

AEC CONNECT

FOURTH ISSUE / 2022



ศุภจี สุธรรมพันธุ์
ซีอีโอกลุ่มบริษัทดุสิตธานี

พลิกธุรกิจท่ามกลาง
เทรนด์โลกที่เปลี่ยนแปลงไป





Editor's Talk

คุยกับบรรณาธิการ

การประชุมสำคัญระดับโลกทั้ง G20 ASEAN Summit และ APEC ที่จัดขึ้นในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ได้สิ้นสุดลงเป็นที่เรียบร้อยแล้ว ท่ามกลางความคาดหวังเกี่ยวกับผลลัพธ์ของการประชุมที่จะสามารถช่วยแก้ไขปัญหามิติรัฐศาสตร์และเศรษฐกิจโลก ซึ่งความก้าวหน้าต่างๆ เราน่าจะได้เห็นเป็นรูปธรรมมากขึ้นในปี 2566

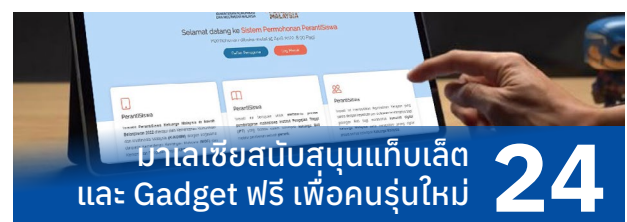
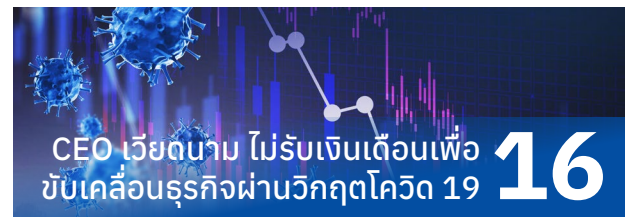
ขณะที่ กองทุนการเงินระหว่างประเทศ หรือ IMF มองว่าแนวโน้มเศรษฐกิจโลกดูมีดมนยิ่งขึ้น โดยมีสาเหตุหลัก 4 ข้อ ได้แก่ 1. การใช้นโยบายทางการเงินที่เข้มงวดเพื่อต่อสู้เงินเฟ้อสูง 2. เศรษฐกิจจีนเติบโตลดลง 3. การหยุดชะงักชั่วคราวของห่วงโซ่อุปทาน และ 4. ความไม่มั่นคงทางอาหารที่เกิดจากการรุกรานยูเครนของรัสเซีย

จากข้อมูลข้างต้นแสดงให้เห็นว่าในปี 2566 ยังมีความท้าทายอีกหลายประการที่เราจะต้องเผชิญ อย่างไรก็ตาม AEC Connect Newsletter ของเรานับนี้ยังเต็มไปด้วยข่าวสารการค้าและการลงทุนในอาเซียนที่พร้อมนำเสนอให้ทุกท่านได้เปิดมุมมองเพื่อสามารถก้าวทันความเปลี่ยนแปลงต่างๆ ของโลก พร้อมนำไปพัฒนาธุรกิจเพื่อเตรียมพร้อมรับมือกับความไม่แน่นอนต่างๆ ในอนาคตและสามารถก้าวเดินต่อไปได้อย่างมั่นคง

“ธนาคารกรุงเทพ เพื่อนคู่คิด มิตรคู่เอเชีย”

ไชยฤทธิ์ อนุชิตวรวงศ์
รองผู้จัดการใหญ่
ธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน)
บรรณาธิการบริหาร

In This Issue



President Message



โลกาภิวัตน์เป็นประเด็นที่ทุกประเทศให้ความสำคัญตลอด 40 ปีที่ผ่านมา โดยมุ่งเน้นการเพิ่มประสิทธิภาพการผลิต ซึ่งเราได้เห็นแล้วว่า ในระหว่างการแพร่ระบาดของโรคโควิด 19 นั้น ซัพพลายเชนบางระบบที่มีประสิทธิภาพสูง ก็ยังได้รับผลกระทบอย่างรุนแรง จากปัจจัยเกี่ยวเนื่อง เช่น การปิดโรงงานชั่วคราว หรือการหยุดชะงักของระบบขนส่งทั่วโลก เป็นต้น ซึ่งแสดงให้เห็นถึงความสำคัญของการเสริมสร้างความมั่นคงในระดับท้องถิ่นและระดับภูมิภาค รวมทั้งการสร้างความสัมพันธ์ระหว่างกันเป็นส่วนหนึ่งของห่วงโซ่อุปทานระดับโลกที่มีประสิทธิภาพ และเดินหน้าเสริมความมั่นคงภายในประเทศและระดับภูมิภาค

ธนาคารกรุงเทพมีฐานธุรกิจและตลาดที่แข็งแกร่งในประเทศไทย โดยเป็นธนาคารที่ใหญ่เป็นอันดับ 6 ในภูมิภาคเมื่อพิจารณาจากสินทรัพย์ และเป็นธนาคารไทยที่มีการดำเนินธุรกิจในต่างประเทศมากที่สุด โดยมีเครือข่ายสาขาในต่างประเทศกว่า 270 แห่ง ครอบคลุม 14 เขตเศรษฐกิจสำคัญของโลก

ในฐานะ ‘ธนาคารชั้นนำระดับภูมิภาค’ ธนาคารเชื่อมั่นในตลาดอาเซียนและแนวโน้มในอนาคตที่ยั่งยืน และพร้อมใช้จุดแข็งด้านเครือข่ายสาขาในภูมิภาค สนับสนุนลูกค้าให้เติบโตในตลาดเอเชียตะวันออกเฉียงใต้อย่างมั่นคงและยั่งยืน

คุณชาติศิริ โสภณพนิช
กรรมการผู้จัดการใหญ่
ธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน)





ศุภจี สุธรรมพันธ์ุ

ประธานเจ้าหน้าที่บริหารกลุ่มบริษัท คุสิตราณี จำกัด (มหาชน)

Dusit Thani

‘ศุภจี สุธรรมพันธ์’ ซีอีโอกลุ่มบริษัทดุสิตธานี พลิกธุรกิจท่ามกลางเทรนด์โลกที่เปลี่ยนแปลง



กลุ่มบริษัท ดุสิตธานี จำกัด (มหาชน) หรือ ดุสิต อินเตอร์เนชั่นแนล ได้รับยกย่องให้เป็นผู้นำธุรกิจบริการท่องเที่ยวและโรงแรมระดับนานาชาติ ดำเนินกิจการภายใต้ปรัชญา “สมดุล เติบโต กระจายความเสี่ยง” ปัจจุบันกลุ่มดุสิตธานีฯ มีธุรกิจ 5 สาขา ได้แก่ ธุรกิจโรงแรม รีสอร์ทและวิลล่า ธุรกิจการศึกษา ธุรกิจอาหาร ธุรกิจพัฒนาอสังหาริมทรัพย์ และธุรกิจบริการอื่นๆ ครอบคลุม 17 ประเทศทั่วโลกกว่า 300 จุดหมายปลายทางและมีที่พักให้บริการมากถึง 12,063 ห้อง ล่าสุดมีการพัฒนาโครงการ “Dusit Central Park” โครงการ Mixed-Use ล้ำสมัยแห่งใหม่ตรงหัวมุมถนนสีลมตัดถนนพระราม 4 มูลค่า 4.6 หมื่นล้านบาท

รายการ AEC TAKE-OFF สนทนากับ คุณศุภจี สุธรรมพันธ์ ประธานเจ้าหน้าที่บริหารกลุ่มบริษัท ดุสิตธานี จำกัด (มหาชน) ซีอีโอหญิงมากความสามารถและวิสัยทัศน์ที่นำเครือดุสิตธานีก้าวไปไม่หยุดนิ่งพร้อมผ่านวิกฤตโควิด 19 และฟื้นตัวอย่างต่อเนื่องโดยครึ่งปีแรกของปี 2565 บริษัทฯ มีรายได้รวมกว่า 2,174 ล้านบาท เพิ่มขึ้นร้อยละ 14.5 และขยายพอร์ตการลงทุนไปต่างประเทศอย่างน่าสนใจและก้าวเข้าสู่การพัฒนาอย่างยั่งยืนในอนาคต



รับชมรายการ AEC TAKE-OFF
”ดุสิตธานี” พลิกธุรกิจ
ท่ามกลางเทรนด์โลกที่เปลี่ยนแปลง

AEC TAKE-OFF : กลุ่มบริษัทอุตสาหกรรมเติบโตท่ามกลางเทรนด์โลกที่เปลี่ยนแปลงและความท้าทายอย่างไร?

คุณศุภจี : ปัจจุบันมีคนพูดถึง Global Trend มากมายที่ทำให้เราในฐานะผู้บริหารต้องรู้เท่าทัน และต้องพยายามที่จะสร้าง Model ทางธุรกิจที่ตอบโจทย์ให้ได้ โดยมี 4 Megatrends อันแรกเลยคิดว่าเรื่องของภูมิรัฐศาสตร์ ที่ต้องจับตามองอย่างดีเพราะตอนนี้โลกเริ่มมีการแบ่งแยกชั่วคราวค่อนข้างชัดเจน หรือเรียกว่า Decoupling โดยมีกลุ่มที่เป็นกลุ่มชาติทางตะวันตก และมีกลุ่มชาติทางตะวันออกที่เริ่มที่จะมีพลังและก็สามารถที่จะรวมตัวกันได้มากมาย ประเทศไทยเราเองก็ต้องมองว่าจะอยู่ในจุดสมดุลได้อย่างไรถึงจะไม่อยู่ในสถานะที่สับสนเสี่ยงเกินไปในการทำธุรกิจในเรื่องของ Supply Chain ของเราที่ประเทศไทยอย่างไร อาจจะต้องกระจายความเสี่ยงการไปลงทุนหรือการทำการค้าระหว่างประเทศหรือไม่เพื่อให้เกิด Balance มากขึ้น

เรื่องที่ 2 ก็คือเรื่องเทคโนโลยี หากจะนำ Metaverse เข้ามาผสมผสานอย่างไรให้เกิดประสบการณ์ที่โดนใจคนในยุคนี้

หรือยุคอนาคต เรื่องของ AI เรื่อง Virtual Reality (VR) หรือ Cloud Computing เราต้องรู้จักและรู้ว่าจะหยิบมาประยุกต์กับบริบททางธุรกิจ ตอบโจทย์โอกาสของเราอย่างไร กลายเป็น Business Model ที่ต้องปรับปรุงเปลี่ยนแปลงให้ความสะดวกรับกับลูกค้ามากที่สุด ที่ไหน เมื่อไหร่ ต้องได้ให้ประสบการณ์ที่โดนใจมากที่สุด ก็คือต้องให้ Personalized Experience แทนที่จะเป็นประสบการณ์กว้างๆ ซึ่งเทคโนโลยี Data จะเป็นตัวเข้ามาช่วยตรงนั้น

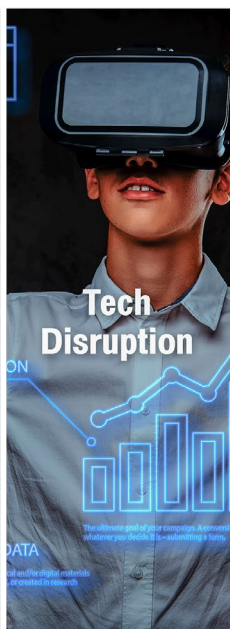
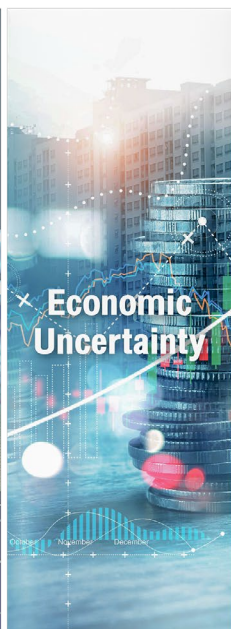
เรื่องที่ 3 เรื่องของ Climate Change หรือ Climate Crisis เพราะว่าเรื่องนี้มันกลายเป็นบริบทที่ทุกคนต้องร่วมด้วยช่วยกันเพราะเราใช้ทรัพยากรในโลกของเราอาจจะไม่ได้ระมัดระวัง ตอนนี้ไม่ว่าจะเวทีไหน เช่น World Economic Forum หรือบริษัทขนาดใหญ่ทั่วโลก แม้กระทั่งประเทศไทยเองก็ให้ความสำคัญกับเรื่องนี้มาก อย่างที่ท่านผู้นำของเราไปประกาศเจตนารมณ์ไว้ที่เวทีการประชุม COP 26 ว่า จะพยายามนำประเทศไทยก้าวไปถึง Net Zero Emission ที่ปี 2593 สิ่งเหล่านี้ต้องถูกนำมาตีเป็นโจทย์ในธุรกิจ Hospitality อย่างไร

Megatrend เรื่องที่ 4 ก็คือเรื่องของ Demographic Change มีอยู่สอง Aspect ใหญ่ๆ ที่คิดว่าน่าสนใจก็คือคนเรามีคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้นอยู่นานขึ้น ดังนั้นวัยเกษียณคือเดิม 60 ปี ตอนนั้นก็เริ่มมีการขยับขยาย ก็จะมีในเรื่องของการดูแลสุขภาพ เรื่องของ Wellness เรื่องของ Well-Being ทำอย่างไรให้คนที่สูงวัยอยู่ได้อย่างมีคุณภาพ ขณะเดียวกันสิ่งน่ากังวลที่ตามมาก็คือ เรื่องของอัตราการเกิดที่ลดลง คนรุ่นใหม่อาจจะไม่ประสงค์ที่จะมีลูก ดังนั้น Workforce ก็เริ่มน้อยลงไปเรื่อยๆ ข้อมูลของ UN บอกว่าเงินเนอเธอร์แลนด์ที่ใหญ่มากที่สุด ณ ปัจจุบัน คือ Gen Z ประมาณร้อยละ 30 ของ World Population โดยอินเดียเป็นประเทศที่มีคน Gen Z มากที่สุดในโลก สูงกว่าอเมริกาและจีนรวมกันด้วยซ้ำไป ดังนั้นตอนนี้เรากำลังคุยกันเรื่อง AEC ก็ควรจะเป็น AEC Plus จีนและอินเดียหรือไม่ก็เป็นสิ่งที่เราต้องมาคิดโจทย์ธุรกิจด้วย

AEC TAKE-OFF : คุณศุภจีมองว่าธุรกิจควรปรับตัวจาก Megatrend นี้อย่างไรบ้าง?

คุณศุภจี : เรื่องของ Hospitality ช่วง 2 ปีที่ผ่านมาเผชิญกับวิกฤตอย่างสูงมาก

Economic and Mega Trends





เพราะว่าอยู่ดีๆ โลกหยุดหมุน ทุกคนหยุดเดินทาง ล็อกดาวน์จากโรคระบาด ทาง UN WTO บอกว่าตอนนี้ในมุมมองของ Global International Travelling โลกมีการฟื้นตัวอยู่ที่ร้อยละ 60 ในปีนี้ นำโด่งมาด้วยยุโรป และตะวันออกกลาง แต่ในแง่ของเอเชียยังต่ำอยู่ ประเด็นที่ 2 ก็คือยังพึ่งพานักท่องเที่ยวจากประเทศจีนเป็นหลัก เมื่อคนจีนยังไม่ได้เดินทางเข้ามา การท่องเที่ยวของเราจะได้รับผลกระทบหนักกว่าฝั่งของยุโรปหรือตะวันออกกลาง

ประเทศไทยในปี 2562 มีนักท่องเที่ยวต่างชาติเดินทางมาประมาณ 39.9 ล้านคน ในนั้นเกือบ 11 ล้านเป็นคนจีน ถามว่าเราจะกลับไปยืนอยู่เหนือหรือเท่ากับปี 2562 เมื่อไหร่ ตัวเลขของ UN WTO บอกว่าอุตสาหกรรมท่องเที่ยวของโลกจะกลับไปอยู่ที่ระดับก่อนโควิดในปี 2567 แต่ว่าเอเชียจะล่าหลัง 1 ปี ส่วนของประเทศไทย ธปท.บอกว่าเราน่าจะฟื้นไปอยู่จุดเดิมที่ปี 2569 ซึ่งยังช้ากว่า Asia อีก 1 ปี ดังนั้นเราต้องกลับหน้าใจกันอีก 4 ปี กว่าที่จะกลับ

ไปตรงนั้น ถ้าเราอาจจะไม่ไหว เราควรจะมาช่วยกันดูในเรื่อง Quality Tourism คือทำอะไรให้เขาอยู่นานขึ้น ใช้เงินกับเรามากขึ้น ฉะนั้น Business Model ที่นำเสนอ 3 อย่างคือเรื่องของ Collaboration การหาพันธมิตรที่ถูกต้อง เรื่องของการมี Innovation มานำเสนอผลิตภัณฑ์และบริการในรูปแบบใหม่ๆ แล้วเรื่องที่ 3 คือ Contribution คือเราพูดกันเรื่องโลกร้อนทำอะไรให้ผู้ประกอบการมองเห็นภาพรวม Hospitality Industry ของประเทศต้องเดินหน้าไปด้วยกันได้ ประเทศไทยเน้นเรื่องการท่องเที่ยวเชิงพักผ่อน Leisure ในขณะที่บางประเทศเขาจะมี Mix ในเรื่องของ Business ค่อนข้างมาก ไปสังเกตดูธุรกิจ Hospitality ของสิงคโปร์ เขาฟื้นเร็วกว่าเรา ดังนั้นจะอย่างไรให้คนมาทำธุรกิจที่เรา มาประชุมที่เรา เรามี MICE Facility เราก็ต้องประชาสัมพันธ์ให้ประเทศไทยเป็น Landmark เป็น Hub ของ MICE Destination และเมื่อต้นปี CNBC บอกว่า กรุงเทพฯ ของเราคือ Best

Destination สำหรับ Workation ซึ่งแนวคิดของการทำงานที่ไหนก็ได้ช่วยทำให้เกิดธุรกิจข้างเคียงของการท่องเที่ยว เราใส่ Purpose อื่นเข้าไปยกตัวอย่างโปรโมทเรื่อง Wellness ชวนนักท่องเที่ยวมา Check - Up หรือมารักษา แม้กระทั่งมาทำ Preventive สิ่งที่น่าสนใจมากคือ เรื่องของความงาม แพทย์ไทยเก่งมาก นอกจากนี้ เรายังมีธรรมชาติสวยงาม อาหารอร่อย มีเซฟที่มีชื่อเสียงมากมาย มีวัฒนธรรมที่คนสามารถมีความสุข เท่ากับว่า ในขณะที่เขามาด้วยวัตถุประสงค์ด้านความงาม ก็สามารถเพลิดเพลินเติมเต็มด้านอื่นๆ ได้ด้วย

AEC TAKE-OFF : จากแนวคิดการบริหาร “สมดุล การเติบโต กระจายความเสี่ยง” คิดว่าทั้ง 3 บริบทนี้สามารถ Drive กลยุทธ์ของอุตสาหกรรมอย่างไร?

คุณศุภจี : เวลาที่เราดูบริบทธุรกิจ อาจไม่ใช่เฉพาะอุตสาหกรรมหรือธุรกิจ Hospitality เท่านั้น ถ้าเราดู Portfolio หากเราพึ่งพารายได้อะไรมากเกินไปเหมือนแก้วน้ำเดียว

มันยืนไม่มั่นคง ถ้าเกิดอะไรขึ้นมาเราล้ม
ทั้งยืนเลย เพราะเราไม่มีขาเสริม ดังนั้น
ประเด็นที่ 1 ถ้าเราพึ่งพาธุรกิจอะไรมาก
เกินไปต้องรีบระวังตัวแล้ว ข้อ 2 ถ้าเรายึด
ติดกับรูปแบบการให้บริการเหมือนเดิมที่
เราเคยทำมาแล้วเราคิดว่ามันจะพาเราให้
ประสบความสำเร็จในโลกอนาคต อันนี้ก็
น่ากังวล ข้อที่ 3 ก็คือถ้าเราเห็นการเจริญ
เติบโตของเรานิดๆ หน่อยๆ เป็นตัวเลขที่
ไม่ค่อยเยอะมากนัก อาจจะ Flat หรือไม่
ได้ไต่มาอันนี้อันตราย มันก็เลยออกมา
เป็น 3 แผน ก็คือ Balance Expand แล้วก็
Diversify ช่วง 7 ปีที่ผ่านมาจากเดิมที่เรา
มีอยู่ 27 Properties ใน 8 ประเทศ ตอนนี้เรา
มีอยู่กว่า 300 Properties ใน 17 ประเทศ

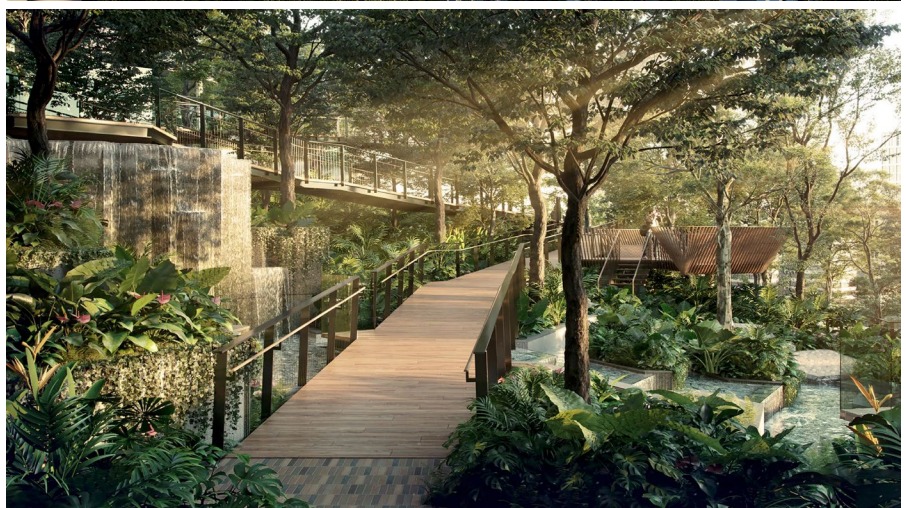
และจากเดิมจำนวน 27 Properties
นั้น เรามีโรงแรมอย่างเดียวแล้วรูปแบบ
เดียว คือโรงแรมที่เป็น Full Service
Hotel แต่เรามองว่าบริบทของโลกเปลี่ยน
ไป Demographic Change ในเรื่อง
Customer Profile Change, Customer
Preference Change ดังนั้นเราก็เลยต้อง
ให้บริการที่หลากหลายมากยิ่งขึ้น ใน 333
Properties มี 47 โรงแรมที่เป็นโรงแรม
ในรูปแบบที่เราเคยมีมาก็คือ ในเรื่องของ
Full Service Hotel ไม่ว่าจะเป็น Luxury
3 ดาว 5 ดาว 4 ดาว แล้วก็ก็มี 1 โรงแรมที่
เป็น Lifestyle ที่เราเพิ่ง Launch มาอยู่ที่
ไชน่าทาวน์เยาวราช ซึ่งเป็นถนนที่ดีที่สุด
ตอนนี้คือโรงแรมอาศัย ปัจจุบันเป็นอันดับ
2 ใน Trip Adviser ซึ่งถือว่าเราภูมิใจมาก
เพราะฉะนั้น เรามี Lifestyle ด้วย แล้วเรา
มีอีก 285 Luxury Villas ที่เราให้บริการอยู่
ใน 5-6 ประเทศจากการที่เราไปซื้อกิจการ
ของ บริษัทที่ชื่อ Elite Havens เมื่อปี 2561
เพราะเดี๋ยวนี้คนเดินทางบางคนชอบเดิน
ทางไปเที่ยวแล้วอยู่ Villa ไปกับเพื่อนไป
กับครอบครัว แล้วเรามี Personal Chef
มี Personal Butler ให้บริการที่เป็น
Personalization เพราะฉะนั้น การขยาย
ก็ไม่ใช่แค่ Footprint แต่เป็นการขยาย
การให้บริการที่แตะทุก Segment จากสอง

BU ที่เรามีมา เรามีโรงแรม เรามีการศึกษา
ที่เกี่ยวข้องกับโรงแรมและการประกอบ
อาหาร เราก็ก่ออีก 2 สาขา คือเติมในเรื่อง
ของ Food แล้วก็เติมในเรื่องของ Property
Development คือโครงการ Dusit Central
Park

AEC TAKE-OFF : คุณศุภจีมองโครงการ
Dusit Central Park สำคัญและน่าสนใจ
อย่างไร?

คุณศุภจี : Dusit Central Park ก็เป็นสาย
ธุรกิจสายใหม่ของเรา ก็คือในเรื่องของการ
พัฒนาอสังหาริมทรัพย์ซึ่งเป็นโครงการที่
เรามีความตั้งใจอย่างมาก เพราะว่าพื้นที่
ตรงนี้เป็นพื้นที่โรงแรมดุสิตธานี กรุงเทพฯ
เคยตั้งมาเป็นระยะเวลา 50 กว่าปีแล้ว
เป็นที่จดจำของคนทั้งในและต่างประเทศ

เราก็จะดึงความน่าสนใจ ความงดงาม แล้ว
ก็ประวัติของดุสิตธานี กรุงเทพฯ กลับมา
ที่นี่อีกครั้ง แต่ว่าเมื่อโลกเปลี่ยนไปความ
ต้องการของผู้บริโภคก็เปลี่ยนไปด้วย
ดังนั้นต้องหาจุดสมดุลให้ได้ว่าเราควร
อนุรักษ์อะไรและควรจะทำอะไรเข้าไป
ใหม่ ฉะนั้นดุสิตธานี กรุงเทพฯ ก็จะมีการ
เก็บอนุรักษ์บางเรื่องเอาไว้โดยที่เราอบ
ให้มหาวิทยาลัยศิลปากร กรุณามาช่วย
แนะนำว่า อะไรที่เราควรจะต้องเก็บไว้ทั้ง
ในเรื่องของสถาปัตยกรรม ทั้งในเรื่องงาน
จิตรกรรม และรูปสลักบางอย่าง เพราะ
ฉะนั้นถ้าคนเห็นโครงการนี้ก็กลับมาใหม่ใน
อีก 2 ปีข้างหน้า ก็จะเห็นโรงแรมดุสิต
กลับมาในรูปแบบที่ดูทันสมัยมากขึ้นแต่
ก็ยังคงความเป็นเอกลักษณ์ที่เราเคยมีมา
แต่เท่านั้นก็คงไม่พอเพราะธุรกิจต้องมีการ





มองถึงบริษัทที่สมดุลในหลายๆ เรื่องก็เลยเติมบริษัทใหม่ๆ เข้าไปในโครงการนี้ด้วย แทนที่จะมีแต่โรงแรมอย่างเดียว เราก็มีอาคารที่พักอาศัยด้วย มีอาคารสำนักงานด้วย และส่วนที่เป็น Retail ด้วย

ในส่วนที่เป็น Retail เราก็เชื่อมต่อกับรถไฟฟ้าใต้ดินซึ่งจะเป็นประสบการณ์ใหม่ในกรุงเทพฯ อย่างหนึ่งที่สามารถจับจ่ายใช้สอยใช้ชีวิตอยู่ใต้ดินด้วย เหมือนกับที่อยู่ต่างประเทศ เมื่อขึ้นมาบนดินก็เชื่อมกับรถไฟฟ้า BTS ส่วนที่เป็น Podium กลางของโครงการที่อยู่เหนือดินเราจัดให้เป็นสวนขนาดใหญ่ประมาณ 7 ไร่ใส่ความเขียวเข้าไปเพื่อจะให้เป็นส่วนเชื่อมต่อกับสวนลุมพินีซึ่งอยู่ตรงข้าม มีอาคารที่พักอาศัยก็เป็นความตั้งใจของเราอย่างมากจะให้บริการจาก Branded Residence ของ Dusit ซึ่งมี 2 Living Concepts ทั้งตัว Dusit Parkside แล้วก็ Dusit Residences ซึ่งให้บริการโดยคนของ Dusit ตลอดเวลา 24 ชั่วโมง 7 วัน 365 วัน ดังนั้น ก็เป็นความตั้งใจว่าเราอยากให้โครงการเป็น Mixed-Use ที่ตอบโจทย์ในทุก Living Concept ในทุก Lifestyle แล้วก็ก็เป็นเหมือนกับสถานที่ที่เป็นปอดเพิ่มเติมให้กับคนที่เข้ามาใช้บริการอีกครั้ง ถือว่าเป็น Landmark แห่งใหม่ของถนนสีลมเลยก็ว่าได้

AEC TAKE-OFF : ถ้ามองไปที่ประเทศเพื่อนบ้าน ภาพรวมของการลงทุนในกลุ่ม AEC โฟกัสประเทศใดเป็นพิเศษ?

คุณศุภจี : กลุ่มดุสิตของเรามีอยู่ใน 17 ประเทศ ณ วันนี้ ก็ถือว่าครอบคลุม AEC แต่ไม่ทุกประเทศ มีบางประเทศที่เรายังไม่ได้ไป สิ่งที่เราคิดว่ากำลังจะเดินต่อก็คือต้องไปดู Opportunities ในประเทศที่เรายังไม่ได้อยู่ แล้วมีโอกาสอย่างไรใน AEC ประเทศที่ดูมีศักยภาพมากๆ ในอาเซียน 2 ประเทศ

ใหญ่ก็คือ เวียดนาม แล้วก็อินโดนีเซีย อีกประเทศหนึ่งที่น่าจับตามองก็คือฟิลิปปินส์ เนื่องจากว่าจำนวนประชากรมาก และความพร้อมในเรื่องความเป็นสากล ในเรื่องของภาษา แล้วเขาก็เป็น Hub ของ Operation หลายอย่าง ดังนั้นใน AEC 3 ประเทศนี้ น่าสนใจเรียงลำดับเลยตั้งแต่เวียดนาม อินโดนีเซีย แล้วก็ตัวฟิลิปปินส์ ทั้งนี้ ในเวียดนามเรามีโรงแรมอยู่แล้ว 1 แห่ง แต่ว่าแน่นอนกำลังจะมีเพิ่มเติมโดยที่เวียดนาม Operation ใหญ่ของเราคืออาหาร เราไปลงทุน Acquire บริษัทที่ทำ Catering ให้กับโรงเรียนที่เวียดนาม ชื่อบริษัท The Caterers ทำอาหารส่งให้กับโรงเรียนต่างๆ วันหนึ่งก็ประมาณ 10,000 กว่า Meals คิดว่าน่าจะต่อส่วนอินโดนีเซียเราไม่ได้มีโรงแรม แต่เรามี Villas ที่บริหารจัดการโดย Elite Havens อยู่ที่บาห์ลี แล้วก็ที่ Lombok มีเป็นร้อย Villas เลย ตอนนี้อยู่ก็ดีมาก เพราะว่าคนต้องการท่องเที่ยวในรูปแบบอีกลักษณะหนึ่ง เราก็ตั้งใจที่จะขยายไปทางด้านโรงพยาบาลของเขาคือจำนวนประชากรค่อนข้างเยอะ เรื่อง Infrastructure อะไรอีกค่อนข้างมาก ก็เลยมองว่าเป็นโอกาสอยู่ใน Stage ที่เราสามารถเข้าได้ วันนี้เรามีโรงแรมอยู่ที่ฟิลิปปินส์ 5 แห่งก็มีอยู่ในเมืองหลวงที่มากาตี และมีที่ดาเวาและเซบู

AEC TAKE-OFF : คุณศุภจีมีแนวคิดหรือข้อเสนอแนะในการ Positioning ตัวเองอย่างไรที่จะก้าวต่อไปสู่อนาคต?

คุณศุภจี : คำถามนี้เป็นคำถามที่ดีมากๆ เพราะถึงแม้ว่าเราจะตอบโจทย์ธุรกิจวันนี้ไม่ได้ ไม่ได้หมายความว่าเราจะตอบโจทย์อนาคตได้ ทุกอย่างมีการเปลี่ยนแปลงจาก Disruption อะไรก็แล้วแต่ อย่างแรกเลยที่

ต้องทำก่อนคือ อย่ายึดติด ว่าที่เราทำมามันใช่ แล้วมันจะทำให้เราไปต่อข้างหน้าได้ ต้องเปิดใจว่า มันอาจจะไม่ใช่ซะแล้ว ถ้าไม่ใช่ต้องทำอะไรต่อ ก็ต้องหาความรู้ว่าเราจะต้องเดินอย่างไร ตรงนี้สรุปให้ฟังง่ายๆ ก็อาจจะต้องมี 3 รู้ด้วยกัน รู้แรกคือต้องรู้ใน รู้ตัวเอง คือธุรกิจของเรามีข้อดีข้อเสีย มีโอกาส มี Threat มีอะไรตรงไหนอย่างไร และ รู้นอกในที่นี้ก็คือต้องรู้แล้วว่าคนอยู่ใน Industry เดียวกันกับเราเขาทำอย่างไร แล้วคนที่อยู่ในประเทศเดียวกันกับเราหรือคนที่อยู่ใน Region อย่าง AEC เขามี Opportunity อยู่ตรงไหน Global มันเป็นอย่างนั้น น่ากลับมาเป็น Business Model ได้หรือไม่ อีกรู้หนึ่งที่ต้องมีคือ รู้จังหวะ ณ วันนี้ หลายคนพูดว่า Speed เท่านั้นที่จะตอบโจทย์ได้ คิดว่าก็ถูก เราต้องเร็ว เพราะถ้าเราช้าโอกาสมันก็จะหลุดลอยไป แต่ในบางขณะเขาบอกว่า Slow is the new fast จังหวะไหนเราควรจะเร่ง จังหวะไหนเราควรหยุดรอดู เพราะฉะนั้นเหล่านี้ ถ้าเราเอา 3 เรื่องมาประกอบกัน รู้ใน รู้นอก รู้จังหวะ เชื่อว่า Business Model เราก็จะเปลี่ยนไปได้ตามกระแสของสิ่งที่มีนากำลังจะเกิดขึ้น

เคล็ดลับการดำเนินธุรกิจในตลาดของคุณศุภจี สุธรรมพันธุ์ ประธานเจ้าหน้าที่บริหารกลุ่มบริษัทดุสิตธานี จำกัด (มหาชน) น่าสนใจและสอดคล้องกับสถานการณ์ Megatrend ของโลกที่กำลังเปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็ว ทั้งนี้ ผู้สนใจสามารถติดตามจากคลิปรายการสัมภาษณ์ฉบับเต็มได้ในช่องทางโซเชียลมีเดียต่างๆ ของ AEC CONNECT ธนาครกรุงเทพ “เพื่อนคู่คิด มิตรคู่เออีซี” ไม่ว่าจะเป็นระบบ Line Facebook หรือ YouTube ซึ่งมีแ่งมุมดีๆ วิสัยทัศน์ใหม่ๆ ในการดำเนินธุรกิจจากซีอีโอชั้นนำอีกมากมาย



เปิดสูตรสร้างความสำเร็จ ศรีนันนาพร มาร์เก็ตติ้ง จากรุทธิกรายเล็ก สู่นำตลาดขนมขบเคี้ยว CLMV

เริ่มต้นจากการเป็นยี่ปี่ว เติบโตจากการมีร้านค้าเล็กๆ ย่านตลาดมหานาค จนก้าวสู่เจ้าของธุรกิจขนมขบเคี้ยวแบรนด์ดัง กังเบนโตะ (BENTO) เจลลี่ (JELE) โลตัสสาโท (LOTUS) ฯลฯ ที่ขายดีในเมืองไทย แคมเปญโด่งดังไกล อร่อยไม่แพ้ใครทั้งในภูมิภาคอาเซียนและนานาชาติ รายการ AEC TAKE-OFF มีโอกาสสัมภาษณ์ คุณวิวรรธน์ ไกรพิสิทธ์กุล ประธานเจ้าหน้าที่บริหาร บริษัท ศรีนันนาพร มาร์เก็ตติ้ง จำกัด (มหาชน) หรือ SNNP มองศักยภาพทางธุรกิจในอดีต ปัจจุบัน และกำลังก้าวสู่นาคตด้วยประสบการณ์ที่สั่งสมมา 40 ปี

AEC TAKE-OFF : ที่มาของศรีนันนาพรและแนวโน้มการเติบโตในธุรกิจขนมขบเคี้ยว
คุณวิวรรธน์ : ศรีนันนาพร เราเติบโตจากยี่ปี่ว ผมช่วยงานคุณแม่ตั้งแต่ปี 2516 จนถึงปี 2525 แยกตัวออกมาดำเนินการเองสร้างโรงงานและขยายธุรกิจเรื่อยมาจนถึงปี 2541 จึงเริ่มทำแบรนด์เบนโตะ เจลลี่ถ้วยเล็ก เจลลี่ถ้วยใหญ่ เรียกว่าดังมาก เพราะทำ Research ตลอด เลย์รู้ว่าผู้บริโภคต้องการอะไร ขณะเดียวกันก็นำความชำนาญจากที่เป็นยี่ปี่วเก่าเห็นผลิตภัณฑ์สินค้ามาสามารถนำความรู้ที่มีมาพัฒนาสินค้าจนเป็นที่ยอมรับของตลาด โดยเฉพาะ 3 แบรนด์หลักอย่าง เจลลี่ เบนโตะ และขนมสายบัวอย่างโลตัสสาโท ต่อมาที่กำลังพัฒนาคือแบรนด์เมจิกฟาร์ม (MAGIC FARM) ตามด้วยแบรนด์ย่อยอีกหลายผลิตภัณฑ์ เช่น เวเฟอร์ช็อคกี้ (CHOCKY) เรามีศูนย์กระจายสินค้าเองหลายแห่งในประเทศไทยมี 4 โรงงาน และมีการซื้อ

ที่ดินไว้ทั้งในกัมพูชา และเวียดนาม เพื่อการลงทุนสร้างโรงงาน แต่ด้วยสถานการณ์โควิด 19 จึงต้องชะลอแผนดำเนินงาน หลังจากนั้นพร้อมเดินหน้าขับเคลื่อนต่อเนื่องจากหลายประเทศเปิดกันแล้วเช่นเดียวกับไทย

AEC TAKE-OFF : มองโอกาสการทำธุรกิจ ในอาเซียนอย่างไรบ้าง

คุณวิวรรธน์ : ที่ผ่านมามีสินค้าของเราไปขายผ่านชายแดนมานาน วัตถุดิบที่ใช้ผลิตปลาเบนโตะ ก็นำเข้าปลาชุกริมจากเวียดนามร้อยละ 60-70 เลยคิดว่าจะเข้าไปเปิดตลาดในเวียดนามเต็มรูปแบบเดือนกันยายนปีหน้า เพราะดูจากจำนวนประชากรก็มากกว่าไทย แนวโน้มกำลังซื้อก็เติบโตค่อนข้างดี ส่วนสปป.ลาว เรามีเอเยนต์อยู่แล้วคิดว่าในช่วง 3 ปีนี้ยอดขายในอาเซียนจะมีมูลค่าประมาณ 2,000 ล้านบาท

AEC TAKE-OFF : เป้าหมายในการเป็นผู้นำขนมขบเคี้ยวในตลาดอาเซียน

คุณวิวรรธน์ : ตอนนี้เราคิดว่าจะเป็นแถวหน้าในอาเซียน แต่ไม่กล้าบอกจะเป็นเบอร์ 1 เพราะ ในกัมพูชา เวียดนาม มีสินค้านำเข้าจากเกาหลีใต้ สหรัฐอเมริกา และจีนจำนวนมาก แต่แบรนด์เราเข้าไปอยู่ในตลาดนานแล้ว ทั้งเวียดนาม กัมพูชา และสปป.ลาว เราคืออาจเป็นผู้นำแถวหน้าได้ แต่เมื่อยมาขายผ่านชายแดนตามสถานการณ์ทางการเมือง นอกจากนั้นอีก 2 ประเทศที่มองอยู่คืออินโดนีเซียจะไปเปิดโรงงานปีหน้า และฟิลิปปินส์เดิมจดทะเบียนตั้งบริษัทไว้แล้วแต่เพราะที่ผ่านมามีติดปัญหาเรื่องการเดินทาง ในปีหน้าก็จะจัดคนเข้าไปบริหารเช่นกัน

ในส่วนตลาดนอกอาเซียนมีประเทศเกาหลีใต้และจีนจะปรับปรุงระบบเพราะยอดขายมากขึ้นเรื่อยๆ อย่างเกาหลีใต้สั่งเบนโตะเดือนละ 6-10 ตู้คอนเทนเนอร์



วิวรรณ ไกรพิสิทธิ์กุล

ประธานเจ้าหน้าที่บริหาร

บริษัท ศรีนันทาพร มาร์เก็ตติ้ง จำกัด (มหาชน)



รับชมรายการ AEC TAKE-OFF
'ศรีนันทาพร' คว่าโอกาสในวิกฤต
รุกตลาดอาเซียน



บริษัท ศรีน่านาพร มาร์เก็ตติ้ง จำกัด (มหาชน) หรือ SNNP ตั้งโรงงานผลิตสินค้าในเวียดนาม ตั้งเป้าเป็นฐานการผลิตสินค้ากลุ่มขนมขบเคี้ยวและเครื่องดื่มบรรจุในปี 2566



ปีหน้าอาจเพิ่มเป็น 20 ตู้คอนเทนเนอร์ ไตรมาส 4 จะเห็นภาพชัดเจน ส่วนจีน หากเปิดประเทศ นักท่องเที่ยวจีนสามารถเดินทางมาไทยได้ ยอดขายเบนโตะก็จะเพิ่มขึ้นเช่นกัน เนื่องจากเป็นที่นิยมของนักท่องเที่ยวจีน

ญี่ปุ่นเป็นอีกประเทศที่เราจะกลับเข้าไปทำตลาดหลังเปิดประเทศ ซึ่งเบนโตะก็เป็นสินค้าที่ได้รับความนิยม รวมถึง

ได้วันทาง 7-11 ได้วัน สั่งสินค้าจากเราเองโดยตรงไม่ได้ผ่านตัวแทน ข้ามไปฝั่งยุโรป เรามีตลาด อิตาลี ฝรั่งเศส อังกฤษ และสหรัฐอเมริกา ขายดีมาก

AEC TAKE-OFF : ในช่วงที่สถานการณ์เศรษฐกิจไม่แน่นอน คุณวิวรรธน์ให้คำแนะนำผู้ประกอบการว่าควรดำเนินธุรกิจอย่างไร

คุณวิวรรธน์ : คนเราทำธุรกิจต้องมีอุปสรรค ต้องมองว่าปัญหาอยู่ตรงไหน ทำให้เจอแล้วแก้ไขก็จะช่วยสร้างความเข้มแข็งให้เราด้วย อย่างผม 2 ปีแรกขายปลาเส้นไม่ได้ ต้องกลับมาหาตัวตนของเราใหม่ หันมาทำปลาหมึกแผ่น ค่อยๆ ทำพัฒนาไป Research ผู้บริโภคตลอดเวลา สินค้าอะไรที่ลูกค้าดี ก็ต้องรับฟังและแก้ไข จนเดี๋ยวนี้เบนโตะเป็นเบอร์ 1 ของประเทศไทย ของ CLMV และเอเชีย หรือ เยลลี่เจลเบิวตี้ ก็เป็นเบอร์หนึ่ง ยกเว้น เยลลี่ถ้วยเล็กยังสู้คู่แข่งไม่ได้ **“เวลามีอุปสรรคอย่าย่อท้อ เราเรียกอุปสรรคนั้นเหมือนเป็นครู ค่อยๆ แก้แล้วเราจะหาตัวตนเราเจอ แต่ถ้าเรายอมแพ้ ก็จะไม่ตลอดไป”**

ความสำเร็จที่น่าประทับใจของ SNNP และคุณวิวรรธน์ ไกรพิสิทธิ์กุล ประธานเจ้าหน้าที่บริหาร บริษัท ศรีน่านาพร มาร์เก็ตติ้ง จำกัด (มหาชน) ซึ่งได้ใช้ประสบการณ์ความเข้าใจลูกค้าและผู้บริโภค การทำวิจัยสำรวจตลาดอย่างสม่ำเสมอ และกล้าทดลองผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ ล้วนเป็นปัจจัยที่เอสเอ็มอีและผู้ประกอบการอาหาร สามารถนำไปใช้เป็นสูตรดำเนินธุรกิจได้ต่อไป

ติดตามรายการ AEC TAKE-OFF
ได้ที่ช่องทางโซเชียลมีเดีย AEC Connect



Facebook



YouTube

สนับสนุนโดยธนาคารกรุงเทพ
“เพื่อนคู่คิด มิตรคู่ AEC”



ยุคทองเศรษฐกิจดิจิทัลอินโดนีเซีย สร้าง ‘e-Katalog แห่งชาติ’ จัดซื้อจัดจ้างอย่างโปร่งใส

อินโดนีเซีย ผลักดันสินค้ารายย่อย หรือ MSME เข้าสู่ระบบการค้าแบบอิเล็กทรอนิกส์ ผ่านโครงการ e-Katalog แอปพลิเคชันที่สนับสนุนให้ทุกองค์กรภาครัฐเข้ามาซื้อสินค้าและบริการภายในประเทศลดการพึ่งพาสินค้านำเข้า ปัจจุบันมีสินค้าเข้าร่วมนับแสนรายการ

การริเริ่มของรัฐบาลอินโดนีเซียในช่วง 2-3 ปีที่ผ่านมา ต้องการใช้ระบบการจัดซื้อจัดจ้างผ่านระบบอิเล็กทรอนิกส์ (e-Government Procurement) เพื่อประหยัดค่าใช้จ่ายในการประมูล สร้างความโปร่งใส และลดปัญหาการคอร์รัปชันในระบบราชการ ริเริ่มโดยหน่วยงานจัดซื้อจัดจ้างภาครัฐคือ National Public Procurement Agency (Lembaga Kebijaksanaan Pengadaan Barang/Jasa Pemerintah: LKPP) จัดทำระบบ e-Catalogue เพื่อสามารถจัดซื้อและอุปกรณ์การแพทย์ สำหรับโรงพยาบาลรัฐของอินโดนีเซีย

นอกจากนั้นยังส่งเสริมผลิตภัณฑ์ที่ผลิตขึ้นในประเทศเข้าสู่ตลาดการค้าแบบออนไลน์และส่งเสริมให้หน่วยงานท้องถิ่นต่างๆ เลือกซื้อสินค้าในราคาที่ เป็นธรรมป้องกันการทุจริตคอร์รัปชัน โดยมีแพลตฟอร์มออนไลน์ e-Katalog แห่งชาติ สำหรับรายการสินค้าที่เข้าร่วมและสมัครให้หน่วยงานภาครัฐซื้อสินค้าจากแอปพลิเคชันนี้ที่ทำเป็นภาษาอินโดนีเซีย

“วันนี้ที่สถานการณ์โควิด 19 คลี่คลาย เราต้องการเห็นความต่อเนื่องของการขับเคลื่อนเศรษฐกิจ เพราะฉะนั้นหน่วยงานของเราจะสนับสนุนการซื้อสินค้าภายในประเทศตามโครงการ e-Katalog

เพิ่มการใช้วัสดุในประเทศ หน่วยงานรัฐในระดับภูมิภาคจะเป็นผู้สนับสนุนให้เกิดการเร่งรัดใบอนุญาตและการสนับสนุนอื่นๆ ตามมา” เฮนดรารี ปริฮาดี หัวหน้าสำนักงานจัดซื้อจัดจ้างแห่งชาติ (LKPP) แห่งอินโดนีเซียระบุ

ทั้งนี้ รัฐบาลของประธานาธิบดีอินโดนีเซีย ‘โจโก วิโดโด’ สนับสนุนการใช้วัตถุดิบในประเทศเพื่อหวังเป็นแรงกระตุ้นเศรษฐกิจที่ซบเซาหลังโควิด 19 ซึ่งกฎหมายการจัดซื้อจัดจ้างภาครัฐฉบับใหม่ กำลังจะประกาศใช้ต่อไป “ประธานาธิบดีได้มีคำสั่งให้ร่างกฎหมายสำหรับการจัดซื้อจัดจ้างสินค้าและบริการภาครัฐที่จะต้องให้สัตยาบันก่อนปี 2568 นี่คือแผนงานในอนาคตที่เราจะต้องดำเนินการต่อไป”

Suharso Monoarfa รัฐมนตรีว่าการกระทรวงวางแผนการพัฒนาแห่งชาติ เน้นย้ำถึงความสำคัญของการเร่งเปลี่ยนกระบวนการจัดซื้อภาครัฐสู่รูปแบบดิจิทัล เพื่อเพิ่มขีดความสามารถของการใช้จ่ายงบประมาณอย่างคุ้มค่าและให้ความสำคัญกับผลิตภัณฑ์ในประเทศ

ก่อนหน้านี้ ภาคเอกชนอินโดนีเซียจัดทำรายงานการวิจัย EV-DCI 2022 ดัชนีวัดความสามารถในการแข่งขันทางดิจิทัลของอินโดนีเซียพบว่ากำลังก้าวสู่ยุคทองทางด้านดิจิทัลของอินโดนีเซีย “Towards Indonesia Digital Golden Era” ความเหลื่อมล้ำในการเข้าถึงเทคโนโลยีลดลงและความสามารถในการแข่งขันภาคธุรกิจเพิ่มขึ้น ส่วนหนึ่งเกิดจากวิสัยทัศน์ของภาครัฐ

รัจดู มูนุซามี่ (Radju Munusamy) หัวหน้าของพีดับบลิวซี อินโดนีเซีย หนึ่งในภาคเอกชนที่ร่วมทำการวิจัย กล่าวว่า “การ

มุ่งสู่ยุคทองทางดิจิทัลของอินโดนีเซียควรพิจารณาใน 5 ด้าน ได้แก่ การเร่งพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานด้าน ICT เพื่อเอื้อต่อการเติบโตทางเศรษฐกิจดิจิทัลที่เท่าเทียมกันมากขึ้น การสร้างธรรมาภิบาลดิจิทัล พัฒนาความสามารถด้านดิจิทัลผ่านการปรับปรุงระบบการศึกษาและทักษะ ส่งเสริมการนำเทคโนโลยีดิจิทัลมาใช้ในภาคส่วนต่างๆ และนำหลักการความยั่งยืนมาใช้ เพื่อให้เกิดยุคทองของเศรษฐกิจดิจิทัล”

อินโดนีเซียเป็นหนึ่งในประเทศที่ประชากรให้เข้าถึงอินเทอร์เน็ตมากที่สุดในอาเซียน รัฐบาลของโจโก วิโดโด สนับสนุนเศรษฐกิจดิจิทัลอย่างเต็มที่ ทั้งพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานโทรคมนาคมและดิจิทัล เช่น โครงการ Palapa Ring เพื่อการเข้าถึงและเชื่อมต่อทางอินเทอร์เน็ต การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ด้านดิจิทัล มอบทุนการศึกษาด้านความสามารถทางดิจิทัล เป็นต้น ร่วมกับบริษัทด้านดิจิทัลสำคัญ ได้แก่ CISCO Google Facebook Microsoft Amazon IBM Oracle และ Huawei ZTE และการพัฒนากฎระเบียบต่างๆ เพื่อช่วยเพิ่มการจ้างงาน การส่งออก และรายได้ของประเทศ

รวมทั้งใช้ระบบดิจิทัลในการให้บริการเอกชนและประชาชน ซึ่งโครงการ e-Katalog เป็นหนึ่งในโครงการที่ได้รับเสียงตอบรับอย่างดีมีผู้ประกอบการเข้าร่วมเพิ่มขึ้นเรื่อยๆ ถึงกว่า 20,000 รายแล้ว หากแพลตฟอร์ม e-Katalog ด้านสาธารณสุขประสบความสำเร็จเช่นนี้มีแนวโน้มว่ารัฐบาลอินโดนีเซียจะขยายไปสู่การจัดซื้อจัดจ้างภาครัฐผ่าน e-Katalog ในทุกสาขาทุกประเภทสินค้าต่อไป

ที่มา : www.opengovasia.com และ www.ryt9.com



กัมพูชาเปิดใช้ ทางด่วนเส้นใหม่ 'พนมเปญ-สีหนุวิลล์'

กระทรวงโยธาธิการและขนส่ง (MPWT) และ กระทรวงเศรษฐกิจและการเงิน (MEF) ประเทศกัมพูชา ร่วมกันวางแผนพัฒนา ธุรกิจทางด่วนสายพนมเปญ-สีหนุวิลล์ ระยะทาง 190 กิโลเมตร ซึ่งเปิดให้บริการ ตั้งแต่เดือนตุลาคม 2565 พบว่าเพียงแค่ ช่วง 10 วันแรกมีรถยนต์มาใช้บริการถึง 126,000 คัน โดย Soeung Sokung ปลัด กระทรวงโยธาธิการและขนส่ง กล่าวว่า ทั้งสองกระทรวงร่วมกันวางแผนในเรื่อง การกำกับดูแลการเก็บค่าผ่านทางของทาง บริษัท China Road & Bridge Corporation (CRBC) ซึ่งตามสัญญาบริษัทจะเก็บค่า บริการได้แต่ต้องผ่านการพิจารณาของ คณะกรรมการร่วมสองกระทรวง ทั้งนี้ มีแนวคิดในการนำเทคโนโลยีสมัยใหม่มา ใช้ เพิ่มความสะดวกปลอดภัยและสร้าง ความโปร่งใสเรื่องของการแสดงรายได้ ต่อประชาชน ทำงานร่วมกับ 14 ธนาคาร พาณิชย์และสถาบันการเงินที่เกี่ยวข้อง
ที่มา : www.khmertimeskh.com

รัฐบาลเวียดนามเตรียม งบประมาณปีหน้า 2.6 หมื่นล้านดอลลาร์สหรัฐ

รัฐบาลเวียดนามกำหนดงบประมาณปี 2566 ไว้ที่ 644,515 พันล้านดอง หรือ ประมาณ 26.41 พันล้านดอลลาร์สหรัฐ โดยเป็นงบประมาณเกินดุลที่เกิดจากเงิน รายได้จัดเก็บภาษีของภาครัฐรวมไปถึง การกู้ยืมเงินจากการออกพันธบัตรรัฐบาล และกู้เงินจากสถาบันการเงินในประเทศ และต่างประเทศ ทั้งนี้รัฐบาลมั่นใจว่าแม้ จะเป็นงบประมาณเกินดุลแต่จะเป็นหนี้ไม่ เกินเพดานการก่อหนี้ตามกรอบนโยบาย การคลัง ซึ่งรัฐบาลมีความระมัดระวังอย่าง มาก สะท้อนให้เห็นจากตัวเลขการค้ำ ประกันหนี้ของรัฐบาลได้ลดลงจากร้อยละ 8.8 ในปี 2558 เหลือเพียงร้อยละ 3.2 ในปี 2565 และการก่อหนี้สาธารณะจะต้องได้ รับการอนุมัติจากรัฐสภาเวียดนามด้วย ดังนั้น จึงเป็นเครื่องการันตีฐานะทางการ คลังอีกทางหนึ่ง อย่างไรก็ตามสิ่งที่รัฐบาล เวียดนามหนักใจเหมือนเช่นประเทศอื่นๆ คือการเบิกจ่ายงบลงทุนที่ค่อนข้างล่าช้า อยู่ที่ร้อยละ 65 ของแผนดำเนินงานเท่านั้น ในเดือนกันยายน 2565 มีองค์กรปกครอง ส่วนท้องถิ่น 9 แห่งและหน่วยงานย่อย ของ 6 กระทรวงได้ค้ำงบประมาณลงทุนถึง 11,639 พันล้านดอง หรือประมาณ 477.69 ล้านดอลล่าร์สหรัฐ

ที่มา : www.tuoinetnews.vn



AmBank ประเมินยอด ส่งออกมาเลเซียขยายตัว ร้อยละ 25

สำนักวิจัย AmBank มองอัตราการเติบโต ของภาคส่งออกประเทศมาเลเซียขยาย ตัวร้อยละ 24-25 ในปีนี้ คาดว่าไตรมาส สุดท้ายอาจจะขยายตัวได้ช้าลงเนื่องจาก ภาวะเศรษฐกิจโลก อย่างไรก็ตาม ด้วยยอด การค้าระหว่างประเทศที่ฟื้นตัวก็ทำให้ จีดีพีของมาเลเซียไตรมาส 3 จะขยายตัว ร้อยละ 12-14 ซึ่งเติบโตต่อเนื่องจาก ไตรมาส 2 ที่จีดีพีอยู่ที่ร้อยละ 8.9 ส่วนใหญ่ เกิดจากสินค้าด้านอิเล็กทรอนิกส์และสินค้า โภคภัณฑ์ ขณะที่การส่งออกก๊าซธรรมชาติ จะเพิ่มขึ้นในช่วงปลายปีเนื่องจากญี่ปุ่น จีน และเกาหลีอยู่ในฤดูหนาว สำหรับยอด การส่งออกรวมในช่วง 9 เดือนแรกของปี 2565 มีมูลค่า 1.159 ล้านล้านริงกิต ซึ่งสูง กว่าช่วงเดียวกันของปีก่อน 889.4 พันล้าน ริงกิต “ตัวเลขนี้ได้สะท้อนว่าอัตราเฉลี่ย ของการส่งออกในช่วงมกราคม-กันยายน 2565 ขยายตัวถึงร้อยละ 30.2 สูงกว่า ตัวเลขการส่งออกทั้งปีที่คาดการณ์ไว้ ร้อยละ 24-25” AmBank ระบุ

ที่มา : www.nst.com

แบงก์ชาตินำธนบัตร ใหม่หมุนเวียนในตลาด ครั้งแรกรอบ 19 ปี

ธนาคารแห่งชาติสปป.ลาว ได้ออกธนบัตรใหม่มูลค่า 10,000 กีบ และ 20,000 กีบ นำไปใช้หมุนเวียนในตลาด หลังจากรุ่นของธนบัตรเดิมได้ออกใช้มาเป็นเวลา 19 ปีแล้ว หรือใช้ครั้งแรกในปี 2546 ซึ่งนับเป็นธนบัตรที่มีมูลค่าสูงสุดในขณะนั้น ต่อมาในปี 2561 ธนาคารแห่งชาติสปป.ลาวได้ปรับปรุงการออกแบบธนบัตรใหม่และขออนุมัติต่อรัฐบาลสปป.ลาวในปี 2563 “การออกธนบัตรใหม่มีเป้าหมายเพิ่มคุณภาพและมาตรฐานให้ทัดเทียมกับธนบัตรที่ออกโดยประเทศเพื่อนบ้านและป้องกันการปลอมแปลง เช่น เมื่อส่องกับไฟสีแดงจะมองเห็นสัญลักษณ์ประจำชาติ สปป.ลาวเป็นสีเหลือง เมื่อถูกแสงจะทำให้เห็นลายน้ำที่เป็นภาพของประธานาธิบดีไกสร พรหมวิหาร พร้อมตัวเลขทั้งด้านหน้าและด้านหลังธนบัตรได้อย่างชัดเจน อย่างไรก็ตาม แม้จะมีการออกธนบัตรรุ่นใหม่ ออกมา แต่ธนบัตรรุ่นเดิมที่ใช้ในปี 2546 ก็ยังไม่ถูกยกเลิกใช้งานสามารถนำไปชำระค่าสินค้าและบริการได้ตามกฎหมาย

ที่มา : www.laotiantimes.com



IMF คาดเศรษฐกิจ สปป.ลาวปีนี้ เติบโต ร้อยละ 2.2 และปีหน้า เพิ่มร้อยละ 3.1

รายงานของกองทุนการเงินระหว่างประเทศ (IMF) คาดว่า เศรษฐกิจสปป.ลาว ปีนี้จะเติบโตร้อยละ 2.2 ซึ่งไอเอ็มเอฟได้ปรับลดคาดการณ์จีดีพีของสปป.ลาวมาแล้วครั้งหนึ่งเมื่อต้นปี จากปัจจัยเศรษฐกิจโลกทั้งในยุโรป สหรัฐฯ ที่ยังไม่ฟื้นตัวจนถึงภาวะถดถอย นอกจากนั้นภาวะเงินเฟ้อเฉลี่ยของโลกที่สูงขึ้นร้อยละ 8.8 ก็เป็นปัญหาที่สปป.ลาวเช่นกัน ค่าครองชีพในสปป.ลาวสูงมากจากการปรับขึ้นราคาน้ำมันหลายครั้งและภาวะขาดแคลนน้ำมันเชื้อเพลิงในเดือนพฤษภาคม และมีผู้นำย่นกระทบต่อกิจกรรมทางเศรษฐกิจภาคเกษตรและอุตสาหกรรม “ประเทศกำลังพัฒนาต้องเผชิญกับช่วงเวลาที่ยากลำบากจากสภาพแวดล้อม เงินดอลลาร์สหรัฐ แข็งค่า วิกฤตค่าครองชีพ และสินค้าที่จำเป็นในชีวิต” ไอเอ็มเอฟระบุก่อนหน้านี้ธนาคารเพื่อการพัฒนาเอเชีย (ADB) ลดประมาณการณ์เศรษฐกิจของสปป.ลาวในปี 2565 ลงเหลือร้อยละ 2.5 จากเดิมร้อยละ 3.4 และปีหน้าที่ร้อยละ 3.5 โดย ADB หวังให้สปป.ลาวฟื้นตัวด้วยการลงทุนใหม่ในภาคพลังงานและเหมืองแร่

ที่มา : www.laotiantimes.com

ฟิลิปปินส์เผชิญวิกฤต ราคาอาหารและเงินเฟ้อ

สถานการณ์เงินเฟ้อในประเทศฟิลิปปินส์สูงขึ้นโดยเฉพาะในกลุ่มอาหารที่เป็นแรงกดดันต่อภาครัฐเพราะประชาชนฟิลิปปินส์เดือดร้อนอย่างหนัก ผลพวงจากปรากฏการณ์ ลานีญา หลังจากมีพายุฝนตกหนักมาตั้งแต่ปลายกันยายนจนถึงเดือนตุลาคมจากพายุหมุน 4 ลูก เคลื่อนเข้ามาเป็นซูเปอร์ไต้ฝุ่นและทำลายพืชผลปศุสัตว์ รวมถึงสินค้าเกษตรอื่น ๆ รวมความเสียหายประมาณ 2 พันล้านเปโซแล้ว และปรากฏการณ์เหล่านี้อาจขยายไปถึงไตรมาสแรกของปี 2566 ส่วนอัตราเงินเฟ้อในฟิลิปปินส์ก็เพิ่มขึ้นจากร้อยละ 6.3 เป็นร้อยละ 6.9 โดยสำนักงานสถิติแห่งชาติฟิลิปปินส์ (PSA) กล่าวว่า สาเหตุหลักของเงินเฟ้อมาจากหมวดอาหารและเครื่องดื่มที่ไม่มีแอลกอฮอล์และที่อยู่อาศัย ค่าน้ำ ค่าไฟฟ้า ค่าแก๊ส และเชื้อเพลิงอื่นๆ โดยเฉพาะราคาอาหาร ผักผลไม้ น้ำตาลเพิ่มอย่างรวดเร็ว เป็นแรงกดดันสำคัญที่ทำให้เงินเฟ้อโดยรวมเพิ่มสูงขึ้น อย่างไรก็ตาม ข้อมูลขององค์การอาหารและเกษตรแห่งสหประชาชาติ (FAO) ประเมินว่าดัชนีราคาอาหารโลกมีแนวโน้มลดลงแล้ว

ที่มา : www.business.inquirer.net



CEO บริษัทขนาดใหญ่เวียดนาม ไม่รับเงินเดือนเพื่อขับเคลื่อนธุรกิจ ผ่านวิกฤตโควิด 19

การตัดเงินเดือนตัวเองของผู้บริหารในช่วงวิกฤตเศรษฐกิจไม่ใช่เรื่องใหม่ในโลกธุรกิจ แต่ที่เวียดนามครั้งนี้ ดูเหมือนจะต่างออกไปจากกรณีอื่นๆ เมื่อบรรดาผู้บริหารของบริษัทยักษ์ใหญ่ชั้นนำ ต่างพากันปฏิเสธไม่รับเงินเดือน บริษัทแล้ว บริษัทเล่า ราวกับเป็นบรรทัดฐานแห่งจริยธรรมชุดใหม่ขององค์กรยุคหลังโควิด

ผลประกอบการที่ตกต่ำอันเนื่องมาจากวิกฤตโควิด 19 ทำให้ผู้บริหารเงินเดือนแพงเหล่านี้ ตัดสินใจยอมสละรายได้ส่วนนี้ ขณะที่โบนัสซึ่งขึ้นอยู่กับผลกำไรของบริษัท ก็ลดทอนลงไปอันเนื่องมาจากผลประกอบการที่ซบเซาช่วง 2 ปีที่ผ่านมา จึงเป็นเรื่องที่น่าคิดว่าผู้บริหารเวียดนามเหล่านี้ เล็งเห็นผลลัพธ์ที่ไม่ใช่มีแค่ประโยชน์ในรูปตัวเงิน แต่เป็นในเชิงจิตวิทยาที่ว่าการกระทำดังกล่าวช่วยส่งสัญญาณทางบวกต่อสาธารณชน นักลงทุน ตลอดจนพนักงานบริษัท

จากข้อมูลของนิตยสาร ฟอรับส์ พบว่าแม้แต่มหาเศรษฐีอันดับ 1 ของเวียดนามอย่าง Pham Nhat Vuong ประธานกลุ่ม Vingroup ก็ไม่รับเงินเดือนในตลอดครึ่งปีแรกของปี 2564 ท่ามกลางรายได้บริษัทที่ลดลงอย่างต่อเนื่อง

นอกจากนี้ ประธานและบรรดาบอร์ดบริหารของบริษัทผลิตเหล็กยักษ์ใหญ่อย่าง Hoa Phat Group (HDG) ก็เป็นอีกหนึ่งตัวอย่างของการไม่รับเงินเดือนตลอดช่วงครึ่งปีแรกของปี 2565 ท่ามกลางผลกำไรของบริษัทที่ลดลงกว่าร้อยละ 27 จุดมูลค่าหุ้นของบริษัทให้ร่วงลงตามกันไป ส่งผลต่อรายได้สุทธิส่วนตัวของ Tran Dinh Long ประธาน HPG ลดลงถึงร้อยละ 40 เมื่อเทียบกับปีที่ผ่านมา

และอีกหลายกรณีของการไม่รับเงินเดือน ยังคงอยู่ในกลุ่มบริษัทยักษ์ใหญ่ บอร์ดบริหารทั้งชุดของ Mason Group (MSN) หยุดรับเงินเดือนมาตั้งแต่ปี 2563 ด้านของบอร์ดบริหารของ Techcombank และบริษัท Real Estate อย่าง Novalan หรือแม้แต่ Nguyen Thi Phuong Thao ประธานสภาสตรีหนึ่งเดียวของ Vietjet ต่างก็ไม่ได้รับเงินเดือนของบริษัทตัวเองเช่นกัน





จากข้อมูลของผู้ตรวจสอบบัญชีของ Novalan แสดงให้เห็นว่า เงินเดือนที่ไม่ต้องจ่ายให้ผู้บริหาร คิดเป็นสัดส่วนกว่าร้อยละ 10 ของค่าใช้จ่ายเงินเดือนและค่าจ้างของทั้งบริษัท

ถึงกระนั้น ยอดเงินเดือนรวมทั้งปี เมื่อเทียบกับรายได้ส่วนอื่นของผู้บริหารเหล่านี้ ยังคงเป็นสัดส่วนไม่มาก แต่ผลในทางจิตวิทยาที่เกิดขึ้นทางอ้อมสืบเนื่องหลังจากนั้น เป็นเรื่องที่ไม่อาจมองข้าม

ในสหรัฐอเมริกา มีธรรมเนียมการรับเงินเดือนเพียง 1 ดอลลาร์สหรัฐ สำหรับผู้บริหารองค์กรเอกชนขนาดใหญ่ในช่วงเวลาวิกฤต จุดประสงค์สำคัญมุ่งเน้นไปที่แผนการบริหารภาษี โดยธรรมเนียมดังกล่าวมีที่มาที่ไปตั้งแต่สมัยสงครามโลกครั้งที่ 2 ที่ผู้บริหารบริษัทพากันรัดเข็มขัด ตัดงบประมาณของตนเอง ทำงานให้รัฐบาลฟรีๆ ในการช่วยผลิตสินค้าและยุทธโศปกรณ์ แต่เนื่องจากกฎหมายอเมริการะบุไว้ว่า การไม่รับเงินเดือนถือว่าเข้าข่ายองค์กรการกุศล จึงทำให้เกิดแนวคิด รับเงินเดือน 1 ดอลลาร์สหรัฐ ให้พอเป็นพิธี ป้องกันไม่ให้เกิดการทำผิดกฎหมาย ทำให้ผู้บริหารบริษัทอเมริกันชั้นแนวหน้าแม้ในปัจจุบัน ต่างก็รับเงินเดือน 1 ดอลลาร์สหรัฐ กันทั้งนั้น ไม่ว่าจะเป็น บิลลอน มัสก์ แห่ง Tesla มาร์ค ซัคเคอร์เบิร์ก ของ Facebook หรือแลร์รี เพจ และเซอร์เกย์ บริน ผู้ก่อตั้ง Google

ในแง่ของประโยชน์ที่บริษัทได้รับจากการไม่รับเงินเดือนของ CEO และคณะผู้บริหาร อาจสูงจนคาดไม่ถึง เนื่องจากความเชื่อมั่น

ของนักลงทุนที่มีต่อผู้บริหารบริษัทที่เพิ่มขึ้น โดยเชื่อว่าผู้บริหารเหล่านั้น ผู้ซึ่งไม่มีเงินเดือนจะยิ่งหมั่นทำผลงานอย่างมุ่งมั่นให้แก่บริษัท เพื่อแสวงหารายได้ซึ่งเหลืออยู่ทางเดียวของตนเอง นั่นก็คือ “เงินปันผล” หรือโบนัสในรูปของหุ้น เพราะหากบริษัททำกำไรดี ราคาหุ้นกระตือรือร้น ย่อมหมายถึงมูลค่าหุ้นที่ผู้บริหารเหล่านั้นมีส่วนเป็นเจ้าของก็เพิ่มสูงขึ้นเช่นกัน

นอกจากนี้ ยังส่งผลต่อภาพลักษณ์ของผู้บริหารและภาพลักษณ์ขององค์กรเป็นทอดๆ ไป อันจะนำมาซึ่งผลประโยชน์ที่ประเมินค่าไม่ได้ต่อไปในวันข้างหน้า

ในบริบทของประเทศเวียดนามซึ่งขึ้นชื่อเรื่องความสามัคคีปรองดอง มีเลือดชาตินิยมเข้มข้นอยู่ในทุกวงการ การที่ผู้นำองค์กรแสดงความเสียสละออกมาในรูปของการไม่รับเงินเดือน อาจมีความหมายอันลึกซึ้งต่อพนักงานในองค์กร มากยิ่งกว่าต่อบุคคลภายนอกเหมือนเช่นกรณีของสหรัฐอเมริกา เพราะอาจมองได้ว่าเป็นการกระทำในลักษณะ “ให้ใจ” ลูกน้อง และเชื่อได้ว่าความ “ได้ใจ” ลูกน้องในระยะยาว ซึ่งจะก่อประโยชน์ในแง่ของความภักดี และเสียสละในหมู่พนักงานบริษัท เป็นผลตอบแทนขึ้นมาได้สักวัน นี่จึงเป็นวิธีการบริหารในสไตล์แบบเอเชีย ที่เน้นไปที่คุณค่าของคนอย่างแท้จริง

ที่มา : www.startuptalky.com และ www.asiaviews.net

จาก SingTel มาสู่ SingHealth ธุรกิจสุขภาพเพื่อคนสิงคโปร์



กระแส **'สุขภาพ 4.0'** ปกคลุมวงการธุรกิจทั่วโลกไม่เว้นแม้แต่ประเทศสิงคโปร์ ที่รัฐบาลมีวิสัยทัศน์มองเห็นเรื่องนี้ล่วงหน้ากว่าทศวรรษ อาศัยจังหวะที่อาเซียนตกอยู่ในภาวะความวุ่นวายทางสังคมและการเมือง สิงคโปร์สร้างโมเดลใหม่ที่เป็น **'ต้นแบบ'** ในการพัฒนาธุรกิจ ผลักดัน SingTel ผู้ถือธงผู้นำ Telecom ระดับภูมิภาคมานาน ก้าวไปสู่ SingHealth เพื่อยกระดับเกาะเล็กๆ แห่งนี้เป็นศูนย์กลางการแพทย์ระดับโลก

SingHealth มีได้ดำเนินธุรกิจเฉพาะโรงพยาบาลและแพลตฟอร์มดิจิทัลเท่านั้น แต่ได้รับการยอมรับในปัจจุบันว่าเป็นสถาบันทางการแพทย์เกิดใหม่ แม้จะอยู่แบบ **'ลมใต้ปีก'** ของยักษ์ใหญ่โทรคมนาคมแห่งชาติสิงคโปร์ที่ถือหุ้นหลัก โดยกองทุนเทมาเส็ก (Temasek Holdings) แต่การก้าวไปสู่องค์กรด้านสุขภาพสามารถ

พลิกมิติด้านนวัตกรรมนำความก้าวหน้าใหม่ๆ มาสู่วงการแพทย์ การค้นคว้าวิจัย การใช้เทคโนโลยีรักษาโรค และระบบบริการผู้ป่วยเข้าถึงได้สะดวกยิ่งขึ้นอย่างมีประสิทธิภาพ

SingHealth คือผู้ให้บริการทางการแพทย์และสาธารณสุขที่มีเครือข่ายครบวงจร หลักๆ คือ Singapore General Hospital ซึ่งเป็นโรงพยาบาลขนาดใหญ่ที่สุดและเป็นโรงพยาบาลแห่งแรกของสิงคโปร์ ตรงนี้ถือเป็น Flagship ร่วมกับเครือข่ายโรงพยาบาลศูนย์การแพทย์เฉพาะทาง และคลินิกต่างๆ รวมกว่า 40 แห่งทั่วสิงคโปร์ อาทิ ศูนย์ดูแลผู้ป่วยเฉียบพลัน (Acute Hospitals) โรงพยาบาลชุมชน คลินิกโรคเฉพาะทาง และศูนย์การแพทย์ทางวิชาการ **'SingHealth Duke-NUS'** ซึ่งเน้นการศึกษาด้านนวัตกรรม และวิจัยทางการแพทย์

นอกจากนั้น SingHealth ยังมีความร่วมมือทางการศึกษากับ Singapore Institute of Technology (SIT) สร้างบุคลากรที่เรียกว่า **'Future Healthcare Workers'** มีอาชีพด้านสุขภาพเพื่อรองรับสังคมผู้สูงวัยที่เพิ่มขึ้นของประเทศสิงคโปร์

“เราต้องสร้าง Pipeline ที่แข็งแกร่งของบุคลากรทางการแพทย์ พวกเขาไม่เพียงแต่ได้รับการฝึกอบรมมาเป็นอย่างดี แต่ยังต้องมีทักษะที่เหมาะสมในการขับเคลื่อนนวัตกรรมและความก้าวหน้าทางเทคโนโลยี เพื่อเอาชนะชนปัญหาด้านสุขภาพในอนาคต” ศาสตราจารย์ Ivy Ng ประธานกลุ่ม SingHealth ระบุ

ความพร้อมเช่นนี้ทำให้ SingHealth พัฒนาระบบบริการต่างๆ ช่วยให้ชาวสิงคโปร์เข้าถึงบริการสุขภาพได้อย่างมีคุณภาพ รวมทั้งได้รับการรักษาเยียวยาที่เหมาะสม ในราคาที่จับต้องได้ นอกจากนี้

สถาบันการแพทย์ที่อยู่ในเครือข่าย

SingHealth

- Singapore General Hospital
- National Cancer Centre Singapore
- Singapore National Eye Centre
- Changi General Hospital
- National Dental Centre Singapore
- SingHealth Community Hospitals
- Sengkang General Hospital
- National Heart Centre Singapore
- Polyclinics SingHealth
- KK Woman's and Children's Hospital
- National Neuroscience Institute



ระบบชำระค่าบริการทางการแพทย์



แอปพลิเคชัน
Health Buddy



เครื่องบริการตนเอง
AXS และ SAM



ทางออนไลน์
(<https://eservices.healthhub.sg/public/payments/singhealth>)



ตู้บริการตนเอง
ในโรงพยาบาล



7-Eleven และสาขาที่ทำการ
ไปรษณีย์สิงคโปร์

เพื่อให้ได้รับความสะดวกสบาย ยิ่งขยาย
จุดบริการในแหล่งชุมชนพักอาศัยด้วย

โครงการอันหลากหลาย เช่น
'Health Up' เพื่อยกระดับสุขภาพของ
ประชากรวัย 40 ปีขึ้นไป โครงการเยี่ยม
บ้านผู้ป่วยที่มีปัญหาด้านการเคลื่อนไหว
ผู้ป่วยเกี่ยวกับสมอง และระบบประสาท
รวมถึงจัดงานเผยแพร่ความรู้ด้านสุขภาพ
และเปิดรับอาสาสมัครเข้าร่วมโครงการ
ศึกษาวิจัยอยู่เสมอ

ล่าสุด SingHealth เพิ่งเปิดตัว
เทคโนโลยีออนไลน์ใหม่ เพื่อมอบความ
สะดวกสบายให้แก่ผู้ใช้บริการที่**คลินิก
ผู้ป่วยนอกสำหรับโรคเฉพาะทาง
(Specialist Outpatient Clinics)** ใน
โรงพยาบาล *Singapore General Hospital*
ซึ่งได้รับการส่งตัวจากแพทย์เวชปฏิบัติ
ทั่วไป (General Practitioner) จากคลินิก
รักษาหลายโรค (Polyclinic) หรือจาก
โรงพยาบาลของรัฐ เพื่อเข้ารับการรักษา
ต่อที่เหมาะสม

เทคโนโลยีใหม่นี้ทำขึ้นเพื่อลดเวลา
การรอคิวตามขั้นตอนต่างๆ เช่น ระบบ
นัดหมาย การพบแพทย์ การชำระเงิน

การรับยา และขั้นตอนเกี่ยวข้อง ทำให้นับ
จากนี้ ผู้ป่วยไม่จำเป็นต้องมารอคิวแบบ
เดิมๆ อีกต่อไป ระบบกระดาษ เช่น
ใบนัดหมาย ใบสั่งยา ใบเสร็จรับเงิน ฯลฯ
ก็จะถูกยกเลิกเช่นกันภายในสิ้นปี 2565 นี้
เนื่องจากผู้ป่วยสามารถทำทุกอย่างด้วย
ตัวเองผ่านแอปพลิเคชัน 'Health Buddy'
และ 'National HealthHub'

เร็วๆ นี้ SingHealth ยังเตรียมติดตั้ง
ตู้บริการชำระเงินด้วยตัวเองที่ล๊อบบี้ เพื่อ
เพิ่มความสะดวกสบายตลอด 24 ชั่วโมง
โดยตู้อัตโนมัตินี้สามารถใช้ชำระค่าบริการ
ในโรงพยาบาล และบิลต่างๆ ได้เลย

ผู้ป่วยนอกยังสามารถปรึกษา
ทางการแพทย์ผ่านวิดีโอได้ ซึ่งมีให้บริการ
ครอบคลุมถึง 34 แผนก รวมทั้งสอบถาม
ข้อสงสัยต่างๆ กับ **'บิลลี' (BILLie)** เป็น
Chatbot อัจฉริยะ กรณีที่เป็นคำถามเฉพาะ
เจ้าหน้าที่โรงพยาบาลจะติดต่อกลับมา
เพื่อไขข้อสงสัยภายในสองวันทำการ

แอปพลิเคชัน Health Buddy ช่วย
ดำเนินการทุกอย่างเกี่ยวกับระบบนัดหมาย
สั่งซื้อยา ชำระค่าใช้จ่าย ประเมินค่าใช้จ่าย
หรือแม้แต่ขอความช่วยเหลือต่างๆ

ทางการแพทย์เทคโนโลยีล้ำหน้าเพื่อความ
สะดวกสบายทั้งหมดจาก SingHealth
ไม่เพียงยกเลิกระบบเคาน์เตอร์ติดต่อ และ
การรอคิวแบบเดิมๆ แต่ยิ่งเพื่อลดการ
พบปะ ลดสัมผัส และลดการติดเชื้อต่างๆ

การพัฒนาาระบบสุขภาพครบวงจร
ของ SingHealth นอกจากรองรับสังคม
ผู้สูงวัยที่คาดว่าจะปี 2578 สิงคโปร์จะมีคน
อายุเกิน 65 ปีถึงร้อยละ 26.6 ยังจะสร้าง
รายได้จากจำนวนท่องเที่ยวที่เดินทางเข้า
มาใช้บริการทางการแพทย์ที่ทันสมัยใน
สิงคโปร์อีกปีละกว่า 500,000 คน โดย
Fitch Solution บริษัทข้อมูลด้านการตลาด
ประเมินว่าตลาดธุรกิจสุขภาพของสิงคโปร์
จะมีมูลค่าสูงถึง 4.94 หมื่นล้านดอลลาร์
สหรัฐภายใน 7 ปีข้างหน้า

นี่คือ ตัวอย่างของ **'โมเดล'** ในการ
พัฒนาระบบสุขภาพครบวงจรที่เกิดขึ้นใน
ประเทศสิงคโปร์ และความสำเร็จที่เชื่อมโยง
ระหว่างการลงทุนของ SingTel และ
การพัฒนาคุณภาพชีวิตผ่าน SingHealth
ทำให้สิงคโปร์เป็นหนึ่งในเมืองที่อยู่อาศัย
ทำงาน และมีความสุขทางสุขภาพมาก
ที่สุดในโลก



จากดินสู่ 'ดาว' ก้าวสู่ มหาเศรษฐีแห่งสป.ลาว

“ไร่กาแฟของเรามีพื้นที่ 1,500 ไร่ ตั้งอยู่บน
ที่ราบสูงโบลาน แขวงจำปาสัก ซึ่งเป็นดินภูเขาไฟ
อยู่สูงกว่าระดับน้ำทะเล 1,200 เมตร และเราจึง
รับประกันผลผลิตจากชาวไร่ละแวกนั้นอีก 2,000
กว่าครัวเรือน ฉะนั้นไม่ได้คิดเรื่องรอกองจากเห็น
เมล็ดกาแฟดี กินอร่อย ทำไร่นี้อาจตกทุนไม่สน”



นี่คือคำบอกเล่าถึงความภาคภูมิใจของ **มาตามเหล็อง ลิดดิง** ผู้ก่อตั้ง บริษัท ดาวเอียง จำกัด เจ้าของธุรกิจกาแฟ “ดาวคอฟฟี่” มหาเศรษฐีแห่งสปป.ลาว ที่พลิกชีวิตจากเด็กในครอบครัวยากจน เรียนจบแค่ป.4 ก็ต้องออกมารับจ้างหารายได้ช่วยจุนเจือครอบครัว ก่อนจะพบเส้นทางธุรกิจ เปิดบริษัท ดาวเอียง อิมพอร์ต เอ็กซ์พอร์ต เมื่อปี 2534 ตอนนั้นยังมีแค่ห้องแถวเดียวกับเงินทุนหลักแสนบาทแค่นั้น

บริษัท ดาวเอียง ขายทุกอย่างตั้งแต่กะปิ น้ำปลา ผงชูรส น้ำตาล รองเท้าผ้าใบตราม้าดาว น้ำอัดลม และเบียร์ ถือเป็นยี่สิบรายใหญ่สุดของจำปาสักและแถบลาวใต้

เมื่อธุรกิจการค้าเติบโตมากขึ้น มาตามเหล็องก็ขยับขยาย มาเปิด ‘Duty Free’ ตอนปี 2539 นำเข้าสินค้าจากไทยผ่าน สปป.ลาวส่งออกไปขายประเทศที่สามคือเวียดนาม ตอนนี้องค์ที่เจ้าตัวมีโอกาสได้จับเงินล้าน รัฐบาลสปป.ลาวจึงขอให้หาสินค้า สปป.ลาวส่งออกไปขายนอกประเทศเพื่อสร้างสมดุลการค้า เธอนึกถึง “กาแฟ” เพราะจำปาสักเป็นแหล่งปลูกกาแฟขนาดใหญ่ ซึ่งก็ถือว่าตัดสินใจได้ถูกทาง กลายเป็นว่า ธุรกิจกาแฟนอกจากจะสร้างฐานะให้กับครอบครัวได้แล้ว ยังกลายเป็นกำลังสำคัญช่วยขับเคลื่อนเศรษฐกิจสปป.ลาว มาจนถึงปัจจุบัน

แม้วัยของมาตามเหล็องจะล่วงเลยมากกว่า 70 ปีแล้วก็ตาม และธุรกิจก็เริ่มมีการโอนถ่ายงานบริหารสู่รุ่นลูก แต่เบื้องหลัง มาตามเหล็องก็ยังคงทำหน้าที่เป็นเสาหลักให้กับธุรกิจในเครือทั้งหมดของบริษัทดาวเอียง ปัจจุบัน ผลผลิตรวมเมล็ดกาแฟของ ดาวคอฟฟี่มีมากถึง 40,000 ตันต่อปี ในจำนวนนี้ 8,000 ตันนำไปสกัดเป็นกาแฟสำเร็จรูปได้ผลผลิต 3,000 ตัน จุดเปลี่ยนที่ทำให้ธุรกิจดาวคอฟฟี่ขยายอาณาจักรได้ คือ การรู้จัก มาร์ูเบนิ

(MARUBENI) เทรดเดอร์รายใหญ่ของญี่ปุ่น คู่ค้าคนสำคัญที่เข้ามาเติมองค์ความรู้การปลูกกาแฟคุณภาพเกรดพรีเมียมในพื้นที่ ด้วยการปลูกบนดินภูเขาไฟที่มีแร่ธาตุสูงลำทำให้กาแฟพันธุ์อาราบิก้า (Arabica) มีกลิ่นหอม เมล็ดโตได้สัดส่วน มีเรื่องราวและแข่งขันจนข้ามไปสู่ตลาดส่งออกกาแฟทั่วโลก สร้างรายได้หลักถึงร้อยละ 80 ของตลาดในประเทศสปป.ลาว

แบรนด์ของดาวคอฟฟี่จึงถือกำเนิดขึ้นด้วยการสื่อสารผ่านโฆษณาเพื่อเปิดตัวสู่สายตาคนไทยเมื่อปี 2551 ก่อนนำความสำเร็จจากตลาดไทยไปต่อยอดในตลาดอื่นๆ ในกลุ่มประเทศอาเซียน จนธุรกิจกาแฟกลายเป็นธุรกิจหนึ่งที่ทรงอิทธิพลทางเศรษฐกิจของสปป.ลาว สามารถทำรายได้มากถึง 160 ล้านดอลลาร์สหรัฐต่อปี อีกทั้งกาแฟดาวยังเป็นที่ต้องการในกลุ่มประเทศยุโรป สหรัฐอเมริกา ญี่ปุ่น เกาหลีใต้ และไต้หวัน อีกด้วย

ความสำเร็จที่เกิดขึ้น ทำให้ประธานกลุ่มบริษัท ดาวเอียง อย่างมาตามเหล็อง ลิดดิง เลือกที่จะสร้างโรงงานแปรรูปกาแฟในประเทศที่มีมาตรฐานสูงเทียบเท่าระดับโลก ขณะเดียวกันก็ลงทุนสร้างโรงงานคั่วกาแฟให้ครอบคลุมธุรกิจกาแฟแบบครบวงจร เพราะช่วงแรกบริษัทดำเนินการเพียงส่งออกเมล็ดกาแฟดิบ จึงได้ราคาไม่สูงมากนัก ถ้าจะคั่วก็ต้องส่งไปคั่วยังประเทศอื่นทำให้กำไรน้อย ไม่มีใครรู้จักกาแฟสปป.ลาว พอทำมาได้ 10 ปี มาตามจึงลงทุนทำโรงงานคั่วกาแฟและผลิตกาแฟสำเร็จรูปของตัวเอง

โรงงานทั้งสองแห่ง ถือเป็นโรงงานที่ครบวงจรและทันสมัยที่สุดในประเทศ ใช้เงินราวๆ 200 ล้านดอลลาร์สหรัฐ จึงไม่มีใครกล้าหุนด้วย เพราะเห็นแต่ความเสี่ยง สุดท้ายด้วยวิสัยทัศน์อันกว้างไกลจึงทำให้ “ดาวคอฟฟี่” กลายเป็นธุรกิจกาแฟที่ครบวงจร ทำตั้งแต่ต้นน้ำถึงปลายน้ำ ในเอเชียมีเพียงไม่กี่แห่งเท่านั้นและเป็นกาแฟที่หอมกรุ่นได้รับการยอมรับในระดับโลก

ทุกวันนี้ บริษัท ดาวเอียง นอกจากมีดาวคอฟฟี่เป็นธุรกิจหัวเรือใหญ่แล้วก็ยังมีธุรกิจอื่นอีกหลากหลาย ทั้งค้าปลีก อสังหาริมทรัพย์ ธุรกิจโรงแรม ดิวตี้ฟรีในด้านสากลที่เชื่อมกับ สปป.ลาว ทั้ง 6 ด้าน เรียกว่าเป็นอันดับหนึ่งในธุรกิจทุกด้านที่เปิดกิจการ จึงไม่แปลกที่มาตามเหล็องนอกจากจะเป็นความภาคภูมิใจของสมาชิกในครอบครัวแล้ว ก็ยังเป็นความภาคภูมิใจของประเทศ ในฐานะที่มีส่วนอย่างมากที่ทำให้ชีวิตความเป็นอยู่ของชาวลาวยิ่งดีขึ้นทุกปี



เมียนมาจุดประกายสนามบิน และท่าเรือแห่งใหม่ เชื่อมธุรกิจระเบียงเศรษฐกิจ ตะวันออก-ตะวันตก

การเปิดพื้นที่ใหม่ทางเศรษฐกิจและการท่องเที่ยวของกลุ่มประเทศ CLMV เกิดขึ้นอย่างต่อเนื่อง ล่าสุดรัฐบาลเมียนมามีแผนการก่อสร้างสนามบินแห่งใหม่และท่าเทียบเรือในเขตเมือง **มุดัง (Mudon)** ที่ตั้งอยู่ในรัฐมอญของประเทศเมียนมา ห่างจากเมืองเมะละแหม่งซึ่งใหญ่เป็นอันดับ 4 ของประเทศและอดีตเมืองหลวงสมัยเมียนมาถูกปกครองโดยประเทศอังกฤษสู่เมืองแห่งโอกาสใหม่ๆ ทางการค้า ทั้งสองโครงการขนาดใหญ่นี้จะมีเนื้อที่ประมาณ 4,626 เอเคอร์ ได้รับประโยชน์จาก **โครงการระเบียงเศรษฐกิจ**

ตะวันออก-ตะวันตก (the East-West Economic Corridor) ซึ่งมีการลงทุนด้านโครงสร้างพื้นฐานระบบคมนาคมทำให้เกิดการพัฒนาธุรกิจตามแนวเส้นทางอย่างต่อเนื่องจากพื้นที่ตอนกลางของภูมิภาคอาเซียน

“เมื่อทั้งสองโครงการเสร็จสิ้น จะเป็นการพัฒนาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวและเศรษฐกิจในท้องถิ่น และสร้างโอกาสในการทำงานให้กับรัฐมอญ” ออง จี เติน โฆษกรัฐมอญ กล่าว

อย่างไรก็ดี วิสัยทัศน์ของรัฐบาลเมียนมาไม่ได้โรยด้วยกลีบกุหลาบเมื่อ

ทางการเมียนมาจะต้องให้เงินชดเชยแก่ชาวบ้านเพื่อการเวนคืนที่ดินสำหรับชาวบ้านส่วนใหญ่ที่เคยมีรายได้จากการปลูกพืชผล ทำนา ทำไร่ ต้องสูญเสียอาชีพที่ทำมานานตั้งแต่บรรพบุรุษ

ท่าเรือระหว่างประเทศแห่งใหม่จะตั้งอยู่ระหว่างหมู่บ้าน Balout Nyaung Waing และหมู่บ้าน Welkali ขณะที่สนามบินจะสร้างขึ้นใกล้กับหมู่บ้าน Kawparam ซึ่งตั้งอยู่ในเขตเมืองมุดังเช่นเดียวกันตามรายงานของรัฐมอญ

“โครงการคาดว่าจะสร้างขึ้นไม่ไกลจากเมืองเมะละแหม่ง ซึ่งทางกระทรวง





ที่เกี่ยวข้องได้ลงพื้นที่มาสำรวจจุดที่จะก่อสร้างด้วยตนเองแล้ว” ออง จี เต็น กล่าว ย้ำว่า “การดำเนินโครงการสามารถเริ่มได้ก็ต่อเมื่อชาวบ้านได้รับค่าชดเชยสำหรับการเวนคืนที่ดินแล้ว ดังนั้นเราจึงขอให้หน่วยงานกลาง โดยเฉพาะกระทรวงคมนาคมเร่งจัดสรรงบประมาณชดเชยต่อไป”

“ขณะนี้งบประมาณของโครงการสนามบินยังไม่ได้รับการจัดสรร และสภาพแรงงานกำลังจัดการกับปัญหาการชดเชยที่ดิน รัฐบาลอยู่ในขั้นตอนการคำนวณค่าชดเชยที่จำเป็นสำหรับที่ดินและอาคารเพื่อเกษตรกรที่จะได้รับผลกระทบภายในพื้นที่โครงการ”

เขาเสริมว่าค่าชดเชยการสูญเสียพื้นที่เพาะปลูกจะมีมูลค่า 27.12 พันล้านจ๊าด แบ่งเป็นพื้นที่สนามบินมากกว่า 3,000 เอเคอร์ พื้นที่ทำเรือมากกว่า 370 เอเคอร์ ซึ่งประชาชนผู้อยู่อาศัยส่วนมากยังกังวลว่าพวกเขาจะไม่ได้รับค่าตอบแทนที่เหมาะสม

เช่นเดียวกับนักธุรกิจชาวมอญในเมืองมะละแหม่ง ต่างก็สงสัยเกี่ยวกับโครงการนี้ว่ามีความเป็นไปได้มากน้อยแค่ไหนเพราะทราบว่ายังไม่มีประเทศใดแสดงความสนใจที่จะลงทุนในโครงการนี้ ขณะที่โครงการขนาดใหญ่อื่นๆ เช่น ท่าอากาศยานนานาชาติหงสาวดีแห่งใหม่ เริ่มต้นมานานับสิบปีแล้วแต่ก็ยังไม่แล้วเสร็จ และธุรกิจต่างๆ ในเมืองมะละแหม่ง เมืองหลวงของรัฐมอญค่อนข้างเงียบโดยเฉพาะหลังจากการรัฐประหาร

ร้านอาหารปิดกิจการไปมากตามปริมาณนักท่องเที่ยวที่ลดลง นอกจากนี้ชาวบ้านจะทำการเกษตรแล้ว คนมอญก็ค้าขายเล็กๆ น้อยๆ เช่น ลอตเตอรี่หรือสินค้าอุปโภคบริโภค ดังนั้น หากเกิดสนามบินและท่าเรือแห่งใหม่ขึ้นจริงก็จะกระตุ้นกำลังซื้อที่ซบเซาในรัฐมอญให้กลับมาคึกคักอีกครั้ง



ที่มา : www.myanmarinsider.com / www.rnpnews.com



มาเลเซียสนับสนุน แท็บเล็ตและ Gadget ฟรี PerantiSiswa ยกระดับเทคโนโลยี เพื่อคนรุ่นใหม่

หนึ่งวันของนักศึกษาอาจมีแค่แท็บเล็ต (Tablet) เครื่องเดียวก็เพียงพอสำหรับค้นคว้า แต่รัฐบาลมาเลเซียตระหนักดีว่าไม่ใช่ทุกนักศึกษาทุกคนจะมีศักยภาพเข้าถึงแท็บเล็ตได้ จึงจัดโครงการแท็บเล็ตฟรีแก่นักศึกษาในมหาวิทยาลัยเพื่อส่งเสริมความเท่าเทียมกันและกระตุ้นคนรุ่นใหม่ยกระดับตัวเองในยุคดิจิทัล

กระทรวงการสื่อสารและมัลติมีเดียของมาเลเซีย ร่วมกับกระทรวงการคลังและกระทรวงอุดมศึกษา ริเริ่มโครงการ PerantiSiswa แจกแท็บเล็ตให้นักศึกษารายได้น้อย โดยอนุมัติแท็บเล็ตให้แก่ผู้เข้าเกณฑ์ลอตแรกจำนวนกว่า 100,000 คน ทอยอยส่งมอบไปตั้งแต่ต้นเดือนกันยายนที่ผ่านมาคาดว่าจะส่งมอบแล้วเสร็จถึงมือนักศึกษาจนครบจำนวน 4 แสนคนในเดือนพฤศจิกายน 2565

โครงการดังกล่าวสอดคล้องกับทิศทางที่นายกรัฐมนตรีมาเลเซียได้ประกาศแผนพิมพ์เขียวเศรษฐกิจดิจิทัลมาเลเซีย ระยะเวลา 10 ปี หรือ Malaysia Digital Economic Blueprint (MyDIGITAL) เพื่อใช้เป็นแนวทางในการเปลี่ยนแปลงมาเลเซียไปสู่ประเทศเศรษฐกิจดิจิทัลที่มีรายได้สูง และเป็นผู้นำด้านเศรษฐกิจดิจิทัลในภูมิภาค

สำหรับนักศึกษาที่เข้าเกณฑ์รับแท็บเล็ตฟรี ได้แก่ผู้ที่อยู่ในครอบครัวที่มีรายได้ของครัวเรือนในกลุ่มร้อยละ 40 ฐานล่างของประเทศ หรือที่รู้จักกันในชื่อ B40 families หรือผู้ที่มีรายได้ต่ำกว่า 4,850 ริงกิตต่อเดือน หรือประมาณ 38,000 บาทต่อเดือนโดยได้คัดกรองคุณสมบัติ (screening) อย่างเข้มงวดและเป็นระบบจากกระทรวงอุดมศึกษา สภาผู้แทนนักศึกษาของแต่ละสถาบันการศึกษารวมถึงบุคลากรทางการศึกษาที่เกี่ยวข้อง

แท็บเล็ตที่แจกให้แก่ศึกษาในโครงการนี้คือ รุ่น Samsung Galaxy Tab A8 LTE ขนาดหน้าจอ 10.1 นิ้ว ความจุ RAM 4 GB พร้อมด้วย Gadget ที่สำคัญ อาทิ แป้นพิมพ์ (Keyboard) และปากกา Stylus สำหรับเขียนบนหน้าจอ

Tan Sri Annuar Musa รัฐมนตรีว่าการกระทรวงการสื่อสารและมัลติมีเดียกล่าวว่า โครงการแท็บเล็ตเพื่อนักศึกษา B40 families นี้ จะช่วยสร้างแรงจูงใจยกระดับผลการเรียน และที่สำคัญ ช่วยลดความเหลื่อมล้ำทางการศึกษา โดยปัจจุบัน

มีนักศึกษาระดับอุดมศึกษาถึง 1 ใน 3 ที่ยังเข้าไม่ถึงทรัพยากรที่สำคัญอย่างแท็บเล็ต โดยเฉพาะในพื้นที่รัฐซาราวักและซาบฮ์ที่การเดินทางขนส่งมีความยากลำบาก

นักศึกษาจำนวนมากที่ได้รับแท็บเล็ตจากโครงการ PerantiSiswa แสดงความพึงพอใจและรู้สึกมีกำลังใจต่อการเรียนมากขึ้น

Muhammad Najmuddin Sarani นักศึกษาปริญญาตรีจากมหาวิทยาลัย Universiti Teknologi Mara (UiTM) อายุ 23 ปี เล่าว่า แท็บเล็ตรุ่นนี้มีฟังก์ชันการใช้งานครบถ้วนตามความต้องการของตนเอง สะดวกต่อการใช้งานเพื่อเรียนรู้ในทุกเครื่องจะมีข้อมูลส่วนตัวเบื้องต้นของนักศึกษาที่ถือครอง ซึ่งช่วยป้องกันการนำไปใช้งานที่ผิดวัตถุประสงค์หรือการขายต่อ

ทางด้านของ Nurlisa Mohd Jamil นักศึกษาจากมหาวิทยาลัย Universiti Utara Malaysia อายุ 21 ปี กล่าวว่า แท็บเล็ตรุ่นที่ได้รับมอบจากภาครัฐมาเป็นที่ต้องการของนักศึกษาหลายคน และมีคนอีกมากที่ไม่มีเงินพอที่จะซื้อหามาใช้ ดังนั้นเธอคิดว่าเป็นโชคดีของตนเองอย่างมาก

ที่ผ่านเกณฑ์การคัดกรองอันเข้มงวดจนเป็นหนึ่งในผู้ที่ได้รับแจกแท็บเล็ต

แม้โครงการแจกแท็บเล็ตให้นักศึกษาของรัฐบาลมาเลเซีย จะถูกวิพากษ์วิจารณ์จากบางฝ่ายว่าจะถูกนำไปขายต่อในอินเทอร์เน็ต แต่ก็เป็นส่วนน้อยเท่านั้น เพราะส่วนใหญ่ศึกษานำไปเป็นเครื่องมือสำหรับการเรียนการสอนในยุคดิจิทัลที่จะช่วยให้การเรียนรู้ การค้นคว้า การจดบันทึก และอีกหลายๆ กิจกรรม เป็นไปอย่างสะดวก รวดเร็ว มีประสิทธิภาพ ประหยัดทรัพยากรและเนื้อที่ในการจัดเก็บเอกสาร ดังนั้น การขับเคลื่อนโครงการ PerantiSiswa ของรัฐบาลมาเลเซีย จึงถือเป็นก้าวที่สำคัญในการรับมือการเปลี่ยนผ่านที่ยิ่งใหญ่ในวงการการศึกษาของมาเลเซีย

ที่มา : www.technave.com
www.headtopics.com
www.businesstoday.com
www.thesundaily.my
www.themalaysianreserve.com
www.globthailand.com

มาเลเซีย 2025 ภายใต้โครงการ "MyDIGITAL"

ที่มา : www.epu.gov.my



ภาคประชาชน

- สร้างงานใหม่ 500,000 ตำแหน่ง
- เข้าถึงอินเทอร์เน็ตทุกครัวเรือน
- นักเรียนทุกคนเข้าถึงการเรียนในระบบออนไลน์



ภาคธุรกิจ

- เพิ่มศักยภาพทุกสาขาธุรกิจอย่างน้อย ร้อยละ 30 ในปี 2030
- เศรษฐกิจดิจิทัลมีส่วนต่อจีดีพีถึงร้อยละ 22.6
- ธุรกิจขนาดย่อม (MSMEs) ใช้ไอคอมเมิร์ซ 875,000 ราย
- สร้าง Unicorns 2 บริษัท (มาเลเซียหรือต่างชาติ)
- การลงทุนในด้านดิจิทัล 70,000 ล้านดอลลาร์
- เพิ่มธุรกิจ start-ups จำนวน 5,000 บริษัท



ภาครัฐ

- ข้าราชการทุกคนเข้าถึงบริการแบบดิจิทัล
- พัฒนาบริการภาครัฐสู่ระบบออนไลน์ร้อยละ 80
- กระทรวงและหน่วยงานใช้ระบบ Cashless Payment
- นำระบบ Cloud Storage มาใช้ในทุกระดับ

อันพันธุรัก สัมพันธ์นาง

เยือนเมืองโรมันติก สุดหรูหราเชียน



เมื่อเอ่ยถึงการท่องเที่ยวในอาเซียน เรามักจะนึกถึงเรื่องราวความโดดเด่นด้านวัฒนธรรมเป็นจุดขายหลัก แต่ด้วยความที่อาเซียนเคยผ่านยุคอาณานิคมในอดีตมา ส่งผลให้ศิลปวัฒนธรรมและสถาปัตยกรรม ชี้กโลกตะวันตกผสมผสานกับความเป็นท้องถิ่นอย่างลงตัวกลายเป็นคาแรคเตอร์ใหม่ หลายเมืองในอาเซียนโดยเฉพาะใน สปป.ลาว และเวียดนามเป็นเมืองโรมันติก ที่มีกลิ่นอายเสมือนเที่ยวอยู่ในยุโรป เป็นแลนด์มาร์คที่น่าสนใจสำหรับคู่รักที่ชอบการเดินทางที่ใช้เวลาอันมีคุณค่าในสวนหวานในเมืองแสนหรู

นิตยสารท่องเที่ยวชั้นนำของ สหราชอาณาจักร Wanderlust แนะนำรายชื่อสถานที่ท่องเที่ยว 20 อันดับแรกในเดือนกุมภาพันธ์ 2566 ที่หลายคนกำลังมองหาจุดหมายแรกๆ ของปีใหม่ ปรากฏว่าอาเซียนของเรา ทั้ง สปป.ลาว และเวียดนาม เป็น 2 ประเทศที่ติดโผเข้ามาเนื่องด้วยการ

เดินทางที่สามารถเชื่อมโยงกันได้อย่าง สะดวกสบาย

เมื่อสองความคิดเห็นจากคู่รัก นักท่องเที่ยวกระเป๋านักที่เจาะจงไป สปป.ลาว เมืองแรกที่นึกถึงก็คือ **'หลวงพระบาง'** นอกจากนี้ก็คือเมืองมรดกโลกแล้ว สภาพอากาศที่เย็นสบายในฤดูหนาว ลักษณะของภูมิประเทศที่โอบล้อมด้วยหุบเขาและความเงียบสงบสวยงามของเมืองก็เป็นไฮไลต์สำคัญ โดยกิจกรรมที่ดีที่สุดของหลวงพระบางคือการหาที่พักในอาคารเก่าสไตล์โคโลเนียลจากโรงแรมหรูแบรนด์ต่างประเทศ

นอกจากกลิ่นอายโคโลเนียลแล้วที่นี่ยังเข้มข้นเรื่องการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ตั้งแต่ประเพณีตักบาตรข้าวเหนียวยามเช้าตรู่ ทานอาหารเช้าเมนูลูกครึ่ง สปป.ลาว-ฝรั่งเศส ชมงานฝีมือช่างในวังหลวงไม่ว่าจะเป็นโรงราชรถงานประดับกระจกแห่งวัดเชียงทอง หอพิพิธภัณฑ

เมืองหลวงพระบาง หรือพระราชวังหลวง เดิม และที่ขาดไม่ได้คือผ้าทอพื้นเมือง จากช่างฝีมือหลวงพระบางที่ประณีตมากๆ

ต่อเนื่องมาทางฝั่งเวียดนาม เมืองสำหรับอันนี้มูนอันดับแรกต้องยกให้ **ดาลัด** ด้วยสภาพอากาศที่เย็นสบายตลอดปี อุณหภูมิเฉลี่ย 15-24 องศาเซลเซียส นอกจากเหมาะต่อการท่องเที่ยวแล้ว ดาลัดยังจัดเป็นเมืองสถาปัตยกรรมสไตล์ฝรั่งเศส ว่ากันว่า วิลลาฝรั่งเศสเก่าแก่ในศตวรรษที่ 19 ที่หลงเหลืออยู่ในเมืองดาลัดนั้นมีมากถึง 2,500 หลัง เป็นทั้งบ้านอาศัย ร้านอาหาร และโรงแรม โดยเฉพาะบนถนน Tran Hung Dao ถนนสายโคโลเนียล พิกัด ปักหมุดห้ามพลาด ได้แก่โบสถ์แห่งดาลัด สีส้ม Old Rose อมชมพู และ Dalat Palace Heritage Hotel โรงแรมหรูแห่งแรกของเมืองสไตล์นีโอคลาสสิก ห้องพักทั้งหมดตกแต่งด้วยเฟอร์นิเจอร์นำเข้าจากฝรั่งเศส

ดานัง คือ อีกหนึ่งตัวเลือกยอดนิยมของคู่รักที่มาฮันนีมูนเวลานี้ เดิมที่เรารู้จักดานังในฐานะศูนย์กลางการขนส่งเพื่อเชื่อมไปยังเมืองมรดกโลก “ฮอยอัน” อันเลื่องชื่อและเมืองแห่งสุสานกษัตริย์คือเมืองเว้ แต่หลังจากที่ บานา ฮิลล์ เป็นที่รู้จัก และรีสอร์ต 5 ดาวแบรนด์ดังเข้ามาทำตลาด อาทิ Intercontinental Danang Sun Peninsula Resort ออกแบบโดยสถาปนิกระดับโลก บิล เบนสเลย์ ที่นำเอกลักษณ์โคโลเนียลฝรั่งเศสมาสร้างสรรค์ประสบการณ์การพักผ่อน ยังมีสายการบินตรงจากต่างประเทศ รวมทั้งจากกรุงเทพฯ ศักยภาพด้านการท่องเที่ยวของดานังก็ขยับขึ้นเป็นเมืองตากอากาศริมทะเลที่

น้ำทะเลและชายหาดสวยติดอันดับชั้นนำของชาติในอาเซียน

ปิดท้ายที่ **โฮจิมินห์** เมืองริมแม่น้ำไซ่ง่อน แม้จะไม่ใช่เมืองหลวงของประเทศ ทว่ากลับเป็นศูนย์กลางเศรษฐกิจและการท่องเที่ยวที่มีสิ่งอำนวยความสะดวกสบายครบครัน ด้วยบรรยากาศของสถาปัตยกรรมโคโลเนียลที่พบได้แทบทุกท้องถนน จึงไม่แปลกที่นักท่องเที่ยวต่างยกย่องให้ที่นี่เป็นเมืองโรมานติกแห่งอาเซียน หากต้องการเที่ยวแบบคลาสสิกให้ได้กลิ่นอายโคโลเนียลฝรั่งเศสก็ตรงมาที่ถนน Dong Khoi Street เขต 1

ถนนไฮเอนด์ที่เต็มไปด้วยร้านอาหาร คาเฟ่เก๋ๆ และโรงแรมหรูๆ ตั้งอยู่ในอาคาร

เก่าแนวนีโอคลาสสิก สองฟากถนนเรียงรายไปด้วยอะพาร์ตเมนต์เก่าสไตล์ฝรั่งเศส โบสถ์โรเจอร์ และที่ทำการไปรษณีย์อันเป็นมรดกมาจากยุคอาณานิคม หลายคนนิยมเรียกย่านนี้ว่าเขตเมืองเก่าไซ่ง่อน แวะ Saigon Notre Dame Cathedral โบสถ์ที่มีคู่รักมาถ่ายภาพ Pre Wedding มากที่สุด และ Ho Chi Minh People's Committee Building ที่นี้มีความสำคัญในฐานะศาลาว่าการเมือง ตัวอาคารถอดแบบความอลังการของศาลาว่าการกรุงปารีสมาทุกกระเบียดนิ้ว

ทริปของคนมีคู่ จะเลือกไปเมืองไหนก็อย่าลืมวางแผนกันแต่เนิ่นๆ จะได้สมหวังคุ้มค่าสมกับการรอคอยมาตลอดทั้งปี





AEC CONNECT

ธนาคารกรุงเทพ สำนักงานใหญ่
อีเมล : aecconnect@bangkokbank.com
โทรศัพท์ : (66) 2230-2758