นิตยสารเศรษฐกิจและธุรกิจรายเดือน

UTCC

Thailand Economic & Business Review

ปีที่ 16 ฉบับที่ 1
January 2020

Economic Review

เศรษฐกิจไทยปี 63...ยังน่าห่วง คาดโตต่ำกว่า 2.5% เหตุซ้ำเติมจากโคโรน่าในจีน

โดย ผศ. ดร. ธนวรรธน์ พลวิชัย อธิการบดีมหาวิทยาลัยหอการค้าไทย

Business Review

มูลค่าทางเศรษฐกิจและสังคมของกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงกีฬา (Sports Tourism)

โดย ศูนย์พยากรณ์เศรษฐกิจและธุรกิจ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย

Strategy

ธุรกิจครอบครัว ตอน ภาวะผู้นำ

โดย รศ. ดร. เอกชัย อภิศักดิ์กุล

Interview

YEC Update
เพราพิลาส พุทธา
ประธาน YEC หอการค้าจังหวัดฉะเชิงเทรา

ดัชนีสถานการณ์ธุรกิจ
และดัชนีความสามารถการแข่งขันธุรกิจ ประจำไตรมาส 4/2562

SMEs

80 บาท

เด็กหัวการค้า | WE'RE INNOVATION DRIVEN ENTREPRENEURS

UTCC

มหาวิทยาลัยชั้นนำด้านธุรกิจ และการสร้างผู้ประกอบการที่ขับเคลื่อนด้วยนวัตกรรม

INNOVATION DRIVEN ENTREPRENEURSHIP: IDE

โดยแนวคิดจาก MIT สหรัฐอเมริกา

QS World University Rankings 2016

จัดอันดับมหาวิทยาลัยหอการค้าไทย
เป็นมหาวิทยาลัยเอกชน
ที่ติดอันดับ1 ใน15 มหาวิทยาลัยทั่วประเทศ
ที่นายจ้างพึงพอใจ

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 โทและโทควบเอก) • **M.Econ.** (เศรษฐศาสตร์ธุรกิจ)
- **M.Sc.** (วิศวกรรมการเงิน) • **M.Sc.** (การตรวจสอบภายใน) • **M.Sc.** (คณิตศาสตร์และเทคโนโลยีสารสนเทศ)
- **M.Sc.** (การจัดการเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร) • **M.Eng.** (วิศวกรรมธุรกิจ) • **M.Eng.** (วิศวกรรมสนเทศศาสตร์)
- **LL.M.** (กลุ่มวิชากฎหมายตลาดทุน การเงินและภาษี กลุ่มวิชากฎหมายการหลอมรวมสื่อและเทคโนโลยีการสื่อสาร)

หลักสูตรปริญญาตรีใบที่ 2
(เรียนจบภายใน 2 ปี*)
- บัญชี
- ภาษาอังกฤษ • ภาษาจีน
- ภาษาญี่ปุ่น • ภาษาเกาหลี

หลักสูตรปริญญาเอก
- โลจิสติกส์ **Ph.D. (Logistics)**
- นิเทศศาสตร์การตลาด **Ph.D. (Marketing Communication)**

สอบถามรายละเอียดเพิ่มเติมได้ที่ : **บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย**
โทร. 02-697-6881-6

*รายละเอียดอาจมีการเปลี่ยนแปลงตามที่มหาวิทยาลัยกำหนด

www.utcc.ac.th | แบ่งชำระค่าเล่าเรียน นานสูงสุด 4 เดือน 0%*

ม.หอการค้าไทย | @UTCC

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 Special Report ขอเสนอ ดัชนีสถานการณ์ธุรกิจ SMEs และ ดัชนีความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจ SMEs ประจำไตรมาส 4/2562 โดยศูนย์พยากรณ์เศรษฐกิจและธุรกิจ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย ซึ่งพบว่า ดัชนีความสามารถในการแข่งขันของ SMEs ไตรมาสที่ 4/2562 พบว่า อยู่ที่ระดับ 46.1 ปรับตัวลดลง 0.8 จุด เมื่อเทียบกับไตรมาสที่ผ่านมา และคาดว่าในไตรมาสที่ 1/2563 จะเพิ่มขึ้นอยู่ที่ระดับ 46.6 ผลสำรวจความต้องการความช่วยเหลือ สนับสนุนหรือพัฒนากิจการจากภาครัฐ โดยกลุ่มตัวอย่างระบุว่า ต้องการการสนับสนุน 4 ด้าน อาทิ การสนับสนุนและการพัฒนาเศรษฐกิจ, การส่งเสริมธุรกิจ, สินเชื่อ และภาษี รายงานอยู่ภายในเล่ม

ต่อด้วย Economic Review โดย **ผศ.ดร.ธนวรรธน์ พลวิชัย อธิการบดีมหาวิทยาลัยหอการค้าไทย** และประธานที่ปรึกษาศูนย์พยากรณ์เศรษฐกิจและธุรกิจ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย กับการวิเคราะห์เศรษฐกิจไทยปี 63...ยังน่าห่วงคาดโตต่ำกว่า 2.5% เหตุซ้ำเติมจากโคโรน่าในจีน และต่อด้วย Business Review กับเรื่อง มูลค่าทางเศรษฐกิจและสังคมของกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงกีฬา (Sports Tourism) กรณีศึกษาการจัดการแข่งขันกอล์ฟ Honda LPGA Thailand จังหวัดชลบุรี และต่อด้วย Strategy กับธุรกิจครอบครัว ตอน ภาวะผู้นำ โดย **รองศาสตราจารย์ ดร. เอกชัย อภิศักดิ์กุล** และปิดท้ายด้วย บทสัมภาษณ์ YEC พบกับ **เพราพิลาส พุทธา ประธาน YEC หอการค้าจังหวัดฉะเชิงเทรา**

ฉบับนี้ ขึ้นต้นปี 2563 นี้ ทางทีมบรรณาธิการ ขอสวัสดีปีใหม่ผู้อ่านทุกท่านค่ะ ขอให้ปีนี้เป็นที่ดีของทุกท่าน และทีมเราจะนำเนื้อหาหลากหลายมาอัพเดตเรื่องเศรษฐกิจ และธุรกิจ พร้อมกับความรู้ด้านกลยุทธ์ มาให้ผู้อ่านทุกท่านค่ะ สุดท้ายเราหวังว่าเนื้อหาในเล่มนี้จะสร้างคุณประโยชน์ในการพัฒนาธุรกิจและองค์กรของทุกท่านค่ะ และตอนนี้ทุกท่านสามารถติดตามอ่าน Thailand Economic & Business Review ทางสื่อออนไลน์ได้ที่ Facebook: https://www.facebook.com/ThailandEcoReview Line Official: @ThailandEcoReview ค่ะ

อารดา มหามิตร
บรรณาธิการบริหาร

THE CONNECTIONS

UTCC
Graduate School
บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย

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)

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

นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต
- สาขาวิชานิเทศศาสตร์การตลาด (ภาคค่ำ และภาคเสาร์-อาทิตย์)

เศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต
- สาขาวิชาเศรษฐศาสตร์ธุรกิจ (ภาคเสาร์-อาทิตย์)

บัญชีมหาบัณฑิต (ภาคเสาร์-อาทิตย์)

นิติศาสตรมหาบัณฑิต (ภาคเสาร์-อาทิตย์)

วิศวกรรมศาสตรมหาบัณฑิต
- สาขาวิชาวิศวกรรมคอมพิวเตอร์และเทคโนโลยีการเงิน (ภาคเสาร์-อาทิตย์)

หลักสูตรปริญญาเอก

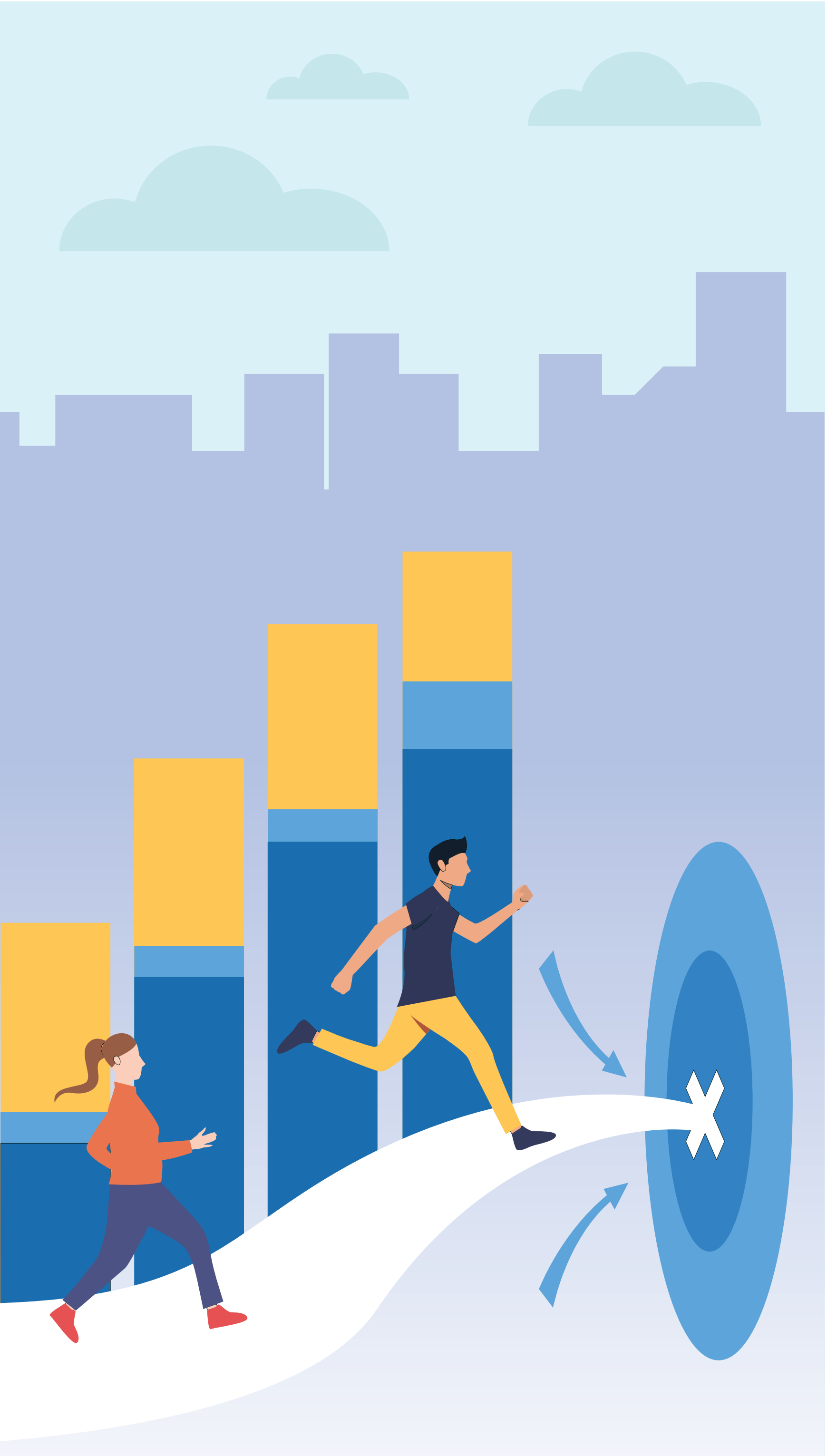
ปรัชญาดุษฎีบัณฑิต • สาขาวิชาโลจิสติกส์ (ภาคเสาร์-อาทิตย์)

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

สิทธิพิเศษ!
สำหรับศิษย์เก่ามหาวิทยาลัยหอการค้าไทย
ได้รับส่วนลดค่าหน่วยกิต 10% ตลอดหลักสูตร

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย | Line id : 0953675512


Designed by katemangostar / Freepik

Thailand Economic & Business Review
ThailandEcoReview @ThailandEcoReview
YouTube ThailandEconomic&BusinessReview

4 Editor's Notes

9 ดัชนีสถานการณ์ธุรกิจ SMEs และ
ดัชนีความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจ SMEs
ประจำไตรมาสที่ 4/2562

20 เศรษฐกิจไทยปี 63 ยังน่าห่วง
คาดโตต่ำกว่า 2.5%
เหตุซ้ำเติมจากโคโรน่าในจีน

24 มูลค่าทางเศรษฐกิจและสังคมของกิจกรรม
การท่องเที่ยวเชิงกีฬา (Sports Tourism)
กรณีศึกษาการจัดการแข่งขันกอล์ฟ
Honda LPGA Thailand จังหวัดชลบุรี

30 ธุรกิจครอบครัว
ตอน ภาวะผู้นำ

Poll
ดัชนีสถานการณ์ธุรกิจ SMEs และ
ดัชนีความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจ SMEs
ประจำไตรมาสที่ 4/2562
06

ทีมบรรณาธิการ
ที่ปรึกษา: อิสระ ว่องกุศลกิจ, วิชัย อัศรัสกร, รศ.ดร. จีรเดช อู่สวัสดิ์
บรรณาธิการอำนวยการ: รศ.ดร. เสาวณีย์ ไทยรุ่งโรจน์ **รองบรรณาธิการอำนวยการ:** ผศ.ดร. ธนวรรธน์ พลวิชัย
บรรณาธิการบริหาร: อารดา มหามิตร **รองบรรณาธิการบริหาร:** ทิติภา ตั้งใจในธรรม, ดร. โศภชา เอี่ยมโอภาส
กองบรรณาธิการ: กาญจนา ไทยชน, ปิยะ นนทรักษ์, คมกริช นาคะลักษณ์, รศ.ดร. อัทธ์ พิศาลวานิช,
ดร. จักรกรินทร์ ศรีมูล, รศ.ดร. วีระชาติ กิเลนทอง, ผศ. มานา ปัจฉิมนันท์, อ. อรพรรณ สุนทรกลัมพ์
อำนวยการศิลปกรรม: มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย **เลขากองบรรณาธิการ:** จิตต์ดิษฐภัสสร์ 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 วรุณสิริ, ดร. ตระหนักจิต ยุตยรรยง, ดร. จิตรัตน์ ช่างหล่อ ฯลฯ
ฝ่ายโฆษณาและการตลาด: วีณา สุขใจ, เสาวนีย์ เทียมเมือง, สุดาวรรณ เข็มทอง **ฝ่ายบัญชีและการเงิน:** เบญจวรรณ มณีพันธุ์
ติดต่อลงโฆษณาได้ที่ศูนย์บริการวิชาการ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย โทร. 02-697-6861-3 แฟกซ์ 02-277-1803

40

เพราพิลาส พุทรา

ประธาน YEC ฉะเชิงเทรา เจน 4
สร้างความหมายใหม่ให้งานจิตอาสา

QUOTE in this ISSUE

เศรษฐกิจไทยปี 63 ยังน่าห่วง คาดโตต่ำกว่า 2.5% เหตุซ้ำเติมจากโคโรน่าในจีน

20

หากงบประมาณปี 2563 ล่าช้าไปกว่าแผนเดิมที่เคยกำหนดไว้ที่จะนำมาใช้ได้ในช่วงเดือนกุมภาพันธ์นี้ โดยอาจล่าช้าไปอย่างน้อยกว่าเดิม 3 เดือน คือ นำมาใช้ได้ในช่วงเดือนพฤษภาคม ถ้าเป็นไปตามนี้ เศรษฐกิจไทยคงยังไม่เสียอาการ แต่อาจทำให้การขยายตัวของเศรษฐกิจต่ำกว่าเดิม ซึ่งในปีนี้ศูนย์พยากรณ์ฯ คาดไว้ว่าน่าจะโต ต่ำกว่า 2.8%

ดัชนีสถานการณ์ธุรกิจ SMEs และดัชนีความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจ SMEs ประจำไตรมาสที่ 4/2562

09

ความต้องการความช่วยเหลือสนับสนุนหรือพัฒนากิจการจากภาครัฐ ด้านการสนับสนุนและการพัฒนาเศรษฐกิจ เช่น นโยบายภาครัฐ การส่งเสริมด้านเงินลงทุน การส่งออก ราคาน้ำมัน การกระตุ้นเศรษฐกิจของประเทศ และการลดค่าครองชีพ ด้านการส่งเสริมธุรกิจ เช่น ส่งเสริมธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม สร้างความเชื่อมั่นในการทำธุรกิจ สนับสนุนธุรกิจชุมชน ช่องทางการจัดจำหน่ายสินค้าทั้งในและต่างประเทศ

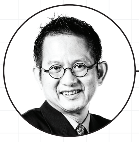
24

รัฐบาลไทยจึงได้มีการประกาศนโยบายการส่งเสริมการท่องเที่ยวของไทยสู่เวทีนานาชาติ โดยกำหนดให้การท่องเที่ยวเชิงกีฬาเป็นแนวทางการพัฒนาหนึ่งภายใต้แผนยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวไทยทั้งในแผนฉบับที่ 1 (พ.ศ. 2558 -2560) และฉบับที่ 2 (พ.ศ. 2560-2564) เนื่องจากเห็นว่าเป็นแนวทางการพัฒนาด้านการท่องเที่ยวที่ส่งเสริมขีดความสามารถทางการแข่งขันของไทย

มูลค่าทางเศรษฐกิจและสังคมของกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงกีฬา (Sports Tourism) กรณีศึกษาการจัดการแข่งขันกอล์ฟ Honda LPGA Thailand จังหวัดชลบุรี

30

ผู้นำของธุรกิจครอบครัว จึงหมายถึงการเป็นผู้นำที่เป็นผู้รับใช้ การประนีประนอมอ่อนน้อมถ่อมตน การมีอิทธิพลมาจากหลักการที่ถูกต้อง การให้บริการ การเกื้อกูล และ เอาใจใส่ต่อผู้อื่น เนื่องจากสมาชิกครอบครัวจะมีความอ่อนไหวเรื่องของการใช้อำนาจบงการ หากรู้สึกว่า ผู้นำธุรกิจครอบครัวมีการใช้อำนาจในตำแหน่งอาจเกิดการต่อต้านและนำมาซึ่งปัญหาความขัดแย้งในที่สุด



ธุรกิจครอบครัว ตอน ภาวะผู้นำ

ดัชนีสถานการณ์ธุรกิจ SMEs และ ดัชนีความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจ SMEs ประจำไตรมาสที่ 4/2562

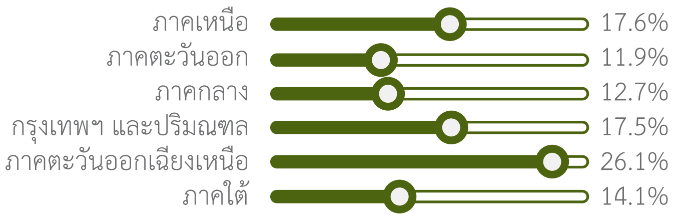
ธนาคารพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมแห่งประเทศไทย ร่วมกับศูนย์พยากรณ์เศรษฐกิจและธุรกิจ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย

ลักษณะทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง

ช่วงที่สำรวจข้อมูล: 25 ธันวาคม 2562 - 10 มกราคม 2563 จำนวนตัวอย่าง: 1,233 ตัวอย่าง

สัดส่วนของกลุ่มตัวอย่าง (1)

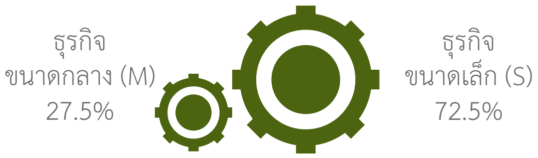
จำแนกตามภูมิภาค



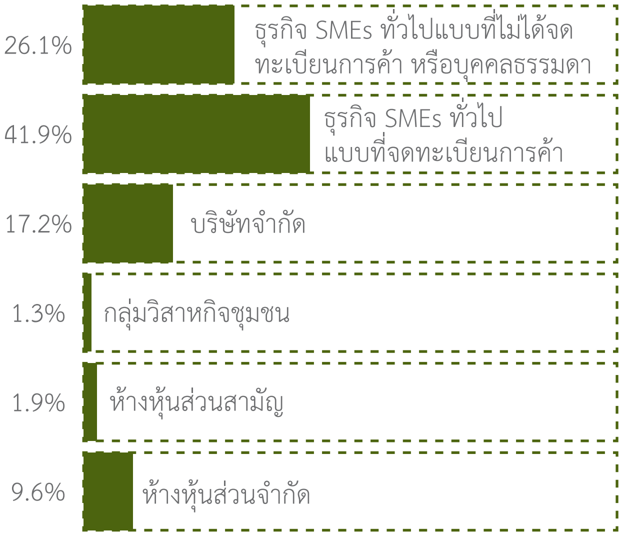
ประเภทของธุรกิจ

สัดส่วนของกลุ่มตัวอย่าง (2)

จำแนกตามขนาดของธุรกิจ



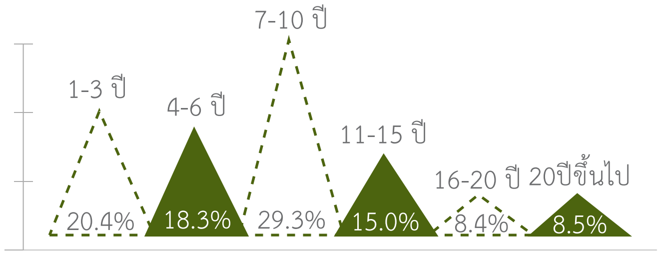
รูปแบบการดำเนินธุรกิจ



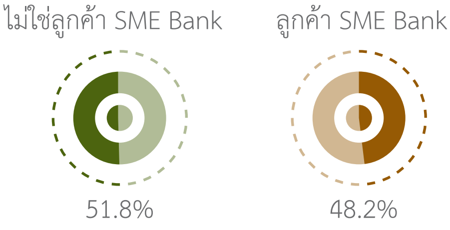
สัดส่วนของกลุ่มตัวอย่าง (3)

จำแนกตามระดับตลาดการแข่งขัน

จำแนกระยะเวลาที่เปิดดำเนินการ



สัดส่วนของกลุ่มตัวอย่าง (4)



ดัชนีความสามารถในการแข่งขันฯ ประจำไตรมาสที่ 4/2562

องค์ประกอบของดัชนีความสามารถในการแข่งขันฯ

ดัชนีสถานการณ์ธุรกิจ SMEs (SMEs Situation Index)

\+

ดัชนีความสามารถในการทำธุรกิจฯ (SMEs Competency Index)

\+

ดัชนีความยั่งยืนของธุรกิจ SMEs (SMEs Sustainability Index)

→ ดัชนีความสามารถในการแข่งขันฯ (SMEs Competitiveness Index)

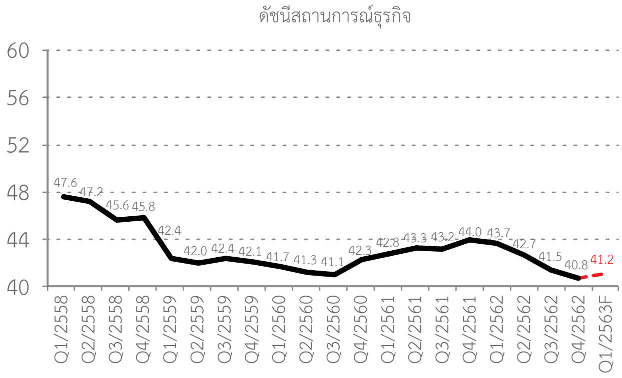
ค่าดัชนีฯ จะมีค่าสูงสุดเท่ากับ 100 และมีค่าต่ำสุดเท่ากับ 0 โดยถ้าหาก ....

ดัชนีฯ มีค่า <u>สูงกว่า</u>ระดับ 50	แสดงว่า ผู้ประกอบการธุรกิจ SMEs เห็นว่า สถานการณ์ด้านนั้นๆ อยู่ในเกณฑ์ที่ดี หรือมีแนวโน้มที่จะดีขึ้น
ดัชนีฯ มีค่า <u>เท่ากับ</u>ระดับ 50	แสดงว่า ผู้ประกอบการธุรกิจ SMEs เห็นว่า สถานการณ์ด้านนั้นๆ อยู่ในเกณฑ์ปานกลาง หรือมีแนวโน้มทรงตัว
ดัชนีฯ มีค่า <u>ต่ำกว่า</u>ระดับ 50	แสดงว่า ผู้ประกอบการธุรกิจ SMEs เห็นว่า สถานการณ์ด้านนั้นๆ อยู่ในเกณฑ์ที่แย่ หรือมีแนวโน้มที่จะแย่ลง

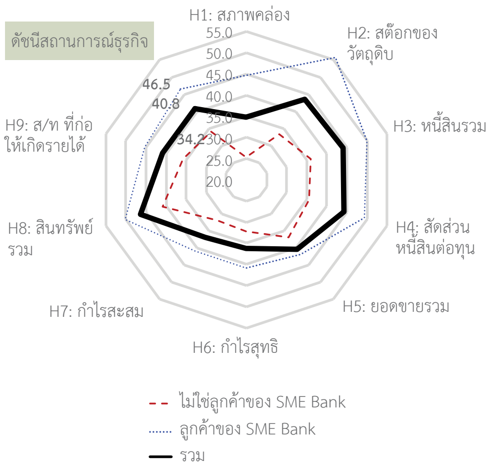
ดัชนีสถานการณ์ธุรกิจ ไตรมาสที่ 4/2562

ดัชนีสถานการณ์ธุรกิจ ไตรมาสที่ 4/2562 อยู่ที่ระดับ 40.8 ปรับตัวลดลง 0.7 จุด เมื่อเทียบกับไตรมาสที่ผ่านมา

	H1: สภาพคล่อง	H2: สต๊อกของวัตถุดิบ	H3: หนี้สินรวม	H4: สัดส่วนหนี้สินต่อทุน	H5: ยอดขายรวม	H6: กำไรสุทธิ	H7: กำไรสะสม	H8: สินทรัพย์รวม	H9: สินทรัพย์ที่ก่อให้เกิดรายได้	ดัชนีสถานการณ์ธุรกิจ
Q1/2562	37.9	47.1	46.7	46.4	43.3	40.3	39.6	48.1	44.0	43.7
Q2/2562	36.9	45.5	45.9	45.7	42.2	38.7	38.6	47.7	42.8	42.7
Q3/2562	35.6	44.1	44.9	45.0	41.0	36.9	37.5	47.2	41.7	41.5
Q4/2562	34.8	43.5	44.2	44.3	40.3	36.2	36.7	46.4	40.8	40.8
การเปลี่ยนแปลง	-0.8	-0.6	-0.8	-0.6	-0.8	-0.6	-0.7	-0.7	-0.9	-0.7

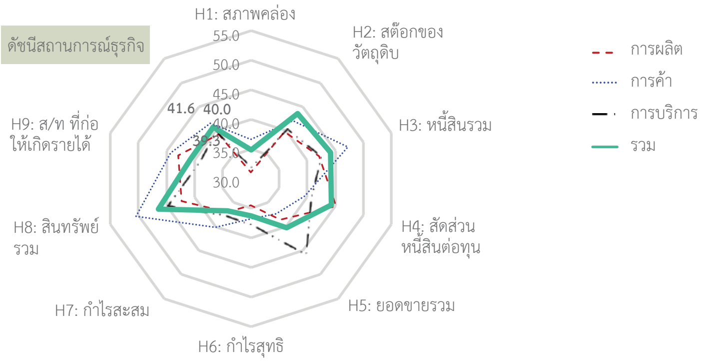


ดัชนีสถานการณ์ธุรกิจ ไตรมาสที่ 4/2562 จำแนกตามลักษณะการเป็นลูกค้า



		H1: สภาพคล่อง	H2: สต๊อกของวัตถุดิบ	H3: หนี้สินรวม	H4: สัดส่วนหนี้สินต่อทุน	H5: ยอดขายรวม	H6: กำไรสุทธิ	H7: กำไรสะสม	H8: สินทรัพย์รวม	H9: สินทรัพย์ที่ก่อให้เกิดรายได้	ดัชนีสถานการณ์ธุรกิจ
Q3/2562	ไม่ใช่ลูกค้า	26.1	34.1	37.0	36.4	37.8	32.8	32.6	41.6	36.6	35.0
	ลูกค้า SME Bank	45.3	56.2	50.6	49.6	42.5	41.2	41.2	50.7	46.1	47.0
Q4/2562	ไม่ใช่ลูกค้า	25.3	33.3	36.1	35.6	36.9	32.1	31.8	40.8	35.7	34.2
	ลูกค้า SME Bank	44.6	55.8	49.9	49.3	41.9	40.8	40.7	50.1	45.3	46.5
การ	ไม่ใช่ลูกค้า	-0.8	-0.8	-0.9	-0.8	-0.9	-0.7	-0.8	-0.8	-0.9	-0.8
เปลี่ยนแปลง	ลูกค้า SME Bank	-0.7	-0.4	-0.7	-0.3	-0.6	-0.4	-0.5	-0.6	-0.8	-0.5

ดัชนีสถานการณ์ธุรกิจ ไตรมาสที่ 4/2562 จำแนกตามประเภทธุรกิจ



ดัชนีสถานการณ์ธุรกิจ ไตรมาสที่ 4/2562 จำแนกตามธุรกิจการผลิต

	H1: สภาพคล่อง	H2: สต๊อกของ วัตถุดิบ	H3: หนี้สินรวม	H4: สัดส่วน หนี้สินต่อทุน	H5: ยอดขายรวม	H6: กำไรสุทธิ	H7: กำไรสะสม	H8: สินทรัพย์รวม	H9: สินทรัพย์ที่ก่อให้เกิดรายได้	ดัชนีสถานการณ์ ธุรกิจ
ธุรกิจอาหาร และเครื่องดื่ม	31.7	53.8	42.2	43.0	43.2	35.7	40.8	41.1	42.5	41.6
ธุรกิจสิ่งทอ และแฟชั่น	30.9	30.7	42.1	44.3	38.0	33.0	32.5	41.5	40.7	37.1
ธุรกิจหัตถกรรม	35.4	29.0	38.3	54.7	20.7	29.5	46.6	28.6	31.2	34.9
ธุรกิจพลาสติก และยาง	37.5	42.1	43.0	40.7	39.3	41.0	29.2	49.9	47.9	41.2
ธุรกิจอัญมณี และเครื่องประดับ	34.4	35.5	32.7	40.2	41.4	38.7	36.5	36.6	43.1	37.7
ธุรกิจชิ้นส่วนยานยนต์	21.8	53.4	53.8	62.7	55.4	35.9	30.8	54.3	61.2	47.7
ธุรกิจสิ่งพิมพ์	43.7	42.4	39.4	35.0	46.8	45.7	52.1	51.9	56.1	45.9
ธุรกิจเฟอร์นิเจอร์ และผลิตภัณฑ์จากไม้	22.9	47.7	45.8	43.1	32.8	27.7	28.1	29.2	31.0	34.3
รวม	31.1	39.8	42.1	45.2	38.5	34.5	36.9	42.3	42.9	39.3

ดัชนีสถานการณ์ธุรกิจ ไตรมาสที่ 4/2562 จำแนกตามธุรกิจการค้า

	H1: สภาพคล่อง	H2: สต๊อกของ วัตถุดิบ	H3: หนี้สินรวม	H4: สัดส่วน หนี้สินต่อทุน	H5: ยอดขายรวม	H6: กำไรสุทธิ	H7: กำไรสะสม	H8: สินทรัพย์รวม	H9: สินทรัพย์ที่ก่อให้เกิดรายได้	ดัชนีสถานการณ์ ธุรกิจ
ธุรกิจค้าส่ง	33.1	43.4	41.9	39.7	34.7	34.8	38.0	44.7	38.2	38.7
ธุรกิจค้าปลีก	41.0	43.0	52.8	40.3	41.1	41.1	43.0	54.6	51.1	45.3
รวม	36.6	42.1	47.3	39.6	37.3	36.8	40.2	50.4	44.3	41.6

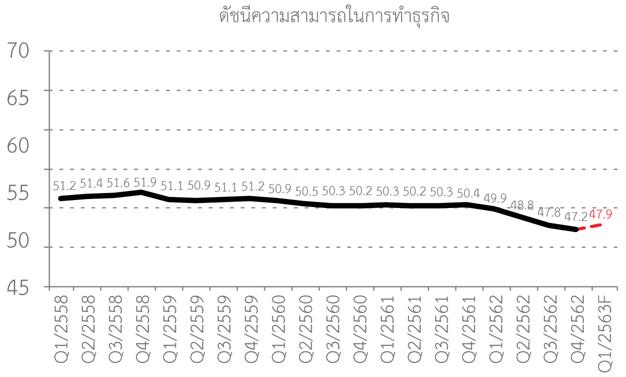
ดัชนีสถานการณ์ธุรกิจ ไตรมาสที่ 4/2562 จำแนกตามประเภทธุรกิจการบริการ

	H1: สภาพคล่อง	H2: สต็อกของวัตถุดิบ	H3: หนี้สินรวม	H4: สัดส่วนหนี้สินต่อทุน	H5: ยอดขายรวม	H6: กำไรสุทธิ	H7: กำไรสะสม	H8: สินทรัพย์รวม	H9: สินทรัพย์ที่ก่อให้เกิดรายได้	ดัชนีสถานการณ์ธุรกิจ
ธุรกิจร้านอาหาร/ภัตตาคาร	43.8	49.2	40.3	44.4	57.0	35.9	33.2	44.5	36.7	42.8
ธุรกิจบริการเสริมสวย (ร้านเสริมสวย เครื่องสำอางค์)	34.0	44.1	48.1	44.6	37.8	38.0	39.1	43.2	41.0	41.1
ธุรกิจบริการด้านสุขภาพและความงาม	32.9	50.6	41.3	28.0	57.5	40.1	41.2	44.1	38.0	41.5
ธุรกิจท่องเที่ยว/สันทนาการ	33.7	44.4	46.5	55.4	48.0	34.9	32.6	55.0	47.6	44.2
ธุรกิจโรงแรม/เกสต์เฮ้าส์	31.6	52.7	49.1	50.1	54.6	42.7	38.0	55.0	44.4	46.5
ธุรกิจบริการด้านการศึกษา	19.5	23.3	32.2	29.1	23.3	28.3	26.8	29.9	40.5	28.1
ธุรกิจขนส่ง และโลจิสติกส์	33.1	36.4	37.1	31.2	52.0	42.7	41.7	41.6	42.0	39.8
ธุรกิจก่อสร้าง/พัฒนาอสังหาริมทรัพย์	32.8	38.0	45.1	42.9	37.8	45.8	45.8	40.5	37.6	40.7
รวม	31.9	40.3	42.4	40.6	45.7	37.7	37.6	44.7	39.2	40.0

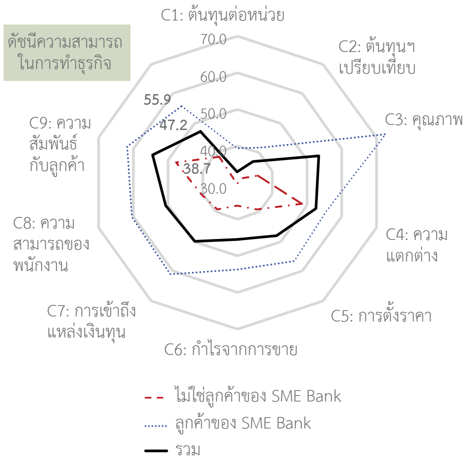
ดัชนีความสามารถในการทำธุรกิจ ไตรมาสที่ 4/2562

ดัชนีความสามารถในการทำธุรกิจ ไตรมาสที่ 4/2562 อยู่ที่ระดับ 47.2 ปรับตัวลดลง 0.6 จุด เมื่อเทียบกับไตรมาสที่ผ่านมา

	C1: ต้นทุนต่อหน่วย	C2: ต้นทุนฯ เปรียบเทียบ	C3: คุณภาพ	C4: ความแตกต่าง	C5: การตั้งราคา	C6: กำไรจากการขาย	C7: การเข้าถึงแหล่งเงินทุน	C8: ความสามารถของพนักงาน	C9: ความสัมพันธ์กับลูกค้า	ดัชนีความสามารถในการทำธุรกิจ
Q1/2562	35.3	39.4	55.6	54.0	51.5	49.7	52.9	53.6	57.5	49.9
Q2/2562	34.5	38.6	54.9	53.9	49.9	47.9	51.8	52.4	55.1	48.8
Q3/2562	33.6	37.8	54.3	53.5	48.6	46.3	50.4	51.2	54.8	47.8
Q4/2562	33.0	37.3	53.5	52.6	48.0	45.5	49.7	50.6	54.4	47.2
การเปลี่ยนแปลง	-0.6	-0.5	-0.8	-0.9	-0.6	-0.8	-0.7	-0.6	-0.4	-0.6

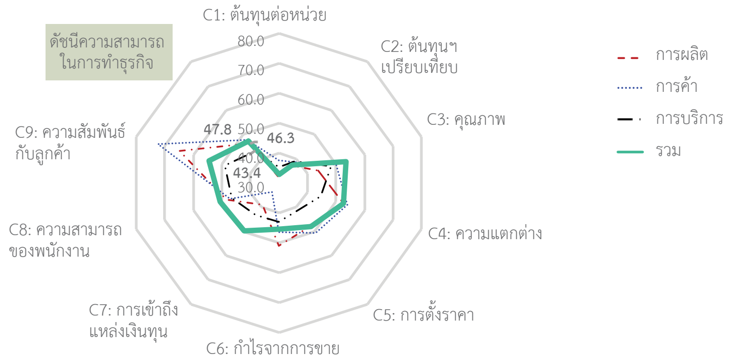


ดัชนีความสามารถในการทำธุรกิจ ไตรมาสที่ 4/2562 จำแนกตามลักษณะการเป็นลูกค้า



		C1: ต้นทุนต่อหน่วย	C2: ต้นทุนฯ เปรียบเทียบ	C3: คุณภาพ	C4: ความแตกต่าง	C5: การตั้งราคา	C6: กำไรจากการขาย	C7: การเข้าถึงแหล่งเงินทุน	C8: ความสามารถของพนักงาน	C9: ความสัมพันธ์กับลูกค้า	ดัชนีความสามารถในการทำธุรกิจ
Q3/2562	ไม่ใช่ลูกค้า	30.3	32.1	37.0	49.6	39.8	37.3	40.3	41.4	48.3	39.6
	ลูกค้า SME Bank	39.7	42.3	73.0	56.1	56.8	54.3	61.3	60.7	61.8	56.2
Q4/2562	ไม่ใช่ลูกค้า	29.5	31.5	35.9	48.4	39.0	36.3	39.2	40.5	47.7	38.7
	ลูกค้า SME Bank	39.4	41.9	72.5	55.6	56.4	53.7	61.0	60.5	61.7	55.9
การเปลี่ยนแปลง	ไม่ใช่ลูกค้า	-0.8	-0.6	-1.1	-1.2	-0.8	-1.0	-1.1	-0.9	-0.6	-0.9
	ลูกค้า SME Bank	-0.3	-0.4	-0.5	-0.5	-0.4	-0.6	-0.3	-0.2	-0.1	-0.3

ดัชนีความสามารถในการทำธุรกิจ ไตรมาสที่ 4/2562 จำแนกตามประเภทธุรกิจ



ดัชนีความสามารถในการทำธุรกิจ ไตรมาสที่ 4/2562 จำแนกตามธุรกิจการผลิต

	C1: ต้นทุนต่อหน่วย	C2: ต้นทุนฯ เปรียบเทียบ	C3: คุณภาพ	C4: ความแตกต่าง	C5: การตั้งราคา	C6: กำไรจากการขาย	C7: การเข้าถึงแหล่งเงินทุน	C8: ความสามารถของพนักงาน	C9: ความสัมพันธ์กับลูกค้า	ดัชนีความสามารถในการทำธุรกิจ
ธุรกิจอาหาร และเครื่องดื่ม	32.4	31.9	60.0	48.6	46.9	46.2	38.1	44.3	59.8	45.4
ธุรกิจสิ่งทอ และแฟชั่น	37.4	35.5	47.3	46.8	46.7	42.0	44.6	65.2	70.5	48.4
ธุรกิจหัตถกรรม	18.1	34.8	39.2	43.4	38.9	22.2	18.5	30.4	56.7	33.6
ธุรกิจพลาสติก และยาง	27.6	44.6	44.2	56.3	54.4	63.1	38.1	48.4	77.9	50.5
ธุรกิจอัญมณี และเครื่องประดับ	31.2	44.8	47.4	47.5	53.0	49.6	41.9	57.4	63.9	48.5
ธุรกิจชิ้นส่วนยานยนต์	38.6	47.2	31.6	67.5	60.1	71.5	38.9	56.9	82.4	55.0
ธุรกิจสิ่งพิมพ์	44.0	28.5	32.6	63.1	43.8	77.5	64.3	47.8	58.4	51.1
ธุรกิจเฟอร์นิเจอร์ และผลิตภัณฑ์จากไม้	26.5	32.7	50.8	46.3	44.6	46.1	29.9	45.9	67.7	43.4
รวม	31.8	37.3	43.6	52.7	48.0	50.9	39.2	48.5	64.7	46.3

ดัชนีความสามารถในการทำธุรกิจ ไตรมาสที่ 4/2562 จำแนกตามธุรกิจการค้า

	C1: ต้นทุนต่อหน่วย	C2: ต้นทุนฯ เปรียบเทียบ	C3: คุณภาพ	C4: ความแตกต่าง	C5: การตั้งราคา	C6: กำไรจากการขาย	C7: การเข้าถึงแหล่งเงินทุน	C8: ความสามารถของพนักงาน	C9: ความสัมพันธ์กับลูกค้า	ดัชนีความสามารถในการทำธุรกิจ
ธุรกิจค้าส่ง	32.9	39.5	51.8	48.6	44.5	43.7	31.9	47.8	66.5	45.2
ธุรกิจค้าปลีก	43.8	39.3	48.9	58.8	59.9	53.5	38.2	47.9	82.0	52.5
รวม	37.4	38.5	50.1	53.9	50.8	46.5	33.9	47.0	72.3	47.8

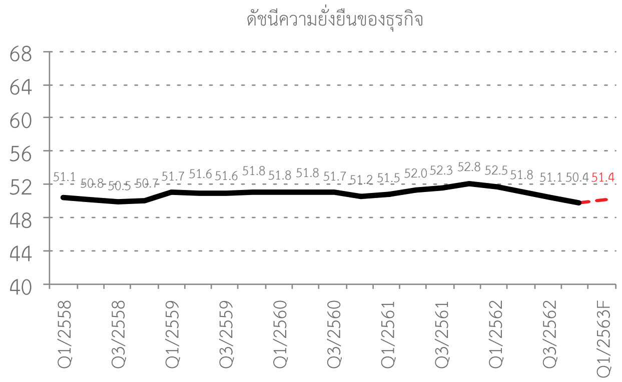
ดัชนีความสามารถในการทำธุรกิจ ไตรมาสที่ 4/2562 จำแนกตามธุรกิจการบริการ

	C1: ต้นทุนต่อหน่วย	C2: ต้นทุนฯ เปรียบเทียบ	C3: คุณภาพ	C4: ความแตกต่าง	C5: การตั้งราคา	C6: กำไรจากการขาย	C7: การเข้าถึงแหล่งเงินทุน	C8: ความสามารถของพนักงาน	C9: ความสัมพันธ์กับลูกค้า	ดัชนีความสามารถในการทำธุรกิจ
ธุรกิจร้านอาหาร/ภัตตาคาร	35.2	37.0	57.9	49.2	53.1	46.0	47.6	46.6	66.6	48.8
ธุรกิจบริการเสริมสวย (ร้านเสริมสวย เครื่องสำอางค์)	30.9	39.3	39.7	42.6	40.7	43.1	50.8	49.8	50.3	43.0
ธุรกิจบริการด้านสุขภาพและความงาม	36.7	42.7	49.7	37.5	42.3	42.1	30.5	36.1	59.0	41.8
ธุรกิจท่องเที่ยว/สันทนาการ	31.9	36.3	50.8	47.2	53.0	47.1	35.8	50.2	56.3	45.4
ธุรกิจโรงแรม/เกสต์เฮ้าส์	40.3	47.7	46.9	61.6	55.2	38.1	46.6	53.3	55.4	49.5
ธุรกิจบริการด้านการศึกษา	27.5	24.6	43.9	29.1	29.8	35.4	39.6	49.5	44.4	36.0
ธุรกิจขนส่ง และโลจิสติกส์	42.2	42.5	51.8	50.3	43.9	52.0	54.7	40.1	44.8	46.9
ธุรกิจก่อสร้าง/พัฒนาอสังหาริมทรัพย์	38.1	39.4	49.0	39.7	34.1	49.6	48.5	48.4	45.2	43.5
รวม	35.3	38.9	48.3	44.7	41.1	43.0	43.3	46.5	49.1	43.4

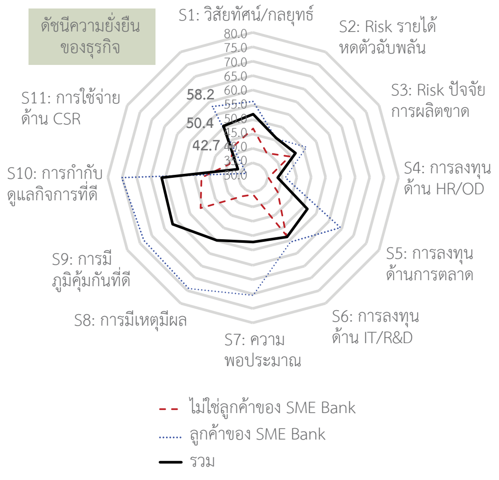
ดัชนีความยั่งยืนของธุรกิจ ไตรมาสที่ 4/2562

ดัชนีความยั่งยืนของธุรกิจ ไตรมาสที่ 4/2562 อยู่ที่ระดับ 50.4 ปรับตัวลดลง 0.7 จุด เมื่อเทียบกับไตรมาสที่ผ่านมา

	S1: วิสัยทัศน์/กลยุทธ์	S2: Risk รายได้หดตัวฉับพลัน	S3: Risk ปัจจัยการผลิตขาด	S4: การลงทุนด้าน HR/OD	S5: การลงทุนด้านการตลาด	S6: การลงทุนด้าน IT/R&D	S7: ความพอประมาณ	S8: การมีเหตุมีผล	S9: การมีภูมิคุ้มกันที่ดี	S10: การกำกับดูแลกิจการที่ดี	S11: การใช้จ่ายด้าน CSR	ดัชนีความยั่งยืนของธุรกิจ
Q1/2562	53.2	48.9	50.1	40.3	52.5	56	55.7	58.6	63	62.4	37.2	52.5
Q2/2562	51.7	47.9	49.1	39.9	52.3	55.1	54.6	57.4	62.8	62.3	37.0	51.8
Q3/2562	51.0	46.8	48.1	39.0	52.0	54.4	53.5	56.5	62.5	61.9	36.7	51.1
Q4/2562	51.8	45.7	46.8	38.4	51.5	53.4	52.1	55.0	61.9	61.3	36.0	50.4
การเปลี่ยนแปลง	0.8	-1.1	-1.3	-0.6	-0.5	-1.0	-1.4	-1.5	-0.6	-0.6	-0.6	-0.7

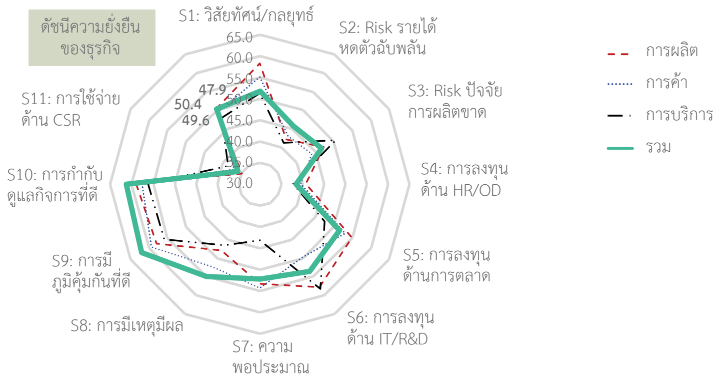


ดัชนีความยั่งยืนของธุรกิจ ไตรมาสที่ 4/2562 จำแนกตามลักษณะการเป็นลูกค้า



		S1: วิสัยทัศน์/กลยุทธ์	S2: Risk รายได้หดตัวฉับพลัน	S3: Risk ปัจจัยการผลิตขาด	S4: การลงทุนด้าน HR/OD	S5: การลงทุนด้านการตลาด	S6: การลงทุนด้าน IT/R&D	S7: ความพอประมาณ	S8: การมีเหตุมีผล	S9: การมีภูมิคุ้มกันที่ดี	S10: การกำกับดูแลกิจการที่ดี	S11: การใช้จ่ายด้าน CSR	ดัชนีความยั่งยืนของธุรกิจ
Q3/2562	ไม่ใช่ลูกค้า	46.4	40.9	45.8	36.1	40.3	54.1	37.9	39.5	51.7	48.5	40.3	43.8
	ลูกค้า SME Bank	55.0	46.4	52.4	41.3	64.9	55.6	71.0	75.0	73.5	75.5	33.0	58.5
Q4/2562	ไม่ใช่ลูกค้า	47.0	39.6	44.4	35.3	39.8	52.9	35.9	37.3	50.9	47.6	39.3	42.7
	ลูกค้า SME Bank	56.1	45.6	51.2	41.0	64.6	55.5	70.5	74.2	73.2	75.2	32.7	58.2
การเปลี่ยนแปลง	ไม่ใช่ลูกค้า	0.6	-1.3	-1.4	-0.8	-0.5	-1.2	-2.0	-2.2	-0.8	-0.9	-1.0	-1.0
	ลูกค้า SME Bank	1.1	-0.8	-1.2	-0.3	-0.3	-0.1	-0.5	-0.8	-0.3	-0.3	-0.3	-0.3

ดัชนีความยั่งยืนของธุรกิจ ไตรมาสที่ 4/2562 จำแนกตามประเภทธุรกิ



ดัชนีความยั่งยืนของธุรกิจ ไตรมาสที่ 4/2562 จำแนกตามธุรกิจการผลิต

	S1: วิสัยทัศน์/กลยุทธ์	S2: Risk รายได้หดตัวฉับพลัน	S3: Risk ปัจจัยการผลิตขาด	S4: การลงทุนด้าน HR/OD	S5: การลงทุนด้านการตลาด	S6: การลงทุนด้าน IT/R&D	S7: ความพอประมาณ	S8: การมีเหตุมีผล	S9: การมีภูมิคุ้มกันที่ดี	S10: การกำกับดูแลกิจการที่ดี	S11: การใช้จ่ายด้าน CSR	ดัชนีความยั่งยืนของธุรกิจ
ธุรกิจอาหาร และเครื่องดื่ม	55.6	39.7	45.9	29.5	45.6	55.0	43.9	52.7	56.6	65.1	35.2	47.7
ธุรกิจสิ่งทอ และแฟชั่น	60.5	43.8	40.3	37.2	46.4	54.1	53.1	41.2	48.7	49.3	36.7	46.5
ธุรกิจหัตถกรรม	61.4	33.7	50.8	23.3	43.7	42.2	55.9	43.8	68.2	77.4	38.9	49.0
ธุรกิจพลาสติก และยาง	59.4	50.6	48.5	56.8	59.6	65.6	56.8	50.9	64.2	64.6	38.3	55.9
ธุรกิจอัญมณี และเครื่องประดับ	48.7	26.1	47.5	35.7	43.6	59.5	44.8	61.4	53.9	67.6	23.7	46.6
ธุรกิจชิ้นส่วนยานยนต์	83.8	47.8	57.6	57.8	71.4	80.9	64.4	52.5	75.9	37.3	16.9	58.8
ธุรกิจสิ่งพิมพ์	54.0	47.5	42.7	57.6	72.1	65.5	57.3	38.7	42.8	57.9	59.0	54.1
ธุรกิจเฟอร์นิเจอร์ และผลิตภัณฑ์จากไม้	45.3	51.1	50.5	32.1	54.1	46.0	55.5	48.7	48.8	52.9	29.3	46.8
รวม	58.3	42.2	47.2	40.8	54.9	57.9	53.2	47.8	57.8	59.0	34.9	50.4

ดัชนีความยั่งยืนของธุรกิจ ไตรมาสที่ 4/2562 จำแนกตามธุรกิจการค้า

	S1: วิสัยทัศน์/กลยุทธ์	S2: Risk รายได้หดตัวฉับพลัน	S3: Risk ปัจจัยการผลิตขาด	S4: การลงทุนด้าน HR/OD	S5: การลงทุนด้านการตลาด	S6: การลงทุนด้าน IT/R&D	S7: ความพอประมาณ	S8: การมีเหตุมีผล	S9: การมีภูมิคุ้มกันที่ดี	S10: การกำกับดูแลกิจการที่ดี	S11: การใช้จ่ายด้าน CSR	ดัชนีความยั่งยืนของธุรกิจ
ธุรกิจค้าส่ง	46.9	38.3	41.3	32.4	47.5	48.5	50.2	53.4	55.6	55.4	30.1	45.4
ธุรกิจค้าปลีก	61.1	50.2	49.2	46.7	59.5	51.9	60.9	54.1	63.6	59.5	43.7	54.6
รวม	55.1	43.1	44.1	39.6	53.1	49.8	54.2	52.4	59.4	57.7	36.9	49.6

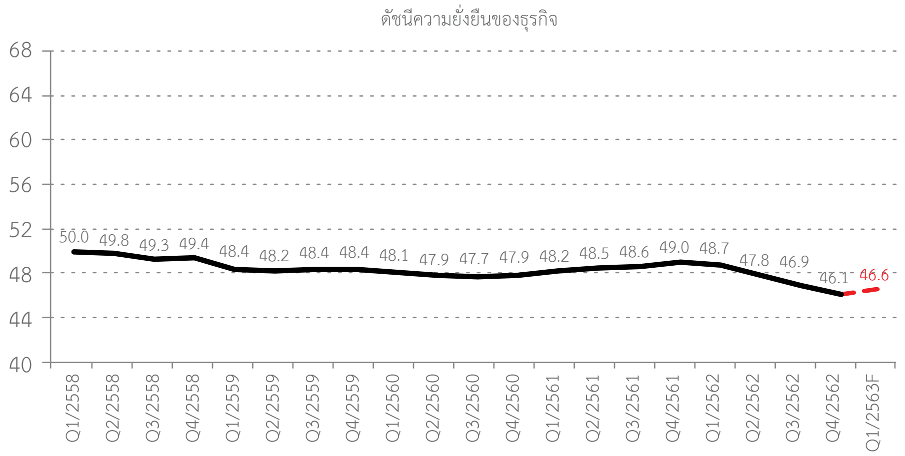
ดัชนีความยั่งยืนของธุรกิจ ไตรมาสที่ 4/2562 จำแนกตามธุรกิจบริการ

	S1: วิสัยทัศน์/กลยุทธ์	S2: Risk รายได้หดตัวฉับพลัน	S3: Risk ปัจจัยการผลิตขาด	S4: การลงทุนด้าน HR/OD	S5: การลงทุนด้านการตลาด	S6: การลงทุนด้าน IT/R&D	S7: ความพอประมาณ	S8: การมีเหตุมีผล	S9: การมีภูมิคุ้มกันที่ดี	S10: การกำกับดูแลกิจการที่ดี	S11: การใช้จ่ายด้าน CSR	ดัชนีความยั่งยืนของธุรกิจ
ธุรกิจร้านอาหาร/ภัตตาคาร	52.2	42.3	54.6	38.9	49.3	57.5	51.5	53.4	64.0	65.0	35.7	51.3
ธุรกิจบริการเสริมสวย (ร้านเสริมสวย เครื่องสำอางค์)	42.3	40.8	47.9	43.9	51.9	66.7	36.8	46.4	46.2	59.5	52.2	48.6
ธุรกิจบริการด้านสุขภาพและความงาม	45.8	29.6	58.4	36.1	41.4	58.3	35.8	53.2	62.5	62.6	50.1	48.5
ธุรกิจท่องเที่ยว/สันทนาการ	55.8	49.1	56.5	33.4	44.6	62.1	46.5	54.2	56.5	44.4	31.7	48.6
ธุรกิจโรงแรม/เกสต์เฮ้าส์	52.5	40.4	54.6	34.8	53.7	54.0	46.0	60.7	65.9	63.7	33.8	50.9
ธุรกิจบริการด้านการศึกษา	52.4	39.8	52.2	26.9	41.0	43.8	33.0	40.2	31.8	34.3	35.7	39.2
ธุรกิจขนส่ง และโลจิสติกส์	53.6	46.8	32.2	45.2	46.7	66.5	49.1	33.6	66.4	61.1	31.8	48.5
ธุรกิจก่อสร้าง/พัฒนาอสังหาริมทรัพย์	46.4	48.5	51.5	40.5	51.0	62.9	53.5	40.3	52.8	56.1	34.9	48.9
รวม	51.2	41.2	50.4	37.8	47.5	58.2	43.0	46.4	55.9	56.2	38.6	47.9

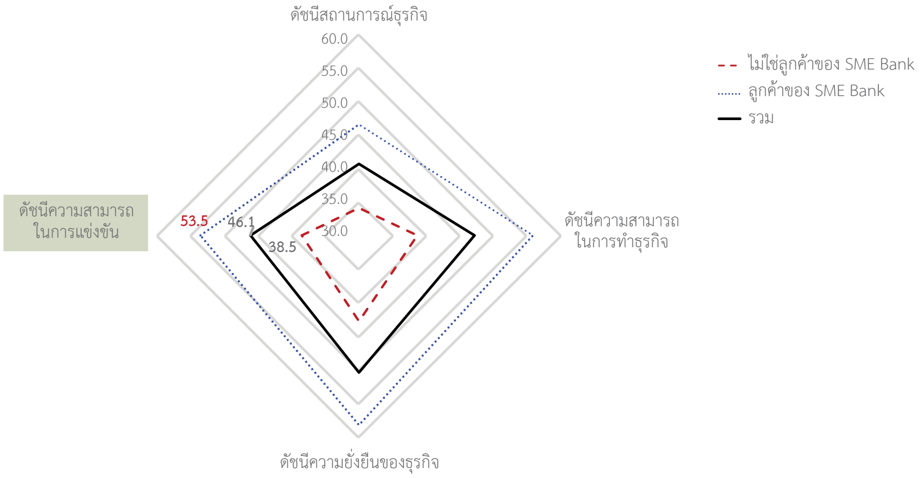
ดัชนีความสามารถในการแข่งขันฯ ไตรมาสที่ 4/2562

ดัชนีความสามารถในการแข่งขันฯ ไตรมาสที่ 4/2562 อยู่ที่ระดับ 46.1 ปรับตัวลดลง 0.8 จุด เมื่อเทียบกับไตรมาสที่ผ่านมา

	ดัชนีสถานการณ์ธุรกิจ	ดัชนีความสามารถในการทำธุรกิจ	ดัชนีความยั่งยืนของธุรกิจ	ดัชนีความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจ
Q1/2560	41.7	50.9	51.8	48.1
Q2/2560	41.3	50.5	51.8	47.9
Q3/2560	41.1	50.3	51.7	47.7
Q4/2560	42.3	50.2	51.2	47.9
Q1/2561	42.8	50.3	51.5	48.2
Q2/2561	43.3	50.2	52.0	48.5
Q3/2561	43.2	50.3	52.3	48.6
Q4/2561	44.0	50.4	52.8	49.0
Q1/2562	43.7	49.9	52.5	48.7
Q2/2562	42.7	48.8	51.8	47.8
Q3/2562	41.5	47.8	51.1	46.9
Q4/2562	40.8	47.2	50.4	46.1
การเปลี่ยนแปลง	-0.7	-0.6	-0.6	-0.8

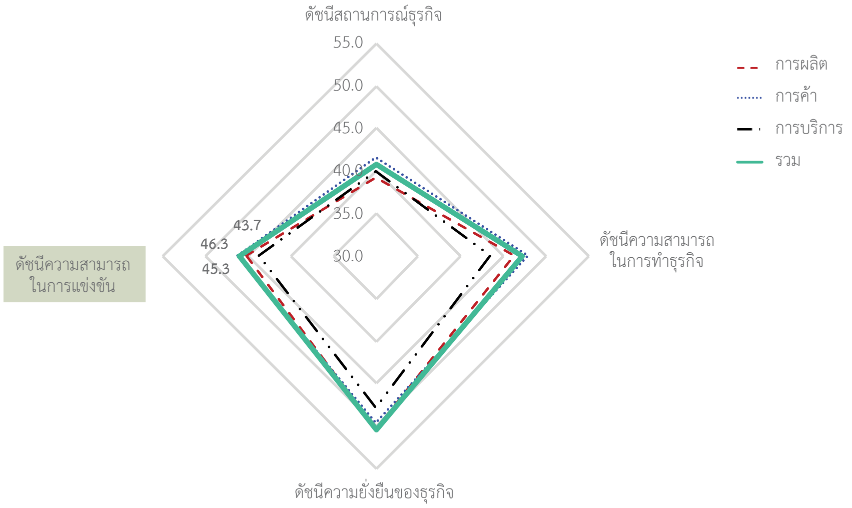


ดัชนีความสามารถในการแข่งขันฯ ไตรมาสที่ 4/2562 จำแนกตามลักษณะการเป็นลูกค้า



		ดัชนีสถานการณ์ธุรกิจ	ดัชนีความสามารถในการทำธุรกิจ	ดัชนีความยั่งยืนของธุรกิจ	ดัชนีความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจ
Q3/2562	ไม่ใช่ลูกค้า	35.0	39.6	43.9	39.5
	ลูกค้า SME Bank	47.0	56.2	58.6	54.1
Q4/2562	ไม่ใช่ลูกค้า	34.2	38.7	42.7	38.5
	ลูกค้า SME Bank	46.5	55.9	58.2	53.5
การ	ไม่ใช่ลูกค้า	-0.8	-0.9	-1.1	-0.9
เปลี่ยนแปลง	ลูกค้า SME Bank	-0.6	-0.3	-0.4	-0.6

ดัชนีความสามารถในการแข่งขันฯ ไตรมาสที่ 4/2562 จำแนกตามประเภทธุรกิจ



ดัชนีความสามารถในการแข่งขันฯ ไตรมาสที่ 4/2562 จำแนกตามธุรกิจการผลิต

	ดัชนีสถานการณ์ธุรกิจ	ดัชนีความสามารถในการทำธุรกิจ	ดัชนีความยั่งยืนของธุรกิจ	ดัชนีความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจ
ธุรกิจอาหาร และเครื่องดื่ม	41.6	45.4	47.7	44.9
ธุรกิจสิ่งทอ และแฟชั่น	37.1	48.4	46.5	44.0
ธุรกิจหัตถกรรม	34.9	33.6	49.0	39.2
ธุรกิจพลาสติก และยาง	41.2	50.5	55.9	49.2
ธุรกิจอัญมณี และเครื่องประดับ	37.7	48.5	46.6	44.3
ธุรกิจชิ้นส่วนยานยนต์	47.7	55.0	58.8	53.8
ธุรกิจสิ่งพิมพ์	45.9	51.1	54.1	50.4
ธุรกิจเฟอร์นิเจอร์ และผลิตภัณฑ์จากไม้	34.3	43.4	46.8	41.5
รวม	39.3	46.3	50.4	45.3

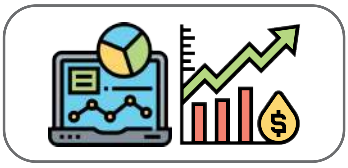
ดัชนีความสามารถในการแข่งขันฯ ไตรมาสที่ 4/2562 จำแนกตามธุรกิจการค้า

	ดัชนีสถานการณ์ธุรกิจ	ดัชนีความสามารถในการทำธุรกิจ	ดัชนีความยั่งยืนของธุรกิจ	ดัชนีความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจ
ธุรกิจค้าส่ง	38.7	45.2	45.4	43.1
ธุรกิจค้าปลีก	45.3	52.5	54.6	50.8
รวม	41.6	47.8	49.6	46.3

ดัชนีความสามารถในการแข่งขันฯ ไตรมาสที่ 4/2562 จำแนกตามธุรกิจการบริการ

	ดัชนีสถานการณ์ธุรกิจ	ดัชนีความสามารถในการทำธุรกิจ	ดัชนีความยั่งยืนของธุรกิจ	ดัชนีความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจ
ธุรกิจร้านอาหาร/ภัตตาคาร	42.8	48.8	51.3	47.6
ธุรกิจบริการเสริมสวย (ร้านเสริมสวย เครื่องสำอางค์)	41.1	43.0	48.6	44.2
ธุรกิจบริการด้านสุขภาพและความงาม	41.5	41.8	48.5	44.0
ธุรกิจท่องเที่ยว/สันทนาการ	44.2	45.4	48.6	46.1
ธุรกิจโรงแรม/เกสต์เฮ้าส์	46.5	49.5	50.9	48.9
ธุรกิจบริการด้านการศึกษา	28.1	36.0	39.2	34.4
ธุรกิจขนส่ง และโลจิสติกส์	39.8	46.9	48.5	45.0
ธุรกิจก่อสร้าง/พัฒนาอสังหาริมทรัพย์	40.7	43.5	48.9	44.4
รวม	40.0	43.4	47.9	43.7

ความต้องการความช่วยเหลือ สนับสนุนหรือพัฒนากิจการจากภาครัฐ



ด้านการสนับสนุนและการพัฒนาเศรษฐกิจ เช่น นโยบายภาครัฐ
การส่งเสริมด้านเงินลงทุน การส่งออก ราคาน้ำมัน
การกระตุ้นเศรษฐกิจของประเทศ และการลดค่าครองชีพ

ด้านการส่งเสริมธุรกิจ เช่น ส่งเสริมธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม
สร้างความเชื่อมั่นในการทำธุรกิจ สนับสนุนธุรกิจชุมชน
ช่องทางการจัดจำหน่ายสินค้าทั้งในและต่างประเทศและการพัฒนาผลิตภัณฑ์

ด้านสินเชื่อ เช่นค่าธรรมเนียมต่างๆของธนาคาร การเข้าถึงสินเชื่อ
การปรับลดอัตราดอกเบี้ยธนาคาร ขั้นตอนในการขอสินเชื่อ และวงเงินในการกู้ยืม

ด้านภาษี เช่น การลดอัตราภาษี ปรับโครงสร้างภาษีในระดับที่เหมาะสม
การยกเว้นภาษี และการเก็บภาษีซ้ำซ้อน

ด้านองค์ความรู้และเทคโนโลยี เช่น สนับสนุนทุนเทคโนโลยี
การพัฒนานวัตกรรมใหม่ๆ และการจัดอบรมความรู้ทางด้านเทคโนโลยี

ด้านการท่องเที่ยว เช่น ส่งเสริมและกระตุ้นการท่องเที่ยวภายในประเทศ
สร้างความเชื่อมั่นให้นักลงทุนและนักท่องเที่ยว
และสนับสนุนงบสำหรับการท่องเที่ยว

เศรษฐกิจไทยปี 63 ยังน่าห่วง คาดโตต่ำกว่า 2.5% เหตุซ้ำเติมจากโคโรน่าในจีน

บทสัมภาษณ์
ผศ.ดร.ธนวรรธน์ พลวิชัย
อธิการบดีมหาวิทยาลัยหอการค้าไทย และประธานที่ปรึกษาศูนย์พยากรณ์เศรษฐกิจและธุรกิจ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย
เรียบเรียงโดย ทีมบรรณาธิการ

ห หอการค้าไทยกังวลมากขึ้น เหตุเศรษฐกิจไทยปีนี้มีโอกาสจะขยายตัวต่ำย่ำแย่กว่าปีที่แล้ว ซึ่งขยายตัวเพียง 2.5-2.6% ทั้งนี้เพราะข้อมูลล่าสุดทั้งข้อมูลทุติยภูมิจากทางราชการและภาคเอกชน ตลอดจนผลการสำรวจความคิดเห็นของประชาชนและนักธุรกิจทั้งของมหาวิทยาลัยหอการค้าไทยและสถาบันวิจัยต่าง ๆ บ่งชี้ออกมาเป็นเสียงเดียวกันว่า ภาวะเศรษฐกิจไทยยังไม่มีสัญญาณฟื้นตัวที่ชัดเจน และอาจจะซึมตัวต่อเนื่องไปได้อีกโดยยังไม่รู้ชัดเจนว่าเศรษฐกิจไทย (รวมทั้งเศรษฐกิจโลก) จะถึงจุดต่ำสุดเมื่อไรและจะฟื้นตัวเมื่อไร อีกทั้งจะฟื้นตัวเร็วหรือช้าแค่ไหน

โคโรน่า และงบประมาณล่าช้าส่งผลกระทบ

โดยเฉพาะอย่างยิ่งเมื่อมีปัจจัยเสี่ยงใหม่เข้ามาเขย่าเศรษฐกิจไทยและเศรษฐกิจโลกมากขึ้น คือการแพร่ระบาดของไวรัสโคโรน่าในจีนที่เกิดการแพร่ระบาดกระจายไปยังประเทศต่าง ๆ ซึ่งส่งผลกระทบต่อเศรษฐกิจจีน และเศรษฐกิจโลก ตลอดจนปัญหางบประมาณรายครอบคลุมการใช้จ่ายของทุกจังหวัดทุกพื้นที่ในประเทศ ทั้งงบลงทุนและงบการใช้จ่ายโดยทั่วไป รวมทั้งผู้รับเหมา ผู้จัดซื้อส่งสินค้าและบริการ จึงมีผลทำให้

> **ภาวะเศรษฐกิจไทยยังไม่มีสัญญาณฟื้นตัวที่ชัดเจน และอาจจะซึมตัวต่อเนื่องไปได้อีกโดยยังไม่รู้ชัดเจนว่าเศรษฐกิจไทย (รวมทั้งเศรษฐกิจโลก) จะถึงจุดต่ำสุดเมื่อไรและจะฟื้นตัวเมื่อไร อีกทั้งจะฟื้นตัวเร็วหรือช้าแค่ไหน**

จ่ายประจำปีงบประมาณ 2563 ที่มีการเสียบบัตรแทนกันในการลงคะแนนรับร่างงบประมาณฯ ในวาระที่ 3 ซึ่งทางรัฐบาลต้องส่งให้ศาลรัฐธรรมนูญพิจารณาว่า ต้องดำเนินการอย่างไร "ผ่านแล้วใช้ได้ทันที หรือต้องดำเนินการเริ่มต้นกระบวนการใหม่ทั้งหมดหรือบางส่วน

"แน่นอนครับว่ามีผลกระทบต่อเศรษฐกิจไทยทุกหย่อมหญ้าอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ เพราะงบประมาณแผ่นดินเศรษฐกิจไทยฟื้นตัวช้าลงกว่าเดิมได้ด้วยเหตุเสี่ยง 2 ปัจจัยเสี่ยงข้างต้นทำให้คนไทยส่วนใหญ่กลัวว่าเศรษฐกิจไทยจะทรุดตัวลงอย่างต่อเนื่อง และจะฟื้นตัวช้ามาก"

สำหรับปัจจัยเสี่ยงที่กังวลมากที่สุด คือ เรื่องงบประมาณ หากงบประมาณปี 2563 ล่าช้าไปกว่าแผนเดิมที่เคยกำหนดไว้ที่จะนำมาใช้ได้ในช่วงเดือนกุมภาพันธ์นี้ โดยอาจล่าช้าไปอย่างน้อย

Designed by Freepik

Designed by macrovector / Freepik

กว่าเดิม 3 เดือน คือนำมาใช้ได้ในช่วงเดือนพฤษภาคม ถ้าเป็นไปตามนี้เศรษฐกิจไทยคงยังไม่เสียอาการ แต่อาจทำให้การขยายตัวของเศรษฐกิจต่ำกว่าเดิม ซึ่งในปีนี้ศูนย์พยากรณ์ฯ คาดไว้ว่า น่าจะโตต่ำกว่า 2.8% แต่ถ้าเกิดปัญหาทางการเมืองบานปลายจนอาจทำให้เกิดการยุบสภา จนส่งผลกระทบต่องบประมาณปี 2563 ไม่สามารถนำมาใช้ได้ และส่งผลต่อการจัดทำงบประมาณปี 2564 จะทำให้เศรษฐกิจไทยหนักและเหนื่อย อาจส่งผลให้ปีนี้โตต่ำกว่า 2.5% มาก

คาด กนง.อาจไม่ปรับลดอัตราดอกเบี้ย

ล่าสุดในการประชุมคณะกรรมการนโยบายการเงิน (กนง.) มีโอกาสเป็นไปได้ทั้งสองทางที่จะปรับลดอัตราดอกเบี้ยหรือคงอัตราดอกเบี้ยไว้ในระดับเดิม แต่ในมุมมองความเห็นส่วนตัวเชื่อว่ายังไม่มีเหตุที่ กนง.จะต้องปรับลดอัตราดอกเบี้ยลง เนื่องจากเศรษฐกิจไทยยังไม่ได้ชะลอตัวหนัก อีกทั้งเงินบาทก็เริ่มกลับมาอ่อนค่าลงแล้ว ดังนั้นจึงยังไม่มีเหตุจำเป็นที่ กนง.จะต้องตัดสินใจปรับลดอัตราดอกเบี้ยนโยบายลงในการประชุมวันนี้

"การตัดสินใจเรื่องนโยบายดอกเบี้ยของ กนง. ถ้าปรับลดทันทีก็แสดงให้เห็นว่าเศรษฐกิจไทยต้องได้รับการกระตุ้นโดยด่วน แต่ถ้ายังคงดอกเบี้ยไว้ก็ถือว่าไม่เสียอาการ การลดหรือไม่ลด

มีเหตุผลการคงดอกเบี้ย

ดอกเบี้ยของ ธปท.ในวันนี้จะเป็นตัวชี้ว่าเศรษฐกิจไทยจะต้องฟื้นอย่างเร่งด่วนหรือไม่ เพราะทางการน่าจะมีข้อมูลที่ชัดเจน...ถ้าผมเป็นกรรมการคงจะคงดอกเบี้ย แต่ขึ้นอยู่กับข้อมูลที่ได้ว่าเป็นชั้นความลับ เขามองอย่างไร ถ้าลดดอกเบี้ยแสดงว่าเขามองว่าหนัก แต่ถ้ามุมมองของผมจะยังไม่ลดดอกเบี้ย เพราะเศรษฐกิจไทยยังไม่ได้ถลำลึกหนัก ยังไม่มีเหตุที่จะต้องลดดอกเบี้ยเพื่อดูแลค่าเงิน เพราะตอนนี้ค่าเงินก็อ่อนค่าลงแล้ว" นายธนวรรธน์ กล่าว

พร้อมระบุว่า การตัดสินใจของ กนง.ว่าจะคงดอกเบี้ยหรือลดดอกเบี้ยในวันนี้จะเป็นการชี้ว่าประเทศไทยควรจะได้รับการเยียวยาด้วยการใช้มาตรการทางการเงินมาช่วยเสริมจากมาตรการทางการคลังหรือไม่

"การลดดอกเบี้ย ต้องดูว่าคนจะใช้เงินหรือไม่ ถ้าดอกเบี้ยลดลงแล้ว แต่คนไม่ใช้เงินก็ถือว่ากระสุนด้าน เพราะคนไม่มั่นใจไม่กล้ารูดบัตรเครดิต ไม่กล้าใช้เงิน ก็จะกลายเป็นกระสุนด้านในเชิงการกระตุ้น แต่จะเป็นประโยชน์ในเชิงการรักษาสภาพคล่องของภาคธุรกิจ เพราะลดภาระดอกเบี้ยจ่าย ช่วยเติมสภาพคล่องในธุรกิจได้มากขึ้น" นายธนวรรธน์ กล่าว

> **หากงบประมาณปี 2563 ล่าช้าไปกว่าแผนเดิมที่เคยกำหนดไว้ที่จะนำมาใช้ได้ในช่วงเดือนกุมภาพันธ์นี้ โดยอาจล่าช้าไปอย่างน้อยกว่าเดิม 3 เดือน คือ นำมาใช้ได้ในช่วงเดือนพฤษภาคม ถ้าเป็นไปตามนี้เศรษฐกิจไทยคงยังไม่เสียอาการ แต่อาจทำให้การขยายตัวของเศรษฐกิจต่ำกว่าเดิม ซึ่งในปีนี้ศูนย์พยากรณ์ฯ คาดไว้ว่า น่าจะโตต่ำกว่า 2.8%**

มาตรการการคลังมีส่วนช่วยเยียวยาแต่จะด้วยวิธีไหน

ทั้งนี้ เห็นว่าการใช้มาตรการการคลังยังมีความจำเป็นในการล็อกเป้าที่จะเยียวยาผลกระทบทางด้านเศรษฐกิจได้อย่างตรงประเด็น ผ่านการขับเคลื่อนงบประมาณ และกระตุ้นให้รัฐวิสาหกิจใช้จ่ายงบลงทุนในประเทศให้มากขึ้น

มูลค่าทางเศรษฐกิจและสังคมของกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงกีฬา (Sports Tourism) กรณีศึกษาการจัดการแข่งขันกอล์ฟ Honda LPGA Thailand จังหวัดชลบุรี

โดย
ศูนย์พยากรณ์เศรษฐกิจและธุรกิจ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย

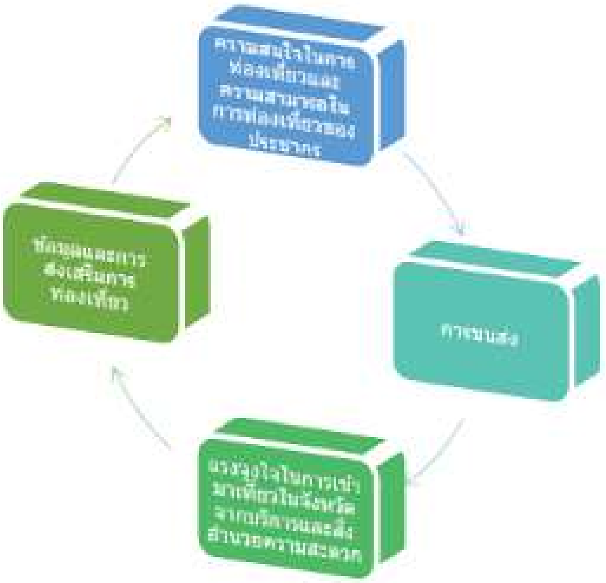
ในช่วงที่ผ่านมาการท่องเที่ยวเชิงกีฬา (Sports Tourism) ได้กลายมาเป็นรูปแบบการท่องเที่ยวที่ได้รับความนิยมมากขึ้น โดยได้รับอิทธิพลจากแรงขับเคลื่อนของกระแสโลกาภิวัตน์เศรษฐกิจ การเมือง รวมถึงการพัฒนาทางเทคโนโลยีที่ก้าวหน้าซึ่งทำให้คนสามารถเข้าถึงการรับชมกีฬาประเภทต่างๆ ได้ง่ายและรวดเร็วขึ้น ประกอบกับค่านิยมและแนวโน้มของคนรุ่นใหม่ที่หันมาใส่ใจดูแลสุขภาพ และให้ความสำคัญกับการเล่นกีฬาและออกกำลังกายมากขึ้น รัฐบาลไทยจึงได้มีการประกาศนโยบาย การส่งเสริมการท่องเที่ยวของไทยสู่เวทีนานาชาติ โดยกำหนดให้การท่องเที่ยวเชิงกีฬาเป็นแนวทาง การพัฒนาหนึ่งภายใต้แผนยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวไทย ทั้งในแผนฉบับที่ 1 (พ.ศ. 2558 -2560) และฉบับที่ 2 (พ.ศ. 2560-2564) เนื่องจากเห็นว่าเป็นแนวทางการพัฒนาด้านการท่องเที่ยวที่ส่งเสริม ขีดความสามารถทางการแข่งขันของไทย โดยมีความสอดคล้องกับสถานการณ์การท่องเที่ยวโลกและแนวโน้มพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว โดยที่ผ่านมา พบว่า มูลค่าการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของไทย มีมูลค่าไม่ต่ำกว่า 21,000 ล้านบาท

การท่องเที่ยวเชิงกีฬามีองค์ประกอบหลักที่สำคัญ คือการท่องเที่ยว (Tourism) และกีฬา (Sports) หมายความถึง การเดินทางออกจากสถานที่อยู่ตามปกติ (Usual Environment) ไปยังอีกสถานที่หนึ่ง โดยมีวัตถุประสงค์ใดๆ ที่รวมถึงการเข้าร่วมกิจกรรมหรือสถานที่ที่เกี่ยวข้องกับกีฬาเป็นส่วนหนึ่งของกิจกรรมในการท่องเที่ยว (แม้จะไม่ได้เป็นวัตถุประสงค์หลักของการเดินทางนั้นๆ) ซึ่งอาจเป็นได้ทั้งการเข้าร่วม เพื่อเล่นกีฬา (Active Sport Tourism) และ/หรือการเข้าร่วมรับชม (Passive Sport Tourism) ในระยะเวลาสั้นๆ (ไม่เกิน 1 ปี) ทั้งนี้ สามารถแบ่งประเภทของการท่องเที่ยวเชิงกีฬาได้เป็น 3 ลักษณะ ได้แก่ 1) การท่องเที่ยวงานหรือมหกรรมกีฬา (Sport Event Tourism) เป็นการท่องเที่ยวในงานหรือมหกรรมกีฬาซึ่งเป็นงานที่มีกิจกรรมที่มีลักษณะเฉพาะ (Hallmark Event) 2) การท่องเที่ยวเพื่อเล่นกีฬา (Active Sport Tourism) โดยเป็นการเดินทางเพื่อไปเล่นกีฬาซึ่งจะเป็น การแข่งขันหรือไม่ก็ได้ และ 3) การท่องเที่ยวเชิงกีฬาเพื่อความทรงจำ (Nostalgia Sport Tourism) เป็นการเดินทางไปยังสถานที่ที่เกี่ยวข้องกับกีฬาที่มี ชื่อเสียง เช่น พิพิธภัณฑ์กีฬา (Sport Museum) หอเกียรติยศด้าน กีฬา (Sport Hall of Fame) การเข้าค่ายฝึกกีฬากับนักกีฬาที่มี ชื่อเสียง (Fantasy Camp) เป็นต้น

ซึ่งจากกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงกีฬา ผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นนักกีฬาแล้ว ทีมงาน ผู้ติดตาม กองเชียร์ และผู้เข้าชมการแข่งขัน ย่อมถือได้ว่าเป็นผู้ที่สามารถสร้างรายได้ให้กับการท่องเที่ยวได้เป็นอย่างดี รวมถึงสามารถสร้างรายได้ให้แก่อุตสาหกรรมท่องเที่ยว ซึ่งย่อมจะส่งผลต่อการเติบโตทางเศรษฐกิจของประเทศด้วยเช่นกัน

ทั้งการจัดกิจกรรมกีฬาและนันทนาการ จะมีความเกี่ยวเนื่องต่อการส่งเสริมการท่องเที่ยว (Tourism) โดยมีกิจกรรมกีฬาและนันทนาการเป็นหัวข้อหลักในการกระตุ้นหรือจูงใจให้บุคคลภายนอกพื้นที่ (ในที่นี้คือจังหวัด หรือท้องถิ่น) เข้ามาร่วมกิจกรรมในจังหวัดตามระบบ ดังรูปภาพที่ 1

ความเกี่ยวเนื่องของการจัดกิจกรรมกีฬา และนันทนาการต่อการส่งเสริมการท่องเที่ยว (Tourism)



ในที่นี้นักท่องเที่ยว หรือผู้ชมการแข่งขันกีฬาได้รับการกระตุ้นจากกิจกรรมกีฬา และนันทนาการ รวมไปถึงสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ เช่น โรงแรม ร้านอาหาร หรือแหล่งซื้อขายของ ในจังหวัดหรือท้องถิ่น ให้เข้ามาเข้าร่วมกิจกรรมในพื้นที่จังหวัด หรือท้องถิ่นที่มีการจัดกิจกรรมการกีฬา จากนั้นจึงมีการจัดเตรียมค่าใช้จ่าย สำหรับการเข้ามาร่วมกิจกรรมและมีการใช้บริการการขนส่ง

ทั้งนี้ การจัดกิจกรรมกีฬา หรือนันทนาการนั้น มีความเกี่ยวพันธ์กับการส่งเสริมการท่องเที่ยวอื่นๆ ดังภาพที่ 2

ความเกี่ยวพันธ์ของการจัดกิจกรรมกีฬา หรือนันทนาการกับการส่งเสริมการท่องเที่ยวอื่นๆ

<u>กลุ่มที่ 1</u> ผู้มีส่วนได้เสียโดยตรง ได้แก่ ผู้ชมการแข่งขันกีฬา นักกีฬาและสตาฟโค้ช ผู้เข้าร่วมการแข่งขัน ผู้จัดกิจกรรมกีฬา และผู้ดูแลการจัดกิจกรรมกีฬา สปอนเซอร์/ผู้สนับสนุนการแข่งขัน ผู้ซื้อลิขสิทธิ์ถ่ายทอดสด

<u>กลุ่มที่ 2</u> ผู้มีส่วนได้เสียโดยอ้อม ผู้อยู่อาศัยในท้องถิ่น องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น บริการสาธารณะ อุตสาหกรรมก่อสร้าง โรงแรม ร้านอาหาร ขนส่ง ภาคธุรกิจอื่นๆ

เมื่อทำการวิเคราะห์มูลค่าทางเศรษฐกิจและสังคมของกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงกีฬา โดยพิจารณารายการด้านผลประโยชน์ทางเศรษฐกิจและทางสังคม ทั้งในส่วนของรายการที่สามารถประเมินมูลค่าเป็นตัวเงินได้ (Tangible) และรายการที่ไม่สามารถประเมินค่าเป็นตัวเงินได้ (Intangible) สามารถจำแนกรายการผลประโยชน์ทางเศรษฐกิจและทางสังคม ดังนี้

(1) เงินหมุนเวียนในในธุรกิจการท่องเที่ยวบริการที่พักในพื้นที่ทำการแข่งขัน เช่น โรงแรม / รีสอร์ท / ที่พักประเภทอื่นๆ บริการนำเที่ยว

(2) เงินหมุนเวียนในธุรกิจเกี่ยวเนื่องกับการแข่งขันในพื้นที่ทำการแข่งขัน เช่น ร้านขายอาหาร ร้านขายเครื่องดื่ม ร้านขายสินค้า ร้านขายของฝาก/ของที่ระลึก แผงลอย / รถเข็น บริการขนส่งผู้โดยสาร/การเดินทาง และธุรกิจอื่นๆ

(3) รายได้จากการแข่งขัน เช่น รายได้จากผู้สนับสนุน

hondalpgathailand.com

รายได้จากการขายบัตรเข้าชม (ถ้ามี) รายได้จากการขายของที่ระลึก รายได้จากค่าลิขสิทธิ์การถ่ายทอด (ถ้ามี) รายได้อื่นๆ

(4) การจ้างงานที่เพิ่มขึ้น

(5) เยาวชนและประชาชนสนใจกีฬา เล่นกีฬาเพิ่มขึ้น

(6) เยาวชนใช้เวลาให้เกิดประโยชน์มากขึ้น

(7) สถานที่ต่างๆ ได้รับการปรับปรุง สวย สะอาดตา เช่น สนามกีฬา

(8) เผยแพร่ภาพลักษณ์ของจังหวัดที่จัดการแข่งขัน

(9) เผยแพร่ภาพลักษณ์ของประเทศ และสร้างความเชื่อมั่นให้กับต่างประเทศที่จะเดินทางมาท่องเที่ยวและลงทุน

(10) ความสุขที่ได้รับจากการเข้าร่วมชมการแข่งขันกีฬา

ทั้งนี้ผลการวิเคราะห์มูลค่าทางเศรษฐกิจและสังคมของการจัดกิจกรรมกีฬาการท่องเที่ยวเชิงกีฬา: กรณีการจัดการแข่งขันกอล์ฟ Honda LPGA Thailand จังหวัดชลบุรี

1. ผลการวิเคราะห์มูลค่าทางเศรษฐกิจของการจัดการแข่งขันกอล์ฟ Honda LPGA Thailand จังหวัดชลบุรี

การแข่งขันกอล์ฟ Honda LPGA Thailand จังหวัดชลบุรี จัดขึ้นระหว่างวันที่ 21 ถึง 24 กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2562 มีระยะเวลาของการจัดการแข่งขันจำนวนทั้งสิ้น 4 วัน ในครั้งนี้มีจำนวนผู้เข้าร่วมการแข่งขันกอล์ฟ Honda LPGA Thailand จังหวัดชลบุรี จำนวน 10,360 คน โดยประกอบด้วยมีนักกีฬาที่เข้าร่วมการแข่งขันทั้งหมดจำนวน 70 คน (จำนวนนักกีฬาสัญชาติไทย 20 คน, จำนวนนักกีฬาต่างประเทศ 50 คน) เจ้าหน้าที่และ/หรือสตาฟโค้ช (ผู้ฝึกสอน/ผู้จัดการทีมที่เข้าร่วมการแข่งขัน/ผู้ให้การสนับสนุน) ที่เข้าร่วมการแข่งขันทั้งหมดจำนวน 70 คน (จำนวนผู้ฝึกสอนสัญชาติไทย 10 คน,

จำนวนผู้ฝึกสอนต่างประเทศ 60 คน) ผู้ติดตามนักกีฬาจำนวน 120 คน (จำนวนผู้ติดตามสัญชาติไทย 50 คน, จำนวนผู้ติดตามต่างประเทศ 70 คน) ผู้เข้าชมในสนามแข่งขันจำนวน 10,000 คน (จำนวนผู้ชมสัญชาติไทย 5,000 คน, จำนวนผู้ชมต่างประเทศ 5,000 คน) และผู้สื่อข่าวที่เข้าร่วมทำข่าว ณ สนามแข่งขันจำนวน 100 คน (จำนวนผู้สื่อข่าวสัญชาติไทย 30 คน, จำนวนผู้สื่อข่าวต่างประเทศ 70 คน) ซึ่งก่อให้เกิดรายได้หมุนเวียนในระบบเศรษฐกิจของประเทศ (มูลค่าทางเศรษฐกิจ) จากการจัดการแข่งขันกอล์ฟ Honda LPGA Thailand จังหวัดชลบุรี ทั้งหมดจำนวน 2,604,084,329 บาท โดยเป็นเงินหมุนเวียนในอุตสาหกรรมเกี่ยวเนื่องกับการแข่งขันมากที่สุดจำนวน 1,350,000,000 บาท (ร้อยละ 52 ของมูลค่าทางเศรษฐกิจของการจัดการแข่งขันรวม) รองลงมาเป็นรายได้จากการแข่งขันรายได้รวมของผู้จัดการแข่งขันจำนวน 1,860,000,000 บาท (ร้อยละ 33 ของมูลค่าทางเศรษฐกิจของการจัดการแข่งขันรวม) เงินหมุนเวียนในระบบเศรษฐกิจจากการท่องเที่ยวต่อของเจ้าหน้าที่และผู้ชมการแข่งขันจำนวน 245,265,000 บาท (ร้อยละ 9 ของมูลค่าทางเศรษฐกิจของการจัดการแข่งขันรวม) และเงินหมุนเวียนในระบบเศรษฐกิจจากการใช้จ่ายจำนวน 148,819,329 บาท (ร้อยละ 6 ของมูลค่าทางเศรษฐกิจของการจัดการแข่งขันรวม) ตามลำดับ

ผลการวิเคราะห์มูลค่าทางเศรษฐกิจของการจัดการแข่งขันกอล์ฟ Honda LPGA Thailand จังหวัดชลบุรี

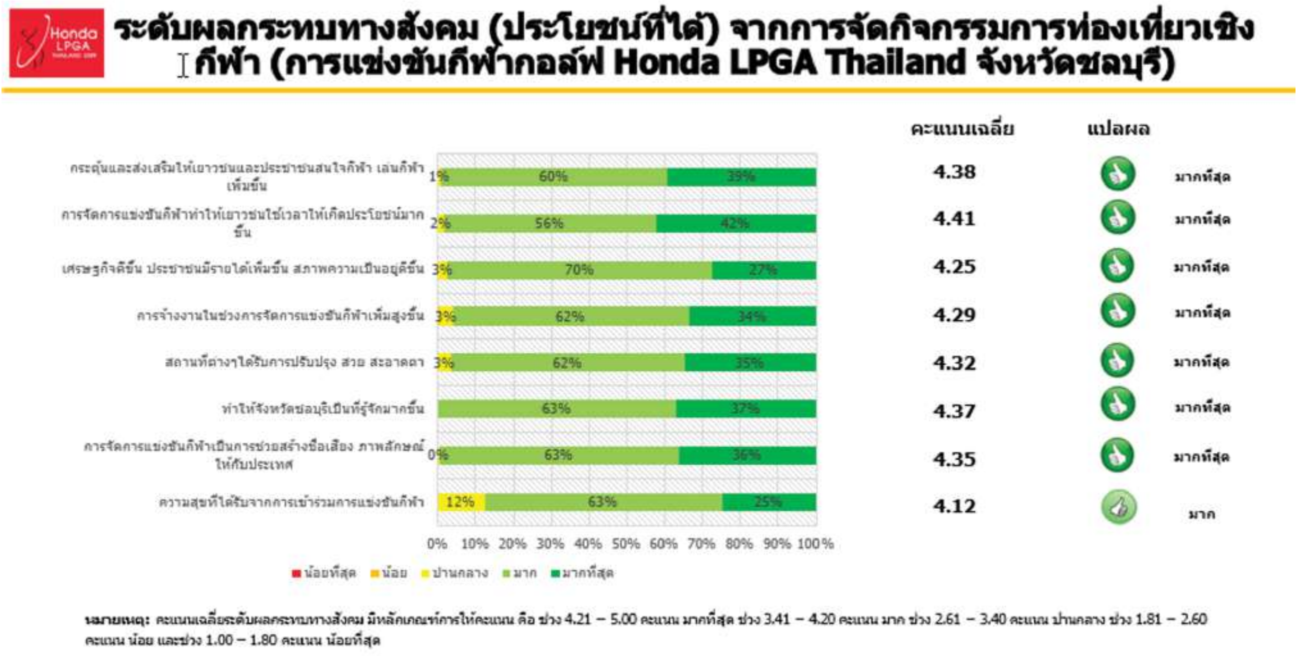
ช่วงอายุ	มูลค่าทางเศรษฐกิจของการจัดการแข่งขันกอล์ฟ Honda LPGA Thailand จังหวัดชลบุรี (บาท)	สัดส่วนมูลค่าทางเศรษฐกิจของการจัดการแข่งขัน (%)
1. มีรายได้จากการแข่งขันรายได้รวมของผู้จัดการแข่งขัน	860,000,000	52%
2. เงินหมุนเวียนในระบบเศรษฐกิจจากการใช้จ่าย	148,819,329	6%
3. เงินหมุนเวียนในระบบเศรษฐกิจจากการท่องเที่ยวต่อ	245,265,000	9%
4. เงินหมุนเวียนในอุตสาหกรรมเกี่ยวเนื่องกับการแข่งขัน	1,350,000,000	33%
รวม มูลค่าทางเศรษฐกิจของการจัดการแข่งขันกอล์ฟ Honda LPGA Thailand จังหวัดชลบุรี	2,604,084,329	100%

ที่มา: จากการคำนวณ

2. ผลการวิเคราะห์มูลค่าทางสังคมของการจัดการแข่งขันกอล์ฟ Honda LPGA Thailand จังหวัดชลบุรี

จากการจัดการแข่งขันกอล์ฟ Honda LPGA Thailand จังหวัดชลบุรี ได้ทำการประเมินผลกระทบทางสังคม (ประโยชน์ที่ได้) จากการจัดการแข่งขันกีฬากอล์ฟ ทั้งหมด 8 ประเด็น ประกอบด้วย 1. กระตุ้นและส่งเสริมให้เยาวชนและประชาชนสนใจกีฬา เล่นกีฬาเพิ่มขึ้น 2. การจัดการแข่งขันกีฬาทำให้เยาวชนใช้เวลาให้เกิดประโยชน์มากขึ้น 3. เศรษฐกิจดีขึ้น ประชาชนมีรายได้เพิ่มขึ้น สภาพความเป็นอยู่ดีขึ้น 4. การจ้างงานในช่วงการจัดการแข่งขันกีฬาเพิ่มสูงขึ้น 5. สถานที่

ต่างๆ ได้รับการปรับปรุง สวย สะอาดตา 6. ทำให้จังหวัดชลบุรีเป็นที่รู้จักมากขึ้น 7. การจัดการแข่งขันกีฬาเป็นการช่วยสร้างชื่อเสียง ภาพลักษณ์ให้กับประเทศ และ 8. ความสุขที่ได้รับจากการเข้าร่วมการแข่งขันกีฬา ซึ่งจากผลการสำรวจระดับผลกระทบทางสังคม (ประโยชน์ที่ได้) จากการจัดการแข่งขันกอล์ฟ Honda LPGA Thailand จังหวัดชลบุรี พบว่าโดยภาพรวมแล้วผู้ที่เกี่ยวข้องทั้งหมดเห็นว่า มีระดับผลกระทบทางสังคม (ประโยชน์ที่ได้) จากการจัดการแข่งขันกอล์ฟ Honda LPGA Thailand จังหวัดชลบุรี ประเด็นส่วนใหญ่อยู่ในระดับมากที่สุดทุกประเด็น ซึ่งในแต่ละประเด็นของประโยชน์ที่ได้มีคะแนนเฉลี่ยอยู่ระหว่าง 4.12-4.41 (จากคะแนนเต็ม 5) โดยในประเด็นการจัดการแข่งขันกีฬาทำให้เยาวชนใช้เวลาให้เกิดประโยชน์มากขึ้นมีระดับคะแนนเฉลี่ยสูงที่สุด (มีค่าคะแนนเฉลี่ยอยู่ที่ 4.41)



จะเห็นได้ว่า กิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงกีฬา (Sports Tourism): กรณีศึกษาการจัดการแข่งขันกอล์ฟ Honda LPGA Thailand จังหวัดชลบุรี) นั้น สามารถสร้างมูลค่าทางเศรษฐกิจให้กับประเทศได้อย่างต่อเนื่อง ทั้งนี้ในการส่งเสริมและพัฒนากิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงกีฬาเพื่อให้เกิดการเติบโตอย่างยั่งยืนนั้น หน่วยงานที่เกี่ยวข้องทั้งภาครัฐและภาคเอกชน ต้องมีการร่วมมือบูรณาการการทำงานร่วมกัน เพื่อร่วมกำหนดแนวทางในการส่งเสริมและพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงกีฬา การพัฒนาและปรับปรุงโครงสร้างพื้นฐานและสิ่งอำนวยความสะดวกที่เกี่ยวข้องต่างๆ มีการจัดระเบียบและมาตรฐานความปลอดภัยของกิจกรรมทางกีฬาให้เป็นไปตามมาตรฐานสากล ตลอดจนการประชาสัมพันธ์และการใช้ช่องทางทางการตลาดเพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวเชิงกีฬาเดินทางมาท่องเที่ยวเชิงกีฬาในประเทศไทย ซึ่งจะนำไปสู่การพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศผ่านการเพิ่มมูลค่าจากกิจกรรมท่องเที่ยวเชิงกีฬา รวมทั้งสินค้าและบริการที่เกี่ยวข้อง และเป็นสร้างการกระจายรายได้ให้กับพื้นที่ต่างๆ ในประเทศต่อไป

ธุรกิจครอบครัว ตอน ภาวะผู้นำ

โดย
รองศาสตราจารย์ ดร. เอกชัย อภิศักดิ์กุล
ผู้อำนวยการศูนย์ธุรกิจครอบครัว มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย

น

เนื่องจากธุรกิจครอบครัว มีความซับซ้อนและละเอียดอ่อนมากกว่าธุรกิจทั่วไปที่เน้นไปที่ผลกำไรของกิจการเป็นหลัก แต่ธุรกิจครอบครัวต้องมองในมิติที่หลากหลายอีกทั้งมีเรื่องของอารมณ์เข้ามาเกี่ยวข้องด้วยมาก ทำให้บทบาทของการเป็นผู้นำในธุรกิจครอบครัวมีความยากมากกว่า

ผู้นำของธุรกิจครอบครัว จึงหมายถึง การเป็นผู้นำที่เป็นผู้รับใช้ การประนีประนอม อ่อนน้อมถ่อมตน การมีอิทธิพลมาจากหลักการที่ถูกต้อง การให้บริการ การเกื้อกูลและเอาใจใส่ต่อผู้อื่น

เนื่องจากสมาชิกครอบครัวจะมีความอ่อนไหวเรื่องของการใช้อำนาจบงการ หากรู้สึกว่าผู้นำธุรกิจครอบครัวมีการใช้อำนาจในตำแหน่งอาจเกิดการต่อต้านและนำมาซึ่งปัญหาความขัดแย้งในที่สุด ผู้นำในธุรกิจครอบครัวจึงต้องระมัดระวังเรื่องการใช้อำนาจโดยตำแหน่งกับคนในครอบครัวเป็นอย่างมาก ตารางที่ 1 จะแสดงความแตกต่างของผู้นำโดยการใช้สิทธิอำนาจบงการ และ ผู้นำที่เป็นผู้รับใช้ และยึดมั่นในหลักการ

ตาราง 1 แสดงความแตกต่างของผู้นำโดยการใช้สิทธิอำนาจบงการ และผู้นำที่เป็นผู้รับใช้ และยึดมั่นในหลักการ

ผู้นำโดยสิทธิอำนาจ :	ผู้นำตามหลักการ ผู้นำโดยการเลือก :
สิทธิอำนาจที่เป็นทางการ	สิทธิอำนาจทางศีลธรรม เป็นผู้รับใช้
อำนาจทำให้เกิดความถูกต้อง	ความถูกต้องทำให้เกิดอำนาจ
ความภักดีอยู่เหนือความซื่อสัตย์สุจริตต่อหลักการ	ความซื่อสัตย์สุจริตต่อหลักการคือความภักดี
ถ้าอยากก้าวหน้าก็ต้องทำตามกระแส	ปฏิบัติอย่างดื้อดึง ไม่ยอมทำสิ่งผิด
ไม่ได้ดำเนินชีวิตตามหลักการ	ทำตนเป็นแบบอย่าง ไม่ทำตนเป็นนักวิจารณ์
ภาพลักษณ์คือทุกสิ่งทุกอย่าง	จะเป็นอะไรก็จงเป็นอย่างแท้จริง อย่าเป็นแต่เปลือก
"ไม่มีใครบอกฉัน"	ถาม และ ให้คำแนะนำ
ฉันทำตามที่คุณบอก แต่ไม่ได้ผลแล้วจะทำยังไงต่อไป	"ฉันตั้งใจทำแบบนี้"
มีอยู่เพียงเท่านี้	มีมากพอและยังมีอีกเหลือเฟือ

การเป็นผู้นำและผู้จัดการ(ผู้บริหาร)

การบริหารจัดการและการเป็นผู้นำ ต่างก็มีความสำคัญอย่างไรก็ตามในธุรกิจครอบครัวที่ให้ความสำคัญการบริหารจัดการจนเกินพอดี มีการจัดการและควบคุมมาก ย่อมไม่ก่อให้เกิดความสร้างสรรค์และสร้างความยั่งยืนอย่างแท้จริงให้กับธุรกิจครอบครัวได้

ตาราง 2 แสดงความหมายของการเป็นผู้นำและการบริหารจัดการ

	การเป็นผู้นำ	การบริหารจัดการ
วอร์เร็น เบ็นเนส	"ผู้นำ ทำสิ่งที่ควรทำ"	ผู้จัดการ คือ ผู้ที่ทำสิ่งต่างๆให้ถูกต้อง
จอร์น ค๊อตเตอร์	"การเป็นผู้นำ เป็นเรื่องของการรับมือกับการเปลี่ยนแปลง	"การจัดการเป็นเรื่องการรับมือกับความสลับซับซ้อน"
คูซิส และ พอสเนอร์	คำว่า การเป็นผู้นำ ให้ความรู้สึกถึงการเคลื่อนไหว ไม่หยุดนิ่ง	"การจัดการเป็นเรื่องการ จับ/จัด สิ่งของต่างๆ เป็นเรื่องของการรักษาระบบระเบียบ การจัดองค์กร และการควบคุม"
อัมราฮัม ซาเลนิก	"...ผู้นำย่อมใส่ใจว่าสิ่งต่างๆ มีความหมายต่อคนเราอย่างไร"	"ผู้จัดการใส่ใจว่าสิ่งต่างๆ ทำสำเร็จลุล่วงได้อย่างไร"
จอร์น มาริออทติ	"ผู้นำคือสถาปนิก"	"ผู้จัดการคือนักก่อสร้าง"
จอร์จ เวเทอร์สบี	"ผู้นำมุ่งใส่ใจการสร้างวิสัยทัศน์ร่วมกัน	การจัดการ คือการออกแบบการทำงาน..เป็นเรื่องเกี่ยวกับการควบคุม.."

ผู้นำ แตกต่างจาก ผู้จัดการ ในขั้นพื้นฐานหลายประการ ในขณะที่ผู้จัดการมุ่งการบริหาร(Administer) ทว่าผู้นำมุ่งประดิษฐ์คิดสร้างสิ่งใหม่ๆเสมอ(Innovate) ดังนั้นผู้จัดการจึงได้แต่รักษาสถานะการบริการ(Maintain) ทว่าผู้นำมุ่งพัฒนา(Develop) ผู้จัดการวางใจในระบบและตัดสินด้วยการควบคุม(Control) แต่ผู้นำวางใจในคนทำงานและความรับผิดชอบ(Trust)

ผู้จัดการจะเป็นคนที่ให้ความสำคัญกับการทำงานให้ลุล่วง การทำงานของผู้จัดการจึงมีระเบียบแบบแผน เป็นขั้นเป็นตอน และให้ความสำคัญกับปริมาณ ซึ่งยึดตามกระบวนการและมาตราการควบคุมต่างๆ โดยมีการกำหนดเนื้องานและผลลัพธ์ที่ชี้วัดได้ไว้อย่างชัดเจน ความสำเร็จของการบริหารจึงขึ้นอยู่กับการวางแผน การจัดการ การสร้างผลลัพธ์ และการควบคุม

ผู้จัดการจะแบ่งงานออกมาได้อย่างชัดเจนตามกลยุทธ์ที่กำหนดไว้ โดยให้ความสนใจกับรายละเอียดและความเป็นไปได้ในการทำสิ่งต่างๆให้เกิดขึ้นไปทีละขั้นในแต่ละวัน ซึ่งเป็นกรอบความคิดที่มุ่งเน้นตัวงาน โดยให้ความสำคัญกับการตัดสินใจอย่างมีประสิทธิภาพ รวมทั้งการส่งมอบสินค้าและบริการที่ตรงเวลา ประหยัดต้นทุน และสร้างรายได้ตาม

ผู้นำของธุรกิจครอบครัว จึงหมายถึงการเป็นผู้นำที่เป็นผู้รับใช้ การประนีประนอมอ่อนน้อมถ่อมตน การมีอิทธิพลมาจากหลักการที่ถูกต้อง การให้บริการ การเกื้อกูล และเอาใจใส่ต่อผู้อื่น เนื่องจากสมาชิกครอบครัวจะมีความอ่อนไหวเรื่องของการใช้อำนาจบงการ หากรู้สึกว่าผู้นำธุรกิจครอบครัวมีการใช้อำนาจในตำแหน่งอาจเกิดการต่อต้านและนำมาซึ่งปัญหาความขัดแย้งในที่สุด

เป้าหมายในแต่ละไตรมาส

อย่างไรก็ตามเนื่องจากความสำเร็จของผู้จัดการขึ้นอยู่กับการกระทำของผู้อื่น ความสามารถในการสร้างแรงจูงใจจึงเป็นคุณสมบัติที่สำคัญอย่างยิ่ง เช่นเดียวกับการเข้าใจว่าอะไร

ที่มีอิทธิพลต่อความรู้สึกของผู้คน การเข้าใจว่าจะประพฤติตัวอย่างไรให้สามารถดึงคนเข้ามีส่วนร่วมในการทำงาน ทั้งคนที่เป็นผู้ใต้บังคับบัญชาของพวกเขาโดยตรง ผู้บริหารระดับเดียวกันในส่วนอื่นขององค์กร และที่สำคัญคือผู้บังคับบัญชาของพวกเขาเอง

ผู้นำ มักจะเป็นคนที่อยู่ตรงข้ามกับ ผู้บริหารจัดการ โดยผู้บริหารและผู้นำนั้นเปรียบเสมือน “หยินและหยาง” ขององค์กร โดยผู้จัดการจะมุ่งเน้นทำสิ่งที่อยู่ตรงหน้า มุ่งเน้นเฉพาะบางเรื่องและการดำเนินการควบคุม แต่ผู้นำจะมองไปข้างหน้า สร้างวิสัยทัศน์และความสัมพันธ์กับผู้อื่น และสร้างวิสัยทัศน์ที่ทำให้คนในองค์กรก่อให้เกิดแรงบันดาลใจที่จะเดินตามพวกเขา ผู้นำจะดึงคนให้เข้ามามีส่วนร่วมและเกิดการกระตือรือร้นที่จะทำตามวิสัยทัศน์ของผู้นำ มากกว่าผลักดันให้ทำสิ่งที่ผู้นำต้องการ

ผู้นำจะต้องเป็นคนแรกที่คาดการณ์ถึงการเปลี่ยนแปลงและวางแผนรับมือกับการเปลี่ยนแปลงล่วงหน้าอย่างมีประสิทธิผล โดยมีความยืดหยุ่นปรับตัวง่าย เปิดรับทางเลือกอื่นและเต็มใจรับความเสี่ยง เป็นผู้นำการเปลี่ยนแปลงมากกว่าจะพยายามรักษาสภาพเดิมที่เป็นอยู่ และทำให้เกิดเป็นความจริง

ในหนึ่งคนสามารถมีทั้งคุณลักษณะของผู้นำและผู้บริหารที่ช่วยส่งเสริมซึ่งกันและกัน ซึ่งจะทำให้การบริหารธุรกิจครอบครัวเป็นไป

รูปแบบภาวะผู้นำในธุรกิจครอบครัว

มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย โดยศูนย์ศึกษาธุรกิจครอบครัว ได้ทำการวิจัยถึงรูปแบบผู้นำในธุรกิจครอบครัว โดยใช้แบบสอบถามในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากเจ้าของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมจำนวน 58 คน และทดสอบรูปแบบของภาวะผู้นำ ซึ่งประกอบด้วย

1. ภาวะผู้นำแบบผู้ประกอบการ (Entrepreneurial Style) คือจิตใจพร้อมที่จะแข่งขันสูง พยายามแสวงหามุมมองหรือวิธีการใหม่ๆ ที่จะทำให้เกิดข้อได้เปรียบเชิงการแข่งขัน กล้าเสี่ยง กล้าคิด กล้าตัดสินใจ กล้าลองสิ่งใหม่ๆ เน้นการกระทำเพื่อผลงานและรู้สึกว่าตนเองเป็นเจ้าของกิจการจริงๆ จึงมีความมุ่งมั่นที่จะทำให้ดีที่สุด เพื่อให้กิจการที่ตน

การบริหารจัดการและการเป็นผู้นำต่างก็มีความสำคัญ อย่างไรก็ตามในธุรกิจครอบครัวที่ให้ความสำคัญการบริหารจัดการจนเกินพอดี มีการจัดการและควบคุมมาก ย่อมไม่ก่อให้เกิดความสร้างสรรค์และสร้างความยั่งยืนอย่างแท้จริงให้กับธุรกิจครอบครัวได้

บริหารประสบความสำเร็จ โดยมีแนวคิดที่จะผลักดันให้กิจการประสบความสำเร็จควบคู่ไปกับการให้ความสำคัญในประเด็นต้นทุนต่ำ กำไรสูง

2. ผู้นำแบบเผด็จการ (Authoritative Style) ภาวะผู้นำแบบชี้นำ (Directive Style) =AD Style เน้นการบังคับบัญชาและการออกคำสั่งเป็นสำคัญ มักจะตัดสินใจด้วยตนเองแต่ผู้เดียว บัญชาการทำงานแบบสั่งการลงมาเลย และไม่ค่อยมอบหมายอำนาจหน้าที่ให้แก่ลูกน้องมากนัก มักใช้วิธีการให้รางวัลและลงโทษให้ลูกน้องรู้ถึงความคาดหวัง ให้ทิศทางว่าควรทำอะไรและควรทำอย่างไร ให้กำหนดการเกี่ยวกับงานที่ต้องทำให้และรักษามาตรฐานการปฏิบัติที่แน่นอนชัดเจน และให้ทุกคนเข้าใจตรงกันว่าบทบาทของผู้นำคืออะไรบ้าง

3. ผู้นำแบบประชาธิปไตย(Democratic Style = DP Style เปิดโอกาสให้ลูกน้องมีโอกาสแสดงความคิดเห็นและพูดคุยด้วย เอาความคิดเห็นข้อเสนอแนะจากลูกน้องมาอภิปรายแสดงความคิดเห็นในปัญหาต่างๆ เพื่อเอาความคิดที่ดีที่สุดมาใช้และใช้การให้ขอมูลย้อนกลับเป็นโอกาสในการชี้แนะช่วยให้

ลูกน้องมีพัฒนาการที่ดีขึ้น สามารถทำให้ลูกน้องมีใจให้กับการร่วมตัดสินใจ ผู้นำจะปรึกษาปัญหากับลูกน้องและขอให้ลูกน้องเสนอแนะรวมทั้งนำมาใช้ประกอบการตัดสินใจอย่างจริงจัง

4. ภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลง (Transformational style) เป็นผู้ที่ได้รับความชื่นชม การยอมรับเคารพนับถือและความไว้วางใจเป็นอย่างสูงจากลูกน้อง เป็นแบบอย่างที่ดีต่อลูกน้องมีอิทธิพลต่อความคิดและการปฏิบัติงานของลูกน้องมีพฤติกรรมที่สร้างแรงบันดาลใจให้กับผู้ที่อยู่รอบตัว มีความกระตือรือร้นและมองโลกในแง่ดี สามารถกระตุ้นและสร้างความเชื่อมั่นให้ลูกน้องเกิดความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ในการแก้ปัญหาในการทำงาน และส่งเสริมให้สมาชิกทุกคนขององค์กรเกิดการเรียนรู้และยังเอาใจใส่ในความต้องการของลูกน้องเพื่อความสำเร็จและความก้าวหน้าของของแต่ละบุคคล โดยสามารถเป็นที่ปรึกษา ดูแลเอาใจใส่และทำให้ลูกน้องรู้สึกมีคุณค่าและมีความสำคัญ

โดยสรุปผลวิจัย

1. รูปแบบภาวะผู้นำในธุรกิจครอบครัว

ผลการวิจัยพบว่าธุรกิจรุ่นที่ 1 (ผู้ก่อตั้ง) มีแนวโน้มที่จะมีภาวะผู้นำแบบ DP Style และผู้นำแบบผู้ประกอบการมากที่สุด ในขณะที่รุ่นที่ 2 มีแนวโน้มที่จะมีเฉพาะภาวะผู้นำแบบ DP และ ผู้นำการเปลี่ยนแปลง มากที่สุด และรุ่นที่ 3 จะมีแนวโน้มที่จะมีภาวะผู้นำแบบ DP มากที่สุด

และพบว่าคุณลักษณะของผู้นำที่จะทำให้ธุรกิจครอบครัว

Designed by Freepik

ประสบความสำเร็จได้แก่ ความเด็ดขาด/กล้าตัดสินใจ รับฟังความคิดเห็นของผู้อื่น ความซื่อสัตย์ คุณธรรม การหาความรู้และวิธีการใหม่ๆ อยู่เสมอ ภาวะผู้นำและความยุติธรรมตามลำดับ

2. รูปแบบภาวะผู้นำของผู้สืบทอดธุรกิจครอบครัว

จากผลการวิจัยพบว่าในภาพรวมผู้สืบทอดธุรกิจทั้ง 3 รุ่น มีระดับภาวะผู้นำแบบ DP ในระดับตรงมากที่สุด ทั้งนี้อาจเป็นเพราะธุรกิจครอบครัว นั้นมีเรื่องของอารมณ์เข้ามาเกี่ยวข้องด้วย ซึ่งเป็นเรื่องที่ต้องระมัดระวังเป็นพิเศษ เมื่อความเป็นคนกันเองในเดียวกัน ทำให้เกิดความคุ้นเคย แต่ก็ไม่อาจละเลยในเรื่องความเกรงใจกัน โดยเฉพาะที่เป็นสามีภรรยา หรือพ่อแม่ลูก โดยไม่สามารถออกคำสั่งตามใจชอบได้ เพราะเรื่องนี้อาจทำให้เกิดความหมางใจผิดกันได้ง่ายกว่าคนนอกเสียอีก ผู้นำต้องตระหนักในความอ่อนไหวในเรื่องของความรู้สึก ความเห็นหรือความคิดของคนอื่นด้วย เมื่อองค์กรเติบโตขึ้นต้องทิ้งรูปแบบการบริหารของตนเอง ความสามารถในการมอบอำนาจและพัฒนาทีมเป็นสิ่งสำคัญในการบริหารธุรกิจครอบครัว ซึ่งต้องใช้ภาวะผู้นำแบบ DP ที่เปิดโอกาสให้ทุกคนได้คิดและมีส่วนร่วมในการทำงานและการตัดสินใจ ซึ่งจะทำให้ทุกคนรู้สึกเป็นส่วนหนึ่งของความสำเร็จ และรู้สึกมีส่วนร่วมเป็นเจ้าของ และทำงานด้วยจิตใจของคนที่เป็นเจ้าของ มีความผูกพันและความสามัคคี ซึ่งเป็นคุณลักษณะเด่นอย่างหนึ่งของธุรกิจครอบครัวที่มีให้เห็นในทุกรุ่น และหากพิจารณาทีละรุ่นจะพบรายละเอียดดังตาราง

ตาราง 3 แสดงรุ่นของธุรกิจครอบครัวและลักษณะเด่นของภาวะผู้นำ

รุ่นที่	ช่วงอายุ	ภาวะผู้นำ
รุ่นที่ 1 ผู้ก่อตั้ง	41-65 ปี	DP Style Entrepreneurial Transformational
รุ่นที่ 2 หุ้นส่วนพี่น้อง	20-65 ปี	DP Style Transformational
รุ่นที่ 3 ทายาท	20-45 ปี	DP Style Entrepreneurial Transformational

รุ่นที่ 1

ผู้สืบทอดธุรกิจรุ่นที่ 1 ผู้ก่อตั้ง จะอยู่ในช่วงอายุ 41-65 ปีขึ้นไป มีแนวโน้มที่จะมีภาวะผู้นำแบบ DP กับ Entrepreneurial มากที่สุด และมีส่วนผสมของภาวะผู้นำ Transformational ด้วย ทั้งนี้อาจเนื่องมาจากในระยะเริ่มแรกขององค์กรเรียกว่ายุคการเป็นผู้ประกอบการ (Entrepreneurial Stage) ต้องการผู้นำแห่งการเปลี่ยนแปลงเพราะต้องการการเติบโต ความคิดริเริ่มสร้างสรรค์เพื่อให้เกิดความก้าวหน้า ซึ่งผู้ก่อตั้งมักมีความรู้สึกเป็นเจ้าของ มีความทุ่มเทให้กับงานและทำงานด้วยจิตใจที่มีความเป็นเจ้าของ(Intrapreneurial Spirit) จึงมักมีลักษณะภาวะผู้นำแบบ Entrepreneurial ที่มีความรู้สึกว่าตนเองเป็นเจ้าของกิจการจริงๆ(Sense of Ownership)

อย่างไรก็ตามเมื่อธุรกิจขยายตัวใหญ่ขึ้นความสามารถหรือทักษะของธุรกิจครอบครัวไม่พอในการจัดการธุรกิจต้อง

Designed by Freepik

ใช้ความสามารถและบุคลากรเข้ามาร่วมมือหรือใช้ทีมทำงานที่ใหญ่ขึ้น จึงจำเป็นต้องใช้วิธีการบริหารงานแบบกระจายอำนาจโดยการเปิดโอกาสให้พนักงานมีส่วนร่วมในการตัดสินใจและแสดงฝีมือ ในการบริหารบ้างเพื่อให้การดำเนินงานคล่องตัวและรวดเร็วทันกับสภาพการแข่งขันได้ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Salahuddin(2010) ที่พบว่าคนรุ่น Baby Broomers อายุอยู่ในช่วง 52-69 ปี/ 48-66 ปี มีความเชื่อมั่นในภาวะผู้นำแบบ Participative โดยภาวะผู้นำแบบ DP จะให้พนักงานมีส่วนร่วมในการตัดสินใจและพิจารณาว่าจะทำอะไรและอย่างไรเกี่ยวกับนโยบาย อย่างไรก็ตามการตัดสินใจขั้นสุดท้ายของผู้นำจะยอมรับข้อเสนอแนะเหล่านั้นหรือไม่ การใช้ภาวะผู้นำรูปแบบนี้จะเป็นประโยชน์ต่อผู้นำ คือทำให้เป็นส่วนหนึ่งของทีมและช่วยทำให้การตัดสินใจได้ถูกต้อง แต่ในบางครั้งก็จะทำให้เสียค่าใช้จ่ายจากการประชุมที่ไม่เสร็จสิ้นและทำให้พนักงานสับสนรู้สึกว่าขาดผู้นำ(Goleman ,2000)

นอกจากนี้แม้รุ่นที่ 1 จะมีแนวโน้มภาวะผู้นำทั้ง 2 แบบในข้างต้นมากที่สุด แต่ในรุ่นนี้ยังปรากฏลักษณะของผู้นำ

Transformational ผสมผสานเข้ามาด้วย อาจเนื่องมาจากการที่โลกธุรกิจทุกวันนี้ที่มีการแข่งขันสูง บริษัทที่ประสบความสำเร็จจึงต้องเปลี่ยนแปลงอย่างต่อเนื่องเพื่อตอบสนองความต้องการของโลกที่พลิกผันไปอย่างรวดเร็ว ผู้นำที่มีประสิทธิผลจะส่งเสริมวัฒนธรรมการเปลี่ยนแปลงและนำการเปลี่ยนแปลงดังกล่าวมาสร้างความได้เปรียบด้านการแข่งขัน ผู้นำจึงต้องปรับตัวแสดงบทบาทภาวะผู้นำแบบ Transformational เพื่อสร้าวความแข็งแกร่งให้กับธุรกิจ โดยอาศัยลักษณะเด่น คือ

1. การมีอิทธิพลอย่างมีอุดมการณ์ (Inspirational motivation) เป็นที่ชื่นชอบเคารพนับถือและไว้วางใจ

2. การสร้างแรงบันดาลใจ (Inspirational motivation) มีพฤติกรรมที่สร้างแรงบันดาลใจกับผู้ที่อยู่รอบตัว

3. การกระตุ้นทางปัญญา (Intellectual stimulation) กระตุ้นผู้ตามให้เกิดสิ่งใหม่และสร้างสรรค์

4. การคำนึงถึงความเป็นปัจเจกบุคคล (Individualized consideration) เอาใจใส่ในความต้องการของผู้ตามเพื่อความสำเร็จและความก้าวหน้าของแต่ละบุคคล (Bass, 1985, Avolio, Bass and Jung, 1999)

ข้อได้เปรียบอย่างหนึ่งที่ทำให้ธุรกิจครอบครัวยืนหยัดอยู่ได้นานคือ ความสามารถในการปรับตัวเมื่อภาวะเศรษฐกิจวิกฤติ บริษัทจะสามารถปรับตัวได้เร็วกว่าคู่แข่งที่บริหารโครงสร้างอื่น เนื่องจากผู้นำธุรกิจครอบครัวส่วนใหญ่มีอำนาจตัดสินใจแบบเบ็ดเสร็จ ไม่จำเป็นต้องปรึกษากับผู้ถือหุ้นจำนวนมากที่อาจมีความคิดเห็นแตกต่างกันไป ซึ่งช่วยให้การเคลื่อนตัวเชิงกลยุทธ์สามารถทำได้จริงในเวลาที่รวดเร็ว (พลอย, 2554) นั่นจึงเป็นเหตุผลว่าเหตุใดผู้นำในรุ่นนี้ยังมีระดับภาวะผู้นำแบบ AD อยู่ แม้จะไม่ปรากฏโดดเด่นเท่ากับอีก 3 แบบ แต่ก็ยังถือว่ามีความจำเป็นในการบริหารธุรกิจอยู่ ซึ่งพบว่ารุ่นที่ 1 มีระดับภาวะผู้นำแบบ AD สูงกว่ารุ่นที่ 2 และรุ่นที่ 3 ทั้งนี้อาจเนื่องจากในตอนเริ่มแรกของการก่อตั้งกิจการเจ้าของกิจการส่วนใหญ่มักบริหารงานโดยรวมอำนาจไว้ที่ตัวเองเป็นศูนย์กลางตัดสินใจแบบเบ็ดเสร็จตามลักษณะภาวะผู้นำ AD ซึ่งมีความจำเป็นเมื่อธุรกิจยังไม่มีทิศทางที่ชัดเจนและมีการสร้างวิสัยทัศน์ใหม่ที่ต้องขับเคลื่อนคนไปตามวิสัยทัศน์ (Goleman, 2000) อย่างไรก็ตามมีหลายงานวิจัยชี้ว่า ผู้นำจำเป็นต้องแสดงออกหลายรูปแบบจึงจะทำให้บรรยากาศและผลการดำเนินงาน

ในหนึ่งคนสามารถมีทั้งคุณลักษณะของผู้นำและผู้บริหารที่ช่วยส่งเสริมซึ่งกันและกัน ซึ่งจะทำให้การบริหารธุรกิจครอบครัวเป็นไป

ของธุรกิจออกมาดีที่สุด และผู้นำที่มีประสิทธิภาพที่สุดต้องรู้จักยืดหยุ่นที่จะสลับใช้ภาวะผู้นำรูปแบบต่างๆ ผู้นำไม่ควรจับคู่รูปแบบภาวะผู้นำไว้กับสถานการณ์อย่างใดอย่างหนึ่ง แต่ควรมีความลื่นไหลรู้จักสังเกตุผลตอบรับที่ได้ แล้วปรับรูปแบบของตนเองเพื่อให้ได้ผลดีที่สุด(Goleman ,20006)

รุ่นที่ 2

รุ่นที่ 2 อายุอยู่ในช่วง 20-65 ปีขึ้นไป มีแนวโน้มที่จะมีภาวะผู้นำแบบ DP และ Transformational มากที่สุดและมีระดับภาวะผู้นำแบบ AD ต่ำที่สุด ทั้งนี้อาจเนื่องมาจากธุรกิจครอบครัวนั้นแตกต่างจากธุรกิจทั่วไปตรงที่นอกจากต้องให้ความสำคัญกับเรื่องผลกำไรแล้ว ยังต้องให้ความสนใจในเรื่องของการรักษาครอบครัวและการสืบทอดธุรกิจของคนในรุ่นที่ 2 พวกเขาจึงมีมุมมองที่แตกต่างจากไปจากรุ่นที่ 1(ผู้ก่อตั้ง) ในเรื่องความรู้ มีการศึกษาและเรียนรู้สูงกว่าตรงกับธุรกิจมากกว่า มีความมั่นคงปลอดภัยในด้านการลงทุนและความเสี่ยงในการลงทุน เอกลักษณ์ของคนในรุ่นที่ 2 คือต้องการสร้างแบรนด์หรือความโดดเด่นให้กับธุรกิจ พวกเขาได้มีโอกาสในการทดลองตัดสินใจทางธุรกิจ มีความคาดหวังในการเข้ามาดำเนินธุรกิจครอบครัวหรือการสวมแทนตำแหน่ง การควบคุมความเป็นเจ้าซึ่งคิดอยู่แต่ไม่รู้ว่าจะมีโอกาสเมื่อไร (Bendor,

2009 อ้างถึงในดนัย, 2555)

ด้วยเหตุนี้อาจทำให้ยังไม่มีความรู้สึกว่าเป็นเจ้าของกิจการมากเท่าผู้ก่อตั้ง โดยเฉพาะกิจการที่รุ่นพ่อแม่หรือรุ่นผู้ก่อตั้งยังคงอยู่ในธุรกิจด้วยและหากรุ่นที่ 1 เคยทำแล้วประสบความสำเร็จ พอรุ่นที่ 2 เริ่มเข้ามา คนรุ่นที่ 1 ก็อาจจะไม่ยอมปล่อยให้คนในรุ่นที่ 2 ซึ่งในประเทศไทยนั้นรุ่นที่ 2 ที่เข้ามาสู่ธุรกิจครอบครัวนั้นส่วนใหญ่จบการศึกษามาแล้วก็เข้าทำงานเลย โดยธุรกิจหรือประสบการณ์ในการทำงานอาจไม่เหมือนรุ่นที่ 1 ที่เรียนรู้การจัดการด้วยการทดลองทำด้วยประสบการณ์ของตนเองจึงรู้สึกถึงความเป็นเจ้าของมากกว่าที่จะทำให้มีระดับภาวะผู้นำแบบ Entrepreneurial ต่ำกว่ารุ่นที่ 1 ซึ่งบางครั้งทำให้เกิดปัญหาคนรุ่นที่ 2 มักออกไปประกอบอาชีพอื่น หรือมำธุรกิจอื่นเพราะไม่เข้าใจในตัวธุรกิจและไม่มีทักษะเพียงพอ

อย่างไรก็ตามรุ่นที่ 2 หากอยู่ในช่วงของธุรกิจที่ขยายตัวใหญ่ขึ้น ก็มักจะมีการนำคนนอกที่จะเป็นทีมเดิมที่มาจากรุ่นพ่อแม่ การจะสร้างความเชื่อถือหรือลดความขัดแย้งได้มากเพียงใดและสามารถจะทำงานทำงานกลมเกลียวกันจริงๆ ได้อย่างไรจึงขึ้นอยู่กับลักษณะหรือรูปแบบของการบริหารของผู้นำ ซึ่งลักษณะนี้จึงใช้ภาวะผู้นำแบบ DP ซึ่งมีข้อดีคือทำให้พนักงานมีสิทธิออกเสียงในการตัดสินใจ ผู้นำแบบนี้จะทำให้เกิดองค์กรที่มีความยืดหยุ่นและความรับผิดชอบและช่วยสร้างไอเดียใหม่ๆ ให้เกิดขึ้นอยู่เสมอ (Goleman, 2000) ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Sala huddin(2010) ที่พบว่าคน Generation Xer อายุระหว่างช่วง 32-52 ปี สนับสนุน Participative leadership เน้นที่ความยุติธรรม ความสามารถและความตรงไปตรงมา คนกลุ่มนี้นำโดยใช้ความคิดที่ท้าทายและไอเดียของคนอื่นๆ มาใช้ในกระบวนการตัดสินใจ

รุ่นที่ 3

ในรุ่นที่ 3 อายุอยู่ในช่วง 20-45 ปี มีแนวโน้มและมีสภาวะผู้นำแบบ DP มากที่สุด และมีส่วนผสมของภาวะผู้นำแบบ Entrepreneurial และ Transformational ด้วย ทั้งนี้อาจเนื่องมาจากสำหรับคนรุ่นนี้ในบางครอบครัวถือเป็นคนรุ่นใหม่ที่เพิ่งก้าวเข้าสู่ธุรกิจ ซึ่งอาจได้รับอิทธิพลบางส่วนมาจากผู้สืบทอดธุรกิจรุ่นก่อน มีงานวิจัยชี้ว่า ภาวะผู้นำของผู้

พลการวิจัยพบว่าธุรกิจรุ่นที่ 1 (ผู้ก่อตั้ง) มีแนวโน้มที่จะมีภาวะผู้นำแบบ DP Style และผู้นำแบบผู้ประกอบการมากที่สุด ในขณะที่รุ่นที่ 2 มีแนวโน้มที่จะมีเฉพาะภาวะผู้นำแบบ DP และผู้นำการเปลี่ยนแปลงมากที่สุด และรุ่นที่ 3 จะมีแนวโน้มที่จะมีภาวะผู้นำแบบ DP มากที่สุด

สืบทอดธุรกิจค่อนข้างมีปัญหา โดยเฉพาะกับผู้บริหารในรุ่นที่ 2-3 เพราะพวกเขาไม่สามารถนำความคิดและจิตใจของคู่ค้าและลูกค้าได้ (อภิญญา, 2553) ซึ่งต้องแก้ไขโดยการสร้างให้พวกเขามีความรู้และประสบการณ์ที่เพียงพอ อย่างไรก็ตามจากการที่คนรุ่นก่อนทำให้พวกเขามีความรู้เกี่ยวกับความเหมาะสมและข้อดีข้อเสียของภาวะผู้นำในแบบต่างๆ จึงสามารถแสดงภาวะผู้นำในแบบที่เกิดประโยชน์ต่อองค์กรได้ มีงานวิจัยชี้ว่าคนรุ่นใหม่มักจะภาวะผู้นำแบบ DP ที่มักเปิดโอกาสให้ทีมงานมีโอกาสคิดและมีส่วนร่วมในกระบวนการทำงานหรือการตัดสินใจ ถึงแม้ผู้นำจะเป็นผู้ตัดสินใจในขั้นสุดท้ายก็ตาม ซึ่งรูปแบบนี้เหมาะกับการทำงานเป็นทีมและคาดหวังคุณภาพงานมากกว่าความรวดเร็ว (อภิญญา, 2554) และเนื่องจากธุรกิจครอบครัวต้องอาศัยความผูกพันและสัมพันธภาพระหว่างคนในครอบครัวเป็นเดิมพันสำคัญเพราะต้องอาศัยความสามัคคีและร่วมแรงร่วมใจกันเป็นตัวขับเคลื่อน และจากการศึกษาของโครงการ GLOBE พบว่ารูปแบบของภาวะผู้นำ

Designed by Freepik

แบบ Team-oriented และ Participative เป็นโมเดลที่มีประสิทธิภาพที่สุดสำหรับประเทศไทย (Gupta et al,2002) นอกจากนี้ในรุ่นที่ 3 ยังมีภาวะผู้นำแบบ Entrepreneurial ผสมผสานเพิ่มขึ้นมาอีกอาจเป็นเพราะการเป็นสมาชิกในครอบครัวมักมีส่วนร่วมเป็นเจ้าของด้วย เมื่อผู้นำแบบ DP เปิดโอกาสให้ร่วมตัดสินใจและแสดงความคิดเห็น ได้ร่วมเป็นส่วนหนึ่งของความสำเร็จ

คุณลักษณะของผู้นำที่จะทำให้ธุรกิจครอบครัวประสบความสำเร็จ

จากการสำรวจความคิดเห็นถึงคุณลักษณะของผู้นำที่จะทำให้ธุรกิจครอบครัวประสบความสำเร็จพบว่า คนรุ่นที่ 1 ให้ความสำคัญในเรื่องของความยุติธรรมมากที่สุด รองลงมาคือความซื่อสัตย์ ความเด็ดขาด กล้าตัดสินใจ และภาวะผู้นำเท่าๆ กัน ทั้งนี้จากการให้ข้อมูลเชิงลึก พวกเขาเชื่อว่าคุณธรรมและความซื่อสัตย์จะเป็นรากฐานที่ดีของทุกอย่าง และเนื่องจากต้องเป็นผู้ชี้ทิศทางธุรกิจและต้องการให้คนหมู่มากเดินตามความเด็ดขาด กล้าตัดสินใจ และภาวะผู้นำจึงมีความสำคัญมากเช่นกัน

ขณะที่คนรุ่นที่ 2 ให้ความสำคัญในเรื่องของความเด็ดขาด กล้าตัดสินใจ รับฟังความคิดเห็นของผู้อื่น การหาความรู้และวิธีการใหม่ๆ อยู่เสมอตามลำดับ จากข้อมูลเชิงลึกพวกเขาเชื่อว่าผู้นำควรมีความเด็ดขาดในการตัดสินใจ เพราะมีผลต่อความก้าวหน้าของบริษัท ขณะเดียวกันก็ควรรับฟังความคิดเห็นของผู้อื่นเพื่อให้เห็นรอบด้านและแก้ปัญหาถูกจุด และท่ามกลางการแข่งขันทางธุรกิจที่สูงผู้นำก็ควรแสวงหาความรู้ใหม่ๆ เพื่อนำพาองค์กรไปสู่ความสำร็จ

ส่วนคนรุ่นที่ 3 ให้ความสำคัญในเรื่องของภาวะผู้นำมากที่สุด รองลงมา ความเด็ดขาด กล้าตัดสินใจ รับฟังความคิดเห็นของผู้อื่น ความซื่อสัตย์ เท่าๆกัน ทั้งนี้เนื่องจากพวกเขาเชื่อว่าองค์กรต้องการภาวะผู้นำที่มีความเหมาะสมในการบริหารงาน ซึ่งต้องมีความกล้าตัดสินใจปรับเปลี่ยนสิ่งต่างๆ ตามสถานการณ์ได้รวดเร็ว อีกทั้งการรับฟังความคิดเห็นจากผู้อื่นจะทำให้ได้มุมมองในการพัฒนาที่กว้างขึ้น และพวกเขายังเห็นว่าความซื่อสัตย์เป็นคุณลักษณะสำคัญที่ผู้นำทุกคนควรจะมีอีกด้วย ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ อภิญญา เถลิงศรี, (2554) ที่พบว่าผู้นำในโลกตะวันออกจะสนใจเรื่องของคุณธรรมน้ำมิตร เรื่องของใจ และการให้โอกาสเติบโตในหน้าที่การงาน

อ้างอิง

1. อภิญญา เถลิงศรี. 2554. วิถีผู้นำเอเชียความท้าทายที่โลกตะวันตกเฝ้ามอง. วิถีผู้นำเอเชีย. 2(3):6.

2. Avolio, B. J., B. M. Bass and D. I. Jung. 1999. Reexaming The Components of Transformational and Transactional Leadership Using The Multifactor Leadership Questionnaire. Journal of Occupational and Organizational Psychology. 72: 441-462.

3. Bennis, Warren and Bert Nanus. 1985. Leaders: Their Strategies for Taking Charge. New York: Harper & Row.

4. Bass, B. M. 1985. Leadership and Performance Beyond Expectations. New York: Free press.

5. Goleman, Daniel. 2000. Leadership That Gets Results. Harvard Business Review. March-April:1-15.

6. Jain, Rajesh. Family Business Leadership. Root 'n Wing. Available: http://www.famizindia.com. 25 July 2012.

7. Yukongdi, Vimolwan. 2010. A Study of Thai Employees' Preferred Leadership Style. Asia Pacific Business Review. 16(1-2): January-April: 161-181.

เพราพิลาส พุทธรา

ประธาน YEC ฉะเชิงเทรา เจน 4 สร้างความหมายใหม่ให้งานจิตอาสา

รู้ เธอบอกว่า เธอ อึด ถึก ทน คือ ความเป็นเธอสาวบึกบึนแบบแมนแมนแต่เราพบว่า เธอมีหัวใจใหญ่โตซ่อนอยู่ในร่างแบบบางของ "กุ้งฝอย" เพราพิลาส พุทธรา เธอมีเรื่องราวชีวิตที่ผ่านร้อนผ่านหนาวจากการฝึกหนักของครอบครัว มาจนถึงชีวิตธุรกิจที่เคยล้มแต่กลับลุกขึ้นมาได้ใหม่และเติบโตขยายยิ่งกว่าเดิม ด้วยคำเดียวคือ "ครอบครัว"ที่หมายถึง ทุกคนที่ใกล้ชิดรอบตัวจนถึงพนักงาน กับ คำว่า "ปัญหา" ที่เจอเป็นต้อง "แก้" วันนี้ในบทบาทประธาน YEC ฉะเชิงเทรา เธอได้นำประสบการณ์ชีวิตเข้ามาพลิกจนเกิดนิยามใหม่ของการทำงานแบบ inside out เมื่อสมาชิกมีความสุขเขาก็พร้อมจะส่งต่อความสุขไปถึงคนอื่น ๆ ในสังคม จนวันนี้ YEC ฉะเชิงเทรา ไม่ใช่ชื่อที่ถูกมองข้ามอีกต่อไป

เจาะเบื้องลึกเบื้องหลังความอึด

เพราพิลาส พุทธรา หรือที่เรียกชื่อเล่นว่า "**กุ้งฝอย**" เป็นลูกหลาน 3 จังหวัด ครอบครัวเคยเป็นชาวจังหวัดปราจีนบุรี ต่อมาย้ายมาอยู่ที่จังหวัดสระแก้ว ประกอบอาชีพด้านเกษตร ปลูกไผ่ตรงหวาน บนเนื้อที่ 200 ไร่ น้องกุ้งฝอย เป็นลูกสาวสุดท้องคนเดียวและมีพี่ชาย 2 คน เกิดจากคุณพ่อสดวก และคุณแม่พัชรี (กิมลี้) พุทธรา ครอบครัวคนจีนที่อบรมสั่งสอนลูกสาวแบบเข้มงวดให้ทำงานอึดเหมือนผู้ชาย และส่งน้องกุ้งฝอยไปเรียนจบปริญญาตรี คณะเทคโนโลยีและการจัดการอุตสาหกรรม สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ และจบปริญญาโทคณะรัฐประศาสนศาสตร์ สถาบันพัฒนาบริหารศาสตร์ (นิด้า) เธอเรียนและทำงานในสายอุตสาหกรรมยานยนต์เคียงบ่าเคียงไหล่กับเพื่อนผู้ชายโดยตลอด ประสบการณ์สั่งสมให้เป็นเธอ "แมน" ก่อนที่จะแต่งงานมีครอบครัวและย้ายมาใช้ชีวิตที่ฉะเชิงเทรา

ด้วยคำเดียว คือคำว่า "ครอบครัว" กุ้งถือว่าพนักงานทุกคนคือครอบครัวที่เคียงบ่าเคียงไหล่กันมาเราจะไม่ทิ้งใครไว้แม้แต่คนเดียว จึงคิดปรับเปลี่ยนรูปแบบธุรกิจ

> **กุ้งชอบการเปลี่ยนแปลง และจะรู้สึกท้าทายกับปัญหาใหม่ๆ ที่ต้องการแก้ไข เมื่อแก้ไขปัญหาสำเร็จจะรู้สึกดีทุกครั้ง เช่นเดียวกับปัญหาการเปลี่ยนแปลงทางธุรกิจครอบครัว โรงหลอมอลูมิเนียม ที่เคยประสบปัญหาเศรษฐกิจส่งออกจนเข้าขั้นล้มละลาย แต่ปัจจุบันกลับมาพลิกฟื้นใหม่**

"กุ้งชอบการเปลี่ยนแปลง และจะรู้สึกท้าทายกับปัญหาใหม่ๆ ที่ต้องการแก้ไข เมื่อแก้ไขปัญหาสำเร็จ จะรู้สึกดีทุกครั้ง เช่นเดียวกับปัญหาการเปลี่ยนแปลงทางธุรกิจครอบครัว โรงหลอมอลูมิเนียม ที่เคยประสบปัญหาเศรษฐกิจส่งออกจนเข้าขั้นล้มละลาย แต่ปัจจุบันกลับมาพลิกฟื้นใหม่ ก็เกิดจากการ แก้ปัญหาใหม่เพื่อความอยู่รอด แล้วกระจายงานให้พนักงานได้ทำงานกันต่อไป"

ชีวิตเริ่มต้นได้ทุกวัน ด้วยความมุ่งมั่น เอาจริง...

น้องกุ้งฝอย และสามีไม่ย่อท้อที่จะแก้ปัญหาและลุกขึ้นสู้อีกครั้งกับการ

เปิดหมวกประธาน YEC ฉะเชิงเทรา เจน 4

น้องกุ้งฝอยสมัครเป็นสมาชิก YEC

ก่อตั้งธุรกิจใหม่ที่แข็งแรงกว่าธุรกิจเดิม และเหมาะกับยุคสมัยปัจจุบันด้วยความสามารถของ “ครอบครัว” (พนักงาน) ทุกคน จึงเป็นที่มาของการเริ่มต้นธุรกิจใหม่อีก 3 ธุรกิจ ได้แก่ ธุรกิจรับเหมาก่อสร้าง งานรับผลิตน้ำผลไม้จากฟักข้าวรับเทรนด์สุขภาพ และธุรกิจบริการด้านเทคโนโลยี โดยมีนโยบายทางธุรกิจที่ขับเคลื่อนไปพร้อมกับการเติบโตของเศรษฐกิจจังหวัดฉะเชิงเทรา ตามนโยบาย EEC ของภาครัฐ ที่สำคัญได้มีการกระจายพนักงานไปตามความถนัด หรือปรับเปลี่ยนบางคนให้เหมาะกับธุรกิจครั้งใหม่ ในพื้นที่กว้างใหญ่ถึง 60 ไร่ของครอบครัวที่ฉะเชิงเทรา เปลี่ยนคอกม้าให้กลายเป็นออฟฟิศบางส่วน ก่อสร้างคุมงานเองโดยมีที่พักพนักงาน และมีห้องพักรับรองแขกที่สะดวกสบายบางส่วน ชีวิตของครอบครัวเธอจึงเริ่มต้นใหม่อย่างมั่นคงอีกครั้งที่นี่ ที่ฉะเชิงเทรา

ภารกิจแรกในฐานะประธาน คือ การปรับเปลี่ยนแก้ปัญหาต่างๆ ที่ผ่านมาของ YEC ฉะเชิงเทรา ไปพร้อมกับการเพิ่มจำนวนสมาชิกจาก 15 คน เป็น 50 คน และทำให้สมาชิกทุกคนมีความสุขขึ้นกับระบบการบริหารใหม่ ทุกคนได้รับผิดชอบงานที่ชัดเจน และเหมาะสมกับสภาพธุรกิจของสมาชิกแต่ละคน

ฉะเชิงเทรามาแล้ว 4 ปี เคยถูกทาบทามให้เป็นประธาน YEC เจน 3 มาแล้ว แต่ติดเรียนจึงสละสิทธิ์ และพร้อมรับตำแหน่งที่สมาชิกพร้อมใจเลือกเธอให้เป็นประธาน เจน 4 เธอเล่าว่า ภารกิจแรกในฐานะประธาน คือ การปรับเปลี่ยนแก้ปัญหาต่างๆ ที่ผ่านมาของ YEC ฉะเชิงเทรา ไปพร้อมกับการเพิ่มจำนวนสมาชิกจาก 15 คน เป็น 50 คน และทำให้สมาชิกทุกคนมีความสุขขึ้นกับระบบการบริหารใหม่ ทุกคนได้รับผิดชอบงานที่ชัดเจน และเหมาะสมกับสภาพธุรกิจของสมาชิกแต่ละคน มีการจัดกิจกรรมคอนเสิร์ตหารายได้ให้การกุศล และจัดสรรเงินบางส่วนเป็นทุนทำงานของ YEC ตลอดปี โดยจะรบกวนเงินส่วนตัวของสมาชิกให้น้อยที่สุด จากปัญหาการสื่อสารระหว่างสมาชิกที่ถูกแก้ไขให้คุยมากขึ้น เพื่อสร้างความเข้าใจกัน จากอดีตที่จำนวนสมาชิกน้อย ไม่สามารถเข้าร่วมประชุมต่าง ๆ ของ YEC กลุ่มจังหวัด หรือ YEC ส่วนกลาง ทำให้ชื่อของ YEC ฉะเชิงเทราไม่เป็นที่รู้จักดีพอ พลิกโฉมเป็นองค์กรที่มีความคล่องตัวทำงานอย่างมีระบบมากขึ้น สมาชิกมีความเข้าใจกันมากขึ้น

“สิ่งที่ทำทันทีคือ แก้ปัญหา และเปลี่ยนแปลง วางโครงสร้างการทำงานใหม่ แบ่งความรับผิดชอบชัดเจน จัดให้มีเงินกองกลางสำหรับทำงาน ไม่ให้สมาชิกต้องควักเงินช่วยงานจิตอาสามากเกินไป ประธานจะทำงานคู่กับเลขา เพื่อสร้าง

การเรียนรู้ก่อนส่งไม้ต่อให้ประธานคนต่อไป ทำให้ YEC ฉะเชิงเทราเริ่มคล่องตัวมากขึ้น พร้อมขับเคลื่อนกิจกรรมเพื่อสังคม ด้วยความเชื่อที่ว่า สมาชิกทุกคนสำคัญหมด YEC จะขับเคลื่อนไม่ได้ถ้าขาดคนใดคนหนึ่ง และพร้อมจะเข้าร่วมกิจกรรม YEC ในจังหวัดต่าง ๆ ได้มากขึ้น เพื่อทำให้ YEC ทั่วประเทศ รู้จักชื่อ YEC ฉะเชิงเทรามากขึ้น”

การขับเคลื่อน YEC ต้องเข้าใจเนเจอร์สมาชิก

เพราะการขับเคลื่อนองค์กรอิสระไม่ใช่เรื่องง่าย โดยเฉพาะเป็นองค์กรที่ไม่ได้แสวงหากำไร ต้องอาศัยความเข้าใจความเป็นผู้บริหารธุรกิจรุ่นใหม่พอสมควรว่า บางคนมาจากธุรกิจครอบครัวใหญ่ที่ธุรกิจเริ่มอยู่ตัว มีความพร้อมจะก้าวไปช่วยงานในองค์กรอิสระ โดยอาจมีเป้าหมายเพื่อต่อยอดธุรกิจครอบครัว แต่นักธุรกิจรุ่นใหม่บางคนมีไฟแรงสูง ยังแสวงหามองหาความท้าทายในการทำธุรกิจ เพราะทุกอย่างคือการแข่งขันเพื่อธุรกิจ กลุ่มนี้จะไม่มีเวลาพอจะลงมาช่วยงานองค์กรอิสระได้เต็มตัว แต่มีใจพร้อมช่วยเหลือด้วยวิธีการต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็นเงินทอง สิ่งของ หรือพนักงาน เป็นต้น

“เพราะเข้าใจจึงต้องตกลงกันก่อน โดยวางแผนการทำงานล่วงหน้าของ YEC ตั้งแต่ต้นปี แบ่งความรับผิดชอบแต่ละงานตามช่วงเวลาที่สมาชิกแต่ละคนสามารถช่วยงานได้ หากไม่สะดวก

เวลา ก็สามารถช่วยเป็นอย่างอื่น ๆ ได้ตามความเหมาะสมของแต่ละกิจกรรม ดังนั้นสมาชิกทุกคนจึง ACTIVE หมด แม้ว่า ตัวจริงจะมีเพียง 40% ก็ตาม แต่ทุกคนพร้อมหมุนเวียนมาช่วยกันทำงานเมื่อมีเวลาลงตัว”

“ทุกคนต่างมีหัวโขน แต่ YEC เป็นองค์กรเดียว ที่ทุกคนพร้อมลดกำแพง ลดหัวโขน เพื่อมาเป็นเพื่อนกัน เมื่อเราคุยกันเยอะขึ้น เปิดพื้นที่ให้โชว์ไอเดียความคิด ที่จะทำให้เกิดการทะลายกำแพงระหว่างกัน ไม่ว่าเราจะอยู่ไหน เราจะมีเพื่อนที่พร้อมจะช่วยเหลือกันได้อย่างไม่มีเงื่อนไข นี่คือประสบการณ์จริงที่ได้ประสบมาจากการเป็น YEC”

ทุกคนต่างมีหัวโขน แต่ YEC เป็นองค์กรเดียว ที่ทุกคนพร้อมลดกำแพง ลดหัวโขน เพื่อมาเป็นเพื่อนกัน เมื่อเราคุยกันเยอะขึ้น เปิดพื้นที่ให้โชว์ไอเดียความคิด ที่จะทำให้เกิดการทะลายกำแพงระหว่างกัน ไม่ว่าเราจะอยู่ไหน เราจะมีเพื่อนที่พร้อมจะช่วยเหลือกันได้อย่างไม่มีเงื่อนไข นี่คือประสบการณ์จริงที่ได้ประสบมาจากการเป็น YEC

เป้าหมายที่อยากเห็นและอยากให้เป็น

แม้น้องกุ้งฝอยจะไม่ใช่ชาวฉะเชิงเทรา แต่มีความผูกพันกับเมืองฉะเชิงเทราเป็นพิเศษ เพราะเธอบอกว่า เมืองนี้มีเสน่ห์ที่ไม่เหมือนใคร มีหลายองค์กรซ่อนอยู่ คล้ายแนวคิด SEED ที่นี่ก็มีเมล็ดพันธุ์ดีดีอยู่มากมายที่รอการเติบโตอย่างถูกที่ ถูกทาง เช่นเดียวกันกับสิ่งที่พบว่า ที่นี่มีคนเก่งเยอะแต่ไม่เกิดการรวมตัวกันเพื่อทำให้จังหวัดเข้มแข็ง แต่กลับไปเติบโตอยู่ถิ่นอื่น จึงเป็นแรงบันดาลใจที่อยากให้ทุกคนได้เติบโตในแนวทางที่ตนเองเป็น ทำอย่างไรจะทำให้การรวมตัวของนักธุรกิจรุ่นใหม่ขยายพันธุ์เติบโตสร้างความเจริญงอกเงย เกิดการต่อยอดธุรกิจจากวัตถุดิบภายในจังหวัด โดยมีเป้าหมายเดียวกันคือ ทำให้จังหวัดฉะเชิงเทราไม่ใช่เมืองผ่านอีกต่อไป แต่เป็นเมืองที่เข้มแข็งมีความสามารถแข็งขันกับจังหวัดอื่นๆ ได้

นี่คือ Passion ของสาวร่างเล็ก แต่แมน อึด ถึก ทน ที่พร้อมใช้ประสบการณ์ชีวิตทั้งหมดเพื่อช่วยขับเคลื่อนองค์กร YEC ฉะเชิงเทราให้โดดเด่น และเป็นประโยชน์ต่อเนื่องกับหอการค้าจังหวัดฉะเชิงเทรา และจังหวัดฉะเชิงเทราต่อไป

เด็กหัวการค้า
WE'RE INNOVATION DRIVEN ENTREPRENEURS
UTCC
WANTED
เด็กหัวการค้า
มีธุรกิจและรายได้ระหว่างเรียน
Digital Life@UTCC
สืบทอดธุรกิจของครอบครัว
จบแล้วได้งานชัวร์
ได้เป็นนายตัวเอง
รับสมัครนักศึกษาใหม่ ปี 2560
ตั้งแต่วันนี้เป็นต้นไป
มีทุนการศึกษาและสิทธิพิเศษมากมาย
นักศึกษาใหม่จะได้รับ
iPad Mini4*
เป็นอุปกรณ์การเรียน
ในระบบ Digital Hybrid Learning System
สอบถามรายละเอียดเพิ่มเติมได้ที่ : ศูนย์รับสมัครนักศึกษา
โทร. 02-697-6766-8, 095-367-5513
*รายละเอียดอาจมีการเปลี่ยนแปลงตามที่มหาวิทยาลัยกำหนด
www.utcc.ac.th
แบ่งชำระค่าเล่าเรียน นานสูงสุด 4 เดือน 0%*
ม.หอการค้าไทย
@UTCC