

Thailand Economic & Business Review

ปีที่ 15 ฉบับที่ 12
December 2019

Economic Review

พฤติกรรมค่าใช้จ่ายของ
ผู้บริโภคในช่วงเทศกาลปีใหม่
โดย ธนาคารพัฒนาวิสาหกิจขนาด
กลางและขนาดย่อมแห่งประเทศไทย
ร่วมกับศูนย์พยากรณ์เศรษฐกิจและ
ธุรกิจ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย

Poll

10 อันดับธุรกิจเด่นปี 2563
โดย ศูนย์พยากรณ์เศรษฐกิจและ
ธุรกิจ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย

Strategy

ธุรกิจครอบครัว ตอน
ค่านิยมธุรกิจครอบครัว
โดย รศ. ดร. เอกชัย อภิศักดิ์กุล

Interview

YEC Update
ประพิณ เศรษฐชยานนท์
ประธาน YEC สุพรรณบุรี

กลยุทธ์

SMEs

สไตลปีหนู

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 ปิดท้ายปีกับรายงานพิเศษ การนำเสนอเรื่อง กลยุทธ์ SMEs ส่องออกสโตร์ปีหนู หนึ่งปีที่ผ่านมาถือเป็นปีที่โลกเผชิญสถานการณ์ที่ผันผวนและเกิดความวุ่นวายในหลายประเทศ ซึ่งก็หลีกเลี่ยงไม่ได้ ที่จะกระทบกับการส่งออกของไทย โดยในช่วง 11 เดือนแรก ปี 2562 มูลค่าส่งออกของไทยลดลง 2.8% และคาดว่าจะหดตัวลงอีกราว 3% ดังนั้น ปีหนู ผู้ประกอบการ SMEs ส่งออก ต้องวางกลยุทธ์เพื่อรับมือกับความท้าทายที่รออยู่ ฉบับนี้จึงนำเรื่องกลยุทธ์ SMEs ส่องออกสโตร์ปีหนูมาเป็นรายงานพิเศษ

และฉบับนี้ยังได้นำโพลล์เรื่อง 10 อันดับธุรกิจเด่น และพฤติกรรมการใช้จ่ายของผู้บริโภคในช่วงเทศกาลปีใหม่ โดยศูนย์พยากรณ์เศรษฐกิจและธุรกิจ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย และต่อยอดด้วย Strategy กับธุรกิจครอบครัว ตอน ค่านิยมธุรกิจครอบครัว โดย รองศาสตราจารย์ ดร. เอกชัย อภิศักดิ์กุล และ ปิดท้ายด้วย บทสัมภาษณ์ YEC พบกับ ประพิน เศรษฐยานนท์ ประธาน YEC หอการค้าจังหวัดสุพรรณบุรี

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

อารดา มหามิตร
บรรณาธิการบริหาร



เปิดรับสมัครนักศึกษาใหม่แล้ววันนี้

หลักสูตรปริญญาโท

หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต CEO MBA

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

หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต IE MBA และ IM MBA (เรียนเฉพาะวันเสาร์)

หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต EM MBA และ ME MBA (เรียนเฉพาะวันอาทิตย์)

ศึกษาศาสตรมหาบัณฑิต

- สาขาวิชาการจัดการการศึกษา (ภาคเสาร์-อาทิตย์)

วิทยาศาสตร์มหาบัณฑิต

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

นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต

- สาขาวิชานิเทศศาสตร์การตลาด (ภาคค่ำ และภาคเสาร์-อาทิตย์)

หลักสูตรปริญญาเอก

ปรัชญาดุษฎีบัณฑิต • สาขาวิชาโลจิสติกส์ (ภาคเสาร์-อาทิตย์)

นิเทศศาสตรดุษฎีบัณฑิต • สาขาวิชานิเทศศาสตร์การตลาด (ภาคเสาร์-อาทิตย์)

สอบถามรายละเอียดเพิ่มเติมได้ที่ :

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย

โทร. 0-2697-6881-3, 0-2697-6885-6

0-2697-6717 และ 0-2697-6333

www.utcc.ac.th/gsadmission

เศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต

- สาขาวิชาเศรษฐศาสตร์ธุรกิจ (ภาคเสาร์-อาทิตย์)

บัญชีมหาบัณฑิต (ภาคเสาร์-อาทิตย์)

นิติศาสตรมหาบัณฑิต (ภาคเสาร์-อาทิตย์)

วิศวกรรมศาสตรมหาบัณฑิต

- สาขาวิชาวิศวกรรมคอมพิวเตอร์และเทคโนโลยีการเงิน (ภาคเสาร์-อาทิตย์)

สิทธิพิเศษ!

สำหรับศิษย์เก่ามหาวิทยาลัยหอการค้าไทย

ได้รับส่วนลดค่าหน่วยกิต 10% ตลอดหลักสูตร



บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย

Line id : 0953675512



**Thailand
Economic
& Business
Review**



ThailandEcoReview



@ThailandEcoReview



YouTube ThailandEconomic&BusinessReview

4 Editor's Notes

9 10 อันดับธุรกิจเด่น ปี 2563

20 พฤติกรรมการใช้จ่ายของผู้บริโภค ในช่วงเทศกาลปีใหม่

30 ปรับกลยุทธ์ SMEs ส่วออก สโตร์ปีหนู

32 SME D Bank มีคำตอบ ตอบโจทย์ทุกกลุ่มเอสเอ็มอีไทย

36 ค่านิยมธุรกิจครอบครัว (Family Business Values)

Exim Bank
ปรับกลยุทธ์ SMEs ส่วออก
สโตร์ปีหนู

30

Designed by Freepik

ทีมบรรณาธิการ

ที่ปรึกษา: อิศระ ว่องกุลกิจ, วิชัย อัศวรสกร, รศ.ดร. จีระเดช อุสวัสดี

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 ปังฉิมพันธ์, 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 ยุตยรรยง, ดร. จิตรัตน์ ช่างหล่อ ฯลฯ

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

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



44

ประพิณ เศรษฐยานนท์

ประธาน YEC หอการค้าจังหวัดสุพรรณบุรี เจน 3
คุณค่า และ Team Spirit คือเป้าหมาย

09

ปัจจัยสนับสนุน

- การดำเนินมาตรการขับเคลื่อนเศรษฐกิจของภาครัฐอย่างต่อเนื่อง
- เศรษฐกิจภาคการท่องเที่ยว มีแนวโน้มปรับตัวดีขึ้น โดยคาดว่าจะมีนักท่องเที่ยวจะเข้ามาในประเทศไทย 41-42 ล้านคน
- ภาครัฐเร่งเบิกจ่ายงบประมาณ

30

ในปี 2563 ซึ่งถือเป็นปีหนู ผู้ประกอบการ SMEs ส่องออก สามารถวางกลยุทธ์ธุรกิจอย่าง “หนู” เพื่อรับมือกับความท้าทายที่รออยู่ โดยหากนึกถึงจุดเด่นของหนูที่เห็นได้ชัดมีอยู่ 3 ด้าน ได้แก่ (1) การมีประสาทสัมผัสไวในการหาอาหาร (2) การตื่นตัวและระแวดระวังภัยอยู่เสมอ และ (3) การปรับตัวต่อสภาพแวดล้อมต่างๆ ได้ดี ซึ่งการที่ SMEs เป็นธุรกิจขนาดเล็ก จึงนำลองนำเอาจุดเด่นดังกล่าวมาปรับเป็นกลยุทธ์ในการดำเนินธุรกิจ

QUOTE in this ISSUE

คาดการณ์สภาพ

เศรษฐกิจในปี 2563

จะยังอยู่ในภาวะชะลอตัว

อาจส่งผลกระทบต่อผู้ประกอบการไทยขนาดกลางและขนาดย่อม หรือเอสเอ็มอี จำเป็นอย่างยิ่งที่ผู้ประกอบการกลุ่มนี้ต้องได้รับการดูแลและสนับสนุนอย่างใกล้ชิดธนาคารพัฒนาวิสาหกิจ

ขนาดกลางและขนาดย่อมแห่งประเทศไทย (ธพว.)

หรือ SME D Bank ในฐานะสถาบันการเงิน เพื่อเอสเอ็มอีไทย จึงเดินทางช่วยเหลือผ่านชุดมาตรการด้านการเงิน

32

ค่านิยมครอบครัว

เป็นสิ่งที่คิดและกำหนด

โดยผู้ก่อตั้ง และปลูกฝังแนว

ประพฤติปฏิบัติที่คาดหวังให้เกิดขึ้น

ในตัวทายาทและสมาชิกครอบครัว

คนอื่นๆ รวมถึงมีการถ่ายทอดค่านิยมจาก

รุ่นหนึ่งไปสู่คนอีกรุ่นหนึ่งต่อไปโดยอาศัยสภาพ

แวดล้อมและการเรียนรู้ในครอบครัว การยึดถือปฏิบัติตามค่านิยม

อย่างสม่ำเสมอต่อเนื่องยาวนานตลอดหลายปี จนกลายเป็น

ค่านิยมหลัก (Core Values) ที่มีคุณค่าฝังลึกในจิตวิญญาณ

ของทุกคนในครอบครัว

36

SME D Bank มีคำตอบ
ตอบโจทย์ทุกกลุ่มเอสเอ็มอีไทย



ค่านิยมธุรกิจครอบครัว
(Family Business Values)



CEBF Business Research : CEBF BR
การวิจัยทางธุรกิจ โดยศูนย์พยากรณ์เศรษฐกิจและธุรกิจ

กรอบการพิจารณาธุรกิจเด่น

พิจารณาจากข้อมูลกิตติมศักดิ์

- ข้อมูลด้านการนำเข้าและส่งออก
- ข้อมูลสินเชื่อของธนาคารพาณิชย์
- ข้อมูลดัชนีผลผลิตอุตสาหกรรมและอัตราการใช้จ่ายทางการผลิต
- ข้อมูลดัชนีราคาผู้บริโภค และดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภค
- ดัชนีความเชื่อมั่นภาคอุตสาหกรรม และดัชนีความเชื่อมั่นภาคธุรกิจ
- ตารางปัจจัยการผลิต I-O Table
- ภาวะเศรษฐกิจของประเทศไทย และประเทศคู่ค้าที่สำคัญ
- ดัชนีตลาดหลักทรัพย์
- อื่นๆ

ข้อมูลปฏิกมภูมิจากการสำรวจของหอการค้าไทย (Chamber Business Poll)

- ผลการสำรวจผู้ประกอบการรายสาขา
- ผลการสำรวจสถานภาพธุรกิจไทย
- ผลการสำรวจปัจจัยเสี่ยงทางด้านเศรษฐกิจ

เกณฑ์การให้คะแนน

เกณฑ์การพิจารณา	ระดับคะแนน
ด้านยอดขาย	20
ด้านต้นทุน	20
ส่วนต่างของยอดขายต่อต้นทุน (กำไรสุทธิ)	20
ผลกระทบจากปัจจัยเสี่ยงและภาวะการแข่งขัน	20
ความต้องการ/ความสอดคล้องกับกระแสนิยม	20
รวม	100

สถานการณ์ทางด้านเศรษฐกิจ

สภาวะเศรษฐกิจไทยปี 2561

GDP
2.5%

- การส่งออกหดตัว 5.1%
- การบริโภคภาคเอกชนขยายตัว 4.5%
- การลงทุนภาคเอกชนขยายตัว 3.0%
- อัตราเงินเฟ้อขยายตัว 0.8%
- ภาคเกษตรกรรมขยายตัว 0.6%
- ภาคอุตสาหกรรมหดตัว 0.3%

ที่มา: สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ

ประมาณการภาวะเศรษฐกิจไทยปี 2563

- อัตราการขยายตัวทางเศรษฐกิจขยายตัวร้อยละ 3.1 (2.7%-3.4%)
- อัตราการขยายตัวในภาคการเกษตรขยายตัวร้อยละ 2.8 (1.8%-3.4%)
- อัตราการขยายตัวนอกภาคการเกษตรขยายตัวร้อยละ 3.2 (2.7%-3.7%)
- การบริโภคภาคเอกชนขยายตัวร้อยละ 4.0 (3.6%-4.3)
- การลงทุนภาคเอกชนขยายตัวร้อยละ 4.1 (3.9%-4.6%)
- การส่งออกขยายตัวร้อยละ 1.8 (0.1%-3.4%)
- อัตราเงินเฟ้อทั่วไปอยู่ที่ร้อยละ 1.0 (0.8%-1.2%)

ที่มา: ศูนย์พยากรณ์เศรษฐกิจและธุรกิจ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย

👑 ปัจจัยสนับสนุนและบันทึกการดำเนินธุรกิจในปี 2563

ปัจจัยสนับสนุน	ปัจจัยที่บันทึก
๑ การดำเนินมาตรการขับเคลื่อนเศรษฐกิจของภาครัฐอย่างต่อเนื่อง ๑ เศรษฐกิจภาคการท่องเที่ยว มีแนวโน้มปรับตัวดีขึ้นโดยคาดว่าจะจำนวนนักท่องเที่ยวจะเข้ามาในประเทศ 41-42 ล้านคน ๑ ภาครัฐเร่งเบิกจ่ายงบประมาณ ๑ การลงทุนของภาครัฐมีโอกาสรุ่งตัวขึ้นเมื่อเทียบกับปีก่อน ๑ การลงทุนของภาคเอกชนเริ่มมีสัญญาณดีขึ้น (โดยเฉพาะในพื้นที่ EEC/โครงการลงทุนโครงสร้างพื้นฐานของภาครัฐ) ๑ ธนาคารกลางทั่วโลกใช้นโยบายการเงินผ่อนคลาย เพื่อกระตุ้นเศรษฐกิจ อาทิเช่น การลดอัตราดอกเบี้ยนโยบาย เป็นต้น ๑ มาตรการช่วยเหลือผู้ประกอบการ SME ให้เข้าถึงสินเชื่อควบคู่กับการพัฒนาองค์ความรู้เพื่อเพิ่มศักยภาพในการแข่งขัน ๑ กำลังซื้อของประชาชนฐานรากที่เพิ่มขึ้นตามมาตรการสวัสดิการแห่งรัฐ และการพัฒนาเศรษฐกิจฐานราก และมาตรการประกันราคาสินค้าเกษตร	๑ ความไม่แน่นอนของสถานการณ์เศรษฐกิจโลก โดยเฉพาะความเสี่ยงในเรื่องสงครามการค้าระหว่างสหรัฐฯ และจีน รวมทั้ง Brexit ๑ เศรษฐกิจจีนมีโอกาในการขยายตัวต่ำกว่า 6% ๑ ในปี 2563 สถาบันการเงินของประเทศไทยต้องใช้มาตรฐานทางบัญชี TFRS9 ซึ่งจะทำให้ความระมัดระวังในการให้สินเชื่อ ๑ เงินบาทแข็งค่าอย่างต่อเนื่อง และแข็งค่ามากกว่าสกุลเงินหลักอื่นๆ โดยคาดว่าจะแข็งค่าประมาณ 29.75-30.50 บาทต่อดอลลาร์สหรัฐ ๑ ความไม่แน่นอนทางการเมืองส่งผลต่อความเชื่อมั่นของนักลงทุนต่างชาติ ๑ หนี้เสีย (NPL) ของสถาบันการเงิน และการเพิ่มความเข้มงวดในการปล่อยสินเชื่อ ๑ ภัยธรรมชาติ ๑ ต้นทุนในการดำเนินธุรกิจสูงขึ้นจากการขึ้นค่าแรงขั้นต่ำ การจัดเก็บภาษีที่ดินและสิ่งปลูกสร้าง

ประเมินผล 10 อันดับธุรกิจรุ่งปี 2563

👑 10 อันดับธุรกิจดาวรุ่ง ปี 2563

ลำดับ	10 อันดับธุรกิจเด่น	รวม
1.	ธุรกิจ แพลตฟอร์ม (ธุรกิจตัวกลางหรือตลาดกลางทางด้านอิเล็กทรอนิกส์)	95.5
2.	ธุรกิจ e-commerce (ธุรกิจที่ทำการซื้อขายผ่านอิเล็กทรอนิกส์)	94.8
	ธุรกิจเทคโนโลยี และเทคโนโลยีสารสนเทศ และอุปกรณ์ รวมทั้งผู้ให้บริการโครงข่าย	94.8
3.	ธุรกิจเกมส์ ธุรกิจพัฒนา appication	93.1
4.	ธุรกิจขนส่งโลจิสติกส์	92.5
5.	ธุรกิจประกันภัย ประกันชีวิต	91.4
	ธุรกิจบริการทางการแพทย์และความงาม	91.4
6.	ธุรกิจอาหารและเครื่องดื่ม	88.9
	ธุรกิจบน Street food	88.9
7.	ธุรกิจเกี่ยวกับผู้สูงอายุ	87.1
8.	ธุรกิจด้าน fintech และการชำระเงินผ่านระบบเทคโนโลยี	86.5
	ธุรกิจพลังงาน	86.5
9.	ธุรกิจก่อสร้างและโครงสร้างพื้นฐาน	85.6
	ธุรกิจที่ปรึกษาด้านกฎหมาย/บัญชี	95.6
10.	ธุรกิจความเชื่อ	84.4
	ธุรกิจเกี่ยวกับทางด้านท่องเที่ยว ธุรกิจ Hostel modern tourism และ lifestyle tourism	84.4
	ธุรกิจเครื่องสำอางและครีมบำรุงผิว	84.4

👑 ธุรกิจเด่นอันดับ 1 ธุรกิจแพลตฟอร์ม (ธุรกิจตัวกลางหรือตลาดกลางทางด้านอิเล็กทรอนิกส์)

ปัจจัยสนับสนุน	ปัจจัยเสี่ยง
1. ความหลากหลายและรูปแบบการให้บริการ รวมทั้งความต้องการของผู้ประกอบการที่ต้องการทำธุรกิจออนไลน์มากขึ้น 2. การใช้ชีวิตที่เร่งรีบในชีวิตประจำวัน ความสะดวกสบายและความปลอดภัยของผู้คน 3. พฤติกรรมของผู้บริโภคเริ่มเปลี่ยนแปลง และหันมาใช้เทคโนโลยีมากขึ้น รวมทั้งความเคยชินกับการใช้สื่ออิเล็กทรอนิกส์มากขึ้น 4. กระแสการพัฒนาแพลตฟอร์มทั่วโลก ทำให้ผู้ประกอบการสามารถเข้าถึงผู้บริโภคได้อย่างตรงจุด 5. ธุรกิจมีแนวโน้มเติบโตอย่างต่อเนื่องทั้งในประเทศและต่างประเทศ 6. การผลักดันนโยบาย/มาตรการ ธุรกิจแพลตฟอร์มของภาครัฐ	1. การแข่งขันที่รุนแรงขึ้นทั้งจากคู่แข่งในประเทศ และ คู่แข่งต่างประเทศ 2. ข้อจำกัดทางด้านบุคลากรที่มีความเชี่ยวชาญ และ องค์ความรู้ในการพัฒนา Platform ยังไม่เพียงพอ 3. ความไม่ชัดเจนของกฎหมายที่เกี่ยวข้อง 4. ความปลอดภัยและการรั่วไหลของข้อมูลส่วนบุคคล 5. การเปลี่ยนแปลงของระดับเทคโนโลยีอย่างรวดเร็ว

	ยอดขาย	ต้นทุน	กำไร	การรับความเสี่ยง/คู่แข่ง	ความต้องการ	รวม
ธุรกิจ แพลตฟอร์ม	19.2	19.3	19.2	18.7	19.1	95.5

👑 ธุรกิจเด่นอันดับ 2 ธุรกิจ E-Commerce

ปัจจัยสนับสนุน	ปัจจัยเสี่ยง
1. พฤติกรรมในการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศในปัจจุบันที่มีความสะดวกและการเข้าถึงง่าย และราคาไม่แพง ทำให้เข้าถึงกลุ่มลูกค้าเป้าหมายขนาดใหญ่ทั่วโลก ฐานผู้ซื้อขายกว้างขึ้น 2. การที่มีผู้ประกอบการในการให้บริการ Platform รายใหญ่เข้ามาขยายในไทย อาทิ อาลีบาบา ลาชาต้า ซ้อปี้ เป็นต้น 3. ระบบการขนส่งที่ทันสมัยและรวดเร็ว รวมไปถึงพัฒนาไปตามความต้องการของลูกค้า มีระบบการ ติดตาม (Tracking) ตรวจสอบสถานะสิ่งที่แม่นยำ 4. มีช่องทางจำหน่ายจำนวนมาก และต้นทุนต่ำ ไม่ต้องมีหน้าร้าน และสามารถซื้อขายสินค้าได้ 24 ชม. 5. ประชากรเข้าถึงอินเทอร์เน็ตได้ง่าย ประกอบกับอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์นั้นมีราคาถูกลง 6. นโยบายสนับสนุนจากภาครัฐ เช่น นโยบายพร้อมเพย์ (PromptPay) และโครงการสนับสนุนผู้ประกอบการ SMEs Go Online เป็นต้น 7. ระบบการชำระเงินที่หลากหลาย สะดวกและรวดเร็ว เช่น เก็บเงินปลายทาง ชำระเงินผ่านระบบออนไลน์ 8. การมีแอปพลิเคชันในการเลือกซื้อสินค้าและบริการโดยมีส่วนลด เจ็อนไซ หรือราคาพิเศษให้กับลูกค้าเพิ่มมากขึ้น 9. การเปิดตัวฟีเจอร์ใหม่ๆ ของโซเชียลมีเดีย ที่ช่วยให้ผู้ประกอบการสามารถปิดการขายได้ภายในแอปพลิเคชันเดียว เช่น Facebook Pay, Instagram Shopping, Line Shopping เป็นต้น 10. การรีวิวสินค้าของ Net Idol หรือ Youtuber หรือบุคคลที่มีชื่อเสียงและลูกค้าที่เคยใช้สินค้า	1. นโยบายเก็บภาษีธุรกิจค้าขายออนไลน์ 2. การแข่งขันที่รุนแรงขึ้นทั้งจากคู่แข่งเดิม และคู่แข่งรายใหม่ โดยเฉพาะธุรกิจค้าปลีกสมัยใหม่ที่หันมาทำการตลาดออนไลน์มากขึ้น 3. ความน่าเชื่อถือของร้านค้า หรือผู้ค้าออนไลน์ 4. ปัญหาการหลอกลวงขายสินค้า สินค้าไม่ได้คุณภาพ 5. ข้อจำกัดในการเข้าถึงระบบบิเอนเดอร์ของผู้บริโภคบางส่วน 6. กฎหมายด้านภาษีนำเข้าและส่งออกของแต่ละประเทศ 7. การสั่งซื้อสินค้าออนไลน์ข้ามประเทศ มีข้อจำกัดค่าขนส่งที่สูง ระยะเวลาการจัดส่งช้า

	ยอดขาย	ต้นทุน	กำไร	การรับความเสี่ยง/คู่แข่ง	ความต้องการ	รวม
ธุรกิจ E-Commerce	19.3	19.0	19.1	18.4	19.0	94.8

👑 ธุรกิจเด่นอันดับ 2 ธุรกิจการให้บริการด้านเทคโนโลยี และเทคโนโลยีสารสนเทศ และอุปกรณ์ รวมทั้งผู้ให้บริการโครงข่าย

ปัจจัยสนับสนุน	ปัจจัยเสี่ยง					
1. คู่แข่งในตลาดมีจำนวนจำกัด โดยเฉพาะทางด้านของผู้ให้บริการโครงข่าย 2. การพัฒนาอุปกรณ์การสื่อสารหรือเทคโนโลยีและนวัตกรรมที่เกี่ยวข้องมีมากขึ้น 3. การผลักดันให้เกิด 5G ในประเทศไทย 4. พฤติกรรมของคนยุคปัจจุบัน เน้นการใช้เทคโนโลยี 5. การพัฒนาของเทคโนโลยีสารสนเทศอย่างต่อเนื่องในทุกปี ทำให้มีการเปลี่ยนแปลงในทุกปี 6. นโยบายภาครัฐที่ให้บริการประชาชนผ่านระบบออนไลน์ หรือ Application มากขึ้น 7. สังคมมีการเปลี่ยนแปลงเป็นสังคมเมืองมากขึ้น ส่งผลให้ไลฟ์สไตล์การใช้ชีวิตในปัจจุบันที่มีการนำเทคโนโลยีมาช่วยอำนวยความสะดวกในการใช้ชีวิตประจำวัน 8. การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานด้านระบบโทรคมนาคมของไทยที่มีประสิทธิภาพมากขึ้น 9. ราคาอุปกรณ์สื่อสารต่างๆ มีระดับราคาต่ำลง และมีฟังก์ชันการทำงานที่หลากหลาย 10. นโยบายสนับสนุนจากภาครัฐในการส่งเสริมการศึกษาผ่านระบบออนไลน์ หรือ Application	1. การเปลี่ยนแปลงเทคโนโลยีที่รวดเร็ว 2. โครงข่ายที่ไม่ครอบคลุมในพื้นที่ห่างไกล 3. ธุรกิจมีการแข่งขันสูงในเรื่องของระดับราคาและคุณภาพ 4. ผลกระทบเกี่ยวกับเทคโนโลยีที่จำหน่าย มีการแข่งขันสูง 5. ความปลอดภัยในด้านของข้อมูลส่วนบุคคล และความปลอดภัยในการขโมยข้อมูล 6. ต้นทุนการพัฒนาโครงข่าย และค่าสัมปทานการประมูลคลื่น					
	ยอดขาย	ต้นทุน	กำไร	การรับความเสี่ยง/คู่แข่ง	ความต้องการ	รวม
ธุรกิจเทคโนโลยี และเทคโนโลยีสารสนเทศ	19.0	18.7	18.8	18.9	19.4	94.8

👑 ธุรกิจเด่นอันดับ 3 ธุรกิจเกมส์ ธุรกิจพัฒนา Application

ปัจจัยสนับสนุน	ปัจจัยเสี่ยง					
1. การเข้าถึงอินเทอร์เน็ตและการใช้เทคโนโลยีของผู้บริโภคมีมากขึ้น 2. พฤติกรรมของผู้บริโภคที่ต้องการเล่นเกมสัปดาห์ละครั้งหรือทุกวัน และสร้างรายได้เสริมจากการขายของที่อยู่ในเกมส์มีมากขึ้น 3. พฤติกรรมของผู้บริโภคต้องการใช้ Application เพื่อช่วยอำนวยความสะดวกในการใช้ชีวิตประจำวันหรือทำธุรกิจมีมากขึ้น 4. การมีเวทีในการแข่งขัน (E-Sports) เพื่อชิงรางวัลมากขึ้น รวมทั้งสามารถพัฒนาเป็นกีฬาอาชีพได้ 5. ธุรกิจขนาดเล็ก-ใหญ่หันมาลงทุนในตลาดเกมส์มากขึ้น ซึ่งมีการส่งเสริมให้เป็นที่ยอมรับในระดับประเทศและต่างประเทศ 6. กลยุทธ์การเพิ่มยอดขายของธุรกิจผ่าน Application มีเพิ่มขึ้น 7. สถาบันการศึกษาทั่วโลกมีการเปิดการสอนวิชาที่เกี่ยวกับการออกแบบเกมส์ และการพัฒนา Application เพิ่มมากขึ้น	1. บุคลากรที่มีความรู้และความเชี่ยวชาญในการพัฒนา Application และเกมส์ ยังไม่เพียงพอต่อความต้องการ 2. การเปลี่ยนแปลงเทคโนโลยีที่รวดเร็ว 3. คู่แข่งทางด้านธุรกิจเกมส์ และการจัดทำ Application มีจำนวนมาก 4. อุตสาหกรรมเกมส์ของไทยยังอยู่ในระยะเริ่มต้นในการพัฒนาจากผู้ใช้งานเป็นผู้ผลิต โดยยังคงต้องการแรงสนับสนุนจากภาครัฐและเอกชน 5. โครงข่ายและความเร็วของอินเทอร์เน็ตที่ยังไม่ครอบคลุมพื้นที่ทั้งหมด					
	ยอดขาย	ต้นทุน	กำไร	การรับความเสี่ยง/คู่แข่ง	ความต้องการ	รวม
ธุรกิจเกมส์ ธุรกิจพัฒนา Application	18.8	18.5	18.8	18.4	18.6	93.1

👑 ธุรกิจเด่นอันดับ 4 ธุรกิจขนส่งโลจิสติกส์

ปัจจัยสนับสนุน				ปัจจัยเสี่ยง		
1. บริการส่งสินค้าจากการซื้อผ่านออนไลน์ หรือการที่ผู้ค้าส่งรายใหญ่มีบริการขนส่งสินค้าให้กับลูกค้าถึงบ้าน ทำให้ความต้องการใช้บริการขนส่งสินค้าเพิ่มสูงขึ้น 2. การมีธุรกิจแพลตฟอร์มมากขึ้น ทั้ง แพลตฟอร์มรับส่งเอกสาร เดินทาง ส่งอาหาร ส่งสินค้า เป็นต้น 3. การเชื่อมโยงเครือข่ายระหว่างเศรษฐกิจในภูมิภาค ทำให้มีการขนส่งที่กระจายพื้นที่มากขึ้น 4. การพัฒนาเมือง การจัดตั้งเขตเศรษฐกิจพิเศษ และการลงทุนโครงสร้างพื้นฐานของภาครัฐในพื้นที่ต่างๆ น่าจะทำให้ความต้องการขนส่งสินค้าเพิ่มขึ้น 5. การสร้างสิ่งอำนวยความสะดวกสำหรับการขนส่งสินค้า และบริการมีมากขึ้น อาทิ Kerry Grab LineMan 6. การขยายตัวของอีคอมเมิร์ซ ทำให้ความต้องการบริการ E-Logistics เพิ่มขึ้นอีกด้วย 7. รูปแบบ Ride-Hailing Delivery ที่พร้อมทั้งส่งตรงสินค้าถึงมือผู้บริโภคภายในวันเดียว (Same Day Delivery) ทำให้ความต้องการใช้บริการขนส่งสินค้ามากขึ้น				1. ราคาพลังงานมีแนวโน้มทิศทางที่ปรับตัวสูงขึ้น 2. มาตรฐานของกฎระเบียบในการขนส่งสินค้าระหว่างประเทศ 3. การแข่งขันที่รุนแรงขึ้นจากการเข้ามาของบริษัทต่างชาติ ทำให้ส่วนแบ่งการตลาดส่วนใหญ่ตกอยู่ในมือบริษัทต่างชาติ โดยเฉพาะการขนส่งทางน้ำและการขนส่งทางอากาศ 4. การปรับปรุงโครงสร้างพื้นฐานทางด้านคมนาคมของภาครัฐที่ยังไม่แล้วเสร็จ 5. ความล่าช้าและการแออัดบริเวณชายแดน ทำให้มีการขนส่งล่าช้า และมีต้นทุนเพิ่มสูงขึ้น 6. ข้อจำกัดด้านเงินทุน ทำให้มีความเสี่ยงของผู้ประกอบการขนาดกลางและขนาดเล็ก		
	ยอดขาย	ต้นทุน	กำไร	การรับความเสี่ยง/คู่แข่ง	ความต้องการ	รวม
ธุรกิจขนส่งโลจิสติกส์	18.7	18.2	18.6	18.3	18.7	92.5

👑 ธุรกิจเด่นอันดับ 5 ธุรกิจประกันภัยและประกันชีวิต

ปัจจัยสนับสนุน				ปัจจัยเสี่ยง		
1. การยกเลิก LTF ทำให้เกิดโอกาสในการออมเพื่อลดหย่อนภาษีผ่านการประกัน 2. ความต้องการซื้อประกันภัยสำหรับธุรกิจมากขึ้น เพื่อคุ้มครองความเสี่ยงต่อบริษัท และครัวเรือน 3. ความต้องการซื้อประกันภัยและประกันชีวิตสำหรับครอบครัวและตนเองมีมากขึ้น เนื่องจากความรู้และความเข้าใจมีมากขึ้น และลดภาระค่าใช้จ่ายหากมีภัยเกิดขึ้น 4. มาตรการลดหย่อนภาษีของภาครัฐที่ยังมีต่อเนื่อง 5. เทคโนโลยีที่ทันสมัยมาสนับสนุนการดำเนินงาน การเพิ่มช่องทางการจำหน่ายให้หลากหลายครอบคลุมกลุ่มเป้าหมาย 6. ภาวะเศรษฐกิจของประเทศมีโอกาสปรับตัวดีขึ้น 7. ประชาชนหันมาให้ความสำคัญการออมในระยะยาวมากขึ้น 8. การลงทุนของบริษัทประกันชีวิตในธุรกิจอื่นๆ ส่งผลต่อผลประโยชน์ที่เพิ่มขึ้น 9. การเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุ และการวางแผนทางการเงินของคนยุคปัจจุบัน 10. รัฐบาลมีการส่งเสริมให้มีการทำการประกันภัยมากและประกันชีวิตมากขึ้น				1. การแข่งขันที่รุนแรงขึ้นทั้งระหว่างบริษัทประกันชีวิตด้วยกันเอง บริษัทประกันสุขภาพรวมถึงธุรกิจโรงพยาบาลเอกชน 2. การแข่งขันทางธุรกิจในเรื่องของผลิตภัณฑ์และราคาเพื่อจูงใจลูกค้า 3. หลักเกณฑ์ต่างๆ ในการกำกับดูแลบริษัทในกลุ่มประกันที่เข้มงวด 4. การเปลี่ยนแปลงของค่าครองชีพที่มีแนวโน้มปรับตัวสูงขึ้น 5. อัตราดอกเบี้ยของธนาคารพาณิชย์และความผันผวนของอัตราแลกเปลี่ยน 6. ภัยธรรมชาติ 7. ความเชื่อมั่นต่อธุรกิจ (การให้ข้อมูลที่ไม่ชัดเจนหรือเกินจริงของตัวแทน/การบังคับทำประกันของธนาคาร/ระบบความปลอดภัยของข้อมูลส่วนบุคคลของลูกค้า)		
	ยอดขาย	ต้นทุน	กำไร	การรับความเสี่ยง/คู่แข่ง	ความต้องการ	รวม
ธุรกิจประกันภัยและประกันชีวิต	18.4	18.3	18.2	18.0	18.5	91.4

👑 ธุรกิจเด่นอันดับ 5 ธุรกิจบริการทางการแพทย์และความงาม

ปัจจัยสนับสนุน	ปัจจัยเสี่ยง					
1. กระแสการให้ความสำคัญกับการรักษาสุขภาพและการดูแลสุขภาพยังมีความต่อเนื่อง มีการลงทุนพัฒนาและนำเทคโนโลยีสมัยใหม่มาใช้ 2. การบริการทางการแพทย์และความงามของประเทศไทยมีคุณภาพดีและราคาไม่แพง ในสายตาของชาวไทยและชาวต่างประเทศ 3. ประเทศเพื่อนบ้านให้ความเชื่อมั่นกับประเทศไทยในเรื่องการดูแลรักษา และความงาม โดยเฉพาะกลุ่ม CLMV 4. การขยายธุรกิจสถานพยาบาล เป็น ธุรกิจ wellness มากขึ้น 5. พฤติกรรมในการดูแลเรื่องผิวพรรณที่มีมากขึ้น รวมไปถึงจำนวนผู้สูงอายุในประเทศเพิ่มสูงขึ้น 6. มาตรการลดหย่อนภาษีด้านสุขภาพ 7. สถานการณ์ฝุ่นพิษ PM 2.5 ที่เกิดเพิ่มขึ้น	1. การแข่งขันที่รุนแรงขึ้นทั้งจากคู่แข่งเดิมและคู่แข่งรายใหม่ ธุรกิจขนาดเล็กยังขาดการพัฒนานวัตกรรม การก่อสร้าง 2. การแข่งขันทางด้านราคาเพิ่มมากขึ้น เช่น การแข่งขันการทำโปรโมชั่นด้านราคา 3. การเปลี่ยนแปลงของนวัตกรรมและเทคโนโลยี 4. การปลอมแปลงเวชภัณฑ์ และการหลอกลวงในการให้บริการจนเป็นเหตุให้เกิดความไม่น่าเชื่อถือ 5. จำนวนผู้เชี่ยวชาญและความเพียงพอของบุคลากรในการรักษา โดยเฉพาะสาขาพยาบาล และแพทย์เฉพาะทาง มีจำนวนจำกัด					
	ยอดขาย	ต้นทุน	กำไร	การรับความเสี่ยง/คู่แข่ง	ความต้องการ	รวม
ธุรกิจบริการทางการแพทย์และความงาม	18.8	18.0	18.1	17.8	18.7	91.4

👑 ธุรกิจเด่นอันดับ 6 ธุรกิจอาหารและเครื่องดื่ม

ปัจจัยสนับสนุน	ปัจจัยเสี่ยง					
1. รูปแบบการบริการที่สะดวกและรวดเร็ว เช่น การสั่งอาหารผ่านอินเทอร์เน็ต หรือ Application และบริการส่งถึงที่ หรือการรับจัดเลี้ยงในงานประชุม/งานสังสรรค์ 2. การแปรรูปสินค้าอาหารด้วยนวัตกรรมต่างๆ 3. การพัฒนาแบบผลิตภัณฑ์ด้านอาหารและเครื่องดื่มมากขึ้น เช่น เพื่อสุขภาพ อาหารฮาลาล อาหาร Fusion Food 4. สังคมเมืองที่เริ่มหันมาดูแลสุขภาพมากขึ้น รวมถึงการดูแลภาพลักษณ์ภายนอกมากขึ้น โดยการเลือกรับประทานอาหารที่มีประโยชน์และให้สารอาหารครบ 5. หน่วยงานของรัฐบาลส่งเสริมคนรักสุขภาพและหันมารับประทานอาหารที่มีประโยชน์	1. ปัญหาภัยธรรมชาติ ส่งผลให้สินค้าเกษตรที่เป็นวัตถุดิบขาดแคลนและมีราคาสูงขึ้น 2. การเข้ามาแข่งขันของธุรกิจต่างชาติ 3. คู่แข่งทางธุรกิจสูง และแข่งขันกันดัดราคา 4. การเปลี่ยนแปลงการบริโภคตามกระแสนิยม 5. มาตรการกีดกันทางการค้าระหว่างประเทศที่ไม่ใช่ภาษี 6. ปัญหาทางด้านเศรษฐกิจที่มีผลต่อการใช้จ่ายเงินของครัวเรือน					
	ยอดขาย	ต้นทุน	กำไร	การรับความเสี่ยง/คู่แข่ง	ความต้องการ	รวม
ธุรกิจอาหารและเครื่องดื่ม	18.0	17.5	17.5	17.6	17.3	88.9

👑 ธุรกิจเด่นอันดับ 6 ธุรกิจ Street Food

ปัจจัยสนับสนุน	ปัจจัยเสี่ยง					
1. การได้รับความนิยมจากนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ 2. มีนโยบายสนับสนุนการเปิดถนนคนเดิน เพื่อดึงดูดการท่องเที่ยว 3. มีนโยบายสนับสนุนให้เป็นจุดขายด้านการท่องเที่ยว ด้วยการยกระดับมาตรฐานความสะอาดและความปลอดภัย 4. ชื่อเสียงด้าน Street Food ของประเทศไทยที่เป็นที่รู้จักของชาวต่างประเทศ 5. เป็นจุดดึงดูดนักท่องเที่ยว นักชิมทั้งชาวไทยและต่างชาติ 6. มีการจัดระเบียบพื้นที่ค้าขายบนทางเท้าให้มีความเหมาะสม เพื่อคุ้มครองผู้บริโภคและเป็นภาพลักษณ์ที่ดีต่อการท่องเที่ยวไทย 7. ในปัจจุบันมีช่องทางการตลาดเพิ่มมากขึ้น เช่น โฆษณาผ่านโซเชียล การรีวิวบอกต่อของผู้บริโภค การส่งสินค้าผ่าน Application เช่น Lineman, GrapFood, GET เป็นต้น	1. ความสะอาดและความปลอดภัยของอาหาร ความน่าเชื่อถือของธุรกิจ 2. คู่แข่งทางธุรกิจมีจำนวนมาก 3. กฎหมายและระเบียบที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจ 4. นโยบายการจัดระเบียบผู้ค้าบน ทางเท้า 5. ผู้คนในสังคมเริ่มหันมาดูแลสุขภาพมากขึ้น 6. อันตรายจากการปรุงอาหารและความสะอาดซึ่งอาจทำให้ภาพลักษณ์และความเชื่อมั่นลดลงได้					
	ยอดขาย	ต้นทุน	กำไร	การรับความเสี่ยง/คู่แข่ง	ความต้องการ	รวม
ธุรกิจบน Street Food	18.1	17.3	17.7	17.4	18.4	88.9

👑 ธุรกิจเด่นอันดับ 7 ธุรกิจเกี่ยวกับผู้สูงอายุ

ปัจจัยสนับสนุน				ปัจจัยเสี่ยง		
1. จากโครงสร้างประชากรที่เปลี่ยนแปลงไปสู่สังคมผู้สูงอายุ 2. สภาพสังคมยุคปัจจุบันที่คนวัยทำงานต้องออกไปทำงานนอกบ้าน ทำให้มีเวลาในการดูแลผู้สูงอายุในครอบครัวน้อยลง 3. มีบุคลากรทางการแพทย์ที่มีความรู้ความเชี่ยวชาญและมีประสบการณ์ในการดูแลผู้สูงอายุมากขึ้น 4. ความก้าวหน้าทางวิทยาการทำให้มีอาหารและยาที่ดี 5. การสนับสนุนนโยบายจากภาครัฐและการส่งเสริมการลงทุนที่เกี่ยวข้องกับกลุ่มผู้สูงอายุ 6. มีแนวโน้มพัฒนารูปแบบการให้บริการที่ครอบคลุมมากขึ้น ทั้งการบริการพื้นฐานที่ดูแลด้านสุขภาพไปสู่การบริการที่ครบวงจร				1. ธุรกิจที่ผลิตสินค้าเกี่ยวกับผู้ใหญ่มิมีการแข่งขันสูงขึ้น 2. สวัสดิการสำหรับผู้สูงอายุยังมีไม่มาก 3. ค่าครองชีพมีแนวโน้มปรับตัวสูงขึ้น 4. ระดับรายได้ของผู้สูงอายุที่ยังคงมีไม่สูง 5. อาชญากร หลอกหลวงผู้สูงอายุ 6. ความเชื่อมั่นต่อธุรกิจในการให้บริการกับผู้สูงอายุ 7. ความคาดหวังนอกเหนือขอบเขตของการให้บริการ		
	ยอดขาย	ต้นทุน	กำไร	การรับความเสี่ยง/คู่แข่ง	ความต้องการ	รวม
ธุรกิจเกี่ยวกับผู้สูงอายุ	17.6	17.0	17.3	17.5	17.7	87.1

👑 ธุรกิจเด่นอันดับ 8 ธุรกิจด้าน Fintech และการชำระเงินฟากระบบเทคโนโลยี

ปัจจัยสนับสนุน				ปัจจัยเสี่ยง		
1. นโยบายการลดเว้นค่าธรรมเนียมทางการเงิน ในการโอน การชำระเงิน และอื่นๆ 2. การพัฒนาแหล่งการชำระเงินตามร้านค้า ผู้ประกอบการที่มีการชำระผ่านระบบอิเล็กทรอนิกส์เพิ่มมากขึ้น 3. พฤติกรรมการชำระเงินด้วยอิเล็กทรอนิกส์มีเพิ่มขึ้น โดยเฉพาะคนรุ่นใหม่ 4. การปรับตัวของธนาคารพาณิชย์เพื่อเข้าสู่สังคมไร้เงินสดโดยการเพิ่มระบบการเงินดิจิทัลเพื่อให้การทำธุรกรรมทางการเงินสะดวกยิ่งขึ้นโดยไม่ต้องเดินทางไปธนาคารสาขา 5. รัฐบาลมีนโยบายส่งเสริมการเงินในรูปแบบ Online มากขึ้น 6. สังคมเมืองที่ต้องการความสะดวกสบาย และการใช้ระยะเวลาการคอยน้อย 7. ระบบเทคโนโลยีที่ทันสมัย และตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้ามีมากขึ้น 8. การสั่งซื้อสินค้า และการทำธุรกรรมผ่านออนไลน์มีจำนวนมากขึ้นอย่างต่อเนื่อง				1. ความเชื่อมั่นของประชาชนต่อความปลอดภัยในการให้บริการผ่านแพลตฟอร์ม 2. ความเชี่ยวชาญของบุคลากรในการให้บริการข้อมูลแก่ลูกค้า 3. ภัยคุกคามทางไซเบอร์ที่เพิ่มสูงขึ้นตามพัฒนาการเทคโนโลยี 4. ข่าวเรื่องความปลอดภัยในเรื่องของข้อมูล และอาชญากรรมทางด้านเทคโนโลยี 5. ความต้องการใช้ผ่านระบบออนไลน์ยังมีจำนวนไม่มากเมื่อเทียบกับประชากรทั้งประเทศ		
	ยอดขาย	ต้นทุน	กำไร	การรับความเสี่ยง/คู่แข่ง	ความต้องการ	รวม
ธุรกิจด้าน Fintech และการชำระเงินผ่านระบบเทคโนโลยี	17.4	17.2	17.1	17.0	17.8	86.5

👑 ธุรกิจเด่นอันดับ 8 ธุรกิจพลังงาน

ปัจจัยสนับสนุน				ปัจจัยเสี่ยง		
1. ความต้องการพลังงานยังคงมีอย่างต่อเนื่อง และเพิ่มขึ้น 2. ภาคธุรกิจพลังงานถือเป็นโครงสร้างพื้นฐานที่จำเป็นของประเทศ เพื่อตอบสนองต่อความต้องการของผู้ใช้งาน 3. โอกาสการลงทุนของผู้ประกอบการทั้งในธุรกิจน้ำมันและธุรกิจอื่น ๆ เมื่อรถยนต์ไฟฟ้าครองตลาดมากขึ้น เช่น การลงทุนในสถานีชาร์จไฟฟ้า ธุรกิจโซลาร์เซลล์แบตเตอรี่ เป็นต้น 4. เทรนด์ของบริษัทน้ำมันยักษ์ใหญ่ได้ปรับกลยุทธ์มาลงทุนในธุรกิจเกี่ยวเนื่องกับพลังงานไฟฟ้าตลอด Value chain มากขึ้น 5. นโยบายส่งเสริมของภาครัฐ และกระแสรักโลกที่ต้องการลดการปล่อยก๊าซคาร์บอนสู่สังคมคาร์บอนต่ำ (low carbon)				1. ปัญหาต้นทุนการผลิตต่อหน่วยโดยเฉพาะการผลิตไฟฟ้าจากพลังงานแสงอาทิตย์ ปัจจุบันยังอยู่ในระดับค่อนข้างสูง 2. ข้อกฎหมาย ประกาศ กฎ หรือระเบียบ ที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจพลังงานมีจำนวนมากและสร้างอุปสรรคต่อผู้ประกอบการกิจการพลังงาน 3. ข้อจำกัดการพัฒนาพลังงานที่ยังคงมีต้นทุนสูง และต้องใช้เทคโนโลยีระดับสูง 4. ความผันผวนของระดับราคาพลังงานของโลก 5. ปัญหาด้านทรัพยากร		
	ยอดขาย	ต้นทุน	กำไร	การรับความเสี่ยง/คู่แข่ง	ความต้องการ	รวม
ธุรกิจพลังงาน	17.6	17.0	17.2	16.9	17.8	86.5

👑 ธุรกิจเด่นอันดับ 9 ธุรกิจก่อสร้างและโครงสร้างพื้นฐาน

ปัจจัยสนับสนุน	ปัจจัยเสี่ยง					
1. นโยบายการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานด้านการคมนาคมขนส่งและการพัฒนาพื้นที่เขตเศรษฐกิจพิเศษของภาครัฐ 2. การขยายตัวของเมืองที่มีเพิ่มขึ้นตามโครงการลงทุนของภาครัฐ ทำให้มีความต้องการลงทุนและก่อสร้างที่อยู่อาศัย หรืออาคารเพื่อการพาณิชย์ 3. การจัดเก็บภาษีที่ดินและสิ่งปลูกสร้าง ทำให้ความต้องการพัฒนาที่ดินเพิ่มสูงขึ้น 4. มาตรการกระตุ้นภาคอสังหาริมทรัพย์ เช่น การลดค่าธรรมเนียมในการโอนและการจดจำนองลงเหลือร้อยละ 0.01 มาตรการสินเชื่ออัตราดอกเบี้ยพิเศษ การสนับสนุนเงินดาวน์ 50,000 บาทให้ประชาชนกับ 1 แสนราย	1. การขึ้นค่าแรงขั้นต่ำ ส่งผลให้ต้นทุนการก่อสร้างเพิ่มขึ้น 2. ต้นทุนวัสดุก่อสร้างที่สูงขึ้น 3. กฎหมาย กฎระเบียบของภาครัฐในการควบคุมการก่อสร้างให้มีมาตรฐานและความปลอดภัย 4. ความล่าช้าของการเบิกจ่ายงบประมาณ 5. ระดับรายได้ของเกษตรกรที่ยังคงไม่สูง 6. การชะลอตัวลงของการปล่อยสินเชื่อเพื่อการก่อสร้าง หรือธุรกิจด้านการการก่อสร้างและอสังหาริมทรัพย์					
	ยอดขาย	ต้นทุน	กำไร	การรับความเสี่ยง/คู่แข่ง	ความต้องการ	รวม
ธุรกิจก่อสร้างและโครงสร้างพื้นฐาน	17.3	16.8	17.0	17.0	17.5	85.6

👑 ธุรกิจเด่นอันดับ 9 ธุรกิจทางด้านกฎหมายและบัญชี

ปัจจัยสนับสนุน	ปัจจัยเสี่ยง					
1. มาตรฐานบัญชีเดียวที่ SMEs ต้องดำเนินการในปี 63 2. พฤติกรรมในการรักษาสีหิส่วนบุคคลมากขึ้น ทำให้กฎหมายมีความสำคัญอย่างมาก 3. ภาวะเศรษฐกิจที่ส่งผลต่อธุรกิจ อาทิเช่น การผิदनัดชำระ การจัดทำสัญญา และทวงถาม เป็นต้น 4. การเปลี่ยนแปลงกฎระเบียบ ข้อกฎหมาย และมาตรการการต่างๆของประเทศไทยมีมากขึ้นทำให้ต้องมีการติดตามและปรับเปลี่ยนข้อสัญญาต่างๆ 5. ปัจจุบันการติดต่อการค้ากับประเทศเพื่อนบ้านหรือต่างประเทศมีมากขึ้น 6. กฎหมายเกี่ยวข้องกับการประกอบธุรกิจและการดำเนินชีวิตของผู้คน 7. นโยบายของภาครัฐที่เพิ่มงวดขึ้นในการจัดทำบัญชีและภาษีของผู้ประกอบ	1. บุคคลทั่วไปหรือผู้ประกอบการสามารถดำเนินการทางด้านกฎหมายและทางบัญชีเองได้ 2. เทคโนโลยีที่ทันสมัยและสามารถตอบสนองความต้องการผู้ประกอบการในหลากหลายด้าน เช่น บัญชี การให้คำแนะนำกฎหมายเบื้องต้น เป็นต้น 3. ความน่าเชื่อถือและความไว้วางใจ 4. มีคู่แข่งทางธุรกิจเพิ่มมากขึ้นและมีความหลากหลายมากขึ้น					
	ยอดขาย	ต้นทุน	กำไร	การรับความเสี่ยง/คู่แข่ง	ความต้องการ	รวม
ธุรกิจทางด้านกฎหมายและบัญชี	17.5	16.7	17.1	16.9	17.4	85.6

👑 ธุรกิจเด่นอันดับ 10 ธุรกิจความเชื่อ

ปัจจัยสนับสนุน	ปัจจัยเสี่ยง					
1. ผู้คนจำนวนไม่น้อยต้องการหาที่พึ่งยึดเหนี่ยวจิตใจทั้งด้านการงาน การเงิน ความรัก และความศรัทธา 2. กระแสนิยม พฤติกรรม และอิทธิพลทางสังคม 3. ความเชื่อเรื่องเครื่องรางของขลัง สิ่งศักดิ์สิทธิ์ เป็นสิ่งที่มีความเกี่ยวข้องกับอารมณ์มนุษย์มาตลอดและเพิ่มขึ้นเรื่อยๆ ตามยุคสมัย 4. เป็นที่นิยมจากชาวต่างชาติเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง เช่น เสริมบารมี ลักยันต์ 5. กลุ่มลูกค้าคือกลุ่มที่ยินดีจะจ่ายในทุกราคาเพื่อสิ่งที่ตนเองเชื่อ	1. บุคคลแอบอ้างหรือมีจิตพิฆาตดำเนินธุรกิจ 2. ความน่าเชื่อถือของธุรกิจ 3. กฎหมายที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจ 4. การหลอกลวง และอาชญากรรมที่เกิดขึ้น					
	ยอดขาย	ต้นทุน	กำไร	การรับความเสี่ยง/คู่แข่ง	ความต้องการ	รวม
ธุรกิจความเชื่อ	17.0	16.8	17.0	16.6	17.0	84.4

👑 ธุรกิจเด่นอันดับ 10 ธุรกิจเกี่ยวกับทางด้านการท่องเที่ยว ธุรกิจ Hostel Modern Tourism และ Lifestyle Tourism

ปัจจัยสนับสนุน				ปัจจัยเสี่ยง		
1. จำนวนนักท่องเที่ยวยังคงเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง 2. พฤติกรรมนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาเอง โดยไม่พึ่งบริษัททัวร์หรือตัวกลาง 3. เทคโนโลยีในการท่องเที่ยวที่อำนวยความสะดวกในการท่องเที่ยวมากขึ้น เช่น การจองที่พัก การจองตั๋วเครื่องบิน เป็นต้น 4. การประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวอย่างต่อเนื่อง 5. ความหลากหลายในสถานที่และวัฒนธรรมของประเทศไทย 6.นโยบายสนับสนุนด้านการท่องเที่ยวของประเทศไทย 7. มาตรการกระตุ้นเศรษฐกิจทางด้านการท่องเที่ยวมากขึ้น เช่น การจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวในพื้นที่ต่างๆ สิทธิประโยชน์ทางภาษี 8. การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานเพื่อรองรับการท่องเที่ยว เช่น การเชื่อมโยงเส้นทางการท่องเที่ยว				1. การแข่งขันทางธุรกิจสูง และแข่งขันกันดัดราคา 2. การแข็งค่าอย่างต่อเนื่องของค่าเงินบาท 3. การชะลอตัวทางเศรษฐกิจในประเทศและต่างประเทศที่ส่งผลต่อการเดินทางท่องเที่ยว 4. ความไม่แน่นอนจากภัยธรรมชาติ 5. มาตรฐานความปลอดภัยในสถานที่ต่างๆ 6. ปัญหาอาชญากรรมและความปลอดภัยของนักท่องเที่ยว ส่งผลกระทบต่อภาพลักษณ์การท่องเที่ยวไทย 7. พฤติกรรมเปลี่ยนแปลงหรือรูปแบบการเดินทาง		
	ยอดขาย	ต้นทุน	กำไร	การรับความเสี่ยง/คู่แข่ง	ความต้องการ	รวม
ธุรกิจเกี่ยวกับทางด้านการท่องเที่ยว	17.2	16.5	16.9	16.4	17.4	84.4

👑 ธุรกิจเด่นอันดับ 10 ธุรกิจเครื่องสำอางและครีมบำรุง

ปัจจัยสนับสนุน					ปัจจัยเสี่ยง	
1. พฤติกรรมผู้บริโภคสุขภาพผิวพรรณ ของทุกช่วงอายุมีจำนวนเพิ่มขึ้นอย่างมาก โดยเฉพาะผู้สูงอายุที่มีกำลังซื้อสูงและต้องการดูแลตัวเอง					1. มีการแข่งขันทางธุรกิจค่อนข้างสูง	
2. การประชาสัมพันธ์ การโฆษณาที่เข้าถึงทุกช่วงวัยได้มากขึ้น					2. มาตรฐานของผลิตภัณฑ์ที่ส่งผลกระทบต่อความน่าเชื่อถือ	
3. ช่องทางการจัดจำหน่ายมีหลากหลายช่องทาง เช่นระบบออนไลน์ หน้าร้าน โทรศัพท์ เป็นต้น					3. กฎหมายที่เกี่ยวข้องในด้านเครื่องสำอางและ ครีมบำรุง	
4. ความหลากหลายของผลิตภัณฑ์ที่ตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคในทุกช่วงอายุ โดยเฉพาะในกลุ่มผลิตภัณฑ์ลดริ้วรอยหรือชะลอวัย (Anti Aging)					4. การเข้ามาแข่งขันของธุรกิจต่างประเทศ	
5. ต่างประเทศให้ความสนใจเป็นที่ยอมรับมากขึ้น					5. การปลอมแปลง ลอกเลียนแบบวัตถุดิบ	
6. โอกาสการขยายตลาดเข้าสู่กลุ่มประเทศในอาเซียนมีสูง						
7. การพัฒนาและวิจัยผลิตภัณฑ์ที่มีประสิทธิภาพ						
	ยอดขาย	ต้นทุน	กำไร	การรับความเสี่ยง/คู่แข่ง	ความต้องการ	รวม
ธุรกิจเครื่องสำอางและครีมบำรุง	17.0	16.6	16.9	16.3	17.6	84.4

ประเมินผล 10 อันดับธุรกิจร่วงปี 2563

10 อันดับธุรกิจดาวร่วง ปี 2563

ลำดับ	ธุรกิจดาวร่วง	รวม
1.	ธุรกิจเช่าหนังสือ	11.7
2.	ธุรกิจผลิตโทรศัพท์พื้นฐาน และเครื่องโทรสาร	12.5
3.	ธุรกิจร้านให้บริการอินเทอร์เน็ต	13.2
4.	ธุรกิจสิ่งพิมพ์ และวารสาร	14.1
5.	ธุรกิจผลิตเสื้อผ้าสำเร็จรูปที่ใช้แรงงานเย็บและขายในประเทศ	15.6
	ธุรกิจหัตถกรรม และเฟอร์นิเจอร์ไม้ (ดั้งเดิมที่ไม่ได้มีการปรับตัว)	15.6
6.	ธุรกิจการค้าแบบดั้งเดิม	18.7
7.	ธุรกิจคนกลาง	20.3
8.	ธุรกิจจำหน่ายอุปกรณ์ความจำ Storage media ก็คือ CDs, DVDs, Blu-Ray Discs, External Hard Drives, Memory Cards	23.5
9.	ธุรกิจดั้งเดิมไม่มีดีไซด์ และใช้แรงงานเย็บ (เฟอร์นิเจอร์ ของเล่น	25.7
10.	ธุรกิจสถานศึกษาเอกชน	27.9
	ธุรกิจร้านถ่ายรูป	27.9

ธุรกิจที่มีความเสี่ยงในปี 2563

ธุรกิจที่มีความเสี่ยงสูงในปี 63	ธุรกิจที่มีความเสี่ยงปานกลางปี 63
ธุรกิจร้านกาแฟ ที่ทำเลไม่ดี ไม่มีแฟรนไชส์ และขนาดเล็ก ธุรกิจร้านขนมไข่มุกที่ทำเลไม่ดี	ธุรกิจคลินิกเสริมความงาม ธุรกิจเครื่องสำอาง และอาหารเสริม ธุรกิจด้านอสังหาริมทรัพย์ ที่ทำเลไม่ดี ธุรกิจร้านอาหาร ที่เพิ่งเปิด ขนาดเล็ก

ธุรกิจที่มีความเสี่ยงสูงในปี 63	เหตุผล
ธุรกิจที่มีความเสี่ยงสูงในปี 63	
- ธุรกิจร้านกาแฟ ที่ทำเลไม่ดี ไม่มีแฟรนไชส์ และขนาดเล็ก - ธุรกิจร้านขนมไข่มุกที่ทำเลไม่ดี - ธุรกิจเบเกอรี่ - ธุรกิจร้านอาหารที่เพิ่งเปิด ขนาดเล็ก และทำเลที่ไม่ดี	ธุรกิจมีจำนวนมาก และมีการเข้ามาแข่งขันอย่างต่อเนื่อง (Over Supply) มีการตัดราคา
ธุรกิจที่มีความเสี่ยงปานกลางในปี 63	
- ธุรกิจคลินิกเสริมความงาม - ธุรกิจเครื่องสำอาง และอาหารเสริม	ธุรกิจมีจำนวนมาก และมีการเข้ามาแข่งขันอย่างต่อเนื่อง (Over Supply) ต้นทุนการดำเนินธุรกิจที่สูง
ธุรกิจด้านอสังหาริมทรัพย์ ที่ทำเลไม่ดี	Over Supply และ มาตรการบ้านหลังที่ 2 รวมทั้งภาษีที่ดินและสิ่งปลูกสร้าง

ธุรกิจที่มีความเสี่ยงในปี 2563

ธุรกิจที่มีความเสี่ยง

- ๑ ธุรกิจร้านกาแฟ ที่ทำเลไม่ดี และไม่มีแฟรนไชส์
- ๑ ธุรกิจร้านขนมไข่มุก
- ๑ ธุรกิจคลินิกเสริมความงาม

- ๑ ธุรกิจเครื่องสำอาง และอาหารเสริม
- ๑ ธุรกิจด้านอสังหาริมทรัพย์ ที่ทำเลไม่ดี
- ๑ ธุรกิจเบเกอรี่

- ๑ ธุรกิจร้านอาหาร ที่เพิ่งเปิด ขนาดเล็ก

เปรียบเทียบธุรกิจดาวรุ่ง

👑 เปรียบเทียบ 10 อันดับธุรกิจดาวรุ่งในปี 2562 และ 2563

ธุรกิจ 63 ที่มีอันดับลดลงจากปี 62

ธุรกิจ	อันดับ					
	58	59	60	61	62	63
ธุรกิจ e-commerce	-	-	3	3	1	2
ธุรกิจด้าน fintech และการชำระเงินผ่านระบบเทคโนโลยี	-	-	7	6	5	8
ธุรกิจเกี่ยวกับทางด้านท่องเที่ยว ธุรกิจ Hostel modern tourism และ lifestyle tourism	4	4	4	8	6	10
ธุรกิจบริการทางการแพทย์และความงาม	1	1	1	2	2	5
ธุรกิจเครื่องสำอางและครีมบำรุงผิว	2	3	2	4	3	10

ธุรกิจ 63 ที่มีอันดับสูงขึ้นกว่าปี 62

ธุรกิจ	อันดับ					
	58	59	60	61	62	63
ธุรกิจเทคโนโลยี และเทคโนโลยีสารสนเทศ และอุปกรณ์ รวมทั้งผู้ให้บริการโครงข่าย	3	2	4	1	4	2
ธุรกิจเกมส์ ธุรกิจพัฒนา application	-	-	-	-	4	3
ธุรกิจอาหารและเครื่องดื่ม	6	6	9	6	7	6
ธุรกิจประกันภัยและประกันชีวิต	5	5	8	9	8	5

👑 เปรียบเทียบ 10 ธุรกิจดาวรุ่ง 2562 และ 2563

ธุรกิจเด่นปี 62 ที่ไม่โดดเด่นติด 1 ใน 10 ปี 63
(ธุรกิจปี 62 ที่ไม่ติด 1 ใน 10 ในปี 63)

- ๑ ธุรกิจด้านตัวต่อ สดากันภาษา โดยเฉพาะจีน และอังกฤษ
- ๑ ธุรกิจอาหารเสริม และสุขภาพ
- ๑ ธุรกิจ car care
- ๑ ธุรกิจสิ่งพิมพ์ ป้ายโฆษณา และบรรจุภัณฑ์

ธุรกิจดาวรุ่งปี 63 ที่ไม่ติด 1 ใน 10 ในปี 62
(ธุรกิจใหม่ที่เขาติด 1 ใน 10 ในปี 63)

- ๑ ธุรกิจ แพลตฟอร์ม (ธุรกิจตัวกลางหรือตลาดกลางทางด้านอิเล็กทรอนิกส์)
- ๑ ธุรกิจพลังงาน
- ๑ ธุรกิจความเชื่อ
- ๑ ธุรกิจที่ปรึกษากฎหมาย/บัญชี

พฤติกรรมการใช้จ่ายของผู้บริโภค ในช่วงเทศกาลปีใหม่



UTCC University of
the Thai Chamber
of Commerce
มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย



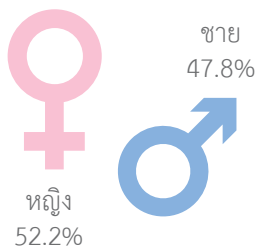
UTCC
Center for Economic
and Business Forecasting
ศูนย์พยากรณ์เศรษฐกิจและธุรกิจ

ข้อมูลทั่วไป

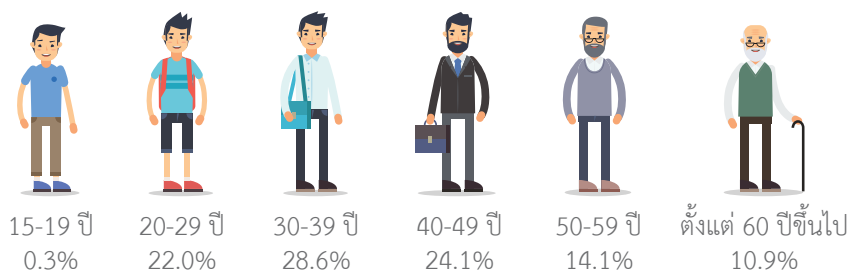
สำรวจระหว่างวันที่ 11-20 ธันวาคม 2562 จำนวน 1,223 ตัวอย่าง ทั่วประเทศ



เพศ



อายุ



การศึกษา

	ร้อยละ
ประถมศึกษา	6.2
มัธยมศึกษา	9.8
มัธยมปลาย/ปวช.	12.0
อนุปริญญา/ปวส.	14.5
ปริญญาตรี	49.5
สูงกว่าปริญญาตรี	8.0



อาชีพ

	ร้อยละ
กำลังศึกษา	4.8
ไม่ได้ทำงาน	12.4
รับจ้างรายวัน	16.5
พนักงานเอกชน	19.4
รับราชการ/รัฐวิสาหกิจ	19.7
เจ้าของกิจการ	20.3
แม่บ้าน/พ่อบ้าน/เกษียณอายุ	5.7
เกษตรกร	1.4



รายได้

	ร้อยละ
ต่ำกว่า 5,000 บาท	9.8
5,000-10,000 บาท	21.7
10,001-20,000 บาท	30.0
20,001-30,000 บาท	16.6
30,001-40,000 บาท	12.2
มากกว่า 40,000 บาทขึ้นไป	9.6



ภูมิภาค

	ร้อยละ
กรุงเทพฯ และ ปริมณฑล	15.4
ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	29.9
ภาคกลาง	22.6
ภาคเหนือ	18.8
ภาคใต้	13.2



ภูมิภาค

	ร้อยละ
กรุงเทพฯ และ ปริมณฑล	12.5
ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	29.3
ภาคกลาง	25.7
ภาคเหนือ	18.9
ภาคใต้	13.6



พฤติกรรมการใช้จ่ายเงินในช่วงปีใหม่

การใช้จ่าย	ปี 52	ปี 53	ปี 54	ปี 55	ปี 56	ปี 57	ปี 58	ปี 59	ปี 60	ปี 61	ปี 62	ปี 63
ใช้จ่ายสำหรับตนเอง	10.1	19.1	16.2	31.0	25.1	23.9	22.3	23.1	12.9	2.1	6.4	24.6
ใช้จ่ายสำหรับผู้อื่น	0.2	2.8	0.6	2.4	5.3	0.2	7.1	4.6	0.9	0.5	3.6	1.3
ใช้จ่ายทั้งตนเองและผู้อื่น	89.7	78.1	83.2	66.6	69.5	75.9	70.6	72.3	86.2	97.4	90.1	74.1
รวม	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0

การใช้จ่ายเพื่อตนเอง



พฤติกรรมการใช้จ่ายสำหรับตนเองในช่วงปีใหม่

	2563	2562	ร้อยละของผู้ตอบ
ทำบุญทางศาสนา	91.1	92.4	
สังสรรค์/จัดเลี้ยง	90.7	96.4	
ท่องเที่ยว	76.8	87.7	
สินค้าฟุ่มเฟือย (เครื่องประดับ, ทอง ฯลฯ)	68.6	62.9	
เสื้อผ้า, รองเท้า	61.0	83.5	
สินค้าคงทน (เครื่องใช้ไฟฟ้า, เครื่องเรือน ฯลฯ)	57.6	59.1	
ซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาล	45.2	45.0	
ซื้อสุรา/ไว	39.6	51.6	
ช่วยเหลือผู้อื่น, บริจาค	33.9	63.9	
พักผ่อนอยู่กับบ้าน	30.3	13.5	
ไปดูหนัง	22.9	41.5	
ไปสวนสนุก	13.6	13.0	
ซื้อสินค้าเพื่อสังคม	10.2	30.1	
OTOP	3.4	4.8	
เสี่ยงโชค	2.1	0.5	



การเปลี่ยนแปลงมูลค่าการใช้จ่ายในช่วงปีใหม่

	ลดลง	เท่าเดิม	เพิ่มขึ้น
ทำบุญทางศาสนา	11.4	28.0	60.6
ไปสวนสนุก	11.2	40.4	48.4
พักผ่อน	16.6	40.9	42.5
สังสรรค์*/จัดเลี้ยง	23.2	36.1	40.7
ซื้อเสื้อผ้า, รองเท้า	24.6	36.5	38.9
ช่วยเหลือผู้อื่น, บริจาค	47.1	14.7	38.2
ซื้อสินค้าฟุ่มเฟือย (เครื่องประดับ, Smart phone ฯลฯ)	27.0	37.3	35.7
ซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาล	20.4	42.6	37.0
ซื้อสินค้าคงทน (เครื่องใช้ไฟฟ้า, เครื่องเรือน ฯลฯ)	26.1	38.8	35.1
ไปดูหนัง	20.7	44.8	34.5
ซื้อสุรา/ไวน์	27.8	39.1	33.1
เสี่ยงโชค	14.3	57.1	28.6
ซื้อสินค้า OTOP	33.3	66.7	0.0
ซื้อสินค้าเพื่อสังคม	0.4	99.0	0.6
อื่นๆ	28.0	68.0	4.0

*พาครอบครัวหรือนักกลุ่มเพื่อนไปทานข้าวนอกบ้าน



แผนการใช้จ่ายเงินสำหรับตนเอง

การใช้จ่าย	จำนวนเงินเฉลี่ย/คน	ร้อยละของการใช้จ่าย
ซื้อสินค้าฟุ่มเฟือย (เครื่องประดับ, ทอง ฯลฯ)	16,362.55	20.2
เลี้ยงโชค	1,115.27	16.3
ซื้อสินค้า OTOP	1,062.64	12.6
ซื้อสินค้าคงทน (เครื่องใช้ไฟฟ้า, เครื่องเรือน ฯลฯ)	4,507.01	12.4
งบเที่ยวรวม	30,353.56	6.3
ซื้อเสื้อผ้า, รองเท้า	1,774.04	5.5
สังสรรค์/จัดเลี้ยง	7,018.70	4.7
ซื้อสุรา/ไวน์	856.33	4.1
ไปสวนสนุก	1,512.60	2.8
ซื้อสินค้าเพื่อสังคม	724.68	2.4
ทำบุญทางศาสนา	1,275.42	2.3
พักผ่อน	1,339.62	2.2
ซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาล	957.84	1.7
ช่วยเหลือผู้อื่น, บริจาค	519.11	1.4
ไปดูหนัง	642.32	1.3



ปัจจัยสำคัญในการเลือกซื้อของขวัญให้กับตนเอง จะพิจารณาจาก...

ปัจจัย	ร้อยละ
คุณภาพ	27.9
ราคา	20.5
ประโยชน์ในการนำไปใช้งาน	16.8
โปรโมชั่น	15.7
ยี่ห้อ/ตราสินค้า	7.5
การโฆษณา/ประชาสัมพันธ์	7.0
ความสะดวก	4.6

การใช้จ่ายเพื่อซื้อของขวัญให้ผู้อื่น



ของขวัญยอดนิยมในช่วงปีใหม่

ประเภท	ร้อยละ	ประเภท	ร้อยละ
ของรับประทาน	20.0	ดอกไม้	20.0
สินค้าคงทน(เครื่องใช้ไฟฟ้า, เครื่องเรือน ฯลฯ)	17.3	เงินสด/เช็คของขวัญ	17.3
เครื่องดื่มบำรุงร่างกาย	13.5	ซื้อสินค้าหัตถกรรมไทย	13.5
กระเช้าของขวัญ	11.9	ซื้อการ์ดอวยพร	11.9
สินค้าฟุ่มเฟือย(เครื่องประดับ, ทองฯ, ฯ)	10.4	สุรา/ไวน์	10.4
กระเช้าผลไม้	8.1	ซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาล	8.1
จัดเลี้ยง/สังสรรค์ให้	5.3	OTOP	5.3
เสื้อผ้า	4.1	เลี้ยงโชค	4.1



การเปลี่ยนแปลงมูลค่าการใช้จ่ายสำหรับผู้อื่นในช่วงปีใหม่

	ลดลง	เท่าเดิม	เพิ่มขึ้น		ลดลง	เท่าเดิม	เพิ่มขึ้น
เสื้อผ้า	14.6	12.2	73.2	สินค้าฟุ่มเฟือย (เครื่องประดับ, Smart phone ฯลฯ)	32.4	50.5	17.1
จัดเลี้ยง/สังสรรค์ให้*	23.5	11.8	64.7	สินค้าคงทน(เครื่องใช้ไฟฟ้า, เครื่องเรือน ฯลฯ)	34.8	49.4	15.8
ซื้อการ์ดอวยพร	20.0	33.3	46.7	เครื่องดื่มบำรุงร่างกาย	28.0	59.4	12.6
ดอกไม้	30.0	25.0	45.0	สุรา/ไวน์	16.7	72.8	10.5
กระเช้าของขวัญ	27.7	37.0	35.3	เงินสด/เช็คของขวัญ	22.7	77.3	0.0
กระเช้าผลไม้	33.3	34.6	32.1	ซื้อสินค้า OTOP	50.0	50.0	0.0
ของรับประทาน	22.0	47.3	30.7	ซื้อสินค้าหัตถกรรมไทย	95.5	4.5	0.0
ซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาล	50.0	25.0	25.0	เลี้ยงโชค	12.0	86.7	1.3

*พาครอบครัวหรือนักกลุ่มเพื่อนไปทานข้าวนอกบ้าน

แผนการใช้จ่ายเงินสำหรับผู้อื่น

การใช้จ่าย	จำนวนเงินเฉลี่ย/คน	ร้อยละของการใช้จ่าย
สินค้าฟุ่มเฟือย (เครื่องประดับ,ทอง ฯลฯ)	5,981.99	0.5
ซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาล	241.17	-10.5
เงินสด/เช็คของขวัญ	2,038.64	-0.1
สินค้าคงทน(เครื่องใช้ไฟฟ้า,เครื่องเรือน ฯลฯ)	3,803.71	-0.3
สุรา/ไวน์	1,160.90	-0.2
เลี้ยงโชค	318.16	1.0
ซื้อสินค้า OTOP	977.28	-5.6
จัดเลี้ยง/สังสรรค์ให้	2,536.71	8.9
ของรับประทาน	1,047.01	3.8
เสื้อผ้า	3,657.50	9.5
กระเช้าของขวัญ	1,207.95	4.3
ดอกไม้	463.50	1.7
เครื่องดื่มบำรุงร่างกาย	1,205.46	-0.5
กระเช้าผลไม้	1,006.81	3.7
ซื้อสินค้าที่ดัดกรรมไทย	568.99	-20.9
ซื้อการ์ดอวยพร	110.91	1.9

ปัจจัยสำคัญในการเลือกซื้อของขวัญให้กับผู้อื่น จะพิจารณาจาก...

ปัจจัย	ร้อยละ
คุณภาพ	25.0
ราคา	22.8
ประโยชน์ในการนำไปใช้งาน	17.1
โปรโมชั่น	12.5
ยี่ห้อ/ตราสินค้า	8.2
การโฆษณา/ประชาสัมพันธ์	7.5
ความสะดวก	6.9

พฤติกรรมगत่องเที่ยวของประชาชนในช่วงปีใหม่

การวางแผนออกนอกพื้นที่ในช่วงเทศกาลปีใหม่

หน่วย: ร้อยละ

	โดยรวม	กรุงเทพฯ	ต่างจังหวัด
ไม่มี	23.2	10.8	25.5
มี	76.8	89.2	74.5
o ท่องเที่ยว	43.8	53.1	42.0
o ท่องเที่ยวและกลับบ้าน	24.2	22.3	24.7
o กลับบ้าน	8.8	13.8	7.7

เปรียบเทียบการท่องเที่ยวต่างประเทศและในประเทศ (ปี 62&63)



เปรียบเทียบการท่องเที่ยวต่างประเทศ (ปี 62&63)

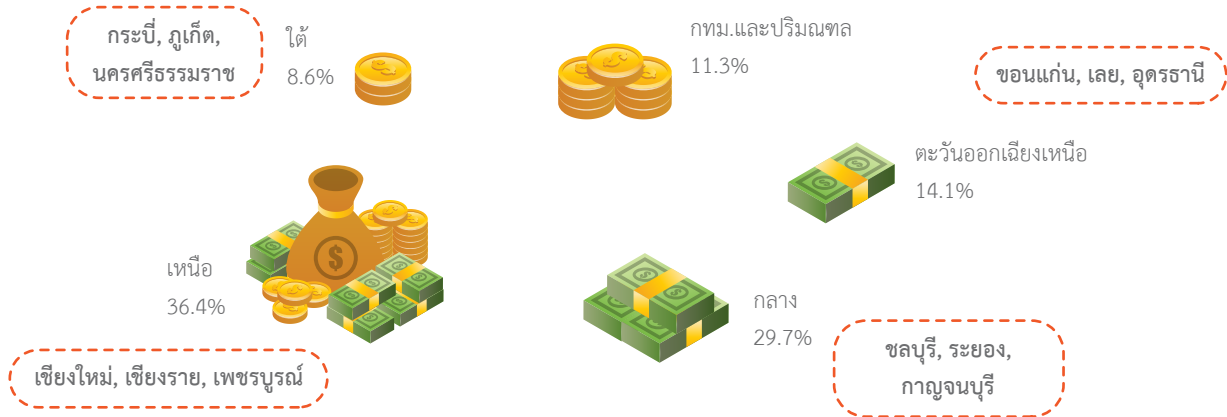
เที่ยวต่างประเทศปี 62



เที่ยวต่างประเทศปี 63



แผนการใช้จ่ายเงินสำหรับผู้อื่น



สถานที่ที่จะไปท่องเที่ยวในประเทศ

สถานที่	ร้อยละ
ภูเขา	32.7
ทะเล	30.1
อื่นๆ (วัด)	18.2
น้ำตก	11.2
โบราณสถาน	5.3
เพื่อสุขภาพ	2.5

การเปลี่ยนแปลงมูลค่าการใช้จ่ายการไปท่องเที่ยวที่ต่างๆ

หน่วย: ร้อยละ

	ลดลง	เท่าเดิม	เพิ่มขึ้น
โบราณสถาน	16.0	28.0	56.0
น้ำตก	13.0	31.4	55.6
ทะเล	31.9	21.0	47.1
ภูเขา	11.7	46.1	42.2
เพื่อสุขภาพ	9.1	63.6	27.3
อื่นๆ	60.2	31.8	8.0

บุคคลที่ไปเที่ยวกับท่านในเทศกาลปีใหม่

หน่วย: ร้อยละ

บุคคลที่ท่านไปเที่ยวด้วย	61	62	63
ครอบครัว	81.2	70.2	61.1
แฟน/คู่รัก	9.3	16.7	22.3
กลุ่มเพื่อน	8.5	12.4	12.1
อื่นๆ	1.6	0.7	4.5

การใช้จ่ายเงินเพื่อการท่องเที่ยว

เฉลี่ย (บาท/คน)

การท่องเที่ยว	ปี 62	ปี 63
ในประเทศ	14,448.60	15,615.89
ต่างประเทศ	61,939.16	58,842.20

การวางแผนการเดินทางไปท่องเที่ยว

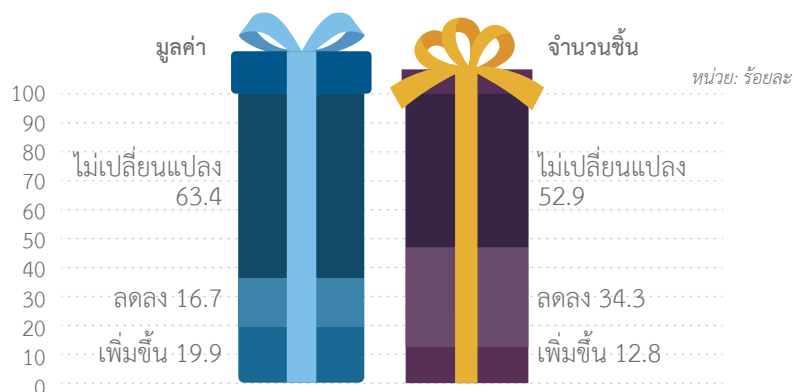
- > เดินทางออกนอกพื้นที่ วันที่ 28 ธ.ค. 62 กลับวันที่ 1 ม.ค. 63
- > ไปต่างจังหวัดโดยเฉลี่ยประมาณ 3-5 วัน
- > ไปเที่ยวเฉลี่ยประมาณ 2-4 คนต่อกลุ่ม
- > เดินทางโดย

พาหนะ	ร้อยละ
รถยนต์	66.1
เครื่องบิน	10.2
รถทัวร์	9.2
เช่ารถตู้	6.1
รถ บขส.	4.1
รถจักรยานยนต์	2.6
รถไฟ	1.7

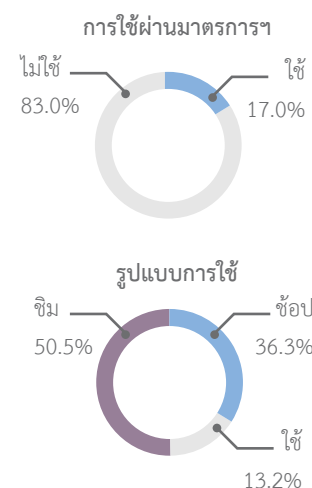
ภาวะเศรษฐกิจในปัจจุบันมีผลต่อการใช้จ่ายในช่วงเทศกาลปีใหม่อย่างไร



มูลค่าการใช้จ่ายและจำนวนชิ้นที่ซื้อในช่วงปีใหม่เทียบกับช่วงเดียวกันกับปีก่อน



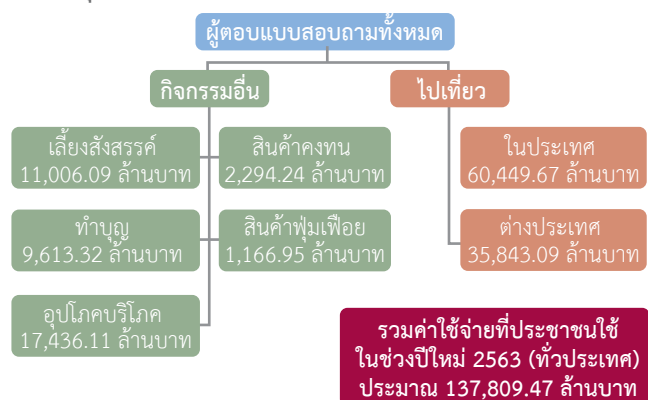
เงินจำนวนดังกล่าวที่ท่านจะใช้จะผ่านมาตรการชิม ซ็อป ใช้ หรือไม่ อย่างไร



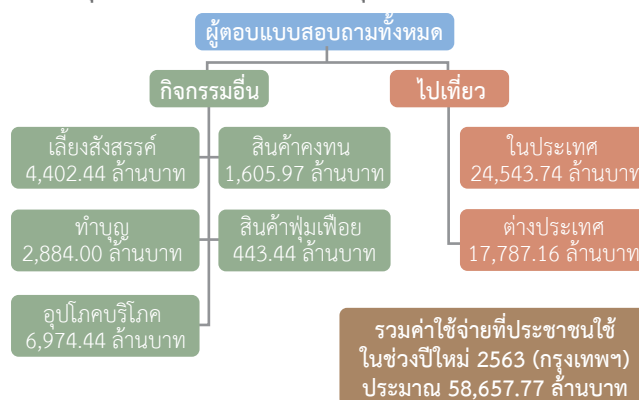
แหล่งที่มาของเงินใช้จ่าย

แหล่งที่มา	ร้อยละ
เงินเดือน/รายได้ตามปกติ	66.5
เงินออม	22.3
โบนัส/รายได้พิเศษ	11.2
รวม	100.0

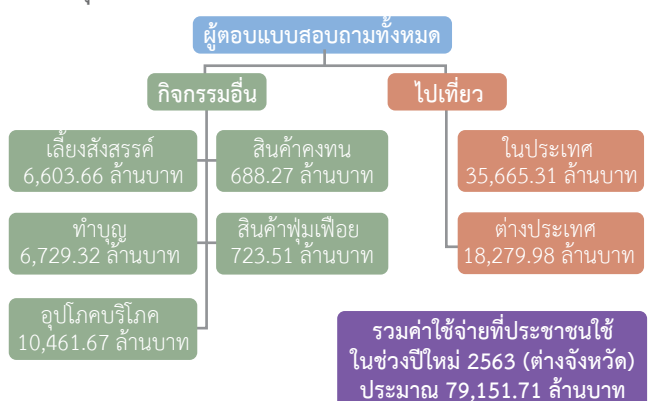
สรุปแผนการใช้จ่ายของประชาชนในช่วงปีใหม่ 2563



สรุปแผนการใช้จ่ายของคนกรุงเทพในช่วงปีใหม่ 2563



สรุปแผนการใช้จ่ายของคนต่างจังหวัดในช่วงปีใหม่ 2563



บรรยากาศในช่วงเทศกาลปีใหม่นี้จะเป็นอย่างไรเมื่อเทียบกับปีที่แล้ว



เปรียบเทียบปี 56 – ปี 63



เปรียบเทียบแผนการใช้จ่ายเงินสำหรับตนเอง

การใช้จ่าย	จำนวนเงินเฉลี่ย/คน						ร้อยละของการใช้จ่าย					
	58	59	60	61	62	63	58	59	60	61	62	63
ท่องเที่ยว	17,425.95	19,342.79	20,965.59	21,078.86	25,294.63	30,353.56	40.9	44.4	42.8	39.6	41.7	47.1
สินค้าคงทน	5,342.86	4,812.04	5,097.76	4,001.20	4,375.74	4,507.01	12.5	11.0	10.4	7.5	7.2	7.0
สินค้าฟุ่มเฟือย	5,547.62	5,747.06	9,127.54	14,595.79	16,041.72	16,362.55	13.0	13.2	18.6	27.4	26.4	25.4
เสื้อผ้า, รองเท้า	1,583.28	1,599.29	1,602.69	1,693.37	1,756.48	1,774.04	3.7	3.7	3.3	3.2	2.9	2.8
สังสรรค์/จัดเลี้ยง	4,181.43	5,971.90	6,031.15	6,410.67	6,814.27	7,018.70	9.8	13.7	12.3	12.1	11.2	10.9
ทำบุญ	1,480.88	1,837.73	1,902.53	1,116.93	1,597.90	1,275.42	3.5	4.2	3.9	2.1	2.6	2.0
ซื้อสุรา/ไวน์	1,788.64	1,816.52	1,066.24	847.77	852.07	856.33	4.2	4.2	2.2	1.6	1.4	1.3
OTOP	942.31	1,236.43	1,689.13	1,036.34	1,060.52	1,062.64	2.2	2.8	3.4	1.9	1.7	1.6
อื่นๆ	4,320.39	1,233.33	1,500.00	2,401.91	2,883.58	1,224.00	10.1	2.8	3.1	4.5	4.8	1.9



เปรียบเทียบการใช้จ่ายเงินเพื่อการท่องเที่ยว (ปี 49-63)

เฉลี่ย (บาท/คน)

	ปี 49	ปี 50	ปี 51	ปี 52	ปี 53	ปี 54	ปี 55
ในประเทศ	4,144.63	5,216.27	5,533.07	5,736.73	6,658.10	6,857.84	7,427.04
ต่างประเทศ	32,987.53	34,005.56	38,414.29	33,000.92	46,012.71	52,909.09	68,956.72

	ปี 56	ปี 57	ปี 58	ปี 59	ปี 60	ปี 61	ปี 62	ปี 63
ในประเทศ	9,153.70	9,856.24	10,425.95	12,332.55	12,818.22	13,960.00	14,448.60	15,615.89
ต่างประเทศ	74,321.43	75,228.22	80,126.73	90,247.84	65,357.50*	60,135.11	61,939.16	58,842.20**

* ราคาตัวลดลงประมาณร้อยละ 10-30

** เทียบเอเซียสูงและราคาตัวลดลงจากสายการบิน LOW COST



เปรียบเทียบมูลค่าการใช้จ่ายในช่วงเทศกาลปีใหม่ ปี 49-63

หน่วย: ร้อยละ

	ปี 49/48	ปี 50/49	ปี 51/50	ปี 52/51	ปี 53/52	ปี 54/53	ปี 55/54
ไม่เปลี่ยนแปลง	69.5	41.5	48.5	34.0	47.9	44.8	50.6
เพิ่มขึ้น	18.0	33.6	33.0	36.2	36.7	46.5	38.3
ลดลง	12.5	24.9	18.5	29.8	15.4	8.7	11.1

	ปี 56/55	ปี 57/56	ปี 58/57	ปี 59/58	ปี 60/59	ปี 61/60	ปี 62/61	ปี 63/62
ไม่เปลี่ยนแปลง	49.8	48.6	46.9	45.5	24.5	22.7	21.8	63.4
เพิ่มขึ้น	41.5	34.3	34.9	42.7	57.9	69.4	66.7	19.9
ลดลง	8.7	17.1	18.7	11.8	17.9	7.9	11.5	16.7



สรุปเปรียบเทียบแผนการใช้จ่ายของประชาชนในช่วงปีใหม่ ปี 2550-2563

หน่วย: ล้านบาท

	2550	2551	2552	2553	2554	2555	2556
การใช้จ่าย	69,493.21	73,940.78	76,528.71	80,584.73	89,046.13	91,520.52	105,827.15
%yoy	5.0	6.4	3.5	5.3	10.5	2.78	15.6
GDP Growth	5.0 (ปี 2549)	5.4 (ปี 2550)	1.7 (ปี 2551)	-0.7 (ปี 2552)	7.5 (ปี 2553)	0.8 (ปี 2554)	7.2 (ปี 2555)

	2557	2558	2559	2560	2561	2562	2563
การใช้จ่าย	111,757.01	117,471.15	125,014.94	129,293.58	132,050.09	135,279.74	137,809.47
%yoy	5.6	5.1	6.4	3.4	2.1	2.5	1.9
GDP Growth	2.7 (ปี 2556)	1.0 (ปี 2557)	3.1 (ปี 2558)	3.4 (ปี 2559)	4.0 (2560)	4.1 (2561)	2.6 (คาดการณ์ปี 2562)

คำอวยพรให้กับประเทศไทย

คำอวยพร	ร้อยละ
ขอให้สมเด็จพระราชินีใน ร. 9 และ ร. 10 ทรงมีพระพลานามัยแข็งแรง	15.0
ขอให้เศรษฐกิจดีขึ้น	12.0
ขอให้ค้าขายดี ๆ	10.6
ขอให้ประเทศไทยปลอดภัยจากภัยธรรมชาติ	10.4
ขอให้มียารักษาได้เยอะๆ	10.3
ขอให้คนไทยกลุ่มต่างๆ มีความสมานฉันท์	9.7
ขอให้มีความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน	9.2
ขอให้สังคมมีความสุข	9.2
ขอให้การเมืองมีเสถียรภาพ	7.1
ขอให้ภาคใต้สงบสุข	6.5
รวม	100.0

ปัญหาที่รัฐบาลควรแก้ไขอย่างเร่งด่วนที่สุด

	ร้อยละ
เศรษฐกิจโดยรวม	31.0
ปัญหาสังคม	26.5
เสถียรภาพทางการเมือง	21.9
การเตรียมความพร้อมรับมือภัยธรรมชาติ	20.5
การทุจริตคอร์รัปชัน	0.1

ท่านอยากให้ของขวัญที่เป็นกำลังใจให้กับรัฐมนตรีคนไหนมากที่สุด

> พล.อ.ประยุทธ์ จันทร์โอชา	ร้อยละ 58.8
> นายอนุทิน ชาญวีรกูล	ร้อยละ 21.5
> พล.อ.ประวิตร วงษ์สุวรรณ	ร้อยละ 9.0
> นายวิษณุ เครืองาม	ร้อยละ 5.6

ท่านอยากเดินทางไปท่องเที่ยวกับนักการเมืองคนไหนมากที่สุด

> นายธนธร จิรรุ่งเรืองกิจ	ร้อยละ 20.2
> พล.อ.ประยุทธ์ จันทร์โอชา	ร้อยละ 18.5
> นายอภิสิทธิ์ เวชชาชีวะ	ร้อยละ 10.4
> นายทักษิณ ชินวัตร	ร้อยละ 8.5

ท่านอยากให้ของขวัญดารานักแสดง/นักร้องคนไหนมากที่สุด

นักแสดง		นักร้อง	
ชาย	หญิง	ชาย	หญิง
ณเดชน์ คูกิมิยะ	ญาญ่า อุรัสยา	ตูน บอดี้สแลม	ต่าย อรทัย
เกรท วรินทร์	อัม พัชราภา	เบิร์ด ธงไชย	ปาล์มมี่
มาริโอ้ เมาเร่อ	ใหม่ ดาวิกา	ไผ่ พงศธร	อาม ชุติมา

ปัจจัยที่น่าเป็นห่วงในปี 2563

คะแนนห่วงมากที่สุดเต็ม 10

สิ่งที่น่าเป็นห่วง	คะแนน	สิ่งที่น่าเป็นห่วง	คะแนน
เศรษฐกิจ	7.36	ยาเสพติด	6.36
การศึกษา	6.92	ภัยธรรมชาติ(น้ำท่วม,ฝนแล้ง)	6.13
สุขอนามัย	6.75	ราคาน้ำมัน	6.03
ค่าครองชีพ	6.74	ความไม่สามัคคีกันในประเทศ	6.00
ปัญหาเยาวชน	6.69	อัตราแลกเปลี่ยน	5.70
คอร์รัปชัน	6.58	การก่อการร้าย	5.49
การตกงาน	6.54	อัตราดอกเบี้ย	5.48
การเมือง	6.52		

ประเมินผลการแก้ไขปัญหาในด้านต่างๆ ของรัฐบาลในรอบปีที่ผ่านมา

ด้าน	คะแนน (เต็ม 10)
การเตรียมความพร้อมรับมือภัยธรรมชาติ	7.67
ปัญหาสังคม	6.23
ปัญหาคอร์รัปชัน	5.81
ปัญหาเศรษฐกิจ	5.56
ปัญหาโดยรวม	5.44
ปัญหาความขัดแย้ง	5.34

สิ่งที่ต้องการปรับปรุงตัวเองมากที่สุด...ในปีหน้า

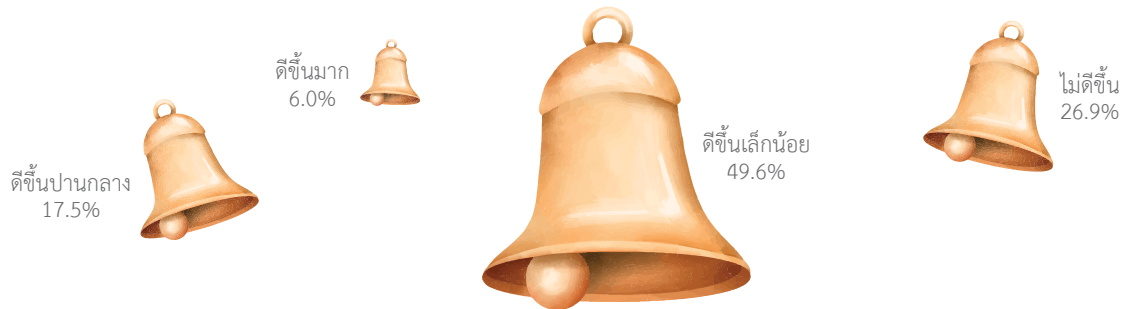
	ร้อยละ
ทำประโยชน์เพื่อส่วนรวม	17.4
ใช้จ่ายอย่างประหยัด	16.9
เป็นคนดี	16.6
ตั้งใจทำงาน ตั้งใจเรียน	16.2
ออกกำลังกาย/รักษาสุขภาพ	12.7
มีความซื่อสัตย์สุจริต	11.4
มีน้ำใจ เอื้อเฟื้อเผื่อแผ่	8.8

ของขวัญหรือพรที่ท่านต้องการให้กับตนเอง

- 🏠 ขอให้ร่ำรวยเงินทอง โชคดีตลอดไป
- 🏠 ขอให้การทำงานมีความสุขเจริญรุ่งเรือง
- 🏠 ขอให้มีความสุขร่างกายแข็งแรง
- 🏠 ขอให้สิ่งที่คิดสมปรารถนาให้พบเจอแต่สิ่งดีๆ ในชีวิต
- 🏠 ขอให้ครอบครัวมีความสุขตลอดไป
- 🏠 อยากให้ไม่มีการคอร์รัปชัน ประเทศชาติมีการพัฒนาไปได้ไกล

ทัศนะทั่วไปเกี่ยวกับสถานการณ์ด้านเศรษฐกิจในปัจจุบันและอนาคต

 ภาวะเศรษฐกิจของประเทศไทยในปี 2563 จะเป็นอย่างไรเมื่อเทียบกับปี 2562



 การขยายของภาวะเศรษฐกิจของประเทศไทยในปี 62 และปี 63

ปี 2562		ปี 2563	
การขยายตัว	ร้อยละ	การขยายตัว	ร้อยละ
ต่ำกว่า 2.50%	35.8	ต่ำกว่า 2.50%	26.8
2.51%-3.00	22.5	2.51%-3.00	20.9
3.01%-3.50%	13.6	3.01%-3.50%	12.4
3.51%-4.00%	8.5	3.51%-4.00%	6.5
มากกว่า 4.00%	5.4	มากกว่า 4.00%	6.9
ไม่ทราบ/ไม่แน่ใจ	14.2	ไม่ทราบ/ไม่แน่ใจ	26.4

 คาดการณ์การใช้จ่ายในปี 2563 เทียบกับปี 2562



สิ่งที่อยากให้รัฐบาลดำเนินการในปี 2563

การขยายตัว	แนวทางที่ควรดำเนินการ
1. ปัญหาหนี้ครัวเรือน (7.3%)	- ควบคุมราคาสินค้าที่จำเป็นต่อชีวิตประจำวัน - จัดหาแหล่งเงินทุนในระบบที่มีดอกเบี้ยต่ำ และลดข้อจำกัดในการเข้าถึงแหล่งเงินทุน
2. พัฒนาระบบการศึกษา (6.8%)	- ส่งเสริมการเป็นครูรุ่นใหม่ที่ดี พัฒนาเด็กได้ให้เท่าเทียมกัน - การพัฒนาอุปกรณ์การเรียน และระบบการศึกษาให้มากขึ้น - ลดดอกเบี้ยปรับการกู้ยืม กยศ.
3. ดูแลค่าครองชีพให้เหมาะสม (6.7%)	- ดูแลค่าครองชีพควบคุมราคาสินค้าให้เหมาะสม - แก้ปัญหาการว่างงานและดูแลสวัสดิการให้ประชาชน - ดูแลสถานะทางเศรษฐกิจให้เสถียรภาพ
4. การเข้าถึงแหล่งเงินทุน/เงินกู้ (6.5%)	- ลดขั้นตอนการอนุมัติเพื่อให้ทันต่อการทำธุรกิจ - ลดเอกสารหลักประกัน และเปลี่ยนแปลงการพิจารณาการได้รับอนุมัติ - การปล่อยกู้ดอกเบี้ยต่ำ
5. ดูแลการมีงานทำ/สร้างงาน สร้างรายได้ (6.5%)	- การลงทุนอิสระที่สามารถให้ทุนได้โดยทันที - อบรมความรู้ด้านอาชีพให้มากขึ้น (ฟรี) - หาเงินทุนเพื่อมาช่วยผู้ประกอบการขนาดเล็ก
6. ดำเนินมาตรการเพื่อรองรับความผันผวนของเศรษฐกิจโลก (6.4%)	- ช่วยสร้างขีดความสามารถในการแข่งขันของประเทศ - ลดความผันผวนของอัตราดอกเบี้ยที่แท้จริง - ดูแลแก้ไขปัญหาการดำรงชีวิตของประชาชน
7. ให้ความช่วยเหลือและพัฒนาเกษตรกร (6.4%)	- ส่งเสริมทุนเรื่องการวางแผนการผลิต เพิ่มรายได้ให้กับเกษตรกร - ตั้งกองทุนดอกเบี้ยต่ำแก่เกษตรกร - ลดต้นทุนและการบริหารจัดการ
8. แก้ไขปัญหายาเสพติด (6.3%)	- ดูแลและให้ความสำคัญปัญหาเสพติดอย่างเข้มงวด - การใช้กิจกรรมกลุ่มเพื่อน มีการดูแลซึ่งกันและกัน - การส่งเสริมการเรียนรู้เรื่องโทษของยาเสพติดให้กับเยาวชน
9. แก้ไขปัญหาการทุจริตคอร์รัปชัน (6.2%)	- ให้ความสำคัญกับหน่วยงานที่ตรวจสอบการทำงานรัฐบาล - การปฏิรูปพรรคการเมือง ลดการใช้อำนาจของข้าราชการ - ทำการเมืองให้โปร่งใส และไม่มีเส้นสายในการประมูลงาน
10. ยกระดับศักยภาพของแรงงาน (6.0%)	- ส่งเสริมทักษะ และองค์ความรู้ที่มีความจำเป็นในปัจจุบันให้แก่แรงงานในทุกประเภท - ช่วยพัฒนาความเป็นอยู่และอาชีพในชุมชนให้ดีขึ้น
11. ดูแลค่าเงินบาทให้มีเสถียรภาพ (5.5%)	ดูแลค่าเงินบาทให้สอดคล้องกับภาวะเศรษฐกิจของประเทศในขณะนั้นๆ
12. เร่งการลงทุนภาครัฐและภาคเอกชน (5.5%)	- ดึงดูดการลงทุนเข้ามาลงทุนในประเทศมากขึ้น - ประชาสัมพันธ์โครงการต่างๆ ให้แก่นักลงทุนทั้งชาวไทยและต่างประเทศ
13. เร่งรัดการเบิกจ่ายงบประมาณปี 63 (5.4%)	- วางแผนการใช้งบล่วงหน้า และสามารถเบิกจ่ายไว - กระจายความเจริญสู่ภูมิภาค - ช่วยเหลือผู้ประกอบการขนาดเล็กและขนาดกลาง
14. ความมีเสถียรภาพทางการเมือง (5.1%)	- การทำงานควรทำเพื่อความถูกต้องและเป็นธรรมให้ประชาชนได้รับประโยชน์ - ไม่เห็นแก่ประโยชน์ของตนเองในการทำงานเพื่อส่วนรวม
15. พัฒนาระบบการให้บริการประชาชน (4.8%)	- พัฒนาระบบเชื่อมโยงงานบริการข้อมูลซึ่งกันและกัน - พัฒนาการให้บริการประชาชนมากขึ้น รวบรวมบริการหลายส่วนในที่เดียว
16. จัดเตรียมมาตรการรองรับภัยพิบัติ (4.4%)	- การทำฝายเพื่อช่วยชะลอน้ำ และกักเก็บน้ำในยามภัยแล้ง - ส่งเสริมการใช้น้ำให้เกิดประโยชน์สูงสุด - มีการแจ้งเตือนภัยให้ประชาชนในพื้นที่ที่ทราบล่วงหน้า
17. สร้างความสงบสุขในพื้นที่ชายแดนภาคใต้ (4.2%)	- สร้างความปรองดองให้กับประชาชนในพื้นที่ - เพิ่มการดูแลประชาชนและเจ้าหน้าที่ที่ปฏิบัติหน้าที่อย่างเต็มที่

ปรับกลยุทธ์ SMEs ส่งออก สไตล์ปีหนู



ธนาคารเพื่อการส่งออกและนำเข้าแห่งประเทศไทย
EXPORT-IMPORT BANK OF THAILAND

โดย: ฝ่ายวิจัยธุรกิจ ธนาคารเพื่อการส่งออกและนำเข้าแห่งประเทศไทย



ปี 2562 ที่เพิ่งผ่านไป ถือเป็นปีที่โลกต้องเผชิญสถานการณ์ที่ผันผวนและเกิดความวุ่นวายในหลายประเทศ ซึ่งก็หลีกเลี่ยงไม่ได้ที่จะกระทบต่อการส่งออกของไทย โดยในช่วง 11 เดือนแรก ปี 2562 มูลค่าส่งออกของไทยลดลง 2.8% และคาดว่ามูลค่าส่งออกทั้งปีจะหดตัวราว 3% ซึ่งแม้ว่าอัตราการหดตัวของการส่งออกของไทยยังต่ำกว่าคู่แข่งหลายประเทศ อาทิ เกาหลีใต้ ไต้หวัน สิงคโปร์ อินโดนีเซีย และมาเลเซีย แต่ก็ยังนงนจอใจไม่ได้ว่าการส่งออกของไทยจะมีภูมิคุ้มกันที่ดีกว่าประเทศอื่นอย่างถาวร ดังนั้น ในปี 2563 ซึ่งถือเป็นปีหนูผู้ประกอบการ SMEs ส่งออก สามารถวางกลยุทธ์ธุรกิจอย่าง “หนู” เพื่อรับมือกับความท้าทายที่รออยู่ โดยหากนึกถึงจุดเด่นของหนูที่เห็นได้ชัดมีอยู่ 3 ด้าน ได้แก่ (1) การมีประสาทสัมผัสไวในการหาอาหาร (2) การตื่นตัวและระแวดระวังภัยอยู่เสมอ และ (3) การปรับตัวต่อสภาพแวดล้อมต่างๆ ได้ดี ซึ่งการที่ SMEs เป็นธุรกิจขนาดเล็ก จึงนำลองนำเอาจุดเด่นดังกล่าวมาปรับเป็นกลยุทธ์

ในการดำเนินธุรกิจเพื่อพร้อมเผชิญกับความท้าทายในปี 2563 โดยสามารถพัฒนาขึ้นเป็นกลยุทธ์ทางธุรกิจได้ 3 ด้าน ดังนี้

รวดเร็วในการแสวงหาตลาดใหม่
หนูมีประสาทสัมผัสที่ดีเยี่ยม โดยเฉพาะการดมกลิ่นเพื่อหาอาหาร เช่นเดียวกับธุรกิจในยุคปัจจุบัน ที่จำเป็นต้องรวดเร็วในการแสวงหาตลาดใหม่ๆ เนื่องจากตลาดเดิมที่เคยเป็นคู่ค้าสำคัญ อาทิ สหรัฐฯ จีน และ EU ต่างเผชิญปัญหามากมาย ไม่ว่าจะเป็นสงครามการค้าที่ตอบโต้กันไปมา รวมถึงความไม่แน่นอนจากสถานการณ์ Brexit ดังนั้น การเสาะหาตลาดใหม่ที่มีศักยภาพเพื่อเป็นกลไกในการขับเคลื่อนธุรกิจจึงเป็นสิ่งจำเป็น ซึ่งหากดูแนวโน้มการขยายตัวทางเศรษฐกิจในอีก 5 ปีข้างหน้า ภูมิภาคอย่างเอเชียใต้ที่เศรษฐกิจมีแนวโน้มขยายตัวเฉลี่ย 7% ต่อปี เช่นเดียวกับอาเซียนที่เติบโตราว 5% ต่อปี ไปจนถึงแอฟริกาเหนือที่ขยายตัว 4.4% ต่อปี เศรษฐกิจตลาดใหม่เหล่านี้ล้วนมีอัตราขยายตัวสูงกว่าเศรษฐกิจโลกโดยรวมที่ขยายตัวเฉลี่ย 3.6% ต่อปี โดยเฉพาะได้

อินเดียและบังกลาเทศเป็นประเทศที่มีแนวโน้มขยายตัวโดดเด่น ขณะที่อาเซียน CLMV และฟิลิปปินส์ เป็นประเทศที่เศรษฐกิจมีแนวโน้มขยายตัวดี ส่วนแอฟริกาเหนือก็มีอียิปต์เป็นตัวชูโรงในช่วง 5 ปีข้างหน้า

ระวังภัยความเสี่ยงอย่างเท่าทัน
นอกจากปัญหาใหญ่อย่างสงครามการค้า และ Brexit ที่ยังไม่สามารถจบลงได้ภายในปี 2562 ปัญหาการชุมนุมประท้วงที่บานปลายเป็นความวุ่นวายในหลายประเทศไล่ไปตั้งแต่ฮ่องกง เลบานอน อิรัก อิหร่าน ฝรั่งเศส สเปน โปแลนด์ และชิลี นอกจากนี้ ความขัดแย้งระหว่างสหรัฐฯ กับอิหร่านที่ปะทุขึ้นก็ถือเป็นความเสี่ยงที่ผู้ประกอบการต้องติดตามอย่างใกล้ชิด เนื่องจากจะส่งผลกระทบต่อกำลังซื้อของหลายประเทศ รวมถึงบรรยากาศการค้าการลงทุนของโลกโดยรวม

ปรับตัวเข้ากับสภาพแวดล้อมใหม่ทางธุรกิจ ปัจจุบันมีธุรกิจจำนวนมากที่ต้องปิดกิจการจากการที่ไม่สามารถรับมือกับการเปลี่ยนแปลงของภาวะแวดล้อมทางธุรกิจอย่างรุนแรง



Designed by Freepik

และรวดเร็ว จนส่งผลกระทบต่อ การดำเนินธุรกิจในรูปแบบเดิมอย่างสิ้นเชิง (Disruption) ดังนั้น การปรับตัวให้เข้ากับสภาพแวดล้อมใหม่ให้ได้อย่างทัน ท่วงทีจะเป็นเกราะป้องกันให้ SMEs สามารถรับมือกับความท้าทายที่จะเกิดขึ้น ตลอดจนยังสามารถขยายผล ไปสู่การสร้างโอกาสใหม่ๆ ให้กับ SMEs ได้อย่างที่ไม่เคยเกิดขึ้นมาก่อน ตัวอย่าง

เช่นกรณีของการพัฒนาการสื่อสารไร้สายอย่าง 3G/4G ที่ส่งผลให้โลกธุรกิจเข้าสู่ดิจิทัล โดยเฉพาะด้านพฤติกรรมผู้บริโภคที่เปลี่ยนไปซื้อสินค้าและใช้บริการต่างๆ ผ่านโทรศัพท์มือถือมากขึ้น ผู้ประกอบการ SMEs ที่เข้าใจและสามารถนำธุรกิจเข้าไปสู่โลกออนไลน์ ได้ทันการณ์ก็มีแนวโน้มที่จะยืนหยัดอยู่รอดได้ ซึ่งในปี 2563 โลกกำลังจับตา

ไปที่การลงทุนเทคโนโลยี 5G ที่จะเป็นการยกระดับการรับส่งข้อมูลแบบไร้สายขึ้นไปอีกขั้น ดังนั้น หาก SMEs สามารถใช้ประโยชน์จากเทคโนโลยีที่กำลังจะมาถึงเพื่อสร้างประสบการณ์ที่ดีให้กับผู้บริโภคในตลาด ก็จะช่วยชิงความได้เปรียบเหนือคู่แข่งได้ 



Disclaimer : ข้อมูลต่าง ๆ ที่ปรากฏ เป็นข้อมูลที่ได้จากแหล่งข้อมูลที่หลากหลาย และการเผยแพร่ข้อมูลเป็นไปเพื่อวัตถุประสงค์ในการให้ข้อมูลแก่ผู้ที่สนใจเท่านั้น โดยธนาคารเพื่อการส่งออกและนำเข้าแห่งประเทศไทยจะไม่รับผิดชอบในความเสียหายใดๆ ที่อาจเกิดขึ้นจากการที่มีบุคคลนำข้อมูลนี้ไปใช้ไม่ว่าโดยทางใด

SME D Bank มีคำตอบ ตอบโจทย์ทุกกลุ่มเอสเอ็มอีไทย



SME Development Bank
ธนาคารพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมแห่งประเทศไทย

จ

จากปัจจัยเสี่ยงต่างๆ ภายนอก ทำให้คาดการณ์สภาพเศรษฐกิจในปี 2563 จะยัง

อยู่ในภาวะชะลอตัว อาจส่งผลกระทบต่อผู้ประกอบการไทยขนาดกลางและขนาดย่อม หรือเอสเอ็มอี จำเป็นอย่างยิ่งที่ผู้ประกอบการนี้ต้องได้รับการดูแลและสนับสนุนอย่างใกล้ชิด ธนาคารพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมแห่งประเทศไทย (สพว.) หรือ SME D Bank ในฐานะสถาบันการเงิน เพื่อเอสเอ็มอีไทย จึงเดินหน้าช่วยเหลือผ่านชุดมาตรการด้านการเงิน เพื่อเป็นคำตอบให้แก่ทุกกลุ่มเอสเอ็มอีไทย

สำหรับมาตรการทางการเงินที่ SME D Bank จัดเตรียมไว้ มีจุดเด่นที่อัตราดอกเบี้ยต่ำและเงื่อนไขพิจารณาผ่อนปรน และครอบคลุมทุกกลุ่ม ประกอบด้วย

สำหรับกลุ่ม “บุคคลธรรมดา” ผ่านโครงการ “สินเชื่อเพื่อยกระดับเศรษฐกิจชุมชน” ผ่อนนาน 7 ปี อัตราดอกเบี้ยเฉลี่ย 0.51% ต่อเดือน วงเงินกู้สูงสุด 2 ล้านบาท หากจด VAT ได้วงเงินกู้สูงสุด 5 ล้านบาท เพื่อเอสเอ็มอีในธุรกิจเกษตรแปรรูป ธุรกิจเกี่ยวกับการ

SME D มีคำตอบ
(สำหรับบุคคลธรรมดา)

สินเชื่อเพื่อยกระดับเศรษฐกิจชุมชน
อัตราดอกเบี้ยเฉลี่ย 0.51% ต่อเดือน
วงเงินกู้สูงสุด 2 ล้านบาท
กรณีจด VAT ได้วงเงินกู้สูงสุด 5 ล้านบาท
หลักประกันตามเกณฑ์ธนาคาร/บสย.

สินเชื่อ Transformation Loan
(Soft Loan เครื่องจักร)
อัตราดอกเบี้ยเฉลี่ย 0.33% ต่อเดือน
วงเงินกู้สูงสุด 15 ล้านบาท
หลักประกันตามเกณฑ์ธนาคาร/บสย.

สแกน qr code เพื่อแสดง
ความประสงค์
ยื่นขอสินเชื่อ

สมัครฟรี !!
ไม่มีค่าใช้จ่าย

Call CENTER
1357



SME D Bank สินเชื่อ ดอกเบี้ยถูก เพื่อทุกกลุ่ม เอสเอ็มอี ไทย

 บุคคลธรรมดา	สินเชื่อเพื่อยกระดับเศรษฐกิจชุมชน (บุคคลธรรมดา)	ดอกเบี้ยเฉลี่ย 0.51% ต่อเดือน ธุรกิจเป้าหมาย -ธุรกิจบริการ -ธุรกิจเกษตรแปรรูป -ธุรกิจท่องเที่ยว -ผู้ประกอบการใหม่ -ธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ -ธุรกิจผลิต -บริการอื่นๆ ธุรกิจกำลัง กำเนิด หลักประกันตามเกณฑ์ธนาคาร/บสย. วงเงินกู้สูงสุด 2 ล้านบาท กรณี VAT ได้ออกรับใบกำกับภาษี 5 ล้านบาท
 นิติบุคคล	สินเชื่อเพื่อยกระดับเศรษฐกิจชุมชน (นิติบุคคล)	ดอกเบี้ยเฉลี่ย 0.44% ต่อเดือน ธุรกิจเป้าหมาย -ธุรกิจบริการ -ธุรกิจเกษตรแปรรูป -ธุรกิจท่องเที่ยว -ผู้ประกอบการใหม่ -ธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ -ธุรกิจผลิต -บริการอื่นๆ ธุรกิจกำลัง กำเนิด หลักประกันตามเกณฑ์ธนาคาร/บสย. วงเงินกู้สูงสุด 5 ล้านบาท
 ธุรกิจก่อสร้าง, รับเหมาก่อสร้าง, ราชการ, หน่วยงานของรัฐ	สินเชื่อ SMART SME สินเชื่อ Transformation Loan (Soft Loan เครื่องจักร)	ดอกเบี้ยเฉลี่ย 0.55% ต่อเดือน ธุรกิจเป้าหมาย -ธุรกิจขยายตัวและเติบโต -ธุรกิจที่ต้องการเงินทุนหมุนเวียนในการ หลักประกันตามเกณฑ์ธนาคาร/บสย. วงเงินกู้สูงสุด 15 ล้านบาท
 ธุรกิจก่อสร้าง, รับเหมาก่อสร้าง, ราชการ, หน่วยงานของรัฐ	สินเชื่อ Smart Factoring บัญชีเดียว	ดอกเบี้ยเริ่มต้น 0.57% ต่อเดือน ธุรกิจเป้าหมาย -ผู้ประกอบการ SMEs ที่มีลูกค้าการดำเนินงาน -หน่วยงานราชการ, รัฐวิสาหกิจ, บริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ หลักประกันตามเกณฑ์ธนาคาร/บสย. วงเงินกู้สูงสุด 15 ล้านบาท

สมัครฟรี !! ไม่ค่าใช้จ่าย

สแกน qr code เพื่อแสดงความประสงค์ ยินยอมสินเชื่อ

1357

ท่องเที่ยว ผู้ประกอบการใหม่ หรือธุรกิจค้าส่งค้าปลีก นำไปใช้เป็นเงินทุนหมุนเวียน ลงทุนขยายธุรกิจ หลักประกันตามเกณฑ์ธนาคาร/บสย. และ “สินเชื่อ Transformation Loan (Soft Loan เครื่องจักร)” สำหรับนำไปลงทุนซื้อเครื่องจักรแปรรูปสินค้า ผ่อนนาน 7 ปี คิดอัตราดอกเบี้ยเฉลี่ย 0.33% ต่อเดือน วงเงินกู้สูงสุด 15 ล้านบาท หลักประกันตามเกณฑ์ธนาคาร/บสย.

สำหรับกลุ่มนิติบุคคลผ่าน “สินเชื่อเพื่อยกระดับเศรษฐกิจชุมชน” ผ่อนนาน 7 ปี อัตราดอกเบี้ยเฉลี่ย 0.44% ต่อเดือน วงเงินกู้สูงสุด 5 ล้านบาท นำไปเสริมสภาพคล่อง เพิ่มเงินทุนหมุนเวียนขยายธุรกิจ เพื่อเอสเอ็มอีกลุ่มธุรกิจเกษตรแปรรูป ธุรกิจเกี่ยวกับการท่องเที่ยว ผู้ประกอบการใหม่ หรือธุรกิจค้าส่งค้าปลีก “สินเชื่อ SMART SME” คิดอัตราดอกเบี้ยเฉลี่ย 0.55% ต่อเดือน วงเงินกู้สูงสุด 15 ล้านบาท เพื่อใช้เป็นเงินลงทุน ขยายกิจการ ปรับปรุงกิจการ และเป็นเงินทุนหมุนเวียน หรือรีไฟแนนซ์เพื่อชำระหนี้ และไถ่ถอนหลักประกันจากสถาบันการเงินเดิม หลักประกันตามเกณฑ์ธนาคาร และ “สินเชื่อ Transformation Loan (Soft Loan เครื่องจักร)” สำหรับนำไปลงทุนซื้อเครื่องจักร ปรับปรุงโรงงาน หรือซื้อยานพาหนะใช้ในการประกอบธุรกิจ ผ่อนนาน 7 ปี คิดอัตรา

ดอกเบี้ยเฉลี่ย 0.33% ต่อเดือน วงเงินกู้สูงสุด 15 ล้านบาท หลักประกันตามเกณฑ์ธนาคาร/บสย.

และสำหรับธุรกิจนิติบุคคลภาคการผลิต ภาคบริการ และภาคค้าส่งค้าปลีก ที่มีลูกหนี้การค้าที่เป็นหน่วยงานราชการ รัฐวิสาหกิจ และบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์จัดเตรียม “สินเชื่อ SMART Factoring บัญชีเดียว” ไว้รองรับ คัดอัตราดอกเบี้ยเริ่มต้น 0.57% ต่อเดือน รับซื้อสูงสุด 90% ของมูลหนี้ทางการค้า ให้เครดิตนาน 180 วันรับเงินภายในวันเดียว ช่วยให้เครดิตการค้าไม่สะดุด ธุรกิจเติบโตได้ต่อเนื่อง

ผู้ประกอบการเอสเอ็มอีที่สนใจสามารถยื่นความประสงค์ขอสินเชื่อได้ผ่านระบบ Online Service Request หรือ OSR ที่ลิงค์ <https://qr.go.page.link/x6eRX> หรือผ่านแอปพลิเคชัน SME D Bank ตลอดเวลา ทุกสถานที่ รวมถึง 95 สาขาของธนาคารทั่วประเทศ สอบถามเพิ่มเติมได้สามารถติดต่อได้ผ่าน Call Center หมายเลข 1357

นอกจากมาตรการทางการเงินแล้ว SME D Bank จะสนับสนุนด้านความรู้และการตลาดควบคู่ไปด้วยเสมอโดยพาผู้ประกอบการเข้าสู่กระบวนการพัฒนา โดยไม่คิดค่าใช้จ่ายใดๆ ทั้งสิ้น เช่น พาอบรมการทำตลาดออนไลน์

SME D มีคำตอบ
(สำหรับนิติบุคคล)

สินเชื่อเพื่อยกระดับเศรษฐกิจชุมชน
อัตราดอกเบี้ยเฉลี่ย **0.44%** ต่อเดือน
วงเงินกู้สูงสุด 5 ล้านบาท
หลักประกันตามเกณฑ์ธนาคาร/บสย.

สินเชื่อ SMART SME
อัตราดอกเบี้ยเฉลี่ย **0.55%** ต่อเดือน
วงเงินกู้สูงสุด 15 ล้านบาท
หลักประกันตามเกณฑ์ธนาคาร

สินเชื่อ Transformation Loan (Soft Loan เครื่องจักร)
อัตราดอกเบี้ยเฉลี่ย **0.33%** ต่อเดือน
วงเงินกู้สูงสุด 15 ล้านบาท
หลักประกันตามเกณฑ์ธนาคาร/บสย.

สแกน qr code เพื่อแสดง ความประสงค์ ยื่นขอสินเชื่อ

สมัครฟรี !!
ไม่มีค่าใช้จ่าย

Call CENTER 1357

SME D มีคำตอบ
(สินเชื่อ SMART Factoring บัญชีเดียว)

ธุรกิจขาดบริการ
"อยากได้เครดิตการค้า ไม่สะดุด ธุรกิจเติบโตต่อเนื่อง"

ธุรกิจขาดค่าส่งค่าปลีก
"อยากได้เครดิตการค้า ไม่สะดุด ธุรกิจเติบโตต่อเนื่อง"

ธุรกิจขาดการผลิต
"อยากได้เครดิตการค้า ไม่สะดุด ธุรกิจเติบโตต่อเนื่อง"

สินเชื่อ SMART Factoring บัญชีเดียว
สำหรับนิติบุคคล
รับซื้อลูกหนี้การค้าที่เป็นหน่วยงานราชการ / บริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์

อัตราดอกเบี้ยเฉลี่ย
เริ่มต้น **0.57%** ต่อเดือน*
รับซื้อสูงสุด 90% ของมูลหนี้ทางการค้า*
ให้เครดิตนาน 180 วัน*
รับเงินภายในวันเดียว*
*หมายเหตุ เงื่อนไขเป็นไปตามที่ธนาคารกำหนด

สแกน qr code เพื่อแสดง ความประสงค์ ยื่นขอสินเชื่อ

สมัครฟรี !!
ไม่มีค่าใช้จ่าย

Call CENTER 1357

บริหารจัดการต้นทุนธุรกิจจัดทำบัญชีเข้าสู่ระบบ การออกแบบบรรจุภัณฑ์ เป็นต้น และช่วยขยายตลาดใหม่เพิ่มยอดขาย เช่น พาออกงานแสดงสินค้าที่ธนาคารจัดขึ้นโดยไม่มีค่าใช้จ่ายใดๆ พาเปิดตลาดอีคอมเมิร์ซ ผ่านแพลตฟอร์ม ช้อปปิ้งออนไลน์ชื่อดังอย่าง Thailandpostmart.com Shopee และ Lazada อีกทั้งช่วยนำสินค้าหรือบริการโปรโมทผ่านสื่อต่างๆ ช่วยให้ธุรกิจเป็นที่รู้จักอย่างกว้างขวาง เป็นต้น

จากมาตรการด้านการเงิน และด้านความรู้ที่ SME D Bank เตรียมไว้ เชื่อว่าจะเป็นคำตอบแก้โจทย์ให้แก่เอสเอ็มอีไทยทุกกลุ่ม รวมถึงมีส่วนกระตุ้นเศรษฐกิจ โดยเฉพาะระดับฐานรากให้เติบโตอย่างเข้มแข็งและยั่งยืน



ข้อมูลข่าวเพิ่มเติมติดต่อ :

นางอุบลรัตน์ คำแพง ผู้อำนวยการอาวุโส
ฝ่ายส่งเสริมการตลาด ลูกค้าสัมพันธ์และกิจกรรมเพื่อสังคม
โทร. 085-980-7861, 02-265-4404

สอบถามข้อมูลสินเชื่อ และบริการธุรกิจ
ธนาคารพัฒนาวิสาหกิจ
ขนาดกลางและขนาดย่อมแห่งประเทศไทย

Call CENTER **1357**

ดาวน์โหลดแอปพลิเคชัน
ยื่นขอสินเชื่อผ่าน SME D Bank



ค่านิยมธุรกิจครอบครัว (Family Business Values)



โดย
รองศาสตราจารย์ ดร. เอกชัย อภิกคติกุล
ผู้อำนวยการศูนย์ธุรกิจครอบครัว มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย

ค

ค่านิยม (Values) เป็นเจตคติและความเชื่อที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมและการกระทำของคนหรือกลุ่มคนที่สะท้อนให้เห็นเป็นแบบแผนในทิศทางเดียวกัน เมื่อพฤติกรรมได้รับการยอมรับก็จะถ่ายทอดทั้งในคนรุ่นเดียวกันและต่างรุ่นต่อไป ซึ่งจะปฏิบัติอย่างสม่ำเสมอและต่อเนื่องในช่วงระยะเวลาหนึ่งหรือยาวนาน จนก่อให้เกิดเป็นวัฒนธรรม (Cultures)

ค่านิยมครอบครัว (Family Values) มีลักษณะที่ให้ความสำคัญกับสิ่งที่ครอบครัวต้องการ ซึ่งเป็นสิ่งที่เกิดจากความคิด มุมมอง ความเชื่อร่วมกันของสมาชิกในครอบครัว เพื่อสร้างความสัมพันธ์ที่ดีระหว่างสมาชิกในครอบครัวให้สามารถอาศัยอยู่ร่วมกันได้อย่างมีความสุข สำหรับค่านิยมธุรกิจ (Business Values) มีลักษณะที่ให้ความสำคัญกับการบริหารจัดการทางธุรกิจ ซึ่งเป็นความต้องการที่เป็นเป้าหมายร่วมกันของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในธุรกิจ โดยเป้าหมาย

จะเน้นแนวทางการดำเนินงานเพื่อสร้างผลตอบแทน การเติบโต และความสำเร็จให้กับธุรกิจ ทั้งค่านิยมของธุรกิจและครอบครัวนั้น จะแตกต่างกันและมีลักษณะเฉพาะตามแต่ละครอบครัวและธุรกิจ

จากนิยามค่านิยมครอบครัวและค่านิยมธุรกิจ ลักษณะของค่านิยมธุรกิจครอบครัว (Family Business Values) จึงเป็นสิ่งที่พึงปรารถนาของทั้งครอบครัวและธุรกิจ ที่จะส่งผลต่อความสำเร็จของครอบครัวและธุรกิจครอบครัว โดยค่านิยมของธุรกิจครอบครัวควรจะมีการกำหนดร่วมกันและมีเป้าหมายสอดคล้องกัน เพื่อจะได้สร้างสร้างรากฐานในการกำหนดพฤติกรรมของคนในครอบครัว ก่อเกิดเป็นระบบค่านิยม (Value Systems) ที่ให้ผลประโยชน์ต่อทั้งครอบครัวและธุรกิจครอบครัว และถ่ายทอดระบบค่านิยมจากคนรุ่นหนึ่งไปสู่คนรุ่นต่อไป



อิทธิพลของค่านิยมต่อธุรกิจครอบครัว (The Powers of Values in the Family Business)

ค่านิยมมีบทบาทต่อความคิด ความรู้สึก และการแสดงออกทางพฤติกรรมของคน โดยกระบวนการเกิดค่านิยมต่างๆ มาจากความเชื่อและการมีศรัทธาในสิ่งที่ตนพิจารณาแล้วว่าเป็นสิ่งที่ดีมีคุณค่า จึงยึดมั่นไว้และแสดงออกโดยการกระทำออกมาตามสถานการณ์ต่างๆ กัน ค่านิยมในทางธุรกิจ เป็นเสมือนพื้นฐานของการประพฤติปฏิบัติของบุคคลโดยตรง การวางแนวทางของระบบค่านิยมระหว่างตัวบุคคลและธุรกิจ ควรเชื่อมโยงลักษณะค่านิยมเฉพาะบุคคล ค่านิยมครอบครัว และค่านิยมธุรกิจ เพื่อให้เกิดความสอดคล้องกัน การวางแผนการธุรกิจที่ดีจึงจำเป็นต้องมีนโยบายกำหนดค่านิยม เพื่อสร้างแนวทางการประพฤติปฏิบัติทั้งตัวบุคคลและธุรกิจไปสู่ความสำเร็จทั้งในครอบครัวและธุรกิจครอบครัว โดยค่านิยมจะส่งผลต่อธุรกิจครอบครัวดังนี้



1. สร้างแก่นของวัฒนธรรมองค์กร Laying the bedrock for corporate culture): ธุรกิจจะเติบโตได้ ผู้นำธุรกิจควรสร้างค่านิยมของธุรกิจครอบครัว ซึ่งเป็นตัว

ขับเคลื่อนในมิติด้านต่างๆ ในธุรกิจ ทั้งการกำหนดเป้าหมาย และวัตถุประสงค์ แผนการบริหารจัดการเชิงกลยุทธ์ แผนการสืบทอดธุรกิจ รวมถึงเกณฑ์การตัดสินใจ การจัดการนโยบาย กำหนดค่านิยม จึงเป็นหนึ่งในกลยุทธ์ที่สำคัญต่อการเติบโตในระยะยาวของธุรกิจ

ค่านิยมครอบครัว (Family Values) มีลักษณะที่ให้ความสำคัญกับสิ่งที่ครอบครัวต้องการ ซึ่งเป็นสิ่งที่เกิดจากความคิด มุมมอง ความเชื่อ ร่วมกันของสมาชิกในครอบครัว เพื่อสร้างความสัมพันธ์ที่ดีระหว่างสมาชิกในครอบครัวให้สามารถอาศัยอยู่ร่วมกันได้อย่างมีความสุข

2. แบบแผนเพื่อการตัดสินใจ (Providing a template for decision-making): ค่านิยมทำหน้าที่เป็นแบบแผนการจัดการสำหรับการตัดสินใจและแก้ไขปัญหาต่างๆ เจ้าของธุรกิจจะตัดสินใจผ่านกรอบของค่านิยม และพิจารณาเลือกทางเลือกที่ดีที่สุด

3. แรงจูงใจไปสู่ประสิทธิภาพสูงที่สุดในการทำงาน (Inspiring top performance): ค่านิยมเป็นแรงผลักดันให้คนเกิดแรงจูงใจที่จะทำงาน บางองค์กรที่กำหนดเป้าหมายเพื่อหวังผลลัพธ์ในระยะสั้นมักจะขาดวิสัยทัศน์หรือเป้าหมายที่ต้องการในอนาคต ส่วนใหญ่องค์กรที่ประสบความสำเร็จและมีความได้เปรียบในการแข่งขัน มักจะมีค่านิยมที่เน้นการสร้างแรงจูงใจโดยการพัฒนาความสามารถและสนับสนุนพนักงานให้มีส่วนร่วมในการวางแผน ตัดสินใจ ซึ่งสามารถสร้างความกระตือรือร้นในการทำงาน ทำให้พนักงานเกิดความรู้สึกภูมิใจต่องานที่รับผิดชอบ และมีความรู้สึกว่าเป็นส่วนหนึ่งขององค์กร รวมถึงการผลิตผลงานที่มีประสิทธิภาพอีกด้วย

4. **ยอมรับแรงกดดันและมีมุมมองในระยะยาว (Supporting a patient, long-term view):** ธุรกิจครอบครัวที่มีมุมมองระยะยาวมากกว่าระยะสั้น จะมีความมั่นคงมากกว่าธุรกิจที่ไม่ใช่ครอบครัว เพราะผู้ก่อตั้งต้องการรักษาความเป็นเจ้าของธุรกิจเอาไว้ให้กับรุ่นลูกหรือรุ่นหลาน จึงเป็นสิ่งที่ทำให้ผู้ก่อตั้งต้องวางแผนการลงทุน เป้าหมายการเติบโต และกลยุทธ์การจัดการในระยะยาวอย่างมีประสิทธิภาพมากกว่าจะนำธุรกิจเข้าสู่ตลาดหลักทรัพย์หรือละทิ้งธุรกิจโดยธรรมชาติธุรกิจครอบครัวมีความระมัดระวังในการดำเนินงานอยู่แล้ว ถึงแม้จะเผชิญกับวิกฤตเศรษฐกิจและการเมือง แต่ธุรกิจครอบครัวจะได้รับผลกระทบเพียงเล็กน้อย การสร้างค่านิยมพื้นฐานที่ดีเหมาะสมกับธุรกิจ จึงเป็นการวางแนวทางปฏิบัติงานให้ทุกคนในองค์กรดำเนินงานไปสู่ความสำเร็จ

5. **สร้างความไว้วางใจในธุรกิจ (Contract trust):** ค่านิยมครอบครัวได้แบ่งปันสู่ผู้ถือหุ้นภายนอก และผู้มีส่วนได้ส่วนเสียคนอื่นๆ ซึ่งรับรู้ได้จากความเป็นน้ำหนึ่งใจเดียวกันในครอบครัว ความมุ่งมั่น และความซื่อสัตย์ที่มีต่อธุรกิจ ทำให้ธุรกิจครอบครัวมีชื่อเสียง เป็นที่น่าเชื่อถือ และได้รับความไว้วางใจ ทำให้ผู้ถือหุ้นภายนอก และผู้มีส่วนได้ส่วนเสียคนอื่นๆ มีแนวโน้มที่จะยอมรับกับความเสี่ยง ยอมเสียสละพลองระยะสั้นเพื่อเป้าหมายของธุรกิจในระยะยาว ค่านิยมจึงเป็นเครื่องมือช่วยสร้างความสัมพันธ์ความไว้วางใจและพันธะสัญญาระหว่างเจ้าของธุรกิจที่มีต่อผู้ถือหุ้นและลูกค้า

6. **สร้างการคิดที่ท้าทายและแปลกใหม่ (Challenging conventional thinking):** ค่านิยมไม่ได้ถูกกำหนดจากเพียงความเชื่อเดียว แต่จะเกิดจากหลายๆ ความเชื่อและเรียนรู้จากประสบการณ์ ซึ่งเป็นสิ่งที่สร้างความรู้สึกท้าทายกระตุ้นให้เจ้าของเกิดความกระตือรือร้นและพัฒนาตนเองเพื่อจะหาวิธีการดำเนินธุรกิจให้ได้ผลดีที่สุด

7. **ปรับปรุงเพื่อเปลี่ยนแปลง (Adapting to change):** เมื่อสถานการณ์เปลี่ยนไปและค่านิยม วัฒนธรรมเดิมไม่เหมาะสม ธุรกิจครอบครัวจะมีกลไกขับเคลื่อนจาก

รูปแบบหนึ่งสู่ค่านิยม วัฒนธรรมอีกรูปแบบหนึ่ง ทำให้เจ้าของธุรกิจต้องกล้าตัดสินใจที่จะเดินเข้าไปในทิศทางใหม่ที่ยังไม่เคยไป ซึ่งจะนำไปสู่การสร้างนวัตกรรมและโอกาสความก้าวหน้าของธุรกิจ

ค่านิยมครอบครัว เป็นสิ่งที่คิดและกำหนดโดยผู้ก่อตั้ง และปลูกฝังแนวประพฤติปฏิบัติที่คาดหวังให้เกิดขึ้นในตัวทายาทและสมาชิกครอบครัวคนอื่นๆ รวมถึงมีการถ่ายทอดค่านิยมจากรุ่นหนึ่งไปสู่คนอีกรุ่นหนึ่งต่อไปโดยอาศัยสภาพแวดล้อมและการเรียนรู้ในครอบครัว การยึดถือปฏิบัติตามค่านิยมอย่างสม่ำเสมอต่อเนื่องยาวนานตลอดหลายปี จนกลายเป็นค่านิยมหลัก (Core Values) ที่มีคุณค่าฝังลึกในจิตวิญญาณของทุกคนในครอบครัว

8. **แผนกลยุทธ์ดีขึ้น (Improving strategic planning):** ค่านิยมหลักเป็นแนวทางที่ช่วยหลีกเลี่ยงเหตุการณ์หรืออุปสรรคที่ขัดขวางความสำเร็จที่ผ่านมา ทำให้มีการเรียนรู้ใหม่ๆ มีมุมมองที่กว้างขึ้น และนำไปสู่การพัฒนากลยุทธ์ในการตัดสินใจที่รอบคอบและเหมาะสมอย่างสมดุล

9. **การบริหารเชิงกลยุทธ์ (Executing strategy):** การกำหนดแผนกลยุทธ์ให้สอดคล้องกับค่านิยมของเจ้าของธุรกิจ ผู้บริหาร และพนักงานในองค์กร ช่วยนำกลยุทธ์ไปสู่การปฏิบัติด้วยความมุ่งมั่น กระตือรือร้น และเข้าใจใช้กลยุทธ์นั้นได้อย่างลึกซึ้ง ซึ่งค่านิยมเป็นตัวช่วยให้พนักงานเกิดความรักและแรงจูงใจในการทำงาน



Designed by Pressfoto / Freepik

10. กลยุทธ์พันธมิตรทางธุรกิจ (Forging strategic alliances): จุดแข็งของธุรกิจครอบครัวคือมีค่านิยมที่เน้นเรื่องความเชื่อถือได้ ความซื่อสัตย์ และความจงรักภักดีต่อครอบครัวและธุรกิจ การรักษาชื่อเสียงของครอบครัวและความสัมพันธ์กับผู้มีส่วนได้เสียคนอื่นๆ การดำเนินธุรกิจด้วยความซื่อสัตย์ โปร่งใส ทำให้ผู้มีส่วนได้เสียภายนอกธุรกิจครอบครัวมีความไว้วางใจ ซึ่งกลายเป็นเทคนิคในการสร้างมิตรทางการค้า และความเชื่อดังกล่าวได้รับการถ่ายทอดจากผู้บริหารที่เป็นเจ้าของรุ่นหนึ่งสู่ทายาทธุรกิจอีกรุ่นหนึ่ง

ต่อไป

11. การสรรหาและการจรรงรักษาพนักงาน (Recruiting and retaining employees): ครอบครัวที่มีค่านิยมการให้ความเคารพ และให้เกียรติ ซึ่งกันและกัน จะมองเห็นคุณค่าของพนักงานและยอมรับความแตกต่างของแต่ละคนในองค์กร ซึ่งเป็นกลยุทธ์หนึ่งของการผูกใจพนักงานให้มีความจงรักภักดีและอยู่กับองค์กรนานๆ คนที่กำลังหางานทำมักจะมองหาองค์กรที่มีวัฒนธรรมน่าสนใจและเหมาะสมกับตนเอง ซึ่งคนเหล่านี้มีแนวโน้มที่จะอยู่กับองค์กรนั้นได้นาน





Designed by yanalya / Freepik

12. ทำให้บรรลุเป้าหมายขององค์กร (Lending meaning to work): ธุรกิจครอบครัวที่มีระบบค่านิยมเข้มแข็ง จะมีรูปแบบที่เน้นการให้บริการทั้งแก่ลูกค้ารวมถึงพนักงานในองค์กร โดยการสร้างค่านิยมร่วมที่มุ่งเน้นหลักการ

ค่านิยมหลักของครอบครัวเกี่ยวข้องโดยตรงต่อธุรกิจครอบครัว
นอกจากเจ้าของธุรกิจจะถ่ายทอดค่านิยมในรูปแบบที่ตนต้องการให้กับทายาทธุรกิจและสมาชิกครอบครัวแล้ว ยังถ่ายทอดให้กับพนักงานที่ไม่ใช่สมาชิกครอบครัวที่ทำงานในธุรกิจครอบครัว ค่านิยมหลักของครอบครัวจึงสะท้อนให้เห็นวัฒนธรรมขององค์กร

มีส่วนร่วมและพนักงานเป็นศูนย์กลาง อาทิเช่น การให้เกียรติซึ่งกันและกัน หรือสนับสนุนการศึกษาและการพัฒนาแก่พนักงาน ค่านิยมร่วมจึงเป็นตัวช่วยให้พนักงานตระหนักถึงเป้าหมายขององค์กรและมีการทำงานตามกรอบเดียวกัน เพื่อให้งานและองค์กรบรรลุผลสำเร็จตามเป้าหมาย

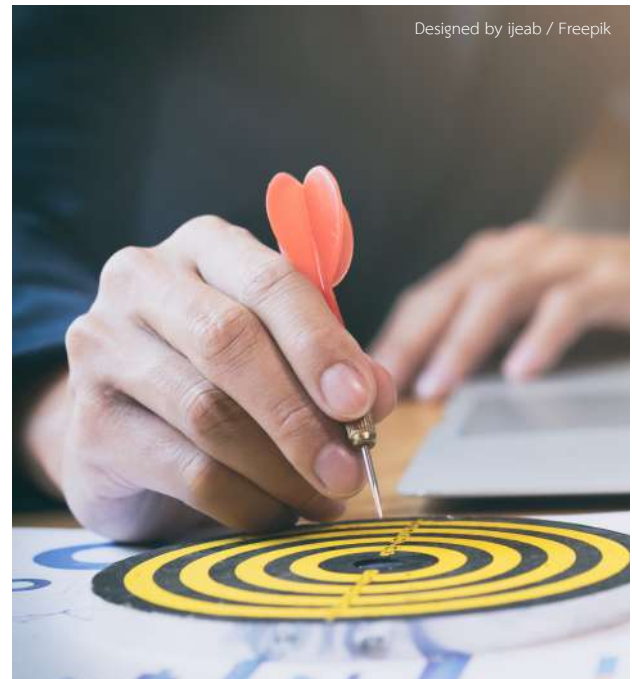
การสร้างค่านิยมหลัก (Establishing Core Values)

กระบวนการค่านิยมครอบครัว เป็นสิ่งที่คิดและกำหนดโดยผู้ก่อตั้ง และปลูกฝังแนวประพฤติปฏิบัติที่คาดหวังให้เกิดขึ้นในตัวทายาทและสมาชิกครอบครัวคนอื่นๆ รวมถึงมีการถ่ายทอดค่านิยมจากรุ่นหนึ่งไปสู่คนอีกรุ่นหนึ่งต่อไปโดยอาศัยสภาพแวดล้อมและการเรียนรู้ในครอบครัว การยึดถือปฏิบัติตามค่านิยมอย่างสม่ำเสมอ ต่อเนื่องยาวนานตลอดหลายปี

จนกลายเป็นค่านิยมหลัก (Core Values) ที่มีคุณค่าฝังลึกในจิตวิญญาณของทุกคนในครอบครัว

ค่านิยมหลักของครอบครัวเกี่ยวข้องโดยตรงต่อธุรกิจครอบครัว นอกจากเจ้าของธุรกิจจะถ่ายทอดค่านิยมในรูปแบบที่ตนต้องการให้กับทายาทธุรกิจและสมาชิกครอบครัวแล้ว ยังถ่ายทอดให้กับพนักงานที่ไม่ใช่สมาชิกครอบครัวที่ทำงานในธุรกิจครอบครัว ค่านิยมหลักของครอบครัวจึงสะท้อนให้เห็นวัฒนธรรมขององค์กร และสะท้อนให้เห็นถึงแนวทางการปฏิบัติต่อผู้ขายปัจจัยการผลิต (Suppliers) ลูกค้า ผู้ถือหุ้น และผู้มีส่วนได้ส่วนเสียคนอื่นๆ อีกด้วย การสร้างค่านิยมหลักถือเป็นตัวตั้งต้นในการกำหนดพันธกิจ (Mission) วิสัยทัศน์ (Vision) แผนเชิงกลยุทธ์ (Strategic Plan) ตลอดจนเป็นตัวสนับสนุนหรือชี้นำการตัดสินใจที่จะช่วยให้ธุรกิจบรรลุตามเป้าหมายขององค์กร หากขาดการกำหนดค่านิยมหลัก องค์กรอาจมีโอกาที่จะเกิดความขัดแย้งภายในและการตัดสินใจที่ผิดพลาดได้ นอกจากนี้ การสร้างและกำหนดค่านิยมหลักในองค์กรจะช่วยเสริมสร้างบรรยากาศการทำงานที่ประสานกันเป็นทีม เพิ่มขีดความสามารถในการปฏิบัติงาน และมีแนวโน้มของผลประกอบการทางธุรกิจที่ดีขึ้นอีกด้วย โดยได้แนะนำขั้นตอนการสร้างค่านิยมในธุรกิจครอบครัว ดังนี้

1. ให้สมาชิกครอบครัวทุกคนมีส่วนร่วมในธุรกิจโดยการกำหนดค่านิยมร่วมกัน
2. พิจารณาความเหมาะสมว่าควรให้ผู้บริหารมีอาชีพภายนอกมีส่วนร่วมในการกำหนดค่านิยมด้วยหรือไม่
3. จัดสรรเวลาสำหรับการประชุมเพื่อกำหนดค่านิยมในแต่ละสัปดาห์ โดยต้องแน่ใจว่า การสร้างค่านิยมนั้นมีอิสระในการคิด ไม่ตกลงไปในข้อผูกมัดหรือข้อกำหนดใดๆ
4. ใช้เทคนิคการแก้ปัญหาและการระดมพลังสมอง โดยให้ทุกคนได้เสนอวิธีการแก้ไขปัญหาและเสนอความคิดเห็นต่างๆ และเปิดอภิปรายเพื่อหาค่านิยมหลักที่เป็นไปได้
5. หลังจากการอภิปราย ให้เรียบเรียงเขียนเป็นคำ หรือข้อความที่สั้น กระชับ ได้ใจความสำคัญ อ่านแล้วเข้าใจ



และสละสลวย เพื่อให้จดจำได้ง่าย ประมาณ 4 ถึง 5 ข้อ

6. ตัดสินใจโดยอาศัยหลักการความเหมาะสม ถูกต้อง มุ่งที่ค่านิยมที่สำคัญตามสภาพความเป็นไปได้ และองค์กรต้องการจะเป็น

7. เปิดรับฟังความคิดเห็นของพนักงานทุกคนและปรึกษาหารือ เพื่อหาค่านิยมที่ถูกต้อง เหมาะสมกับสภาพแวดล้อมในที่ทำงาน

8. การบูรณาการร่วมกันอย่างเหมาะสมระหว่างค่านิยมหลักให้สอดคล้องกับสภาพแวดล้อมและระบบการทำงาน

แนวทางการกำหนดค่านิยมควรให้นิยามโดยระบุพฤติกรรมที่ควรทำและอาจจะอธิบายความสำคัญของแต่ละคำหรือข้อความนั้น การกำหนดค่านิยมเพื่อให้จดจำง่ายมี 3 วิธี คือ

1. สื่อด้วยภาพ (Visual Technique)
2. สื่อด้วยสัญลักษณ์ (Symbolic Technique)
3. สร้างหน่วยความจำ (Memorizing Technique)

ตัวอย่างค่านิยมที่พบในธุรกิจครอบครัวที่ประสบความสำเร็จ

ธุรกิจครอบครัวที่ประสบความสำเร็จส่วนใหญ่พบว่า นำค่านิยมครอบครัวที่ยึดถือปฏิบัติสืบทอดต่อกันมาใช้ในการดำเนินธุรกิจและเป็นวัฒนธรรมองค์กร ซึ่งตัวอย่างค่านิยมในครอบครัวที่สำคัญ มีดังนี้

1. ความรับผิดชอบต่อหน้าที่ (Responsibility) และสำนึกในความรับผิดชอบ (Accountability): การเข้าใจถึงหน้าที่และดำเนินงานอย่างเต็มความสามารถให้เกิดประโยชน์สูงสุด รวมทั้งการเอาใจใส่ในการดำเนินงานด้วยความรอบคอบ และยอมรับผลจากการกระทำต่างๆ
2. กล้าพูดกล้าทำในสิ่งที่ถูกต้อง (Courage): การยึดมั่นในสิ่งที่ถูกต้อง มีความกล้าแสดงความคิดเห็น และปฏิบัติอย่างอิสระ
3. เปิดใจกว้างรับฟังความเห็นของผู้อื่น (Open-Mindedness): การยอมรับความคิดเห็นของผู้อื่นได้อย่างดี ไม่มีอารมณ์และอคติเข้ามาเกี่ยวข้อง
4. ใฝ่เรียนรู้พัฒนาตนเอง (Curiosity): การมีพฤติกรรมที่ต้องการจะค้นคว้า กระตือรือร้นที่จะเรียนรู้ เพื่อพัฒนาความคิดและความสามารถใหม่ๆ
5. การทุ่มเททำงาน (Hard working): การยินดีทำงานหนัก ด้วยความมุ่งมั่น จริงจัง ขยันหมั่นเพียรให้กับงานที่ได้รับมอบหมายอย่างเต็มที่
6. ความมีระเบียบวินัย ปฏิบัติตามกติกา (Discipline): การเคารพและปฏิบัติตามระเบียบกฎกติกาของครอบครัว ธุรกิจ และสังคม เพื่อประโยชน์สุขของตนเองและส่วนรวม
7. ความยุติธรรม (Fairness): การมีความเที่ยงธรรม เหตุผล และเป็นกลางทั้งกับตนเองและผู้อื่น
8. ความซื่อสัตย์ (Integrity): การมีความสุจริต ซื่อตรง ทั้งกับตนเองและผู้อื่น
9. ความสุภาพอ่อนน้อมถ่อมตน (Humility): การมีมารยาท ไม่ทำตัวเหนือผู้อื่น
10. ความจริงใจ (Sincerity): การมีจิตใจที่ซื่อตรง บริสุทธิ์ และแสดงออกต่อผู้อื่นด้วยความจริงใจอยู่เสมอ
11. การให้เกียรติกัน (Respect): การปฏิบัติอย่างเคารพ และเห็นคุณค่าของผู้อื่น
12. ประหยัด มัธยัสถ์ (Prudence): การรู้จักคุณค่าของเงินและทรัพยากร รวมถึงวิธีการเก็บออมไว้ในภายหน้า
13. การช่วยเหลือ ดูแลซึ่งกันและกัน (Stewardship): การดูแลเอาใจใส่ ช่วยเหลือ และสนับสนุนผู้อื่น
14. ความจงรักภักดีต่อตนเอง ครอบครัว และสังคม (Loyalty): ความรู้สึกผูกพัน มีความยินดีในการเป็นสมาชิกครอบครัวและสังคม
15. ความเห็นใจความรู้สึกผู้อื่น (Empathy): ความสามารถเข้าใจอารมณ์ ความรู้สึกของผู้อื่น และมีความเห็นอกเห็นใจผู้อื่น
16. ความไว้วางใจกัน (Dependability): การเชื่อถือและยอมรับซึ่งกันและ
17. การรักษาชื่อเสียงและศักดิ์ศรี (Reputation and Dignity): การเชิดชูและดำรงไว้ในคุณงามความดีที่สั่งสมมาด้วยความภาคภูมิใจ
18. ความกตัญญู รู้คุณ (Grateful): การสำนึกในบุญคุณ และตอบแทนผู้มีพระคุณที่ทำให้กับตน
19. ความสามัคคี (Harmony): ความรักใคร่ปรองดองกลมเกลียว การร่วมแรงร่วมใจเป็นน้ำหนึ่งใจเดียวกัน
20. ความอดทน (Patience): ความทนสู้ต่อความยากลำบาก ตรากตรำ และทนเจ็บใจ สามารถสงบสติ ภายใจได้ 



ประพิณ เศรษฐชยานนท์

ประธาน YEC

หอการค้าจังหวัดสุพรรณบุรี เจน 3

คุณค่า และ Team Spirit คือเป้าหมาย

W เพราะจังหวัดสุพรรณบุรีมีเขตติดต่อหลายจังหวัดภาคกลาง อาทิ กทม.ราชบุรี กาญจนบุรี นครปฐม ออยุธยา สิงห์บุรี YEC กลุ่มจังหวัดภาคกลางจึงเข้มแข็ง และเราได้นำเสนออภิเณกกลุ่มจนเกือบครบ วันนี้งัดคิวอภิเณก YEC จังหวัดสุพรรณบุรีที่เพิ่งได้ประธาน YEC เจนใหม่ เธอคือ สาวสวยคนเก่ง ลูกสาวหนึ่งในสามทายาทธุรกิจ ไม่แปรรูปรายใหญ่ “ที่มีค่าดังทองคำ” และมีหัวใจจิตอาสาเช่นเดียวกับคุณพ่อ กรรมการหอการค้าจังหวัดสุพรรณบุรี โดยคุณพ่อเป็นผู้ชักจูงคุณโบ ประพิณ เศรษฐชยานนท์ สมัครเข้าร่วม YEC จนวันนี้เธอได้รับการบ่มเพาะเป็นเมล็ดพันธุ์ชั้นดี จนพร้อมก้าวขึ้นเป็นประธาน YEC เจน 3 คนล่าสุด และมุ่งสานต่อรอยดรอยบายประธานเจนที่ผ่านมา จะเป็น “น้ำไม่เต็มแก้ว” เพื่อรับฟังทุกความเห็นสมาชิก สร้างคุณค่า และ Team spirit ให้ “YEC” หอการค้าจังหวัดสุพรรณบุรีมีอิมเมจดีเลิศ

เปิดตัวโดยสังเขป

คุณประพิณ เศรษฐชยานนท์ หรือ “โบ” เป็นสาวสวยเมืองสุพรรณฯ แห่งอำเภออู่ทอง เธอจบการศึกษาระดับมัธยมศึกษา จากโรงเรียนสาธิตแห่งมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ วิทยาเขตกำแพงแสน และจบปริญญาตรีด้าน Arts, Major Business English จากมหาวิทยาลัยอัสสัมชัญ เคยคิดจะทำงานเป็นไกด์เพื่อใช้ภาษาอังกฤษตามที่เรียนมาจึงเข้าอบรมหลักสูตรมัคคุเทศก์ทั่วไปภาคภาษาอังกฤษจากจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย แต่จำเป็นต้องกลับมาดูแลธุรกิจครอบครัว ที่สร้างสมไวยาวนานเกือบ 50 ปี ตั้งแต่สมัยอาภิงผู้บริหารธุรกิจเจนแรก และคุณพ่อโกวิท เศรษฐชยานนท์ เป็นเจน 2 ส่วนคุณโบรับช่วงต่อเป็น

ยุคเจน 3 ทายาท 1 ใน 3 ของครอบครัว เศรษฐชยานนท์ ถือว่า เธอเป็นลูกสาวพร้อมสุด จึงได้รับมอบหมายให้เป็นผู้บริหารเจ้าของกิจการ หจก.ก.วัฒนผล

ได้แบบ Seamless โดยมีคุณพ่อ คุณแม่ เคียงข้างเป็นที่ปรึกษา และมีน้องสาวเป็นผู้ช่วย “ถึงระบบการค้าขายไม่แปรรูป

เราไม่ใช่ประธานที่เก่ง แต่เรามีรองประธาน เลขา และกรรมการที่เข้มแข็ง เราจะก้าวไปด้วยกัน ทำงานร่วมกับสมาชิก 58 คน อย่างเป็นทีม

อู่ทอง ธุรกิจไม่แปรรูป และวัสดุก่อสร้างรายใหญ่ มีปริมาณมูลค่าไม่หมื่นเวียนนับหลายร้อยล้านบาท บนพื้นที่ 8 ไร่ของอำเภออู่ทอง จ.สุพรรณบุรี เพราะเติบโตเรียนรู้ธุรกิจมาตั้งแต่เกิด เมื่อถึงเวลาต้องเข้ามาบริหารธุรกิจครอบครัว ตั้งแต่เรียนจบ คุณโบจึงสามารถทำงาน

และวัสดุก่อสร้างจะเป็นธุรกิจที่มีการเจริญเติบโตอย่างต่อเนื่อง ตามความเติบโตของการก่อสร้างและการขยายของเมือง แต่ธุรกิจต้องมีการเปลี่ยนแปลงพัฒนาไปตามยุคสมัย จึงได้ร่วมมือกับพี่น้อง สร้างแบรนด์ สร้างชื่อธุรกิจ จาก ก.วัฒนผล เป็นชื่อสากลคือ K.W. และมี



Social media เป็นช่องทางการขายใหม่ และระบบออนไลน์เข้ามาช่วยอำนวยความสะดวกในการสั่งซื้อ และชำระเงิน อนาคตวางแผนจะขยายธุรกิจสู่ Super Store วัสดุก่อสร้างที่ทันสมัย”

สืบทอดธุรกิจครอบครัวสู่การสืบทอด YEC เจน 3

หลักการบริหารธุรกิจ K.W. โดยการรักษาฐานลูกค้าเดิม และขยายฐานลูกค้าใหม่แล้ว คุณโบยังยึดหลักการบริหารงานมาจากรุ่นพ่อคือ ขยัน ซื่อสัตย์ อดทน พร้อมเปิดบริการทุกวัน โดยไม่มีวันหยุด และให้ความสำคัญกับคนงานเก่าแก่ที่อยู่มาตั้งแต่เดิม กว่า 20 คน ดูแลเหมือนเป็นหนึ่งในสมาชิกครอบครัว ถึงแม้จะทำธุรกิจค้าไม้ แต่มีหัวใจของค้าแท้จริง เป็นนักจิตอาสาตัวจริง ตั้งแต่รุ่นพ่อที่เข้าช่วยงานสังคมเป็นกรรมการหอการค้าจังหวัดสุพรรณบุรี และยังชักชวนลูกสาวคือ คุณโบ เข้าสมัครเป็นสมาชิก YEC นักธุรกิจรุ่นใหม่หอการค้าจังหวัดสุพรรณบุรี ตั้งแต่รุ่นบุกเบิก เรียก

ว่า เป็นคู่จิตอาสาพ่อลูกก็ว่าได้ ขณะที่คุณลูกสาวรับตำแหน่ง ประธาน YEC หอการค้าจังหวัดสุพรรณบุรี คุณพ่อยัง

การทำงานหลายๆ อย่างในเวลาเดียวกัน นอกจากการแบ่งเวลาจะสำคัญแล้ว การมีข้อคิดที่ดี คิดประจําใจดีก็เป็นส่วนหนึ่งของการย้าเตือนให้เรามุ่งมั่นทำสิ่งดีต่อไปข้างหน้าได้เช่นกัน

พ่วงอีกหนึ่งตำแหน่งคือ ผู้พิพากษาสมทบ ศาลเยาวชนอีกด้วย

“พ่อพาไปสมัครสมาชิก YEC เพราะพ่อกลัวเราจะไม่มีเพื่อน ถ้าเรามีเพื่อนเป็นนักธุรกิจรุ่นราวคราวเดียวกันจะหาอะไร ต้องการอะไรก็ได้หมดจากกลุ่มธุรกิจที่อยู่ใน Network แล้วก็เป็นอย่างนั้นจริงๆ คือ เอื้อทั้งด้านธุรกิจและสังคมในเวลาเดียวกัน”

แนวทางการบริหาร YEC หอการค้าจังหวัดสุพรรณบุรี เจน 3

หลังจาก คุณโบ ได้เข้าสู่วงการ YEC หอการค้าจังหวัดสุพรรณบุรี มา

ตั้งแต่ปี 2556 ได้ผ่านประสบการณ์การทำงานร่วมกับสมาชิก และประธาน YEC ทั้งสองคนมาแล้ว เมื่อถึงเวลาที่ต้องทำหน้าที่ต่อไป สำหรับการเป็นประธาน YEC เจน 3 ป้ายแดง เพิ่งรับตำแหน่งเมื่อเดือนมีนาคม 2562 นี้ นอกจากการสืบสานนโยบายดีที่ประธานทั้งสองท่านได้วางไว้แล้ว สิ่งที่คุณโบมุ่งมั่นสร้างให้แก่สมาชิกนักธุรกิจรุ่นใหม่เมืองสุพรรณบุรี คือ เธอจะเป็นน้ำไม่เต็มแก้ว เป็นประธานที่สมาชิกเข้าถึงได้พร้อมรับฟังความคิดเห็น ทุกข์สุข ของสมาชิกทุกคน เพื่อสร้างสมดุลระหว่างลักษณะธุรกิจของสมาชิก และ

ภารกิจจิตอาสาที่จะต้องขับเคลื่อนต่อไป

“เราไม่ใช่ประธานที่เก่ง แต่เรามีรองประธาน เลขา และกรรมการที่เข้มแข็ง เราจะก้าวไปด้วยกัน ทำงานร่วมกับสมาชิก 58 คน อย่างเป็นทีม คิดว่าสมาชิก 58 คนกำลังดี เราอยากเน้นคุณภาพได้ทำงานกับคนที่อยากทำงาน เพื่อสังคมเหมือนกัน แต่เราก็ไม่ได้ปิดกัน ยังเปิดรับสมัครสมาชิกใหม่ อยากให้มากันเยอะๆ คิดว่า ถ้าเขาเห็นคุณค่าของการเป็น YEC เขาจะมากันเอง”

ทุกปัญหามีไว้ให้พองชน

แม้การบริหารงาน YEC จะมีปัญหาบ้าง ที่หลายจังหวัดก็อาจพบคือ

การขาดประชุม เพราะนักธุรกิจรุ่นใหม่
ในวัยนี้ทุกคนจะมีภารกิจรัดตัวที่ต้อง
ดูแล ดังนั้นคุณโปจึงแก้ไขปัญหานี้ โดย
กำหนดค่าสมัคร สำหรับเป็นค่าใช้จ่าย
ในการประชุมทั้งปี 3,500 บาท และแจ้ง
กำหนดการประชุมล่วงหน้าเป็นระยะ
ทั้งแบบรายกลุ่ม และรายบุคคล แต่งตั้ง
รองประธาน YEC ที่มีความเก่งกาจใน
แต่ละด้านช่วยกันทำงานที่ถนัด ได้แก่
ด้านกิจกรรม กีฬา ประชาสัมพันธ์
โภชนาการ (ประสานงานประชุมเวียน
ไปตามร้านอาหารของสมาชิก) และ
พยาบาล เป็นต้น ในแต่ละปีจะจัด
กิจกรรมค่ายสำหรับหมู่สมาชิก และ
สมาชิกใหม่เพื่อกระชับความสัมพันธ์
ระหว่างกันให้มากยิ่งขึ้น

กิจกรรมไฮไลท์ ปี 62

หลังการรับตำแหน่ง ประธานเจน
3 ได้มีการจัดกิจกรรมแรกคือ กิจกรรม
เข้าค่าย เพื่อกระชับความสัมพันธ์
ระหว่างสมาชิก และเป็นทำให้ได้รู้จัก
กันมากขึ้นแล้ว ยังมีแผนจัดสัมมนา
อัปเดตความรู้แก่สมาชิก และผู้สนใจ
ทั้งในเรื่องทั่วไปที่ควรรู้ อาทิ เรื่องกฎหมาย
ประเด็นที่อยู่ในกระแสและมีผลด้าน
การแพทย์ การสัมมนาธุรกิจ กิจกรรม
บริจาคโลหิตร่วมกับหอการค้าจังหวัดฯ
การเยี่ยมธุรกิจระหว่างสมาชิก ยังคง
ดำเนินการต่อไป โดยเฉพาะอย่างยิ่ง
จะเน้นกิจกรรมส่งเสริมการท่องเที่ยว
มากขึ้น การชูแหล่งท่องเที่ยวใหม่ของ
สุพรรณบุรี โดยเฉพาะในอ.อู่ทอง ที่มี
แหล่งท่องเที่ยวที่น่าสนใจใน อาทิ พระใหญ่
ที่เกิดจากการแกะสลักหินบริเวณภูเขา





ทุ่งทานตะวันที่ชาวโรงสีข้าวช่วยกันปลูกเพื่อให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวใหม่ใกล้เมือง การส่งเสริมการท่องเที่ยวชุมชน อาทิ การจัดเทศกาลอาหารจานแก้ว ฟิช GI มีปลูกที่เดียวที่ อ.ศรีประจัน การมอบป้ายของดีเมืองสุพรรณบุรีโดยมอบให้แก่ร้านค้า โรงแรม ร้านอาหาร ตลอดจนงานบริการที่ดีมีคุณภาพ สะอาดจริง อร่อยจริง ที่สำคัญธุรกิจเหล่านี้ต้องเป็นสมาชิกหอการค้าจังหวัดสุพรรณบุรี สำหรับนักท่องเที่ยวก็สามารถสังเกตสินค้าและบริการคุณภาพจากป้ายนี้

คติประจำใจที่ยึดถือ

การทำงานหลายๆ อย่างในเวลาเดียวกัน นอกจากการแบ่งเวลาจะ

ปัจจุบันคือ ของจริง อดีตคือเวลาที่ผ่านไปแล้ว อนาคตเราต้องทำให้ดีที่สุดเท่านั้น

สำคัญแล้ว การมีข้อคิดที่ดี คติประจำใจดีก็เป็นส่วนหนึ่งของการยืนหยัดให้เรามุ่งมั่นทำสิ่งดีต่อไปข้างหน้าได้เช่นกัน เช่นเดียวกับ คุณโบ คติประจำใจคือ “ปัจจุบันคือ ของจริง อดีตคือเวลา

ที่ผ่านไปแล้ว อนาคตเราต้องทำให้ดีที่สุดเท่านั้น ถ้าทำได้ตามนี้ต้องดีแน่นอน ถ้าเราทำความดียังงี้ก็ต้องได้ดีเช่นเดียวกับ พวกเราเป็นคนตัวเล็กๆ มาร่วมมือ ร่วมใจกัน ก็สามารถสร้างพลังยิ่งใหญ่ สามารถทำงานใหญ่ได้เพื่อชุมชน เพื่อจังหวัดของเราได้แน่นอน”

นอกจากคุณโบ หรือ น้องโบ ประพิน เศรษฐขยานนท์ เธอจะเป็นสาวสวย วัยใส เจ้าของธุรกิจใหญ่ ทำงานเก่งแล้ว เธอยังเป็นคนที่มีความจิตใจดีชอบเข้าวัดทำบุญ และชอบกิจกรรมจิตอาสาด้วยคนหนึ่งอีกด้วย

เราจะติดตามผลงาน และให้กำลังใจ YEC หอการค้าจังหวัดสุพรรณบุรี กันต่อไป เพื่อให้เธอสามารถนำทีมทำงานได้ประสบความสำเร็จตามที่เธอหวังไว้ 

WANTED

เด็กหัวการค้า



รับสมัครนักศึกษาใหม่ ปี 2560
ตั้งแต่วันนี้เป็นต้นไป
มีทุนการศึกษาและสิทธิพิเศษมากมาย



นักศึกษาใหม่จะได้รับ
iPad Mini4*
เป็นอุปกรณ์การเรียน
ในระบบ Digital Hybrid
Learning System