ความคึกคักต่างๆ ของกิจกรรมในวันอาสาฬหบูชาในปี 62 เมื่อเทียบกับปี 61

	ร้อยละ
เศรษฐกิจแย่ลง	36.7
ราคาสินค้าแพงขึ้น	30.7
หนี้มาก	18.3
รายได้น้อย	14.3

แหล่งที่มาของเงินที่ใช้ในวันอาสาฬหบูชา



	ร้อยละ
เป็นช่วงวันหยุดยาว	36.7
มีสถานที่เที่ยวมากขึ้น	30.7
คาดหวังว่าเศรษฐกิจจะดีขึ้น	18.3
นโยบายกระตุ้นเศรษฐกิจของภาครัฐ	14.3

เงินสะสมในช่วงวันอาสาฬหบูชาปี 62

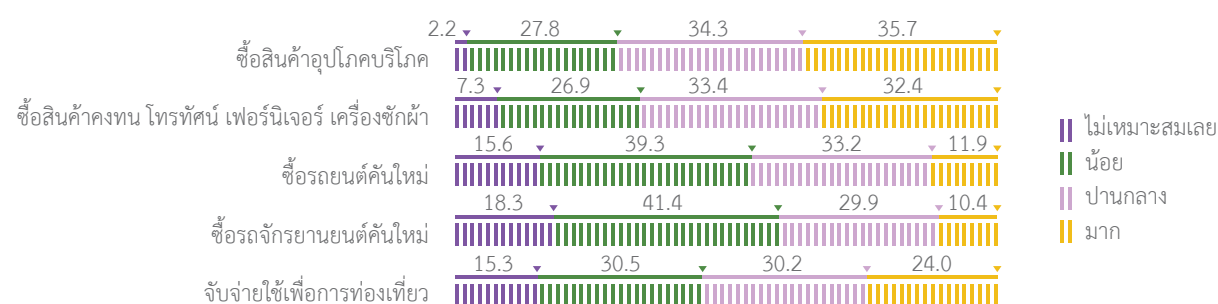
	2555	2556	2557	2558	2559	2560	2561	2562
มูลค่า: ล้านบาท	4,775.7	4,975.8	5,261.47	5,365.44	5,773.21	6,222.37	6,477.49	6,704.20
%YOY	7.31	4.02	5.43	1.98	7.60	7.78	4.10	3.50

ทัศนะต่อนโยบายของภาครัฐ

ความหวังต่อรัฐบาลชุดใหม่เกี่ยวกับนโยบายที่ต้องเร่งดำเนินการด่วนที่สุด

นโยบายด้าน ...	คะแนนเต็ม 10 คะแนน	ภูมิภาค 2 อันดับแรก
ปัญหาค่าครองชีพ สินค้าราคาแพง	8.81	ภาคกลาง (8.8) กทม.และปริมณฑล (9.2)
พัฒนาระบบการศึกษา	8.31	กทม.และปริมณฑล (8.1) ภาคกลาง (9.2)
ราคาพืชผลทางการเกษตร	8.23	ตะวันออกเฉียงเหนือ (8.4) ภาคกลาง (9.2)
หนี้ครัวเรือน	7.68	กทม.และปริมณฑล (7.9) ภาคกลาง (8.9)
ปัญหายาเสพติด	7.57	กทม.และปริมณฑล (7.6) ภาคกลาง (9.1)
การทุจริตคอร์รัปชัน	7.42	ตะวันออกเฉียงเหนือ (7.8) ภาคกลาง (8.9)
สร้างความสามัคคี ลดความขัดแย้ง	7.40	ภาคกลาง (7.9) ตะวันออกเฉียงเหนือ (8.0)
ลดความเหลื่อมล้ำ กระจายรายได้	7.37	กทม.และปริมณฑล (8.1) ภาคกลาง (9.2)
ด้านมลภาวะ และสิ่งแวดล้อม	7.12	กทม.และปริมณฑล (7.5) ภาคกลาง (8.1)
ด้านสุขภาพ และคุณภาพชีวิต	6.65	กทม.และปริมณฑล (7.3) ภาคกลาง (8.1)

บรรยากาศความเหมาะสมในการใช้จ่ายใช้สอยในช่วงปัจจุบัน



ช่วงเวลาที่เหมาะสม (อีกกี่เดือน) (เฉพาะผู้ที่ตอบว่าไม่เหมาะสมถึงเหมาะสมปานกลาง)	จำนวนเดือน
ซื้อสินค้าอุปโภคบริโภค	6
ซื้อสินค้าคงทน	7
ซื้อรถยนต์คันใหม่	9
ซื้อรถจักรยานยนต์คันใหม่	9
ใช้จ่ายเพื่อการท่องเที่ยว	6

หน่วย: ร้อยละ			
ระดับการใช้จ่าย	ลดลง	เท่าเดิม	เพิ่มขึ้น
ซื้อสินค้าอุปโภคบริโภค	35.0	36.8	28.2
ซื้อสินค้าคงทน	42.5	50.5	7.0
ซื้อรถยนต์คันใหม่	50.6	42.6	6.8
ซื้อรถจักรยานยนต์คันใหม่	50.2	42.8	7.0
ใช้จ่ายเพื่อการท่องเที่ยว	41.3	30.4	28.3

การขยายของภาวะเศรษฐกิจของประเทศไทยในปี 2562



พรที่ท่านจะขอในวันอาสาฬหบูชา

- ☉ ขอให้มีความสุขกายที่แข็งแรง ปราศจากโรคภัยไข้เจ็บ และครอบครัวมีความสุข
- ☉ ขอให้มีความสุขมาก หมดหนี้หมดสิน มีเงินมีทองใช้ตลอดปี
- ☉ ขอให้มีความสุขเจริญก้าวหน้าในที่ทำงาน
- ☉ ขอให้กิจการงานค้าขายมีความเจริญรุ่งเรือง
- ☉ ขอให้ประเทศไทยมีความสุขสงบสุข และเศรษฐกิจดีขึ้น
- ☉ ขอให้ประสบความสำเร็จในทุกๆ ด้าน ปลอดภัยจากอันตรายใดๆ ทั้งปวง

ชิม...ช้อป...ใช้ ช่วยชาติ กระตุ้นเศรษฐกิจไทย โค้งสุดท้ายปี 62



บทสัมภาษณ์

พศ.ดร.รณวรรณ พลวิชัย

รองอธิการบดีอาวุโสวิชาการและงานวิจัย และผู้อำนวยการศูนย์พยากรณ์เศรษฐกิจและธุรกิจ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย
เรียบเรียงโดย ทีมบรรณาธิการ

ศ

"เศรษฐกิจดีเร็วคือ

คะแนนนิยมของรัฐบาล"

ถ้า "เศรษฐกิจแย่ลงคือ

คะแนนนิยมของฝ่ายค้าน" ดังนั้น ด้วย
ตรรกะทางการเมือง รัฐบาลต้องรีบทำให้
"เงิน (รับ) หมุนไป" โดยต้องควบคุมให้
"เศรษฐกิจหมุน (กลับคืนพื้นตัว) มา"
อย่างรวดเร็ว เริ่มต้นไตรมาสที่ 4 ของ
ปีนี้ด้วยมาตรการ "ชิม ช้อป ใช้" ที่
ได้รับเสียงตอบรับอย่างกึกก้องอื้ออึง จน
มีเสียงเรียกร้องให้เพิ่มยอดลงทะเบียน
จาก 10 ล้านคนให้เพิ่มขึ้นมากกว่าเดิม

เพื่อรับสิทธิ์เงิน 1,000 บาท ผ่านแอป-
พลิเคชัน "เป๋าตัง 1" (G-Wallet) และ
ทะเบียนบ้าน ระหว่างวันที่ 23 กันยายน

ถึง 15 พฤศจิกายน 2562 หรือจนกว่า
สิทธิ์จะหมดก่อน ทาง www.ชิมช้อปใช้.com เพื่อนำเงินดังกล่าวไปใช้ท่องเที่ยว

มาตรการ กระตุ้นเศรษฐกิจสุดพีค ของรัฐบาล

กระแสมาตรการ "ชิม ช้อป ใช้"
ของรัฐบาลที่ได้รับการตอบรับอย่างสูง
จากภาคประชาชน หลังจากรัฐบาลเปิด
ให้ประชาชนลงทะเบียน "ชิม ช้อป ใช้"



ที่ใดก็ได้ในประเทศไทย โดยใช้ผ่านร้านค้าที่รองรับแอปพลิเคชันถุงเงิน และต้องเป็นร้านค้าในจังหวัดที่ไม่ตรงกับจังหวัดตามบัตรประชาชนของเรา โดยใช้ได้กับร้านขายสินค้าและบริการที่เข้าร่วมโครงการทุกประเภทในจังหวัดที่ได้เลือกไว้เมื่อลงทะเบียน

โดยผู้ลงทะเบียนที่ได้รับสิทธิ์แล้วจะต้องมีการใช้จ่ายภายใน 14 วัน หากไม่ใช้จ่ายตามเวลาที่กำหนดก็จะถูกตัดสิทธิ์ดังกล่าวไป ทั้งนี้ มาตรการ "ซิม ซัป ไซ" จะมีการจำกัดสิทธิ์คนลงทะเบียนไว้เพียง 10 ล้านคน โดยสามารถลงทะเบียนได้ 1 ล้านคนต่อวัน ซึ่งเรื่องที่ผมได้พูดมาทั้งหมดนี้ท่านผู้อ่านคงทราบกันถ้วนหน้าแล้ว บางท่านอาจได้รับ SMS ยืนยันการรับสิทธิ์ไปแล้วก็ได้

ซิม ซัป ไซ สิทธิใช้จ่ายฟรี 1000 บาท และเงินคืนเมื่อใช้จ่ายเกิน

นอกจากนี้เราจะได้สิทธิ์เพิ่มเติมใน

บริการที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวในทุกจังหวัด ยกเว้นจังหวัดตามทะเบียนบ้าน โดยรัฐบาลจะจ่ายเงินคืนให้ (cash back) เป็นจำนวนเท่ากับ 15% ของยอด

มาตรการ "ซิม ซัป ไซ" นี้ถือว่าได้รับความสำเร็จอย่างมากในแง่กระแสการตอบรับและการรับรู้ของสังคมและประชาชน

การลดค่าใช้จ่ายอีก หากเราเติมเงินผ่านแอปพลิเคชัน "เป๋าตัง 2" (G-Wallet) เพื่อใช้จ่ายค่าอาหารและเครื่องดื่ม ค่าที่พัก หรือค่าสินค้าท้องถิ่นจากผู้ประกอบการที่เข้าร่วมมาตรการ โดยใช้ได้กับร้านขายอาหารและเครื่องดื่ม ร้านขายสินค้าท้องถิ่น บริการที่พัก และ

ชำระเงินที่จ่ายจริง แต่ไม่เกิน 4,500 บาทต่อคน เช่น ถ้าเราใช้จ่ายเพิ่มอีก 1,500 บาท เราจะได้รับเงินคืน 225 บาท ถ้าใช้จ่าย 5,000 บาท จะได้รับเงินคืน 750 บาท ถ้าใช้จ่าย 10,000 บาท จะได้รับเงินคืน 1,500 บาท หรือถ้าใช้จ่ายเต็มเพดาน 30,000 บาท ก็



ได้รับเงินคืนเต็มเปดาน 4,500 บาท ซึ่งเป็นการกระตุ้นให้คนไทยใช้จ่ายเงินเพิ่มเติมมากกว่าที่รัฐบาลให้ใช้จ่ายเพื่อการท่องเที่ยวฟรีๆ ที่เงินทุนประเดิมเริ่มต้นคนละ 1,000 บาท

กระแสตอบรับมาแรงจากภาคประชาชน

แน่นอนครับว่า มาตรการ "ชิมช้อปใช้" นี้ถือว่าประสบความสำเร็จอย่างมากในแง่กระแสการตอบรับและการรับรู้ของสังคมและประชาชน เพราะการลงทะเบียนในแต่ละวันเต็ม 1 ล้านคนอย่างรวดเร็วจากการลงทะเบียน 5 วันที่ผ่านมา นอกจากนี้ การที่ร้านค้าที่เข้าร่วมโครงการเป็นจำนวนมากในระดับที่มากกว่า 1 แสนร้านค้า ย่อมเป็นหลักฐานที่สำคัญที่สะท้อนว่าการเข้าร่วมโครงการเป็นจำนวนมากทั้งฝั่ง demand คือภาคประชาชนผู้ซื้อ และทางฝั่ง supply คือร้านค้าผู้ขาย แสดงให้เห็นว่าโครงการนี้ประสบความสำเร็จและน่าจะกระตุ้นเศรษฐกิจได้มากพอสมควร

คาดเงินสะพัดในระบบเศรษฐกิจ 20,000 – 30,000 ล้านบาท

ในเบื้องต้นมหาวิทยาลัยหอการค้าไทยประเมินว่า จะมีเม็ดเงินหมุนเวียนในระบบเศรษฐกิจจากโครงการนี้ รวม



ในเบื้องต้นมหาวิทยาลัยหอการค้าไทยประเมินว่า จะมีเม็ดเงินหมุนเวียนในระบบเศรษฐกิจจากโครงการนี้ รวมทั้งสิ้นประมาณ 20,000-30,000 ล้านบาท เพราะคนส่วนใหญ่อย่างน้อยประมาณ 90-95% ของคนลงทะเบียน 10 ล้านคนจะใช้เงินในโครงการนี้

ทั้งสิ้นประมาณ 20,000-30,000 ล้านบาท เพราะคนส่วนใหญ่อย่างน้อยประมาณ 90-95% ของคนลงทะเบียน 10 ล้านคนจะใช้เงินในโครงการนี้ เพราะการที่คนลงทะเบียนเต็มจำนวน 1 ล้านคนต่อวันอย่างรวดเร็ว และมีการตัดวงเงินออกจากบัญชี "เป๋าตัง 1" ภายใน 14 วันหากไม่มีการใช้ ก็จะทำให้สามารถนำเงินไปใช้จ่ายได้เต็มจำนวน

10 ล้านคน หรือ 10,000 ล้านบาทได้โดยง่าย อีกทั้งคนที่ได้รับสิทธิ์คงใช้เงินเพิ่มเติมมากกว่า 1,000 บาทที่ได้รับ โดยน่าจะใช้จ่ายเพิ่มเติมเฉลี่ยอีก 1-2 พันบาทต่อคน (จาก 10 ล้านคนที่ลงทะเบียน)

คนภาคกลางตื่นตัวมากที่สุดถึง 40%

จากข้อมูลเบื้องต้นในช่วงวันแรกๆ พบว่าคนลงทะเบียนใช้เงินมากที่สุดในภาคกลางกว่า 40% ของคนลงทะเบียน รองลงมาได้แก่ ภาคตะวันออกเฉียกเหนือ และภาคตะวันออก ซึ่งดูข้อมูลเบื้องต้นแล้วน่าจะเป็นการเดินทางใกล้ๆ ในพื้นที่ใกล้เคียงกับภูมิลำเนา ไม่น่าจะเป็นการท่องเที่ยวเมืองหลัก (ที่ส่วนใหญ่อยู่ในภาคใต้หรือภาคเหนือ) ที่ต้องเดินทางไกล จึงประเมินตัวเลขเงินหมุนเวียนจากโครงการนี้ไม่สูงเกินไป ภายใต้สถานการณ์ทางเศรษฐกิจที่ยังไม่แน่นอน ทั้งเศรษฐกิจภายนอกประเทศจากสงครามการค้า Brexit และปัญหาในตะวันออกกลาง นอกจากนี้ ปัญหาภายในประเทศทั้งการเมือง ราคาพืชผลทรงตัวต่ำ และค่าเงินบาทแข็ง ทำให้

ประชาชนยังระมัดระวังการใช้จ่ายใช้สอย

กินเจปีนี้ เงินสะพัดต่ำสุดในรอบ 12 ปี

สังเกตจากการสำรวจพฤติกรรมการใช้จ่ายในช่วงเทศกาลกินเจในปีของศูนย์พยากรณ์เศรษฐกิจและธุรกิจมหาวิทยาลัยหอการค้าไทย พบว่า ยอดการใช้จ่ายในช่วงเทศกาลกินเจของปีนี้จะมียอดเงินสะพัดประมาณ 46,549 ล้านบาท โดยมีอัตราการขยายตัวต่ำสุดในรอบ 12 ปี นับตั้งแต่ทำการสำรวจตั้งแต่ปี 2551 เป็นต้นมา โดยขยายตัวจากปีที่แล้วเพียง 1.3% เนื่องจากประชาชนส่วนใหญ่มองว่า เศรษฐกิจยังไม่ฟื้นตัว

มากนัก

บทสรุปมาตรการกระตุ้นเศรษฐกิจยังดูดซับไม่อยู่

ล่าสุด คณะกรรมการนโยบายการเงิน (กนง.) ประชุมเมื่อ 25 กันยายน ที่ผ่านมา ได้ปรับลดประมาณการอัตราขยายตัวทางเศรษฐกิจของไทยในปีนี้ออกจาก 3.3% เหลือเพียง 2.8% แม้ว่ารัฐบาลจะมีมาตรการกระตุ้นเศรษฐกิจวงเงิน 3.16 แสนล้านบาทในช่วงปลายปีนี้ก็ตาม ซึ่งรวมถึงมาตรการ "ชิม ช้อป ใช้" ด้วย เพราะการส่งออกหดตัวมากกว่าที่คาด รวมถึงการท่องเที่ยวที่ชะลอกว่าที่คาดไว้เดิม ทำให้หลายฝ่ายเริ่มมองว่าโอกาสที่เศรษฐกิจไทยในปีนี้จะขยายตัวต่ำกว่า 3% มีสูงมาก โดยมาตรการของรัฐที่ออกมากระตุ้นเศรษฐกิจนั้นทำได้แค่ประคับประคองสถานการณ์มากกว่ากระตุ้นเศรษฐกิจให้ฟื้นตัวเนื่องจากปัจจัยเสี่ยงของโลกยังมีอยู่มากแน่นอนครับว่า เราคงต้องประเมินภาวะเศรษฐกิจไทยอย่างต่อเนื่อง และต้องช่วยกันเชียร์ให้คนไทยใช้จ่ายท่องเที่ยวในประเทศให้มากขึ้นเพื่อช่วยเศรษฐกิจไทยให้ฟื้นตัวได้มากที่สุด ช่วยกันคนละไม้ละมือครับ ไม่ว่าจะลงทะเบียน "ชิม ช้อป ใช้" ได้หรือไม่ก็ตาม 



โอกาสและการพัฒนา สิ่งอำนวยความสะดวกทางการค้า ในกลุ่มประเทศ CLMVT (ตอนที่ 1)

โดย
itd สำนักพัฒนาองค์ความรู้
สถาบันระหว่างประเทศเพื่อการการค้าและการพัฒนา (ITD)

1. ที่มาและความสำคัญ
การอำนวยความสะดวกทางการค้า (Trade Facilitation) เป็นแนวทางที่สำคัญต่อการค้าข้ามพรมแดน (Trading across border) ในปัจจุบัน โดยมีวัตถุประสงค์ที่มุ่งเน้นให้เกิดความเรียบง่าย ความสอดคล้อง และความโปร่งใสในกระบวนการพิธีการและขั้นตอนต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับการเคลื่อนย้ายสินค้าระหว่างประเทศ การพัฒนาการอำนวยความสะดวกทางการค้าให้มีประสิทธิภาพ จะช่วยลดต้นทุนทางการค้าและระยะเวลาการนำเข้าและส่งออก ซึ่งจะสนับสนุนให้ธุรกิจมีต้นทุนที่ลดลงและก่อให้เกิดการขยายตัวทางการค้าการลงทุนอันจะนำมาซึ่งการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจของประเทศ

ในช่วงระยะเวลาหลายปีที่ผ่านมา การเจริญเติบโตทางการค้าและการลงทุนระหว่างประเทศไทยกับประเทศเพื่อนบ้านในอนุภูมิภาคุ่มแม่น้ำโขง (ยกเว้นจีน) หรือกลุ่มประเทศ CLMV

ซึ่งประกอบไปด้วย กัมพูชา สปป.ลาว เมียนมา และเวียดนาม มีสัดส่วนที่สูงขึ้นอย่างมีนัยสำคัญและมีแนวโน้มการเจริญเติบโตอย่างต่อเนื่อง ส่งผลให้ไทยกลายเป็นประเทศคู่ค้าที่มีความสำคัญต่อประเทศเพื่อนบ้านในกลุ่ม CLMV อย่างไม่รู้ลืม ในปัจจุบัน การอำนวยความสะดวกทางการค้าในกลุ่มประเทศ CLMVT ยังคงเผชิญกับอุปสรรคทางการค้าและการเคลื่อนย้ายสินค้าข้ามพรมแดนระหว่างกัน ซึ่งเป็นผลมาจากระบบโครงสร้างพื้นฐาน สิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ ที่ยังไม่เพียงพอและไม่มีประสิทธิภาพ กฎหมายและกฎระเบียบต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องที่ไม่ทันสมัยและไม่สอดคล้องกับบริบททางการค้าในปัจจุบัน รวมทั้งกระบวนการและการปฏิบัติงานของหน่วยงานต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องในการอำนวยความสะดวกทางการค้ายังไม่มีประสิทธิภาพเท่าใดนัก ส่งผลให้เกิดมีต้นทุนทางการค้าและระยะเวลาที่สูงขึ้นโดยไม่จำเป็น อันเป็นอุปสรรคที่สำคัญต่อการเจริญเติบโตทางการ

ค้าและการลงทุนระหว่างกลุ่มประเทศ CLMVT

ดังนั้น การศึกษาโอกาสและการพัฒนาการอำนวยความสะดวกทางการค้าในกลุ่มประเทศ CLMVT จะทำให้ทราบถึงสถานการณ์ดำเนินงาน ปัญหาและอุปสรรคด้านการอำนวยความสะดวกทางการค้าที่เกิดขึ้นในปัจจุบันของแต่ละประเทศ และแนวทางการกำหนดแผนการพัฒนาด้านการอำนวยความสะดวกทางการค้าร่วมกันในกลุ่มประเทศ CLMVT จะช่วยก่อให้เกิดความร่วมมือและพัฒนาไปพร้อมกันภายในอนุภูมิภาค อันจะช่วยเสริมสร้างความเข้มแข็งและเป็นการยกระดับขีดความสามารถทางการแข่งขันให้กับกลุ่มประเทศ CLMVT ต่อไป

ก่อนที่จะกล่าวถึงการดำเนินการด้านการอำนวยความสะดวกทางการค้าของแต่ละประเทศใน CLMVT เพื่อความเข้าใจต่อคำว่า “การอำนวยความสะดวกทางการค้า” เบื้องต้นควรเข้าใจคำนิยามของการอำนวยความสะดวก

ทางการค้าที่เหมาะสมกับบริบทของอนุภูมิภาคในกลุ่มประเทศ CLMVT เพื่อใช้เป็นกรอบการดำเนินงานด้านการอำนวยความสะดวกทางการค้า

คำนิยามที่เหมาะสมออกเป็น 2 ประเภท ได้แก่ 1) คำนิยามในความหมายอย่างกว้าง (Broader sense) ซึ่งจะใช้สำหรับการกำหนดนโยบายระดับประเทศ ดังนี้ “การอำนวยความสะดวกทางการค้า (ในความหมายอย่างกว้าง) หมายถึง การอำนวยความสะดวกทางการค้าอันจะต้องมีการลดขั้นตอนความยุ่งยากและการทำให้สอดคล้องประสานกันของกฎระเบียบ และกระบวนการทำงานที่เกี่ยวข้องกับระบบการค้าระหว่างประเทศ โดยเฉพาะกับการแบ่งปัน และการส่งผ่านข้อมูลระหว่างภาคเอกชน และหน่วยงานที่เป็นผู้ควบคุมกฎระเบียบ การทำให้กระบวนการการค้าและกระบวนการทางด้านศุลกากรมีมาตรฐาน และโปร่งใสจะต้องถูกกระตุ้นด้วยกลไกทางสถาบันเพื่อทำให้หลักการของการอำนวยความสะดวกทางการค้าถูกนำไปใช้อย่างมีประสิทธิภาพ” และ 2) คำนิยามในความหมายอย่างแคบ (Narrow sense) ซึ่งนำมาใช้สำหรับการนำนโยบายลงมาใช้ในระดับปฏิบัติการ ดังนี้ “การอำนวยความสะดวกทางการค้า (ในความหมายอย่างแคบ) หมายถึง แนวคิดในการลดต้นทุน ระยะเวลา และความไม่แน่นอนที่เกี่ยวข้องกับโลจิสติกส์ข้ามพรมแดน”

2. การดำเนินการด้านการ

อำนวยความสะดวกทางการค้าของแต่ละประเทศใน CLMVT

การวิเคราะห์การดำเนินการด้านการอำนวยความสะดวกทางการค้าของ

พ.ศ. 2560 ที่ผ่านมา โดยมีวัตถุประสงค์ที่สำคัญในมุ่งเน้นการจัดอุปสรรคและก่อให้เกิดความสะดวกทางการค้า ส่งผลให้กระบวนการทางการค้าระหว่าง

การอำนวยความสะดวกทางการค้า หมายถึง ต้องมีการลดขั้นตอนความยุ่งยากและการทำให้สอดคล้องกันของกฎระเบียบ และกระบวนการทำงานที่เกี่ยวข้องกับระบบการค้าระหว่างประเทศ โดยเฉพาะกับการแบ่งปัน และการส่งผ่านข้อมูลระหว่างภาคเอกชน และหน่วยงานที่เป็นผู้ควบคุมกฎระเบียบ การทำให้กระบวนการการค้าและกระบวนการทางด้านศุลกากรมีมาตรฐาน และโปร่งใสจะต้องถูกกระตุ้นด้วยกลไกทางสถาบันเพื่อทำให้หลักการของการอำนวยความสะดวกทางการค้าถูกนำไปใช้อย่างมีประสิทธิภาพ

แต่ละประเทศใน CLMVT พิจารณาจากความคืบหน้าการดำเนินการโดยระบุเป็นมาตราในแต่ละ Category ซึ่งแบ่งเป็น Category A (หมายถึงสามารถดำเนินการได้บรรลุเป้าหมายแล้ว) Category B (หมายถึง สามารถดำเนินการได้เองภายในประเทศภายในเวลา 2-3 ปีนับจากวันลงนามรับรองความตกลง) และ Category C (หมายถึงต้องได้รับความช่วยเหลือด้านเทคนิคในการดำเนินการให้บรรลุเป้าหมาย) ภายใต้ความตกลงว่าด้วยการอำนวยความสะดวกทางการค้าภายใต้การอำนวยความสะดวกทางการค้าโลก ซึ่งได้เริ่มมีผลบังคับใช้เมื่อปี

ประเทศมีประสิทธิภาพมากขึ้น รายละเอียดโดยสรุปดังนี้

กัมพูชา

กัมพูชาได้ระบุมাত্রาใน Category A คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 60.9 ของมาตราทั้งหมดซึ่งแสดงให้เห็นว่ากัมพูชามีความพร้อมในระดับหนึ่งในการปฏิบัติตามมาตราดังกล่าวได้ทันที โดยไม่ต้องใช้ระยะเวลาในการปรับตัว และมาตราใน Category B คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 19.3 โดยมีพันธสัญญาที่จะต้องปฏิบัติตามมาตราดังกล่าวให้ได้ภายในเดือนธันวาคม พ.ศ. 2563 ส่วน



มาตราใน Category C คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 19.7 โดยจะต้องได้รับการสนับสนุนและช่วยเหลือทางเทคนิคในการเพิ่มขีดความสามารถทางด้านการอำนวยความสะดวกทางการค้า โดยได้ระบุวันโดยคร่าว (Indicative date) ที่จะต้องปฏิบัติตามมาตราใน Category C โดยสมบูรณ์ภายในเดือนธันวาคม พ.ศ. 2565

ปัจจุบันกัมพูชายังไม่มีการจัดตั้งคณะกรรมการเพื่อการอำนวยความสะดวกทางการค้าแห่งชาติที่ชัดเจน ซึ่งประเด็นดังกล่าวถือว่าเป็นสิ่งที่มีความสำคัญในลำดับต้นในการปฏิบัติตาม

ความตกลงว่าด้วยการอำนวยความสะดวกทางการค้าภายใต้องค์การการค้าโลก อย่างไรก็ตาม ได้มีการริเริ่มในการดำเนินการโดยมีการกำหนดบทบาทหน้าที่และความรับผิดชอบของหน่วยงานที่เกี่ยวข้องโดยคร่าว ซึ่งจะเริ่มมีการดำเนินการดังกล่าวอย่างจริงจังในช่วงปลายปี พ.ศ. 2561

กัมพูชาได้มีการวางแผนการปฏิบัติตามมาตราใน Category B และ C ที่ชัดเจน โดยในปี พ.ศ. 2559 รัฐบาลกัมพูชาได้รับการสนับสนุนทางด้านการช่วยเหลือทางเทคนิคจากองค์กรเพื่อการพัฒนาระหว่างประเทศของ

สหรัฐอเมริกา (USAIDS) ในการจัดทำแผนแม่บทด้านการอำนวยความสะดวกทางการค้า ซึ่งแผนแม่บทดังกล่าวได้มีการประเมินสถานะการดำเนินการในปัจจุบันด้านการอำนวยความสะดวกทางการค้าของกัมพูชา การกำหนดแนวทางการดำเนินการที่ชัดเจนในแต่ละมาตราใน Category B และ C การจัดลำดับความสำคัญของการดำเนินการในแต่ละมาตรา การกำหนดแผนการขอรับความช่วยเหลือทางเทคนิคในด้านต่าง ๆ จากผู้ร่วมพัฒนารวมทั้งการประเมินความสามารถการดำเนินการของหน่วยงานต่าง ๆ โดย



ได้รับความร่วมมือจากกระทรวงพาณิชย์ (Moc) หน่วยงานศุลกากร (GDCE) หน่วยงาน CAMCONTROL กระทรวงเกษตร ป่าไม้ และประมง (MAFF) กระทรวงสาธารณสุข (MoH) และหน่วยงานอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง การดำเนินการดังกล่าวแสดงให้เห็นได้ว่า กัมพูชามีการเตรียมความพร้อมที่ดีในการร่วมมือกับองค์กรผู้ร่วมพัฒนาในการประเมินความต้องการและจัดทำแผนการดำเนินงานด้านการอำนวยความสะดวกทางการค้า ซึ่งเป็นแผนแม่บทที่กัมพูชาสามารถนำมาใช้เป็นแนวทางการพัฒนาและยกระดับประสิทธิภาพการอำนวยความสะดวก

รัฐบาลกัมพูชาได้รับการสนับสนุนทางด้านความช่วยเหลือทางเทคนิคจากองค์กรเพื่อการพัฒนาระหว่างประเทศของสหรัฐอเมริกา (USAIDS) ในการจัดทำแผนแม่บทด้านการอำนวยความสะดวกทางการค้า

ความสะดวกทางการค้า

กัมพูชาได้มีการดำเนินการพัฒนาด้านการอำนวยความสะดวกทางการค้ามาโดยตลอดเพื่อลดระยะเวลาและต้นทุนทางการค้า รวมทั้งเป็นการยกระดับความสามารถทางการแข่งขันให้

กับประเทศ ซึ่งกัมพูชายังคงมีประเด็นความท้าทายในการปฏิบัติตามมาตรฐานใน Category B และ C ให้ได้ภายในปี พ.ศ. 2565 ซึ่งกัมพูชาได้พยายามเรียนรู้แนวทางการดำเนินการด้านการอำนวยความสะดวกทางการค้าจากประเทศเพื่อนบ้านในภูมิภาค เพื่อนำแนวทางดังกล่าวมาปรับใช้ให้สอดคล้องกับบริบทของกัมพูชาเอง

อย่างไรก็ตาม กัมพูชายังคงมีอุปสรรคและความท้าทายอยู่เป็นอันมากในปฏิบัติด้านการอำนวยความสะดวกทางการค้าให้ประสบความสำเร็จ ซึ่งโดยมากมักเป็นอุปสรรคในเชิงสถาบัน ไม่ว่าจะเป็นการสร้างเชื่อมโยงที่มีประสิทธิภาพระหว่างหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง การกำหนดบทบาทหน้าที่ที่ชัดเจนของหน่วยงานต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง มิให้มีขอบเขตของงานที่ซ้ำซ้อนกัน การปรับปรุงกระบวนการให้มีความ

โปร่งใสและตรวจสอบได้ การจัดค่าธรรมเนียมนอกระบบ เป็นต้น การดำเนินการแก้ไขปัญหาลักษณะต่าง ๆ เหล่านี้จะเป็นแนวทางหนึ่งที่ช่วยส่งเสริมให้กัมพูชาสามารถปฏิบัติตามพันธสัญญาที่ได้ให้สัตยาบันแก่องค์กร



www.visit-angkor.org

การค้าโลกได้สำเร็จในอนาคต

สปป.ลาว

สปป.ลาว ได้ระบุมาตราใน Category A คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 21 ของมาตราทั้งหมด และระบุมาตราใน Category B ที่ต้องการระยะเวลาปรับตัวคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 11.8 ส่วนมาตราใน Category C ที่ต้องการได้รับความช่วยเหลือทางเทคนิคและการพัฒนาขีดความสามารถจากองค์กรผู้ร่วมพัฒนา คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 67.2 ของมาตราทั้งหมด สปป.ลาว ได้ระบุวันโดยคร่าว (Indicative date) โดย

จะต้องปฏิบัติตามมาตราใน Category B และ C ให้ได้ภายในวันที่ 31 ธันวาคม พ.ศ. 2563 และ พ.ศ. 2565 ตามลำดับ คณะกรรมการแห่งชาติเพื่อการอำนวยความสะดวกทางการค้าของ สปป.ลาว จะอยู่ภายใต้การกำกับดูแลของคณะกรรมการขับเคลื่อนแห่งชาติด้านการบูรณาการทางเศรษฐกิจ (National Steering Committee for Economic Integration) โดยในกลางปี พ.ศ. 2561 ที่ผ่านมา ทาง สปป.ลาว ได้มีการปรับเปลี่ยนกลไกการดำเนินงานด้านการอำนวยความสะดวกทางการค้า โดยมีการกระจายอำนาจการดำเนิน

งานลงไปสู่ระดับท้องถิ่น โดยกำหนดให้มีคณะกรรมการแห่งชาติเพื่อการอำนวยความสะดวกทางการค้าใน 2 ระดับ ได้แก่ 1) ระดับส่วนกลาง (Central level) และ 2) ระดับแขวง (Provincial level) เพื่อเป็นการลดช่องว่างในการประสานงานระหว่างส่วนกลางและท้องถิ่น ทำให้สามารถติดตาม ควบคุมและตรวจสอบการปฏิบัติตามความตกลงว่าด้วยการอำนวยความสะดวกทางการค้า ณ บริเวณด่านพรมแดนในระดับท้องถิ่นได้อย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น อย่างไรก็ตาม ยังคงต้องมีการติดตามการดำเนินการ

ต่อไปหลังจากที่ได้มีการปรับโครงสร้างคณะกรรมการดังกล่าว จะช่วยให้การดำเนินการด้านการอำนวยความสะดวกทางการค้าของ สปป.ลาว มีประสิทธิภาพเพิ่มขึ้นมากน้อยเพียงใด

หน่วยงานที่มีบทบาทที่สำคัญด้านการอำนวยความสะดวกทางการค้าของ สปป.ลาว ได้แก่ 1) กองเลขาธิการด้านการอำนวยความสะดวกทางการค้า (Trade Facilitation Secretariat) ภายใต้กระทรวงอุตสาหกรรม และการค้า (Ministry of Industry and Commerce) โดยมีหน้าที่หลักในการกำหนดแผนการดำเนินงานด้านการอำนวยความสะดวกทางการค้าและเป็นศูนย์กลางในการประสานงาน (Focal point) ที่เชื่อมโยงทั้งในระดับรัฐบาล กระทรวง และแขวง (ท้องถิ่น) และระหว่างหน่วยงานต่าง ๆ ทั้งภาครัฐและเอกชน รวมทั้งผลักดันให้หน่วยงานต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องได้ปฏิบัติตามแผนงานที่กำหนด และ 2) กรมภาษี (Customs Department) ภายใต้กระทรวงการเงิน (Ministry of Finance) ซึ่งเป็นหน่วยงานที่มีบทบาทมากที่สุดด้านการปฏิบัติการในการอำนวยความสะดวกทางการค้า

สปป.ลาว ได้มีการจัดทำแผนการดำเนินงานด้านการอำนวยความสะดวกทางการค้ามาตั้งแต่ปี พ.ศ. 2554 เป็นต้นมา โดยในปัจจุบันอยู่ในระหว่างการปฏิบัติตามแผนการดำเนินงานด้านการอำนวยความสะดวกทางการค้าในระยะที่ 2 ปี พ.ศ. 2560-2565 ซึ่งมี

มาตรการเชิงกลยุทธ์ที่จะต้องดำเนินการ 7 ประการ ได้แก่ 1) การพัฒนาโลกเชิงสถาบัน 2) การพัฒนาและสร้างความเข้มแข็งให้กับกลไกการดำเนินงาน

บุคลากรที่มีความสามารถในการสนับสนุนการอำนวยความสะดวกทางการค้าทั้งในระดับส่วนกลางและท้องถิ่น การลดการทุจริตของเจ้าหน้าที่บริเวณด่าน

ปัจจุบัน สปป.ลาว ยังคงเผชิญกับประเด็นด้านการอำนวยความสะดวกทางการค้าหลายประการทั้งในด้านการพัฒนาระบบโครงสร้างพื้นฐานที่จำเป็น การปรับปรุงกระบวนการและขั้นตอนต่างๆ ให้มีประสิทธิภาพ การขาดแคลนทรัพยากรและบุคลากรที่มีความสามารถในการสนับสนุนการอำนวยความสะดวกทางการค้าทั้งในระดับส่วนกลางและท้องถิ่น การลดการทุจริตของเจ้าหน้าที่บริเวณด่านพรมแดน

ในระดับท้องถิ่น (แขวง) 3) การบูรณาการระหว่างหน่วยงานบริเวณพรมแดนภายในประเทศและประเทศเพื่อนบ้าน 4) การสร้างความร่วมมือกับภาคธุรกิจ 5) การเผยแพร่ข้อมูลต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับการนำเข้าและส่งออก 6) การทบทวนมาตรการด้านการค้าที่มีใช่ว่าภาษี (NTMs) 7) การปฏิบัติตามตามข้อตกลงว่าด้วยการอำนวยความสะดวกทางการค้าภายใต้องค์การการค้าโลก

อย่างไรก็ตาม ปัจจุบัน สปป.ลาว ยังคงเผชิญกับประเด็นด้านการอำนวยความสะดวกทางการค้าหลายประการทั้งในด้านการพัฒนาระบบโครงสร้างพื้นฐานที่จำเป็น การปรับปรุงกระบวนการและขั้นตอนต่าง ๆ ให้มีประสิทธิภาพ การขาดแคลนทรัพยากรและ

พรมแดน ซึ่งสปป.ลาว ได้ตระหนักถึงปัญหาและมีความพยายามในการขจัดอุปสรรคต่าง ๆ ที่ส่งผลกระทบต่อการพัฒนาการอำนวยความสะดวกทางการค้าเหล่านี้ ภายใต้แผนการดำเนินงานด้านการอำนวยความสะดวกทางการค้าระยะที่ 2 ซึ่ง สปป.ลาว ได้เริ่มมีการปฏิบัติตามแผนการดำเนินงานดังกล่าวอย่างจริงจัง ซึ่งจะเป็นแนวทางหนึ่งที่จะช่วยให้ สปป.ลาว สามารถดำเนินงานตามแผนงานที่ได้ตามที่กำหนดไว้

ในบทความต่อไปจะกล่าวถึงการดำเนินการด้านการอำนวยความสะดวกทางการค้าของเมียนมา เวียดนาม และไทย 

เจาะลึกพฤติกรรมผู้สูงวัย ในจีน เพิ่มโอกาส ส่งออกไทย

EXIM ธนาคารเพื่อการส่งออกและนำเข้าแห่งประเทศไทย
EXPORT-IMPORT BANK OF THAILAND

โดย: ฝ่ายวิจัยธุรกิจ ธนาคารเพื่อการส่งออกและนำเข้าแห่งประเทศไทย

U จีนกำลังจะก้าวสู่การเป็นตลาดผู้สูงวัยที่ใหญ่ที่สุดในโลก สำนักงานสถิติแห่งชาติของจีนระบุว่าในปี 2561 จีนมีประชากรที่อายุมากกว่า 60 ปีขึ้นไปมากถึง 249.5 ล้านคน คิดเป็นร้อยละ 17.9 ของจำนวนประชากรทั้งหมด และคาดว่าจะภายในปี 2593 สัดส่วนผู้สูงวัยในจีนจะเพิ่มเป็นกว่า 1 ใน 3 ของประชากรจีนหรือราว 485 ล้านคน ผู้สูงวัยในจีนจึงเป็นกลุ่มผู้บริโภคที่มีบทบาทมากในตลาดจีน นอกจากนี้รายงานการพัฒนาอุตสาหกรรมการดูแลผู้สูงวัยของจีนยังประเมินว่า การใช้จ่ายรวมของกลุ่มผู้สูงวัยในจีนจะเพิ่มจาก 4 ล้านล้านหยวนในปี 2557 เป็น 106 ล้านล้านหยวนในปี 2593 ประกอบกับการที่สังคมจีนให้ความสำคัญกับความมั่งคั่งและคุณภาพชีวิตที่ตอบสนองความต้องการทำให้ลูกหลานชาวจีนมักดูแลผู้ใหญในบ้านเป็นอย่างดี จึงเป็นโอกาสอย่างมากสำหรับผู้ประกอบการไทยในการ

รุกตลาดผลิตภัณฑ์สำหรับผู้สูงวัยในจีน ผู้ประกอบการที่ต้องการเจาะตลาดสินค้าผู้สูงวัยต้องเข้าใจความต้องการที่

เปลี่ยนไปของคนกลุ่มนี้ ซึ่งส่วนหนึ่งมาจากการเปลี่ยนแปลงทั้งด้านร่างกายและจิตใจ อันส่งผลต่อคุณลักษณะของ

ร้อยละ

40

30

20

10

0

17.9

2561

36.3

2593F

ที่มา : PopulationPyramid.net

การเต้น Square Dance



ที่มารูปภาพ : gbtimes.com

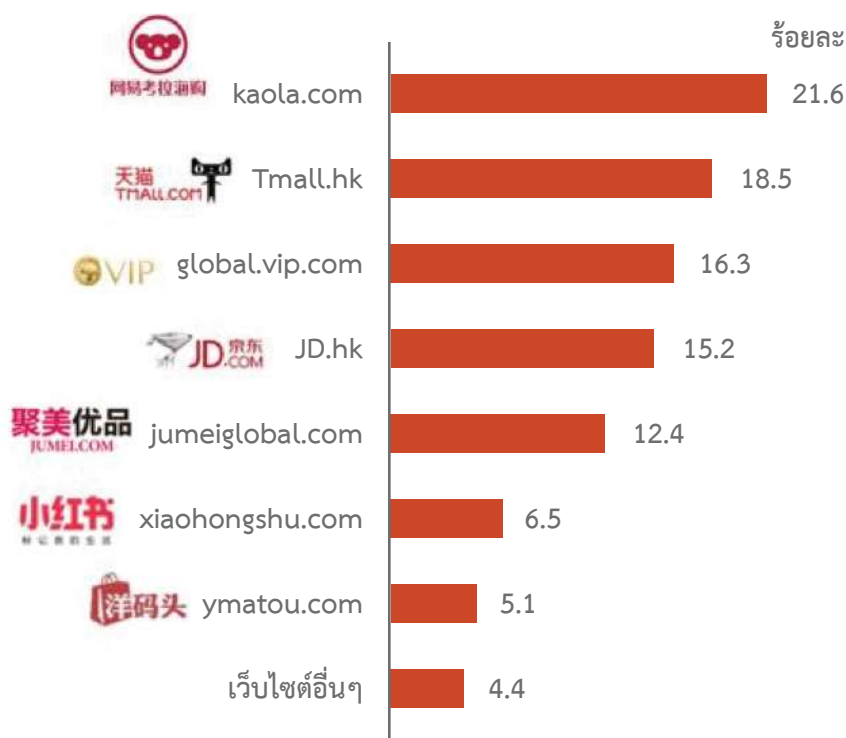
สินค้าที่ต่างจากผู้บริโภคกลุ่มอื่น อาทิ อาหารที่เคี้ยวกลืนง่ายเนื่องจากฟันไม่แข็งแรง รายละเอียดบนบรรจุภัณฑ์ที่มองเห็นได้ง่าย และบรรจุภัณฑ์ที่เปิด-ปิดได้สะดวก และหยิบจับได้โดยไม่ลื่นมือ นอกจากนี้ ผู้ประกอบการยังควรศึกษาพฤติกรรมหรือกิจกรรมที่ผู้สูงวัยในจีนชื่นชอบ เพื่อให้สามารถรुकตลาดได้อย่างมีประสิทธิภาพขึ้น อาทิ

- **รักการออกกำลังกาย** จากการสำรวจพบว่าผู้สูงวัยชาวจีนราวร้อยละ

59 ออกกำลังกายเป็นประจำซึ่งนอกจากออกกำลังกายในบ้านแล้ว ผู้สูงวัยในจีนยังนิยมนัดกันไปออกกำลังกายนอกบ้านพร้อมกันเป็นกลุ่มตามสวนสาธารณะและลานหน้าห้างสรรพสินค้า โดยวิธีออกกำลังกายซึ่งเป็นที่นิยม อาทิ รำไทเก็ก และการเต้น Square Dance ทั้งนี้ การออกกำลังกายด้วยการเต้น Square Dance ของผู้สูงวัยในจีนมีลักษณะเป็นการเต้นเป็นกลุ่มประกอบเพลง ที่สำคัญผู้เต้นมักจะสวมใส่ชุดเหมือนกันเป็นทีมหรือใช้อุปกรณ์เหมือนๆ

กันประกอบการเต้น การเต้น Square Dance ได้รับความนิยมอย่างมากจากผู้สูงวัยในจีน โดยปัจจุบันจีนมีผู้สูงวัย (อายุมากกว่า 60 ปี) ถึง 50 ล้านคนที่ออกกำลังกายโดยการเต้น Square Dance จึงเป็นโอกาสสำหรับอุปกรณ์กีฬาหรือเครื่องใช้ในการออกกำลังกาย อาทิ รองเท้ากีฬา อุปกรณ์ที่เกี่ยวข้องกับการเต้น Square Dance เช่น เสื้อผ้าที่เหมาะสมกับการออกกำลังกายของกลุ่มผู้สูงวัย อุปกรณ์ประกอบการเต้น เช่น พัด เสื้อผ้า ไปจนถึงเครื่องเสียง ทั้งนี้

เว็บไซต์สั่งซื้อสินค้าออนไลน์ยอดนิยม ในจีน ปี 2559



มีการประเมินว่าตลาดของธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการเต้น Square Dance มีมูลค่าสูงถึง 2 พันล้านหยวน

• **เลือกและสั่งซื้อสินค้าผ่านช่องทางออนไลน์** ผู้สูงวัยในจีนคุ้นเคยกับการใช้เทคโนโลยีมากกว่าผู้สูงวัยในหลายประเทศ โดยบริษัทที่ให้บริการด้านการซื้อขายสินค้าออนไลน์รายใหญ่หลายรายสำรวจพบว่ามีผู้สูงวัยมาใช้บริการเพิ่มขึ้น เช่น บริษัท Alibaba มีผู้สูงวัยซื้อสินค้าออนไลน์เพิ่มขึ้น 1.6 เท่าในช่วงปี 2558-2560 และบริษัท Tmall

มีลูกค้ากลุ่มอายุ 50 ปี มากถึงเกือบ 30 ล้านคน แม้แต่การจองแพ็คเกจทัวร์ผู้สูงวัยในจีนก็ยังนิยมจองผ่านทางออนไลน์ ซึ่งจากผลสำรวจพบว่า ในปี 2561 กว่าร้อยละ 54 ของนักท่องเที่ยวสูงอายุดูแพ็คเกจผ่านระบบออนไลน์ และในจำนวนนี้ร้อยละ 51 เลือกจองผ่าน Application ในโทรศัพท์มือถือ ดังนั้นผู้ประกอบการไทยจึงไม่ควรละเลยการใช้ช่องทางออนไลน์ในการประชาสัมพันธ์สินค้าและบริการ รวมถึงเป็นช่องทางจำหน่ายสินค้าให้กับผู้สูงวัยในจีน โดยเว็บไซต์จำหน่ายสินค้าที่ชาวจีนนิยม

อาทิ kaola.com, Tmall.hk, global.vip.com และ JD.hk ส่วนสื่อสังคมออนไลน์ที่นิยม อาทิ Weibo, Sina, BlogCN, Wechat และ QQ

• **เลี้ยงสัตว์เลี้ยงคลายเหงา**
ความนิยมเลี้ยงสัตว์เลี้ยงของผู้สูงวัยชาวจีนเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง ทั้งนี้ มีการประเมินว่าในปี 2563 อุตสาหกรรมสัตว์เลี้ยงของจีนจะมีมูลค่ามากกว่า 400,000 ล้านหยวน โดยเจ้าของสัตว์เลี้ยงจะมีค่าใช้จ่ายในการดูแลสัตว์เลี้ยงราว 2,000 หยวนต่อสัตว์เลี้ยงหนึ่งตัว ซึ่งเพิ่มขึ้นเป็นสองเท่าจากปี 2558 ความนิยมเลี้ยงสัตว์เลี้ยงจึงเป็นโอกาสสำหรับธุรกิจเกี่ยวกับสัตว์เลี้ยงไม่ว่าจะเป็นอาหารสัตว์เลี้ยงซึ่งปัจจุบันไทยเป็นแหล่งนำเข้าอาหารสัตว์เลี้ยงที่สำคัญอันดับ 2 ของจีน รวมถึงสินค้าอื่นๆ อาทิ เสื้อผ้าสัตว์เลี้ยง เครื่องประดับสัตว์เลี้ยง สายจูง และภาชนะใส่อาหารสัตว์เลี้ยง ซึ่งปัจจุบันผลิตภัณฑ์สัตว์เลี้ยงที่ติดอุปกรณ์อัจฉริยะได้รับความนิยมมากในจีน อาทิ ภาชนะอาหารอัจฉริยะที่สามารถสั่งเติมอาหารได้อัตโนมัติผ่านโทรศัพท์มือถือ ทั้งยังตรวจสอบได้ว่าสัตว์เลี้ยงกินอาหารได้มากแค่ไหน จึงสะดวกสำหรับเจ้าของที่ไม่มีเวลา หรือผู้สูงวัยที่ไม่สะดวกในการเคลื่อนไหว

• **ชอบเดินทางท่องเที่ยว** จาก การสำรวจของ The National Working

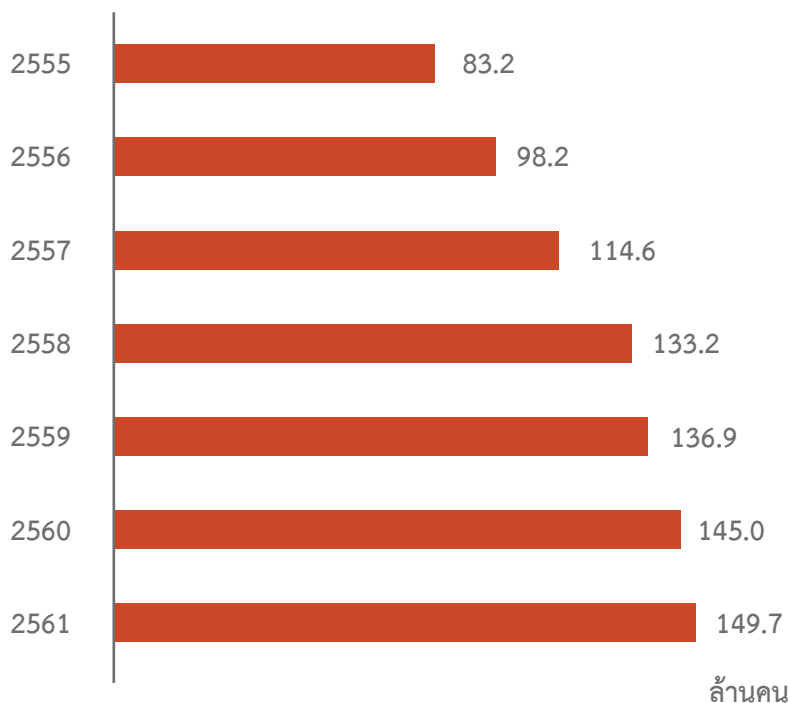
Commission on Aging พบว่าผู้สูงอายุในจีนนิยมเดินทางท่องเที่ยว โดยราวร้อยละ 20 ของจำนวนชาวจีนทั้งหมดที่ออกเดินทางท่องเที่ยว คือ กลุ่มผู้สูงอายุ และยังเป็นกลุ่มที่เดินทางท่องเที่ยวมากถึง 4 ครั้งต่อปี โดยเป็นการท่องเที่ยวที่มีจุดหมายทั้งในประเทศ เช่น กรุงเทพฯ เมืองกุ้ยหลิน เซี่ยเหมิน และ

กุ้ยหยาง และต่างประเทศ เช่น ไทย ญี่ปุ่น และเวียดนาม ทั้งนี้ China Tourism Academy คาดว่าในปี 2567 การใช้จ่ายเพื่อการท่องเที่ยวของผู้สูงอายุในจีนจะเพิ่มขึ้นเป็น 15.19 ล้านล้านบาท ซึ่งสูงมากเมื่อเทียบกับรายได้จากการท่องเที่ยวของไทยที่มีมูลค่า 3 ล้านล้านบาท จึงเป็นโอกาสของไทยที่

จะปรับปรุงแหล่งท่องเที่ยวเพื่ออำนวยความสะดวกแก่นักท่องเที่ยวสูงอายุชาวจีน เช่น ใช้การสแกน QR Code ในการเข้าสู่ภาพเคลื่อนไหวหรือเสียงบรรยายรายละเอียดของสถานที่โดยมีภาษาจีนให้เลือกฟัง รวมทั้งต่อยอดการทำตลาดในกลุ่มสินค้าสำหรับการเดินทางที่เหมาะสมกับผู้สูงอายุโดยเฉพาะ อาทิ กระเป๋าเดินทางน้ำหนักเบาที่มีล้อลาก ผ้าอ้อมผู้ใหญ่ กล้องถ่ายรูปที่มีฟังก์ชันการใช้งานง่าย และไม่ทำพบบกได้

แม้การรุดตลาดสินค้าไลฟ์สไตล์ของกลุ่มผู้สูงอายุในจีน ทั้งการออกกำลังกาย การซื้อสินค้าออนไลน์ การเลี้ยงสัตว์เลี้ยง และการเดินทางท่องเที่ยว อาจก่อให้เกิดต้นทุนจากการพัฒนาสินค้าและการปรับช่องทางการสื่อสารให้สอดคล้องกับพฤติกรรมและวัฒนธรรมของผู้สูงอายุ แต่ก็นำมาซึ่งโอกาสในการเข้าถึงผู้สูงอายุในจีนที่มีจำนวนมหาศาล และเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องในระยะข้างหน้า 

จำนวนนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางท่องเที่ยวต่างประเทศในแต่ละปี



ที่มา : China Outbound Tourism Research Institution



Disclaimer : ข้อมูลต่าง ๆ ที่ปรากฏ เป็นข้อมูลที่ได้จากแหล่งข้อมูลที่หลากหลาย และการเผยแพร่ข้อมูลเป็นไปเพื่อวัตถุประสงค์ในการให้ข้อมูลแก่ผู้ที่สนใจเท่านั้น โดยธนาคารเพื่อการส่งออกและนำเข้าแห่งประเทศไทยจะไม่รับผิดชอบในความเสียหายใดๆ ที่อาจเกิดขึ้นจากการที่บุคคลนำข้อมูลนี้ไปใช้ไม่ว่าโดยทางใด



เพชร บุญชูช่วย The Cheese Maker!

โดย
ชัชฎกร อิมเจริญ

ภาพประกอบ
www.bff.co.th, www.facebook.com/thecheesemakerTH

ค “คุณเป็นคนทานชีสไหมครับ?”
ถ้าใช่! ผมคิดว่าคุณน่าจะรู้จักชีสแบรนด์ ‘Caroline’ ของ Bangkok Fine Foods ที่มี ‘คุณ เพชร บุญชูช่วย’ ปัจจุบันดำรงตำแหน่งกรรมการบริหาร นับจากวันแรกถึงวันนี้ที่เขาพยายามพานาวาล้านี้ฝ่าพายุหนี้สิน 120 ล้านบาท แล้วเขาทำสำเร็จหรือไม่?
“บริษัท Bangkok Fine Foods คือผู้ผลิตเนยแข็งในประเทศไทย ตั้งอยู่ที่มวกเหล็ก เขาใหญ่ เราดำเนินธุรกิจจากรุ่นคุณพ่อมาประมาณ 20 ปี ผมเป็นรุ่นที่ 2 รับหน้าที่มาบริหารที่นี้ประมาณสัก 10 ปีแล้ว

“เริ่มต้น เราเป็นบริษัทร่วมทุนระหว่างไทยกับเดนมาร์ก Know How ในตอนแรก ๆ มาจากชาวเดนมาร์ก แต่ถ้าย้อนกลับไปก่อนหน้า จุดเริ่มต้นของคุณพ่อผมคือนมสดพาสเจอร์ไรส์รายแรก ๆ ซึ่งตอนนั้น เข้ามาเร็วไป คนยังดื่มนม UHT อยู่ ก็กิจการจึงต้องปิดตัวไป “หลังปิดตัว คุณพ่อมองว่ายังมีแหล่งนมอยู่ ทำไมไม่ลองทำบริษัทเนยแข็งดู

ซึ่งตอนนั้นเนยแข็งราคาค่อนข้างสูง จึงเริ่มทดลองผลิตเนยแข็งในประเทศ ไทย วอลุ่มที่ตั้งใจตอนแรก ๆ ไม่ได้

เช่น พวก Cold Cheese, Brie, Camembert, Mozzarella in Water หรือว่า Fresh Mozzarella ที่ทำจาก

ทีมที่มีคุณภาพ และมี visionary ที่เคลียร์กว่าบริษัทอื่น ทำให้บิกคับเติบโตมาเรื่อยๆ ธุรกิจนี้ต้องมีความรู้เฉพาะทางค่อนข้างเยอะ และเราเป็นทีมที่อยู่มานาน ผมอยู่มา 5-6 ปี พิดพลาดกันมาเยอะมาก คนใหม่ที่เข้ามา เขาก็ต้องผิดพลาดตามที่เราเคยผิดพลาดในอดีต ซึ่งเราประหยัดการเรียนรู้ตรงนั้น ทำให้เรามีทีมที่แข็งแกร่ง ทีมที่แข็งแกร่งทำให้โอเดียเราสามารถเกิดขึ้นได้ เพราะสุดท้ายแล้ว execution สำคัญกว่าโอเดีย

เยอะ มีพนักงานไม่กี่คน แต่ด้วยความที่ราคาสินค้านำเข้าค่อนข้างสูง และไลฟ์สไตล์ผู้บริโภคเริ่มเปลี่ยน ธุรกิจจึงเริ่ม Pick Up ตัวเองไวขึ้นเรื่อย ๆ”

คุณภาพของชีส

“ราคาเป็นเรื่องสำคัญ บวกกับคุณภาพด้วยนะครับ ชีสที่ Shelf Life สั้น เราเรียกว่า Fresh Cheese อย่าง

นมควาย พวกนี้ที่ทานในร้านอาหาร อิตาลี Shelf Life จะไม่ถึงเดือน เมื่อเทียบกับ Cheddar จะเก็บได้นาน หรือ Parmesan ที่เก็บได้แบบเป็นปี ๆ

“คุณภาพของชีส ดูจากวัตถุดิบแหล่งที่มา ว่าเป็นนมประเภทอะไร เชื้อแต่ละชนิดต่างกันยังไง ระยะเวลาในการบ่ม ส่วนกรรมวิธีเรายังเป็นหลักการดั้งเดิม อย่างเช่น ถ้าเป็นพามาเชาน



ต้องบ่มถึง 3 ปีนะครับที่เป็นตัว Authentic ของเขาจริง ๆ รวมถึงอุปกรณ์ที่ใช้หลาย ๆ องค์ประกอบโดยรวมทั้งหมดมันทำให้ชีสมีคาแรคเตอร์แตกต่างกัน ชีสสดของเรา เราผลิต ส่งตรงถึงลูกค้า ไม่มีการแช่แข็ง คุณภาพตั้งแต่ต้นจนปลายทางค่อนข้างสูง เพราะผลิตแล้วส่งทันที ในขณะที่คนอื่นที่นำเข้ามา ต้องโฟรเซน แล้วค่อยส่งให้ลูกค้าอีกทีหนึ่ง

“‘Caroline’ เป็นแบรนด์ดั้งเดิมของเรา ส่วนอีกแบรนด์ที่เรากำลัง launch ออกมาชื่อว่า ‘The Cheese Maker’ ซึ่งจะวัยรุ่นขึ้นมานิดหนึ่ง สื่อสารกับกลุ่ม Gen Y Gen X คนรุ่นใหม่ให้ได้ง่ายขึ้น”

The Cheese Maker

“เวลาผมไปสัมภาษณ์หรือไปเรียนอะไรเพิ่มเติม ต้องแนะนำตัว เขาก็ถามว่าทำอะไร เราตอบว่าเป็น The Cheese Maker ครับ เขาก็ งง ๆ ว่า Cheese

Maker คืออะไร? มันมีในประเทศนี้ด้วยหรือ? นึกว่านำเข้าอย่างเดียว ผมกลายเป็นคนทำชีสคนหนึ่ง ก็รู้สึกว้า “เออ.. เราควรจะทำสตอรี่ให้คนรู้จัก”

“ช่วงแรกผมทำอยู่ในครัวก่อน คือคล้าย ๆ กับเชฟ พอดีคุณพ่อไม่สบาย พ่อบอกว่า ช่วยเข้ามาดูแลแทนได้ไหม เราลองว่า การทำชีส มันคือการทำอาหารอย่างหนึ่ง เพียงแต่หม้ออาจจะใหญ่ขึ้น จึงกลับเข้ามาทำงานกับครอบครัว

“ตอนเด็ก เวลาปิดเทอม คุณพ่อจะให้ไปทำงานทำ เราไปสมัครงาน เริ่มจากเด็กเด็ดผัก ล้างผัก ล้างไก่ บุชเชอร์ ทำมาหมดเลยครับ อยู่บ้านก็ชอบทำอะไรเล็ก ๆ น้อย ๆ แล้วช่วงเมื่อประมาณสัก 15 ปีที่แล้ว จะมีพวก cooking show บน Food Network เป็นรายการสอนทำอาหารนู่นนี่นั่น เราก็ติดตามมาตลอด ชอบในวิธีการทำขั้นตอน sourcing มุมมองของเขา

แต่จริง ๆ ผมเริ่มต้นงานแรก ๆ จาก เทเลเชลล์ อิมพอร์ต-เอ็กซ์พอร์ต ไปขายคอร์สสอนภาษาอังกฤษ ยืนตามป้ายรถเมล์ไปหาลูกค้า ทำ questionnaire

“ทำเชลล์ไปสักพักหนึ่ง รู้สึกว่ามันยังไม่ใช่เราสักเท่าไร ช่วงนั้นดูรายการอาหารบ่อย เลยเปลี่ยนไปทำในครัว ถือว่าเป็นช่วงค้นหาตัวเอง พยายามดูว่าชอบอะไรจริง ๆ พอไปอยู่ในครัวก็รู้สึกว่า มันสนุกดี pressure เยอะ ได้ออกจากบ้านแต่เข้าไปอยู่ในครัว กลับบ้านดึก สนุกไปอีกแบบ ได้เรียนรู้เรื่องวินัยที่พ่อครัวเขาต้องมีกัน ชอบในไอเดีย อยากจะขึ้นไปถึงจุดสูงสุดของเชฟ ได้ไปต่างประเทศ ได้ไปแลกเปลี่ยนประสบการณ์”

เริ่มก้าวจากตลาด

“จุดสำคัญสุด ๆ คือคุณพ่อผมป่วยทำไม่ไหว ด้วยความเครียด ด้วยอะไร



หลาย ๆ อย่าง วันนั้นเราต้องทำอะไรสักอย่าง เพื่อให้ธุรกิจมันอยู่ได้ ถ้าเราไม่รีบแก้ คือเลือดมันไหล ติดลบอยู่ประมาณ เกือบๆ 120 ล้าน ใน change ตรงนี้มันเป็นจุดเปลี่ยนสำคัญทั้งองค์กร ที่ทุกคนต้องยอมรับสภาพว่า โอเค วันนี้ถ้าคุณพ่อให้ผมมาทำแล้ว คุณพ่ออาจจะต้องหยุดเหมือนกัน คุณพ่อยอมที่จะให้เราทดลองสิ่งที่คิดว่าถูก

“ผมปรับเปลี่ยนใหม่หมดเลย ทีมงานเริ่มแตกลง ผู้ใหญ่น้อยลง ยากครับ จริง ๆ ต้องบอกว่า ตั้งแต่วันแรกที่

เข้ามาเลย โอเคเราอาจจะมีประสบการณ์ในการขาย หรือ Chef แต่ว่าวันแรกที่เข้ามาเราก็ไม่ได้เข้าใจเรื่องของไฟแนนซ์ ไม่ได้เข้าใจเรื่องของ Accounting Marketing ของมัน ระบบการผลิต คือเราไม่รู้เลย

“วันแรกที่ผมเข้ามา ก็เริ่มจากการผลิตก่อน ดูทั้งระบบ ว่ามันเกิดอะไรขึ้นบ้าง ไล่ตั้งแต่น้ำนมลงท่อมันวิ่งยังไง แล้วมานั่งอ่านเพิ่มเติมว่า สูตรการผลิต ชีสมีอะไรบ้าง พื้นฐานของมันมีอะไร ประวัติศาสตร์มันมาอย่างไร ทำยังไงที่

เราจะทำได้คล้ายหรือดีกว่า เริ่มเห็นปัญหาอะไรหลาย ๆ อย่างจากมุมที่เราเคยทำงานเซฟมา แต่หลักๆ เลยที่ผมพบมันเป็นเรื่องของไฟแนนซ์ของบริษัท เราก็เริ่มลงลึกไปเรื่อย ๆ ตั้งแต่งานขาย ผลิต การประมาณการขาย เป็นสเต็ปเหมือนการทำอาหารจานหนึ่งที่มีมันจะต้องมีการสั่งซื้อ วางแผนล่วงหน้า ประมาณการว่าจะกินกี่คน

“ตอนนั้นสินค้ามีทั้งหมด 200 SKU ซึ่งเยอะมาก ๆ ผมก็บอกว่า 200 กว่าตัว Overhead การส่งสินค้า แพคเกจจิ้ง





ต่างกันหมดเลย มานั่งไล่ดูว่าสินค้าอะไรขายดีบ้าง เจอประมาณ 60 SKU ที่ Generate เงินมากที่สุด เลยขออนุญาตคุณพ่อ ‘ตัดนะครับ!!!’ เถียงกันอยู่สักพักหนึ่ง แต่ก็ตัดสินใจว่าลด SKU ลง เพื่อ streamline ธุรกิจ

“เสร็จแล้ว ผมมาติดต่อ ว่าต้นทุนการแข่งขันเป็นยังไง ซึ่ง 10 ปีที่แล้ว มีเรื่อง FTA เข้ามาเกี่ยวข้อง ผมว่าคุณพ่อเคยแข่งขันได้มากกว่านี้ ยอดมันหายไปเกิดจากอะไร เลยเปลี่ยนกลยุทธ์กันใหม่ คือ อะไรก็ตามที่มาทางเรือได้

ส่วนใหญ่มักจะราคาต่ำ ในขณะที่ Fresh Product มาทางอากาศ ต้นทุนสูง เราเลยเปลี่ยนครับ สินค้าที่มาทางเรือได้ เราหยุดผลิตทั้งหมด หันไปนำเข้าใน ส่วนที่เป็นวอลลุ่มใหญ่ ที่เราเรียกว่าเป็น commercial market commercial commodity ส่วนที่เป็น special product มาทางอากาศ เราผลิตเองทั้งหมด ซึ่งเป็นจุดเปลี่ยนสำคัญ ที่ทำให้ปัจจุบันนี้เราสามารถโตขึ้นมาได้ และสามารถบริหารการเงินได้มากขึ้น ผมเริ่มทำหลาย ๆ อย่าง ทีละเล็กทีละน้อย ปรับมาเรื่อย ๆ จนถึงปัจจุบันนี้ ต้องบอกว่าเราไปอีกขั้นหนึ่งแล้ว ทำให้เราสามารถมีเวลามานั่งทำเรื่องของ Storytelling เรื่องของ Specialize สินค้ามากขึ้น

“ส่วนตัวชอบเรื่องคอมพิวเตอร์ ครับ วันที่เข้ามา ระบบ Back Office เมื่อ 10 ปีที่แล้ว ยังเป็น Dos อยู่ เราเริ่มทำ database ใหม่ เก็บข้อมูล แล้วดึงข้อมูล ใช้ Excel เข้าไปช่วย หาทีมงานที่เกี่ยวข้องกับไฟแนนซ์โดยตรงเข้ามา ผมจะเลือกพนักงานอีกแบบหนึ่ง เข้ามาช่วย bounce ideas วางระบบ ยังไงดี ทำยังไงให้เราไม่ต้องใช้เงินของแบงค์ ทำยังไงให้เราอยู่ได้ด้วยตัวเอง ต้องบริหารอะไรบ้าง เรามีทีมจัดซื้อใหม่ ทีมไฟแนนซ์ ทีมเซลล์ จริง ๆ ทีมเซลล์ไม่เยอะครับ ที่สำคัญคือ Accounting กับไฟแนนซ์ที่ผมพบว่าเป็นหัวใจจริง ๆ”

รักษาคุณภาพ

“วันนี้ถึงขั้นที่เงินในระบบมัน



สะพัดแล้ว พอมีให้เราลงทุนเพิ่มขึ้น ยกตัวอย่างออฟฟิศ เพิ่งจะมาทำเพิ่ม แต่ก่อนออฟฟิศเล็ก ๆ นั่งเบียดเสียดกัน แบบไม่มีที่เลย โต๊ะทำงานไม่เหมาะสม พอมีเงินเหลือ เรา invest ให้เต็มที่เลย ระบบลงให้อย่างดี โต๊ะทำงาน เก้าอี้ ทำงานทุกอย่าง ผมมองว่านี่คือสิ่งสำคัญที่สุดสำหรับพนักงาน เพราะเขาใช้ทุกวัน มันเป็นอาวุธเขา โต๊ะคอมพิวเตอร์ ทุกอย่างควรจะมีคุณภาพสูง เหมาะสม ให้เขาทำงาน แล้วเขาแฮปปี้ แต่ก่อนอาจจะมีโอทีเยอะ ทำงานจันทร์ถึงเสาร์ เดียวนี้เราบอกว่าไม่ ลดเหลือจันทร์ถึงศุกร์ 5 โมงเย็นกลับบ้านกันได้แล้ว ให้มีเวลาส่วนตัวมากขึ้น ใครใช้วันหยุดไม่หมด ใช้ซะ! แล้วเดือนหนึ่งปาร์ตี้กัน 2-3 ครั้ง เหมือนอยู่เป็นเพื่อนกัน เรา support เขา มีอะไรเราช่วยกันทั้งทีม จุดมุ่งหมายเดียวกันคือเราต้องการที่จะก้าวไปข้างหน้าด้วยกัน

“ทุก ๆ ปีผมจะมีช่วงเวลาเสาร์ อยู่ประมาณ 2-3 เดือน คือช่วงโลว์ซีซั่น นี่แหละ ต้องหาวิธีรับมือช่วงนั้นให้ดี บางทีมันเหนื่อย จริง แต่ผมมีอีก 100 คนที่ดูแล ทีนี้ถ้าเราไม่ช่วยกัน ผมคิดว่ามันมันเป็น Two Way Street มันต้องช่วยกันครับ ถ้ามัวเหนื่อยใหม่เหนื่อยครับ

“ผมไม่ได้มองว่าเงินเป็นปัจจัยสำคัญแล้ว เมื่อ 10 ปีที่แล้วอยากให้มีรายได้อีก ต้องมีเงินเป็นร้อยเป็นพัน แต่วันนี้โอเคจริง ๆ ครับ ผมรู้สึกว่ามันไม่ได้จำเป็นขนาดนั้น ผมรู้สึกถ้าเราไม่เป็นหนี้ ถ้าเราทำงานแล้วเราได้กลับบ้าน



ไปใช้เวลากับครอบครัวได้ แล้วทุกคนได้ใช้เวลากับครอบครัว คุณภาพชีวิตที่เราดีขึ้น มันเป็นกำลังใจที่ดีที่สุด ถ้าผม worry กับเรื่องเงินมากแล้วรู้สึกเครียด วันนั้นแหละผมจะทำงานได้ไม่ค่อยดี เพราะมัน pressure ตัวเอง เลยมองว่า ถ้าเราปล่อยวางบางอย่างได้ ทำในสิ่งที่เราทำได้ดีที่สุด ชีวิตมีความสุข ผมคิดว่าธุรกิจมันจะดีตามอารมณ์ของ

เราด้วย นี่อาจจะเป็นมุมมองจากคนที่ครอบครัวเคยเจ็บ ล้มลุกคลุกคลานมาก่อน

“การที่ผมได้ทำในครัวมา ทำให้ผมมีความแข็งแกร่งอีกแบบหนึ่ง เพราะเราได้รับ Pressure จากหลายคนมาก ชีวิตที่เคยผ่านมายะเยอะ อยู่ป้ายรถเมล์ แจกใบปลิว เพื่อเรียกคนมาเรียน กับเราให้ได้ เพื่อปิดการขาย เพื่อจะ

ได้เงินเดือน หรือเทเลเชลล์ ที่โหดสุด
โทรไปมีแต่คนด่า มันเหนียวนะ แล้วพอ
มาทำอย่างนี้ เลยรู้สึกว่ายัย แค่นี้เอง
เราทำได้แล้ว ยังมีเรื่องการทำอาหาร
ให้เราสามารถออกสูตร ได้เล่นอะไร
หลาย ๆ อย่าง ให้กับลูกค้าหลาย ๆ
รายให้เขามีสินค้าใหม่ มันโอเค แอปปี
ครับ

“สินค้าใหม่ ๆ ที่กำลังจะออกมา
เป็นสิ่งที่ผมชอบและคิดว่ามันน่าจะมี
ในตลาดครับ อาจจะไม่ใช่อ innovation
อาจจะเป็นแค่ทำให้ประเทศมันมี
คาแรกเตอร์เพิ่มขึ้น ยกตัวอย่าง

Starbucks สินค้าที่เราไป offer เขา
มันทำให้ตลาดดู vibrant คือมันมี
สีสันขึ้น

“เราไม่ใช่ Mass คือเคยอยาก
จะเป็น Mass นะ แต่รู้สึกว่ามันไม่มี
Emotion ไม่มีวิญญาณ ผมรู้สึกว่าถ้า

ผมทำอะไรเล็ก ๆ คุณภาพสูง ๆ ผม
แอปปีมากกว่า ผมชอบไปดูคนทำสาเก
หรืออะไรอย่างนี้ รู้สึกว่าเขาอดทนกับมัน
มากเลยนะ เขาใช้เวลาช่วงหนึ่งของปี
ที่เขาจะต้องจากครอบครัวไป เพื่อจะ
รักษาวัฒนธรรม เพื่อรักษาความเป็น

ถ้าผม worry กับเรื่องเงินมากแล้วรู้สึกเครียด
วันนั้นแหละผมจะทำงานได้ไม่ค่อยดี เพราะมัน
pressure ตัวเอง เลยมองว่า ถ้าเราปล่อยวาง
บางอย่างได้ ทำในสิ่งที่เราทำให้ดีที่สุด ชีวิตมีความสุข
ผมคิดว่าธุรกิจมันจะดีตามอารมณ์ของเราด้วย



คราฟท์ เอกลักษณ์ของมัน”

ความท้าทายของตลาด

“ต้องบอกว่าแบ่งเป็น 2 อย่าง ดึกว่า ในสิ่งที่ผมกำลังพัฒนาสินค้าใหม่ ๆ อยู่ คิดว่ามันพิเศษมากขึ้น มันเป็นตลาดเล็กลงเรื่อย ๆ นะครับ แต่มีกลุ่มคนที่เขาสนใจ Crafty มากขึ้น แปลกมากขึ้น ใช้วัตถุดิบที่อาจจะเป็น

ของไทย อย่างเช่นเชื้อที่เราไปขอจากธนาคารที่เกี่ยวกับเพาะเชื้อ หาอะไรแปลก ๆ มาทำชีสที่อาจจะเป็นคาแรคเตอร์ของบ้านเรา อันนี้ยกตัวอย่างนะครับ ผมไปดูคนจีนที่ทำชีสในจีน เขาทำร้านเล็ก ๆ ของเขา แต่เขาทำชีสสไตล์ฝรั่งเศสออกมาเต็มเลย คือเขาดังไปแล้ว ผมอยากทำอะไรแบบนั้นนะครับ เท่ ๆ นิดหนึ่ง

“แต่อีกตลาดหนึ่งที่คิดว่าต้องจับตามอง คือตลาดของออนไลน์ ถ้าเป็น store ปกติ หรือเป็น Modern Trade มันจะเริ่มถดถอยลงไป หายไปเรื่อย ๆ เหมือนกับแบงก์ที่เป็นออนไลน์ ผมกำลังมองว่า แล้วในตลาดชีส มันมีช่องให้โตไหม เพราะว่าชีสมันต้องมีทั้งความเย็น ความรวดเร็วในการส่ง จัดส่งต้องทำยังไง เป็นตลาดที่ต้องเริ่มคิดแล้วครับว่าจะไปตามมันทันไหม แล้วเรามีแผนเรามีกลยุทธ์ยังไงที่จะ sustain หรือเข้าไปอยู่ในนั้นให้ได้ หรือโตไปกับมันให้ได้

“ทุกคนเริ่มเข้ามาเล่นเรื่องของ Mobile App LINE Application Twitter Instagram พวกบริษัทใหญ่ ๆ เข้ามาเรื่องข้อปึงออนไลน์ แล้วทำยังไงสินค้าที่ต้องแช่เย็น จะสามารถกระจายเข้าไปได้ หรือในอนาคต เด็ก ๆ คนรุ่นใหม่ จะเปลี่ยนพฤติกรรมการบริโภคไหม ดังนั้นช่องทางการจัดจำหน่ายจึงเป็นสิ่งที่น่าจับตามอง ผมว่าเรื่องของออนไลน์นะครับที่ตัวเองยังคิดไม่ออกว่าจะทำยังไงดี”

และไม่ว่าทิศทางการเติบโตของชีสไทยแบรนด์นี้จะไปในทิศทางใดไม่ว่าจะออนไลน์ หรือออฟไลน์ที่ชวนให้คุณไปรอต่อคิวซื้อ ผมคิดว่าหลังจากอ่านบทความนี้จบ คุณต้องรักชีสยิ่งขึ้นแน่นอน ๆ เพราะบทสัมภาษณ์นี้ทำให้เราเห็นว่า คุณภาพชีสของ Bangkok Fine Foods มาจากคุณภาพชีวิตที่ดีนั่นเอง 





ไกรสร ฉัตรเลขาณิชย์

ประธาน YEC

หอการค้าจังหวัดชลบุรี – ดาวเด่นเจนทู

จังหวัดชลบุรีเป็นเมืองใหญ่ที่สำคัญของประเทศไทย เป็นเมืองชายทะเล อยู่ทางทิศตะวันออกของประเทศไทย ที่สำคัญใกล้กรุงเทพมากด้วย วันนี้ถึงเวลาไปเยี่ยมเยือนประธาน YEC หอการค้าจังหวัดชลบุรี เจนทู ช่วงที่เราไปพบคุณไกรสร ฉัตรเลขาณิชย์ หรือ คุณเอฟ เฟื่องหมดาวาระไปเมื่อเดือนมีนาคมที่ผ่านมา แม้ท่านประธานเอฟจะหมดวาระไปแล้ว แต่เรื่องราวแนวคิดของเขายังน่าสนใจ นำนำมาแชร์กัน เพื่อเป็นประโยชน์กับนักบริหารรุ่นใหม่ต่อไป ที่สำคัญวันนี้เขาไม่ไปไหนไกล ยังคงชัดเจนที่จะใช้ความรู้ความสามารถทำประโยชน์ให้จังหวัดชลบุรีต่อไป กับตำแหน่งกรรมการผู้จัดการ บริษัท ประชาธิรัฐรักสามัคคีชลบุรี วิชาชีพเพื่อสังคม จำกัด และรองประธานหอการค้าจังหวัดชลบุรี

เปิดแบบคร่าวๆ เบาๆ เขาคือใคร

คุณไกรสร ฉัตรเลขาณิชย์ หรือ คุณเอฟ เป็น 1 ใน 5 ลูกชายคนเก่งแห่งตระกูลฉัตรเลขาณิชย์ เจ้าของธุรกิจผลิตบรรจุภัณฑ์พลาสติกเพื่ออุตสาหกรรม ชื่อ บริษัท แสงรุ่ง กรู๊ป จำกัด ตั้งอยู่ย่านบ้านบึง และเป็นธุรกิจใหญ่อันดับต้นๆ ของวงการผลิตบรรจุภัณฑ์พลาสติกเพื่ออุตสาหกรรม โดยเฉพาะอาหารและเคมี

คุณเอฟเป็นลูกชายคนกลางที่ถูกส่งไปเรียนที่สิงคโปร์ตั้งแต่ 7 ขวบ จนจบ ม.ต้น เขาจึงสามารถพูดได้หลายภาษา ทั้งจีน และอังกฤษ จึงบอกรุ่นคุณแม่ขอไปเรียนต่อที่อเมริกา ที่ L.A. Community College USA. และจบปริญญาตรี Bachelor of Science Electronic ที่ Communication Technology USA. หลังเรียนจบได้หางานทำเป็นช่างซ่อม

อุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ประเภทเครื่องมือแพทย์ที่บริษัทมหาชนแห่งหนึ่งในอเมริกา เป็นเวลา 3 ปี ก่อนกลับบ้าน และเรียน

เรียนจนจบ จริง ๆ ผมอยากอยู่อเมริกา ต่อ แต่คิดว่า ยังไงก็ต้องกลับมาช่วยงานคุณแม่จึงตัดสินใจกลับ”

เมื่อเข้ามาช่วยงานหอการค้าจังหวัดชลบุรี และ YEC หอการค้าชลบุรี ทำให้คุณเอฟพบความกระจำมากขึ้นว่า หอการค้าเป็นองค์กรที่ทำเพื่อสังคม และเศรษฐกิจระดับท้องถิ่น จนถึงระดับประเทศ

ต่อปริญญาโท (MBA

“ตอนเรียนที่สิงคโปร์ผมเป็นเด็กเกเร ไม่ตั้งใจเรียน แต่ผมร้องขอให้คุณแม่ส่งเรียนที่อเมริกา และสัญญาว่าจะเรียนให้จบ โดยคุณแม่มีข้อแม้ว่า ถ้าเรียนไม่สำเร็จไม่ต้องกลับบ้าน คำพูดคุณแม่ทำให้ผมพลิกตัวเองหันมาตั้งใจ

**เกิดอะไรขึ้น
เมื่อนักบริหารที่เติบโต
ต่างประเทศกลับมา
เรียนรู้สังคมบ้านเกิด**

หลังจากใช้ชีวิตในต่างแดนกว่า 10 ปี ก็มีบ้างที่คุณเอฟจะไม่ค่อยเข้าใจความเป็นไปของสังคมไทย ไม่เข้าใจ



ปัญหาระหว่างคนขับรถ กับตำรวจ หรือ ปัญหาคอร์รัปชัน ก็มีการต่อต้านมีเหตุหึงหวาด เป็นระยะระหว่างปรับตัว ทำความเข้าใจ กับสภาพแวดล้อมต่างๆ รอบตัว ขณะนั้นเขาก็ต้องทำงานให้ครอบครัว เริ่มต้นเรียนรู้งานตั้งแต่การดูแลโรงงาน ดูแลช่าง และการสั่งซื้อวัตถุดิบ จนทุกอย่างลงตัวจึงได้ทำหน้าที่ผู้บริหารเต็มตัวในตำแหน่งผู้จัดการทั่วไป ที่เขาเข้าใจความเป็นไปในสังคมไทยดีขึ้น

“สังคมของผมหลังจากกลับจากอเมริกาก็คือ สังคมในโรงงาน เพื่อนที่บ้านเกิดมีน้อย ส่วนใหญ่เพื่อนผมคือ ซัพพลายเออร์ ดังนั้นเมื่อคุณธีรินทร์ ประธาน YEC ชลบุรีเจอแรกมาชวนผมให้สมัครเป็นสมาชิก YEC ผมจึงตัดสินใจที่เข้าร่วม เพราะเหตุผลแรกคือ อยากมี

พบผ่านการใช้ชีวิตในต่างประเทศมานาน จึงมีความสามารถโดดเด่นเรื่องภาษา โดยเฉพาะภาษาจีน ดังนั้นนอกจากการทำงานจิตอาสาในฐานะประธาน YEC หอการค้าจังหวัดชลบุรีแล้ว ยังช่วยเหลืองานหอการค้าไทยในฐานะล่าม และกรรมการคณะกรรมการความสัมพันธไทย - จีน ของหอการค้าไทย

เพื่อน และเหตุผลถัดมาคือ ถ้าตั้งใจจะช่วยงานหอการค้าแล้ว จะต้องทำอย่างเต็มที่ แม้ว่าแรกๆ ผมยังไม่ค่อยเข้าใจว่า หอการค้าต่างจากสมาคมอื่นๆ ยังไง”

หอการค้าไทยคือตัวขับเคลื่อนสังคม – เศรษฐกิจที่ทรงประสิทธิภาพ

เมื่อเข้ามาช่วยงานหอการค้าจังหวัดชลบุรี และ YEC หอการค้าชลบุรี

ทำให้คุณเอฟพบความกระจำจ่างมากขึ้น ว่า หอการค้าเป็นองค์กรที่ทำเพื่อสังคม และเศรษฐกิจระดับท้องถิ่น จนถึงระดับประเทศ จากการที่ได้รับเลือกให้รับตำแหน่งประธาน YEC หอการค้าจังหวัด ชลบุรีสืบต่อจากประธานคนแรก คือ

คุณกอล์ฟ - อธิพันธ์ ธัญญวัฒน์กุล ที่สร้างชื่อเสียงไว้มากมายในยุคเริ่มต้น YEC ร่วมกับสมาชิกจำนวน 70 คน และยังมีเงินทุนสำหรับการทำงานถึง 400,000 บาท ทำให้การทำงานในยุค เงินทุนของคุณเอฟ ทำงานได้แบบไหลลื่น



ไม่ติดขัด

นโยบายของประธานเจนทูที่ผ่านมา คุณเอฟจะให้ความสำคัญกับการศึกษา ด้วยเล็งเห็นช่องว่างระหว่างการศึกษา และธุรกิจ ที่ควรจะต้องเชื่อมซึ่งกันและกันได้ จึงร่วมมือกับมหาวิทยาลัยบูรพา มหาวิทยาลัยที่ใหญ่ที่สุดในเมืองชลบุรี เพื่อแลกเปลี่ยนความรู้ความเข้าใจกัน ระหว่างภาคการศึกษา และภาคธุรกิจ โดยทั้งสองฝ่ายจัดให้มีประชุมเพื่อปรับ จูนกันต่อเนื่องทุกเดือน จนเป็นที่มาของ โปรเจกต์มากมาย โดยมีโปรเจกต์เด่นคือ การสร้างโจทย์การพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ 7 ผลิตภัณฑ์ จาก 7 องค์กรของสมาชิก YEC หอการค้าจังหวัดชลบุรี เพื่อให้ภาค การศึกษาของมหาวิทยาลัยบูรพา ดำเนินงานวิจัยพัฒนา จึงออกมาเป็น ผลิตภัณฑ์ 7 นวัตกรรมซึ่งได้จัดงาน เปิดตัวผลงานความร่วมมือระหว่าง มหาวิทยาลัยบูรพา และ YEC หอการค้า จังหวัดชลบุรี ไปแล้วเมื่อเร็ว ๆ นี้

“เรานำเอาไอเดียความรู้จากอาจารย์ มาผสมผสานความสามารถทางการตลาด ทางการผลิต สร้าง Innovation นอกจากนี้ยังมีการพัฒนาหลักสูตรใหม่ กับคณะวิทยาศาสตร์ มหาวิทยาลัย บูรพา เพื่อให้เหมาะกับพื้นที่ EEC อีก ด้วย”

นโยบายต่อเนื่อง ในฐานะประธาน YEC เจนทู

เนื่องจากคุณเอฟ ไกรสร ฉัตรเลข- วนิชย์ ผสมผ่านการใช้ชีวิตในต่างประเทศ มานาน จึงมีความสามารถโดดเด่นเรื่อง



ภาษา โดยเฉพาะภาษาจีน ดังนั้น นอกจากการทำงานจิตอาสาในฐานะ ประธาน YEC หอการค้าจังหวัดชลบุรี แล้ว ยังช่วยเหลืองานหอการค้าไทยในฐานะล่าม และกรรมการคณะทำงาน ความสัมพันธ์ไทย - จีน ของหอการค้าไทยอีกด้วย

ด้านนโยบาย จากประธาน YEC ท่านเดิมที่ดียอยู่แล้ว คุณเอฟจึงขอดำเนิน

งานต่อเนื่อง 5 ด้านเด่น ได้แก่ การท่องเที่ยว ชุมชน การศึกษา นวัตกรรม และผลิตภัณฑ์ชุมชน โดยได้ต่อยอดเรื่อง การศึกษาให้มีความชัดเจนมากขึ้นกับ โครงการความร่วมมือกับมหาวิทยาลัยบูรพา และอีกกิจกรรมใหม่ที่ริเริ่มคือ กิจกรรม Coffee Talk การแนะนำธุรกิจระหว่างสมาชิก YEC ทำให้เกิดการเชื่อมโยงทางธุรกิจระหว่างกัน นอกจากนี้



นี้ก็มีกิจกรรมกีฬากระชับความสัมพันธ์ระหว่างสมาชิก

วิสัยทัศน์สำหรับ YEC หอการค้าจังหวัดชลบุรี ที่ยึดถือในการทำงาน คือ “ผู้ใหญ่คิด เด็กทำ เด็กเสนอ ผู้ใหญ่สนับสนุน”

ถึงแม้คุณเอฟ จะหมดวาระ ประธาน YEC ก็ตาม แต่ผู้ใหญ่ในหอการค้าให้โอกาสแต่งตั้งเป็นกรรมการผู้จัดการ บริษัท ประชาธิปไตยรักสามัคคีชลบุรี วิชากิจ เพื่อสังคม จำกัด ซึ่งคุณเอฟสารภาพว่า จากการรับตำแหน่งนี้ทำให้เข้าใจธุรกิจชุมชนมากขึ้น ซึ่งก่อนหน้านี้ยังไม่เข้าใจมากนัก แต่ตอนนี้มุ่งหน้าช่วยชุมชนสร้างรายได้ สร้างชีวิตความเป็นอยู่ที่ดีขึ้น เรามาติดตามให้กำลังใจให้คุณเอฟ ไกรสร ก้าวไปถึงเป้าหมายทั้งหน้าที่ การงาน ธุรกิจ และงานจิตอาสาตาม ที่วางไว้ ติดตามชม และเชียร์กันต่อไป นะคะ 

WANTED

เด็กหัวการค้า



รับสมัครนักศึกษาใหม่ ปี 2560
ตั้งแต่วันนี้เป็นต้นไป
มีทุนการศึกษาและสิทธิพิเศษมากมาย



นักศึกษาใหม่จะได้รับ
iPad Mini4*
เป็นอุปกรณ์การเรียน
ในระบบ Digital Hybrid
Learning System