

# AEC CONNECT

SECOND ISSUE / 2023



**"Looking Beyond  
the Global Turbulence"**



# Editor's Talk

คุยกับบรรณาธิการ

ภูมิภาคเอเชียและแปซิฟิกยังคงเป็นพื้นที่ที่เต็มไปด้วยพลังแม้ว่าจะมีความท้าทายในหลายมิติสำหรับเศรษฐกิจโลก โดยการเติบโตของโลกนั้นมีแนวโน้มที่จะชะลอตัว เนื่องจากอัตราดอกเบี้ยเพิ่มขึ้นและสงครามรัสเซีย-ยูเครนที่ยังคงยืดเยื้อ ขณะที่เงินเฟ้อก็ยังอยู่ในระดับสูงและความตึงเครียดในภาคธนาคารในสหรัฐฯ และยุโรป ยิ่งทำให้เกิดความไม่แน่นอนเพิ่มขึ้นต่อเศรษฐกิจที่มีความซับซ้อนอยู่แล้ว

ขณะที่ อุปสงค์ภายในประเทศของเอเชียยังคงแข็งแกร่งแม้ว่าจะมีการชะงักงันทางการเงิน แต่ความต้องการภายนอกสำหรับผลิตภัณฑ์ด้านเทคโนโลยีและการส่งออกอื่นๆ อ่อนแอ ด้วยเหตุนี้ กองทุนการเงินระหว่างประเทศ (IMF) คาดว่าภูมิภาคเอเชียจะมีส่วนสนับสนุนการเติบโตของโลกราว 70% ในปี 2566 เพราะการขยายตัวเร่งตัวขึ้นจาก 3.8% ในปี 2565 สู่ 4.6%

อย่างไรก็ดี การเปิดประเทศของจีนอีกครั้งคาดว่าจะทำให้เกิดแรงกระตุ้นใหม่ ส่งผลให้ประเทศเศรษฐกิจเกิดใหม่อื่นๆ ในภูมิภาคเฟลิดเฟลีนไปกับการเติบโตที่ต่อเนื่อง แต่ก็มีบางประเทศที่มีอัตราการเติบโตต่ำกว่าปีที่แล้วเล็กน้อย ทั้งนี้ ด้วยสภาพเศรษฐกิจดังกล่าว ทีม AEC Connect Newsletter จึงได้จัดเตรียมบทความด้านการค้าและการลงทุนในอาเซียนที่มีหลากหลายมิติมาแนะนำเสนอเช่นเคย เพื่อช่วยให้ทุกท่านได้เตรียมพร้อมรับมือกับความไม่แน่นอนต่างๆ ที่อาจเกิดขึ้นในอนาคต

“ธนาคารกรุงเทพ เพื่อนคู่คิด มิตรคู่เออีซี”

ไชยฤทธิ์ อนุชิตวรวงศ์

รองผู้จัดการใหญ่ ธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน)  
บรรณาธิการบริหาร

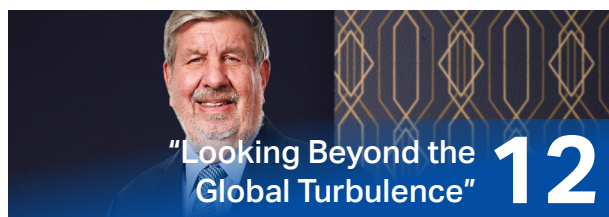
## In This Issue



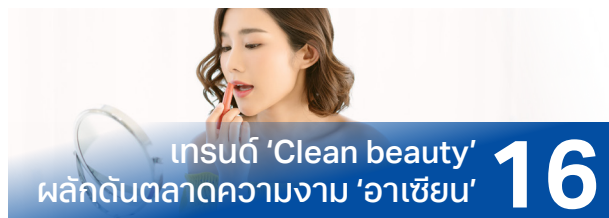
สิ่งที่บริษัทต่างชาติควรรู้ หลังเงินหยวนมาแรงในเวียดนาม **6**



ฟิลิปปินส์แก้กฎหมายบริการสาธารณะ เอื้อต่างชาติถือครอง 100% **8**



“Looking Beyond the Global Turbulence” **12**



เทรนด์ ‘Clean beauty’ ผลักดันตลาดความงาม ‘อาเซียน’ **16**



ปลูกเอง กินเอง ทางรอดที่ยั่งยืนของ สปป.ลาว **18**



‘Lee Thiam Wah’ ราชาแห่งมินิมาร์ทของมาเลเซีย **22**

# President Message



นักท่องเที่ยวจากต่างประเทศเริ่มเดินทางเข้าสู่ภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้มากกว่า 60% แล้ว สร้างรายได้เข้าสู่ประเทศต่างๆ เป็นจำนวนมาก เช่น ประเทศไทยซึ่งเป็นประเทศที่นักท่องเที่ยวเข้ามาเยือนมากที่สุดก็ได้ต้อนรับนักท่องเที่ยวราว 6.15 ล้านคน ในไตรมาสแรกของปี 2566 ซึ่งสภาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยคาดการณ์ว่าจะมีนักท่องเที่ยวเข้ามาในประเทศไทยราว 30 ล้านคนในปีนี้

แต่ความท้าทายต่างๆ สำหรับการฟื้นฟูภาคการท่องเที่ยวในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ยังคงมีอยู่ เช่น ต้นทุนน้ำมันเชื้อเพลิงที่สูงขึ้น ภาวะแรงงานตึงตัว ความสามารถในการบิน เงินเฟ้อและเศรษฐกิจโลกที่ถดถอย อย่างไรก็ตาม หน้าที่มีความหวังอย่างยิ่งว่าจำนวนนักท่องเที่ยวที่เข้ามาเยือนจะกลับสู่ระดับก่อนเกิดโรคโควิด 19 ดังนั้นธุรกิจต่างๆ ในภูมิภาคนี้จึงควรปรับตัวเพื่อตอบสนองต่อความต้องการที่เปลี่ยนแปลงไปของนักท่องเที่ยวที่มีความหลากหลายมากขึ้น

ธนาคารกรุงเทพ ในฐานะหนึ่งในธนาคารระดับภูมิภาคที่ใหญ่ที่สุดในเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ ให้บริการทางการเงินแบบครบวงจร และมีเครือข่ายสาขาต่างประเทศที่กว้างขวาง เราพร้อมที่จะเป็น 'เพื่อนคู่คิด' ช่วยผู้ประกอบการและธุรกิจต่างๆ ให้สามารถบรรลุเป้าหมาย ก้าวทันความเปลี่ยนแปลงและเติบโตต่อไปอย่างยั่งยืน

**คุณชาติศิริ โสภณพนิช**  
กรรมการผู้จัดการใหญ่  
ธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน)



# เศรษฐกิจดิจิทัล

## อาเซียนจ่อโต

### "หนึ่งล้านล้านเหรียญ"

เศรษฐกิจดิจิทัลของภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ มีศักยภาพในการเติบโตอย่างมาก โดยได้รับแรงหนุนจากปัจจัยพื้นฐานที่แข็งแกร่ง ซึ่งรวมถึงการมีผู้บริโภคด้านดิจิทัลกว่า 460 ล้านคน มีประชากรวัยหนุ่มสาว และมีความเข้าใจด้านเทคโนโลยีอย่างดี ประกอบกับมีอัตราการเข้าถึงอินเทอร์เน็ตที่เพิ่มมากขึ้น โดยเศรษฐกิจดิจิทัลในกลุ่ม ASEAN-6 คาดว่า จะเติบโต 6% ต่อปี ซึ่งประกอบด้วยอินโดนีเซีย มาเลเซีย ฟิลิปปินส์ สิงคโปร์ ไทย และเวียดนาม

จากรายงาน e-Conomy SEA 2022 เปิดเผยโดย Google, Temasek และ Bain & Company คาดว่าตลาดดังกล่าวจะมีมูลค่าสูงถึง 1 ล้านล้านดอลลาร์สหรัฐภายในปี 2573 แต่อาจยังคงมีอุปสรรคจากการแบ่งแยกระหว่างเมืองกับชนบทไปจนถึงความรู้ด้านดิจิทัลที่อยู่ในระดับต่ำ ซึ่ง Anthony Toh นักวิจัยจาก S. Rajaratnam School of International Studies มองว่าสิงคโปร์เป็นประเทศสมาชิกอาเซียนที่มีความเป็นดิจิทัลมากที่สุด ขณะที่มาเลเซีย อินโดนีเซีย บรูไน ไทย และเวียดนามอาจขาดตัวชี้วัดบางอย่าง ส่วนเมียนมา สปป. ลาว และกัมพูชายังคงขาดแคลนโอกาสด้านดิจิทัล

### กรอบการกำกับดูแล

จากรายงานของ ASEAN Digital Integration Index พบว่าสิงคโปร์และมาเลเซียมีตัวชี้วัดด้านดิจิทัลหลายตัวที่อยู่ในระดับดี ขณะที่บรูไน อินโดนีเซีย ไทย ฟิลิปปินส์ และเวียดนาม ยังขาดตัวชี้วัดอย่างน้อยหนึ่งอย่าง ซึ่งตัวชี้วัดดังกล่าวก็จะครอบคลุมถึงการคุ้มครองข้อมูลและความปลอดภัยทางไซเบอร์ การชำระเงินดิจิทัล ประกอบกับทักษะด้านดิจิทัล นวัตกรรม การเป็นผู้ประกอบการ และความพร้อมของโครงสร้างพื้นฐาน

สำหรับกัมพูชา สปป. ลาว และเมียนมามีคะแนนตัวชี้วัดทุกตัวต่ำกว่าค่าเฉลี่ย และยังมีพื้นที่เหลืออีกมากที่ต้องพัฒนาให้ทันกับความพยายามด้านดิจิทัลในระดับภูมิภาค โดยเมียนมาอาจตามหลังทุกประเทศในอาเซียน เนื่องจากวิกฤตภายในประเทศ

Kendrick Chan จากสถาบันวิจัย Portulans Institute กล่าวว่า การมีส่วนร่วมในเศรษฐกิจดิจิทัลจำเป็นอย่างมากที่จะต้องมีการออกแบบกำกับดูแลขั้นพื้นฐาน เพราะสิ่งที่ทำให้การพัฒนาไม่เท่าเทียมกันมักมาจากการกระจายผลประโยชน์ทางเศรษฐกิจดิจิทัลที่ไม่เท่ากัน และแต่ละประเทศก็มีระดับในการพัฒนากรอบการกำกับดูแลที่แตกต่างกัน

อย่างไรก็ดี อาเซียนเองได้มีการวางนโยบายและกรอบการทำงานที่สำคัญเพื่อกำหนดแนวความร่วมมือด้านดิจิทัลของรัฐบาล เช่น แผนแม่บทอาเซียนด้านดิจิทัลปี 2025 และแผนแม่บทว่าด้วยความเชื่อมโยงระหว่างกันในอาเซียนปี 2025

### การแบ่งแยกด้านดิจิทัลระหว่างเมืองกับชนบท

นอกจากนี้ ยังมีการแบ่งแยกด้านดิจิทัลระหว่างเมืองกับชนบทแต่ละประเทศด้วย เช่น ในอินโดนีเซีย ที่มีอัตราการเข้าถึงอินเทอร์เน็ตในแต่ละปีอย่างรวดเร็ว แต่ก็ยังคงประสบปัญหาการแบ่งแยกด้านดิจิทัลระหว่างเมืองกับชนบทในระดับสูง เนื่องจากเมื่อมีการพัฒนาด้านเทคโนโลยีดิจิทัลอย่างรวดเร็ว ก็จะมีความเสี่ยงที่จะทิ้งสังคมชนบทบางแห่งไว้ข้างหลังตามมาด้วย

ทั้งนี้ จากรายงานของ Asia Competitiveness Institute พบว่าก่อนเกิดการแพร่ระบาด การแบ่งแยกด้านดิจิทัลระหว่างเมืองกับชนบทในอินโดนีเซียอยู่ที่ 24.8% และปรับลดลงเล็กน้อยเหลือ 22.5% หลังการแพร่ระบาดในปี 2564

ที่มา : Southeast Asia's digital economy may be set to hit \$1 trillion, but roadblocks remain, Sheila Chiang, CNBC



# สิ่งที่บริษัทต่างชาติควรรู้ หลังเงินหยวนมาแรง ในเวียดนาม

ในช่วงไม่กี่ปีที่ผ่านมาจีนได้สนับสนุนการใช้เงินหยวน (CNY) เพื่อทำธุรกรรมระหว่างประเทศ รวมถึงใช้เพื่อเป็นสกุลเงินสำรอง สื่อกกลางในการแลกเปลี่ยนและเป็นส่วนหนึ่งของบัญชีต่างๆ ซึ่งสิ่งนี้ได้ประสบความสำเร็จอย่างยอดเยี่ยมจากปริมาณเงินหยวนในทุนสำรองของประเทศและการชำระเงินระหว่างประเทศที่เพิ่มมากขึ้น



นอกจากนี้ สงครามในยูเครนยังเป็นตัวเร่งให้เงินหยวนมีความเป็นสากลมากขึ้น เนื่องจากมหาอำนาจในฝั่งตะวันตกต้องการที่จะตัดรัสเซียออกจากระบบการชำระเงิน SWIFT ซึ่งนับเป็นส่วนหนึ่งของการคว่ำบาตรครั้งใหญ่ ทำให้รัสเซียจำเป็นต้องหาสกุลเงินสำรองมาแทนดอลลาร์สหรัฐอย่างเร่งด่วน ซึ่งจีนที่เป็นหนึ่งในคู่ค้ารายใหญ่ที่สุดของรัสเซียจึงเข้ามาเติมเต็มช่องว่างนี้ ด้วยเหตุนี้เองทำให้เงินหยวนมีความโดดเด่นมากขึ้น ซึ่งควรค่าแก่การพิจารณาผลกระทบและบทบาทที่เกิดขึ้นต่อการค้าของเวียดนามและทั่วโลก

**การใช้เงินหยวนในอาเซียน**

ในช่วง 2 ทศวรรษที่ผ่านมา จีนได้ขยายความร่วมมือกับประเทศเพื่อนบ้านหลายแห่งผ่านสนธิสัญญาต่างๆ เช่น ความตกลงหุ้นส่วนทางเศรษฐกิจระดับภูมิภาค (RCEP) ความตกลงการค้าเสรีอาเซียน-จีน เป็นต้น จากเหตุนี้ทำให้ประเทศใน RCEP และประเทศสมาชิกอาเซียนเริ่มใช้สกุลเงินหยวนเพื่อจ่ายชำระสินค้านำเข้าและส่งออก

การใช้เงินหยวนในการชำระเงินข้ามพรมแดนในปี 2564 ระหว่างจีนกับอาเซียนแตะระดับ 4.8 ล้านล้านหยวน หรือคิดเป็นประมาณ 6.85 แสนล้านดอลลาร์สหรัฐเลยทีเดียว ซึ่งเพิ่มขึ้นถึง 16% เมื่อเทียบกับปีก่อนหน้า และเพิ่มขึ้นเกือบ 20 เท่าในช่วงทศวรรษที่ผ่านมา โดยได้รับการสนับสนุนจากความตกลงด้านการชำระสกุลเงิน



**ความเสี่ยงของการทำธุรกรรมระหว่างประเทศด้วยเงินหยวน**

**1. ความผันผวนของอัตราแลกเปลี่ยน**  
ประโยชน์ที่ได้จากการชำระเงินด้วยสกุลเงินหยวนที่อ่อนค่าเมื่อเทียบกับเงินดอลลาร์ แต่อาจสูญเสียผลประโยชน์ในเรื่องนี้ไปหากอนาคตมีการแข็งค่ามากขึ้น

**2. การพึ่งพาปัจจัยการผลิตจากจีนมากเกินไป**  
เงินหยวนอาจทำให้บริษัทหันไปพึ่งพาปัจจัยการผลิตจากจีนมากเกินไป จึงมีความเสี่ยงหากเกิดเหตุการณ์ที่ไม่คาดคิดขึ้นในจีน ซึ่งจะส่งผลกระทบต่ออย่างมีนัยสำคัญต่อบริษัทที่นำเข้าสินค้าจากจีน

แบบทวีภาคีกับเวียดนาม อินโดนีเซีย และกัมพูชา นอกจากนี้ ยังมีความตกลงการแลกเปลี่ยนสกุลเงินกับอินโดนีเซีย มาเลเซีย สิงคโปร์ และไทย เป็นมูลค่าความกว่า 8 แสนล้านหยวน

**ผลกระทบต่อธุรกิจเวียดนามหลังเงินหยวนถูกใช้มากขึ้น**

ในปี 2565 การค้าแบบทวีภาคีระหว่างเวียดนามกับจีนมีมูลค่าสูงถึง 2.34 แสนล้านดอลลาร์สหรัฐ ทำให้เวียดนามเป็นคู่ค้าทางเศรษฐกิจอันดับต้นๆ ของจีนท่ามกลางประเทศอื่นๆ ในอาเซียน

รัฐบาลเวียดนามได้อนุญาตให้ชำระเงินข้ามพรมแดนระหว่าง 2 ประเทศด้วยสกุลเงินหยวนได้ในบางพื้นที่ ประกอบด้วยด่าน Dien Bien, Lai Chau, Lao Cai, Ha Giang, Cao Bang, Lang Son และ

Quang Ninh โดยทั้งบุคคลธรรมดาและนิติบุคคลจะสามารถเลือกได้ว่าจะใช้เงินหยวนหรือเงินดอลลาร์ในการชำระเงิน

อย่างไรก็ดี ถึงแม้จะมีความเป็นไปได้อย่างมากที่เงินหยวนจะถูกใช้เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องในระดับสากล แต่เงินหยวนก็ยังห่างไกลต่อการเข้ามาแทนที่สกุลเงินหลักอื่นๆ อย่างดอลลาร์สหรัฐหรือยูโร สำหรับในเวียดนาม เงินหยวนยังคงถูกจำกัดการใช้และยังอยู่ภายใต้การควบคุมที่เข้มงวดของรัฐบาล ดังนั้นธุรกิจเวียดนามที่ใช้เงินหยวนในการชำระเงินควรทำการตรวจสอบนโยบายและเงื่อนไขการค้าด้วยสกุลเงินหยวนอย่างระมัดระวัง

ที่มา : Renminbi Rising: What Foreign Firms in Vietnam Should Know, Minh Pham, Vietnam Briefing

# ฟิลิปปินส์แก้กฎหมาย บริการสาธารณะ เอื้อต่างชาติถือครอง 100%

‘ฟิลิปปินส์’ หนึ่งในประเทศที่น่าจับตามองในเรื่องของการค้าและการลงทุน แม้ว่าอาจดูเป็นประเทศนอกสายตาเมื่อเทียบกับชาติอื่นๆ ในภูมิภาคอาเซียนอย่างสิงคโปร์ เวียดนาม หรืออินโดนีเซีย ด้วยข้อจำกัดต่างๆ และนโยบายที่ไม่เอื้อต่อการเข้าไปลงทุนของต่างชาติ แต่ในช่วงที่ผ่านมา รัฐบาลฟิลิปปินส์มีความตื่นตัวที่จะผลักดันการค้าการลงทุนเพื่อขับเคลื่อนเศรษฐกิจอย่างต่อเนื่อง และพยายามปรับเปลี่ยนกฎหมายต่างๆ เพื่อดึงดูดนักลงทุนมากขึ้น ไม่ว่าจะเป็นการอนุมัติร่างแก้ไขพระราชบัญญัติการเปิดเสรีการค้าปลีก โดยมีการปรับเกณฑ์เงินทุนจดทะเบียนชำระขั้นต่ำสำหรับธุรกิจค้าปลีกของต่างประเทศ และล่าสุดกับการปรับแก้กฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการถือครองกิจการภายในประเทศของชาวต่างชาติ

ฟิลิปปินส์ได้ออกกฎหมายข้อบังคับสำหรับการแก้ไขพระราชบัญญัติบริการสาธารณะเมื่อปลายเดือนมีนาคม 2566 โดยอนุญาตให้ต่างชาติเป็นเจ้าของบริการสาธารณะในประเทศได้ 100% เพื่อดึงดูดการลงทุน พร้อมทั้งเทคโนโลยีต่างๆ จากต่างประเทศมากขึ้น ทำให้คุณภาพและประสิทธิภาพการบริการสาธารณะของประเทศดียิ่งขึ้น

ทั้งนี้ บริการสาธารณะ คือ การดำเนินการใดๆ ที่เป็นประโยชน์ส่วนรวม

ของประชาชน เช่น การคมนาคมขนส่ง การสื่อสาร การประปา การไฟฟ้า และบริการไปรษณีย์ ซึ่งภายใต้กฎหมายฉบับก่อน บริการสาธารณะถือเป็นสาธารณูปโภค โดยการถือครองของชาวต่างชาติอยู่ภายใต้ข้อจำกัดตามรัฐธรรมนูญบุคคลหรือนิติบุคคลที่สามารถดำเนินการด้านสาธารณูปโภคได้ต้องเป็นพลเมืองฟิลิปปินส์ หรือเป็นบริษัทที่มีชาวฟิลิปปินส์ถือหุ้นไม่น้อยกว่า 60%

อย่างไรก็ตาม กฎหมายฉบับใหม่ได้ให้ความกระจ่างถึงความแตกต่างระหว่างบริการสาธารณะและสาธารณูปโภค และจำกัดสาธารณูปโภคให้เป็นการผูกขาดโดยธรรมชาติเพื่อความมั่นคงของประเทศและสวัสดิการสาธารณะ โดยระบบเหล่านี้ถือว่ามีความสำคัญและจะส่งผลกระทบต่อความมั่นคงของประเทศได้ หากถูกทำให้เสียหายหรือถูกทำลายลง ได้แก่ การส่งและจ่ายไฟฟ้า ท่อส่งน้ำและท่อน้ำทิ้ง ท่าเรือ และรถสาธารณะ โดยการถือครองของชาวต่างชาติในภาคส่วนเหล่านี้ยังคงจำกัดไว้ที่ 40%

ขณะที่ บริการสาธารณะอื่นๆ ที่ไม่ใช้การผูกขาดโดยธรรมชาติหรือโครงสร้างพื้นฐานที่สำคัญ ได้เปิดให้ต่างชาติเป็นเจ้าของได้ 100% แล้ว จากเดิมที่ 40% โดยมีผลบังคับใช้ตั้งแต่วันที่ 1 เมษายน 2566 ที่ผ่านมา ภาคส่วนดังกล่าวประกอบด้วย







การรถไฟ สนามบิน ทางด่วน โทรคมนาคม  
สายการบิน การขนส่งทางเรือ และการ  
ชลประทาน

อย่างไรก็ดี รัฐบาลได้วางมาตรการ  
ป้องกันไว้หลายประการเพื่อดูแลเรื่อง  
ความมั่นคงของประเทศและสิทธิของ  
ผู้บริโภค ซึ่งหนึ่งในนั้นคือการให้อำนาจ  
ประธานาธิบดีในการสั่งห้ามหรือระงับการ  
ลงทุนจากต่างประเทศในภาคบริการ  
สาธารณะตามคำแนะนำของหน่วยงาน  
ที่มีอำนาจ และอีกประการหนึ่งที่เกี่ยวข้อง  
กับธุรกิจด้านโทรคมนาคม คือ ผู้ดำเนิน  
ธุรกิจจำเป็นต้องปฏิบัติตามมาตรฐาน  
ISO ต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง และการดำเนินงาน  
จะต้องถูกตรวจสอบประจำปีเพื่อประเมิน  
ต้นทุนและคุณภาพการบริการของบริษัท

การแก้ไขพระราชบัญญัติบริการ  
สาธารณะนี้เป็นส่วนหนึ่งของการปฏิรูป  
อย่างต่อเนื่องในฟิลิปปินส์ โดยรัฐบาล  
คาดว่าจะช่วยเพิ่มขีดความสามารถใน  
การแข่งขันทางธุรกิจและความน่าดึงดูดใจ  
ของฟิลิปปินส์ในฐานะหนึ่งในจุดหมาย  
ปลายทางการลงทุนในภูมิภาคอาเซียน  
นอกจากนี้ ยังช่วยแก้ไขความเหลื่อมล้ำ  
ด้านโครงสร้างพื้นฐานของประเทศ  
ตลอดจนขยายการให้บริการสาธารณะ  
แก่ชาวฟิลิปปินส์ โดยขณะนี้ รัฐบาลยังได้  
อนุญาตให้ต่างชาติสามารถเป็นเจ้าของ  
โครงการพลังงานหมุนเวียนต่างๆ ได้โดย  
สมบูรณ์ รวมทั้งให้ถือหุ้นในวิสาหกิจทั้ง  
เล็กและใหญ่ในฟิลิปปินส์ได้เต็มจำนวน  
อีกด้วย 📌

ที่มา :

- <https://www.thailand-business-news.com/asean/philippines/98063-philippines-opens-public-services-sector-to-100-foreign-investment>
- <https://www.aseanbriefing.com/news/philippines-issues-implementing-rules-for-the-public-service-act/>
- <https://www.aseanbriefing.com/news/philippines-amends-retail-trade-liberalization-act-to-attract-foreign-investment/>

LAO PDR

## 'ลาว' เปิดสนามบินใหม่ เที่ยว 'แขวงห้วยพัน' คึกคัก

จำนวนนักท่องเที่ยวชาวลาอและชาวต่างชาติที่หลั่งไหลไปเที่ยวที่แขวงห้วยพัน ทางตอนเหนือของ สปป.ลาว เพิ่มขึ้นอย่างมีนัยสำคัญ หลังจากสนามบินหนองค้ำงเปิดให้บริการเมื่อเดือนที่แล้ว ส่งผลให้การเดินทางไปยังพื้นที่ดังกล่าวสะดวกและรวดเร็วขึ้น นาย Phouvan Phetmixay รองผู้อำนวยการสำนักสารสนเทศ วัฒนธรรม และการท่องเที่ยวประจำจังหวัดเปิดเผยว่าก่อนหน้านี้จะมีการก่อสร้างสนามบินหนองค้ำง การเดินทางไปยังแขวงห้วยพันนั้นต้องผ่านถนนที่มีภูเขาที่คดเคี้ยวและอันตราย แต่ตอนนี้ปัญหาการเดินทางต่างๆ หมดไปแล้ว นอกจากนี้ สนามบินดังกล่าวยังช่วยลดระยะเวลาในการเดินทาง โดยแขวงห้วยพันตั้งอยู่ทางตอนเหนือสุดของ สปป.ลาว ห่างจากนครหลวงเวียงจันทน์มากกว่า 600 กิโลเมตร เดิมทีจะใช้เวลาประมาณ 2 วันในการเดินทางระหว่างกัน แต่ตอนนี้ใช้เวลาเพียง 1 ชั่วโมงโดยเครื่องบิน ✈



ที่มา : <https://en.vietnamplus.vn/laos-new-airport-helps-attract-tourists-to-houaphanh-province/254364.vnp>

INDONESIA

## 'อินโดฯ' หุยน EV จ่อเสนอ FTA กับสหรัฐฯ

นาย Luhut Pandjaitan รัฐมนตรีว่าการกระทรวงประสานงานด้านกิจการทางทะเลและการลงทุนของอินโดนีเซีย เปิดเผยว่า อินโดนีเซียเตรียมเสนอข้อตกลงการค้าเสรีสำหรับการส่งออกแร่บางชนิดให้กับสหรัฐฯ เพื่อช่วยให้บริษัทต่างๆ ในห่วงโซ่อุปทานแบตเตอรี่รถยนต์ไฟฟ้าที่ดำเนินงานในประเทศ ได้รับสิทธิพิเศษทางภาษีของสหรัฐฯ ทั้งนี้ รัฐบาลสหรัฐฯ ประกาศแนวทางใหม่เกี่ยวกับสิทธิลดหย่อนภาษีภายใต้กฎหมายลดเงินเพื่อ โดยระบุว่า ชิ้นส่วนประกอบแบตเตอรี่นั้นๆ ต้องผลิตหรือประกอบในอเมริกาเหนือ หรือเป็นคู่ค้าเสรีเท่านั้น กฎดังกล่าวมีจุดมุ่งหมายเพื่อให้สหรัฐฯ ลดการพึ่งพาจีนในการพัฒนาห่วงโซ่อุปทานของแบตเตอรี่รถยนต์ไฟฟ้า อย่างไรก็ตาม อินโดนีเซียยังไม่มีข้อตกลงการค้าเสรีกับสหรัฐฯ แต่แรนิกเกิดของประเทศได้กลายเป็นแร่สำคัญในห่วงโซ่อุปทานนี้ไปแล้ว โดยอินโดนีเซียพยายามใช้ปริมาณสำรองนิกเกิล ซึ่งมีจำนวนมากที่สุดในโลก เพื่อดึงดูดการลงทุนจากบรรดาผู้ผลิตแบตเตอรี่และรถยนต์ไฟฟ้า รวมถึงบริษัทของสหรัฐฯ อย่าง Tesla และ Ford ✈

ที่มา : <https://www.reuters.com/world/asia-pacific/indonesia-propose-limited-free-trade-deal-with-us-critical-minerals-2023-04-10/>



CAMBODIA

## 'กัมพูชา' พร้อมยกระดับ สู่ 'ประเทศรายได้ ปานกลางระดับสูง'

สมเด็จพระอัครมหาเสนาบดี เดโช ฮุน เซน อดีตนายกรัฐมนตรี กัมพูชาแสดงความมั่นใจว่า กัมพูชาจะหลุดพ้นจากการเป็นประเทศพัฒนาน้อยที่สุดภายในปี 2570 และกลายเป็นประเทศที่มีรายได้ปานกลางระดับสูงได้ภายในปี 2573 โดยมองว่าความมุ่งมั่นในการพัฒนาอย่างยั่งยืน รวมทั้งการเติบโตทางเศรษฐกิจของกัมพูชาในปัจจุบัน จะเปิดโอกาสให้สามารถบรรลุเป้าหมายที่ตั้งไว้ได้ แม้จะมีความท้าทายต่างๆ จากทั้งเศรษฐกิจโลก สงครามระหว่างรัสเซียและยูเครน ตลอดจนวิกฤตการณ์เปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ นอกจากนี้ ตามรายงานของธนาคารเพื่อการพัฒนาแห่งเอเชีย (ADB) ในเดือนเมษายนระบุว่า เศรษฐกิจของกัมพูชาคาดว่าจะเติบโตที่ 5.5% ในปี 2566 และ 6% ในปี 2567 เนื่องจากการฟื้นตัวกลับมาอย่างแข็งแกร่งของภาคการท่องเที่ยวและการเติบโตอย่างรวดเร็วในภาคบริการ อย่างไรก็ตาม สมเด็จฯ ฮุน เซน ปิดท้ายว่า เพื่อรักษาเศรษฐกิจเช่นนี้ให้คงอยู่ในระยะยาว รัฐบาลจะต้องลงทุนเพิ่มเติมในด้านการดูแลสุขภาพ การคุ้มครองทางสังคม การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ วิทยาศาสตร์ขนาดกลางและขนาดย่อมต่างๆ เทคโนโลยีดิจิทัล รวมถึงการพัฒนาที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม และอื่นๆ ✈

ที่มา : <https://www.khmertimeskh.com/501302664/cambodia-to-become-higher-middle-income-country-by-2030/>

## เงินเพื่ออินโดฯ จ่อกลับเข้ากรอบ เป้าหมายเร็วกว่า ที่คาด

อัตราเงินเฟ้อของอินโดนีเซียเตรียมกลับเข้าสู่กรอบเป้าหมายของธนาคารกลางอย่างรวดเร็วที่สุดภายในเดือนนี้ ซึ่งนักเศรษฐศาสตร์มองว่าเป็นข่าวดีสำหรับผู้กำหนดนโยบายที่ก่อนหน้านี้คาดว่าจะสามารถกลับเข้าสู่กรอบเป้าหมายได้ภายในเดือนสิงหาคมเท่านั้น

ที่มา : <https://www.bloomberg.com/news/articles/2023-05-03/indonesia-inflation-seen-returning-to-goal-faster-than-forecast?leadSource=uverify%20wall>



อัตราเงินเฟ้อทั่วไปมีแนวโน้มว่าจะกลับเข้าสู่กรอบเป้าหมายที่ 2%-4% ในเดือนพฤษภาคมหรือมิถุนายน ตามการคาดการณ์ของนักเศรษฐศาสตร์หลังมีการเปิดเผยข้อมูลราคาผู้บริโภคประจำเดือนเมษายนในวันอังคารที่ 2 พฤษภาคมที่ผ่านมา ซึ่งสิ่งนี้จะทำให้ธนาคารกลางอินโดนีเซียมีโอกาสในการรักษาระดับอัตราดอกเบี้ยนโยบายที่ 5.75% หรืออาจพิจารณาปรับลดได้หากจำเป็น ราคาผู้บริโภคเพิ่มขึ้น 4.33% ในเดือนที่ผ่านมา ซึ่งนับว่าเป็นอัตราที่ต่ำที่สุดในรอบเกือบ 1 ปี ทั้งนี้จากการเก็บเกี่ยวที่มากพอได้ช่วยลดแรงกดดันค่าที่สูงขึ้นตามฤดูกาลจากเทศกาล Eid al-Fitr ของอินโดนีเซีย อย่างไรก็ตาม อัตราเงินเฟ้อที่ผันผวนได้ลดลงต่ำสุดในรอบ 13 เดือน มาจากการใช้มาตรการด้านความมั่นคงทางอาหาร เช่น การแจกจ่ายเมล็ดพืช การให้ทุนกับเครื่องอบแห้งข้าว และตลาดสดสำหรับอาหารหลักที่เป็นที่ต้องการ

## 'ลาว' คาด ปี 66-67 เศรษฐกิจฟื้นตัวดีขึ้น

ตามรายงานฉบับใหม่ของธนาคารเพื่อการพัฒนาแห่งเอเชีย (ADB) ระบุว่า เศรษฐกิจของ สปป.ลาว คาดว่าจะเติบโตในระดับปานกลางในปีนี้และปีหน้า จากการฟื้นตัวของภาคบริการและการลงทุนต่างๆ จากภาคเอกชน อันเป็นผลจากการผ่อนคลายมาตรการควบคุมการแพร่ระบาดของโรคโควิด 19 ทั่วภูมิภาค โดยมีการคาดการณ์ว่า สปป.ลาว จะมีอัตราการเติบโตของผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศ (GDP) ที่ 4% ในปี 2566 และ 2567 ขณะที่ปีที่ผ่านมา มีการคาดการณ์ว่า อัตราการเติบโตจะอยู่ที่ 2.5% อย่างไรก็ตาม สปป.ลาว ยังคงเผชิญกับความท้าทายหลายอย่าง เช่น แรงกดดันด้านเงินเฟ้อจะยังคงสูงอยู่ในปี 2566 ซึ่งคาดการณ์ไว้ที่ 16% ก่อนที่จะลดลงเหลือ 5% ในปี 2567 นอกจากนี้ ราคาสินค้าต่างๆ คาดว่า

จะเพิ่มขึ้น เนื่องจากบรรดาธุรกิจผลกระทบต้นทุนจากการนำเข้าสินค้าและค่าจ้างที่เพิ่มขึ้นมายังผู้บริโภค ปัจจุบัน ประชากรเกือบ 2 ใน 3 ของ สปป.ลาว อยู่ในวัยทำงาน โดยการมีหนุ่มสาวอยู่ในวัยทำงานหมายถึงมีคนจำนวนมากขึ้นที่มีศักยภาพในการผลิตและส่งเสริมการเติบโตทางเศรษฐกิจ อย่างไรก็ตาม อัตราเงินเฟ้อที่สูงและค่าจ้างที่ค่อนข้างต่ำทำให้แรงงานจำนวนมากเลือกที่จะไปทำงานในประเทศเพื่อนบ้าน เพราะสามารถหาเงินได้มากกว่า โดยกระทรวงแรงงานและสวัสดิการสังคมคาดการณ์ว่าจำนวนชาวลาวที่ทิ้งบ้านเกิดมายังประเทศไทยเพื่อหางานที่ได้รับค่าตอบแทนสูงกว่า อาจเพิ่มขึ้นเป็น 400,000-500,000 คน

ที่มา : <https://www.thestar.com.my/aseanplus/asean-plus-news/2023/04/09/laos-to-see-better-economic-growth-in-2023-2024>





คุณวิลเลียม เอิร์ลวูด ไฮเน็ค  
ประธานกรรมการ  
บริษัท ไมเนอร์ อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด (มหาชน)

# MINOR

## “Looking Beyond the Global Turbulence”

คุณวิลเลียม เอ็ลล์วี๊ด ไฮเน็ค ประธานกรรมการ บริษัท ไมเนอร์ อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด (มหาชน) ได้ร่วมแบ่งปันประสบการณ์ในฐานะผู้ก่อตั้งและผู้บริหารบริษัทชั้นนำในระดับภูมิภาค ผ่านการบรรยายพิเศษหัวข้อ “Looking Beyond the Global Turbulence” ในโครงการอบรมหลักสูตร AEC Business Leader รุ่นที่ 5 ที่จัดขึ้นโดย AEC Connect กิจการธนาคารต่างประเทศ ธนาคารกรุงเทพ

ไมเนอร์ อินเตอร์เนชั่นแนล เริ่มต้นธุรกิจด้วยการเปิดรีสอร์ตที่ริมทะเลในพม่าในปี 2521 ต่อมาบริษัทได้ขยายธุรกิจจนกลายเป็นผู้ประกอบการที่พักผ่อนและสันทนาการที่ใหญ่ที่สุดรายหนึ่งในโลก โดยมีโรงแรมและรีสอร์ตภายใต้การดูแลกว่า 530 แห่ง ร้านอาหารกว่า 2,580 สาขา และจุดจำหน่ายสินค้ากว่า 282 แห่ง ในประเทศไทยและอีก 62 ประเทศทั่วภูมิภาคเอเชียแปซิฟิก ยุโรป ตะวันออกกลาง มหาสมุทรอินเดีย แอฟริกา และอเมริกา

## ในปัจจุบัน ไมเนอร์ อินเตอร์เนชั่นแนล ดำเนินธุรกิจหลักอยู่ 3 ธุรกิจ ได้แก่

### ไมเนอร์ โฮเทลส์

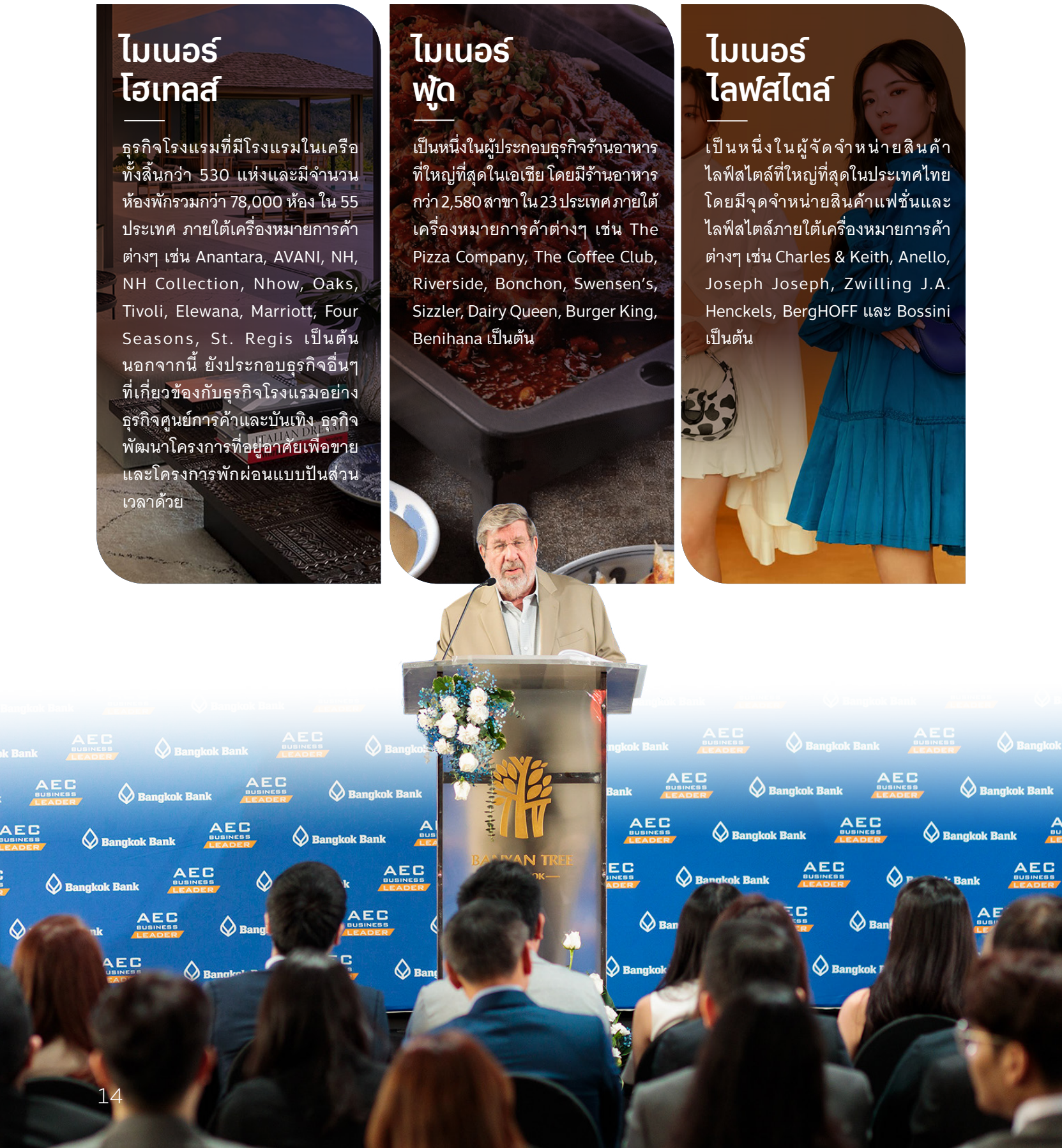
ธุรกิจโรงแรมที่มีโรงแรมในเครือทั้งสิ้นกว่า 530 แห่งและมีจำนวนห้องพักมากกว่า 78,000 ห้อง ใน 55 ประเทศ ภายใต้เครื่องหมายการค้าต่างๆ เช่น Anantara, AVANI, NH, NH Collection, Nhow, Oaks, Tivoli, Elewana, Marriott, Four Seasons, St. Regis เป็นต้น นอกจากนี้ ยังประกอบธุรกิจอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจโรงแรมอย่างธุรกิจศูนย์การค้าและบันเทิง ธุรกิจพัฒนาโครงการที่อยู่อาศัยเพื่อขายและโครงการพักผ่อนแบบป็นส่วนเวลาดำวย

### ไมเนอร์ ฟู้ด

เป็นหนึ่งในผู้ประกอบการร้านอาหารที่ใหญ่ที่สุดในเอเชีย โดยมีร้านอาหารกว่า 2,580 สาขาใน 23 ประเทศภายใต้เครื่องหมายการค้าต่างๆ เช่น The Pizza Company, The Coffee Club, Riverside, Bonchon, Swensen's, Sizzler, Dairy Queen, Burger King, Benihana เป็นต้น

### ไมเนอร์ ไลฟ์สไตล์

เป็นหนึ่งในผู้จัดจำหน่ายสินค้าไลฟ์สไตล์ที่ใหญ่ที่สุดในประเทศไทย โดยมีผู้จำหน่ายสินค้าแฟชั่นและไลฟ์สไตล์ภายใต้เครื่องหมายการค้าต่างๆ เช่น Charles & Keith, Anello, Joseph Joseph, Zwilling J.A. Henckels, BergHOFF และ Bossini เป็นต้น





“ธุรกิจต้องมีความรวดเร็วและยืดหยุ่น  
ตอบสนองความท้าทายอย่างรวดเร็ว  
และต้องเปิดรับความคิดเห็นใหม่ๆ  
และยอมรับว่าคนเราผิดพลาดกันได้  
อย่างกลัวที่: ผิดพลาด”

เมื่อวิกฤตโรคโควิด 19 คลี่คลาย ประเทศต่างๆ กลับมาเปิดพรมแดนก็ถึงเวลาแล้วที่ธุรกิจต่างๆ จะมองไปข้างหน้า ก้าวข้ามอุปสรรคต่างๆ ที่เกิดขึ้นทั่วโลก คุณวิลเลียมได้แบ่งปันกลยุทธ์ในการก้าวผ่านอุปสรรคสำคัญต่างๆ กับนักธุรกิจรุ่นใหม่ โดยเน้นย้ำว่าต้องให้ความสำคัญกับการสังเกตสภาพแวดล้อมทางธุรกิจเพื่อจับเทรนด์และโอกาสต่างๆ ซึ่งสิ่งนี้ทำให้ไมเนอร์ อินเตอร์เนชั่นแนล สามารถปรับเปลี่ยนกลยุทธ์เพื่อตอบสนองของความท้าทายที่เกิดจากความต้องการที่เปลี่ยนไปของผู้บริโภค และช่วยลดผลกระทบจากความท้าทายทางเศรษฐกิจและสามารถรักษาระดับการฟื้นตัวในขณะที่เผชิญกับความยากลำบากได้

ธุรกิจต้องมีความรวดเร็วและยืดหยุ่นตอบสนองความท้าทายอย่างรวดเร็ว และต้องเปิดรับความคิดเห็นใหม่ๆ และยอมรับว่าคนเราผิดพลาดกันได้ อย่างกลัวที่จะผิดพลาด โดยต้องเรียนรู้การผิดพลาดให้เร็วและลดผลกระทบให้น้อยที่สุด ประกอบกับต้องมีการวางแผนความต่อเนื่องทางธุรกิจที่เหมาะสม ซึ่งต้องทบทวนและอัปเดตให้บ่อยที่สุดเท่าที่ต้องใช้เพื่อรับมือกับความท้าทายที่เกิดขึ้น

คุณวิลเลียมยกตัวอย่างเหตุการณ์ที่เพิ่งเกิดขึ้นเร็วๆ นี้คือการแพร่ระบาดของโรคโควิด 19 ว่า ตัวเขาเองก็ไม่คาดคิดว่าการแพร่ระบาดจะมาถึงจุดนี้ เพราะมีการกักเงินจำนวนมากในช่วงปี 2561 ซึ่งไมเนอร์ อินเตอร์เนชั่นแนล ก็รีบปรับเปลี่ยนและเพิ่มทุนบริษัทในปี 2563 แม้ว่า

จะยังไม่จำเป็น โดยในช่วง 4 เดือนแรกที่เริ่มแพร่ระบาด คุณวิลเลียมมองว่ามันจะกินระยะเวลาแค่ 6-8 เดือน แต่ความจริงกลับกินเวลาถึงเกือบ 3 ปี และยังคงผลกระทบอย่างร้ายแรงด้วย


ไมเนอร์ อินเตอร์เนชั่นแนล ต้องเผชิญหน้ากับการขาดทุนตลอด 8 ไตรมาส โดยขาดทุนถึง 1,000 ล้านดอลลาร์สหรัฐ ซึ่งคุณวิลเลียมเองก็ยอมรับว่าไม่เคยเจอเหตุการณ์เช่นนี้มาก่อนในชีวิตเช่นกัน แม้แต่ช่วงปี 2540 (วิกฤตต้มยำกุ้ง) ก็ไม่ได้ใกล้เคียงกับวิกฤตในครั้งนี้เลย นับว่าเป็นเหตุการณ์ที่ร้ายแรงอย่างยิ่ง และเมื่อผ่านมาได้ ก็เชื่อว่าทุกคนคงจะได้เรียนรู้อย่างมากที่จะรับมือวิกฤตอย่างโควิด 19 กันได้

นอกจากนี้ คุณวิลเลียมยังเปิดใจว่าสำหรับตัวเขาไม่ได้หวาดกลัวต่อความท้าทายต่างๆ ที่ถาโถมเข้ามา เพราะผ่านมาแล้วทั้งความไม่แน่นอนของการเมืองไทย ทั้งเหตุการณ์คลื่นยักษ์สึนามิพัดถล่ม การแพร่ระบาดของโรคซาร์ส โรคโควิด 19 อัตราดอกเบี้ยพุ่งสูง หรือราคาพลังงานพุ่งสูง แต่สิ่งที่น่ากลัวที่สุด คือ การต้องเผชิญหน้ากับความท้าทายที่ไม่เคยเจอมาก่อน เช่น เราไม่เคยเจอเหตุการณ์เหมือนการแพร่ระบาดของโรคโควิด 19 หรือไม่เคยเจอเหตุการณ์แบบสึนามิมาก่อน สิ่งเหล่านี้คือความท้าทายที่ต้องคาดการณ์ไว้ และยังมีสิ่งที่ไม่ได้คาดไว้ แต่อาจส่งผลกระทบอย่างร้ายแรงต่อธุรกิจ ซึ่งก็ต้องระวังว่ามันอาจเกิดขึ้นได้เช่นกัน

ในแง่ของการทำธุรกิจในตลาดภูมิภาค คุณวิลเลียมมองว่า ‘อาเซียน’ ยัง

คงเป็นหนึ่งในภูมิภาคที่มีการเติบโตเร็วที่สุดในโลกในปี 2566 โดย ASEAN-5 ที่ประกอบด้วยอินโดนีเซีย มาเลเซีย ฟิลิปปินส์ สิงคโปร์ และไทย คาดว่าจะเติบโตอยู่ที่ 4.9%

สำหรับตลาดในไทย ซึ่งเป็นหนึ่งในประเทศที่มีการพัฒนามากที่สุดในภูมิภาค มีภาคการท่องเที่ยวและภาคการผลิตที่แข็งแกร่ง โดยกินสัดส่วนถึง 25% ของ GDP นอกจากนี้ไทยยังฟื้นตัวจากการแพร่ระบาดของโรคโควิด 19 ได้อย่างรวดเร็ว ประกอบกับเงินบาทก็มีเสถียรภาพอย่างมาก จนกลายเป็นหนึ่งในสกุลเงินที่มีความยืดหยุ่นสูงที่สุดในโลก ซึ่งสิ่งที่ไม่เนอร์ อินเตอร์เนชั่นแนล ได้เรียนรู้จากการทำธุรกิจในไทย คือ ต้องมีรากฐานที่แข็งแกร่ง ควรสร้างรากฐานที่แข็งแกร่งมากๆ ให้สามารถทำกำไรได้ เพื่อมีไว้สนับสนุนความพยายามที่จะเติบโตในระดับภูมิภาคต่อไป

ในช่วงท้ายของการบรรยายพิเศษ คุณวิลเลียมได้แบ่งปันเคล็ดลับที่ได้เรียนรู้มาจากความพยายามที่จะเจาะตลาดต่างประเทศให้สำเร็จ ซึ่งสิ่งที่สำคัญที่สุดสำหรับการเจาะตลาดต่างประเทศ คือ ต้องสร้างความสัมพันธ์ทางธุรกิจที่จำเป็นในแต่ละประเทศที่จะเข้าไปลงทุน ด้วยการพัฒนาบุคลากรท้องถิ่นที่มีความสามารถสูง ประกอบกับต้องเป็นพลเมืองบริษัทที่ดีที่สามารถตอบแทนและมีส่วนร่วมในเศรษฐกิจของประเทศเหล่านั้นด้วย และฟังตระหนักไว้ว่าความสำเร็จนั้นขึ้นอยู่กับ การมี ‘พันธมิตรทางธุรกิจที่ดี’ 

# เทรนด์ Clean Beauty

## ผลิตภัณฑ์ตลาด ความงาม 'อาเซียน'

วิกฤตโรคโควิด 19 ทำให้ผู้คนตระหนักถึงความสำคัญของ 'สุขอนามัยส่วนบุคคล' มากขึ้น โดยจะเห็นได้จากผู้บริโภคของภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ต่างมีผลิตภัณฑ์ที่ใช้สำหรับทำความสะอาดร่างกายหลายประเภท เก็บสำรองไว้ที่บ้าน นับจากนั้น 3 ปีต่อมา อุตสาหกรรมสุขภาพและความงามได้เห็นความเปลี่ยนแปลงของคอนเซ็ปต์ด้าน 'ความสะอาด' สูงความนิยมที่มากขึ้นด้าน 'ส่วนผสม' ที่ประกอบอยู่ในผลิตภัณฑ์ด้านความงามและการดูแลส่วนบุคคล

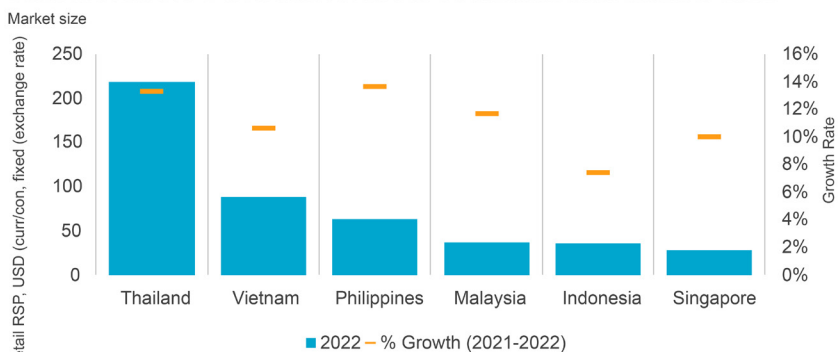
เทรนด์ผลิตภัณฑ์ความงามที่เกี่ยวข้องกับส่วนผสมที่เป็นที่น่าสนใจอยู่ในขณะนี้ นั่นคือ 'Clean beauty' ที่หมายถึงผลิตภัณฑ์ความงามที่ปราศจากส่วนผสมที่เป็นอันตรายต่อสุขภาพของมนุษย์และสิ่งแวดล้อมและจากข้อมูลการแสดงสรรพคุณ ปี 2565 ของ Euromonitor International ระบุว่าอุตสาหกรรมสุขภาพและความงามได้รับรู้ถึงการเปลี่ยนแปลงจากการแสดงสรรพคุณด้าน 'สุขอนามัย' สู่อุตสาหกรรม 'ความบริสุทธิ์'





ในช่วงแรกที่เกิดโรคโควิด 19 การอ้างสรรพคุณต่างๆ เช่น ด้านแบคทีเรีย และผิวแพ้ง่าย ได้รับความนิยมนอย่างรวดเร็ว เนื่องจากผู้คนให้ความสนใจกับสุขภาพและสุขภาพผิวเพิ่มมากขึ้น อย่างไรก็ตามเมื่อไม่นานมานี้การอ้างสรรพคุณด้านความบริสุทธิ์เข้ามามีอิทธิพลอย่างมากในอุตสาหกรรมนี้ โดยจากการสำรวจด้านความงามช่วงเดือนมิถุนายน-กรกฎาคม 2565 ระบุว่า 31% ของผู้บริโภคด้านความงามทางออนไลน์ในภูมิภาคเอเชียแปซิฟิก จัดอันดับให้ 'ส่วนผสมที่เป็นธรรมชาติทั้งหมด' เป็นปัจจัยที่มีความสำคัญที่สุดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อ ขณะที่ อีก 25% ของผู้บริโภคยกให้ 'ความโปร่งใสของส่วนผสม' สำคัญที่สุด ทั้งนี้ การตัดส่วนผสมที่ไม่จำเป็นออกจากผลิตภัณฑ์ความงามผลักดันให้เวชสำอางเติบโตอย่างต่อเนื่อง ซึ่งน่าจะมาจากความหวาดกลัวโรคระบาดและการรับรู้เกี่ยวกับระดับของความไวต่อสิ่งกระตุ้นของผิวหนัง และไม่เพียงแต่การเติบโตของเวชสำอางจะอยู่ในระดับสูง แต่ประเภทของเวชสำอางยังมีอิทธิพลอย่างมากด้วยซึ่งถูกผลักดันจากสรรพคุณที่อ้างว่าได้รับการทดสอบแล้วและได้รับการพิสูจน์ประสิทธิภาพอย่างดีแล้วของแบรนด์ต่างๆ

### Dermocosmetics' Performance Across Southeast Asian Markets 2022



Source: Euromonitor International Beauty and Personal Care 2023ed



นอกจากนี้ จากการสำรวจของ Euromonitor International ยังพบว่าผู้บริโภคของภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ เชื่อว่า คุณประโยชน์ของเวชสำอางดีกว่าผลิตภัณฑ์ความงามที่นำเสนอทางเลือกแบบมาตรฐานซึ่งเน้นย้ำถึงการเปลี่ยนแปลงของกลุ่มผู้บริโภคต่อผลิตภัณฑ์ที่บริสุทธิ์และอ่อนโยนกว่าที่เกินกว่าความต้องการส่วนบุคคลและโรคโควิด 19

ขณะเดียวกัน การตัดส่วนผสมที่อาจทำให้โทษได้กรุยทางให้กับการรวมส่วนผสมที่ได้รับการพิสูจน์ทางวิทยาศาสตร์ไว้ในผลิตภัณฑ์บำรุง ดูแลและฟื้นฟูผิว โดยในปี 2565 อุตสาหกรรมความงามได้เห็นการเปลี่ยนแปลงที่มากขึ้นกับเทรนด์การดูแลหนังศีรษะซึ่งส่วนผสมที่ยอดเยียมต่างๆ ในผลิตภัณฑ์บำรุงผิวได้ขยายไปสู่กลุ่มสินค้าอื่นๆ เช่น การใช้แชมพูที่มีส่วนผสมของคาเฟอีนสำหรับบำรุงหนังศีรษะเพื่อบรรเทาอาการหลุดร่วงของเส้นผม เป็นต้น

แม้ว่าอุตสาหกรรมความงามของภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้จะมุ่งสู่เทรนด์ของการใช้สินค้าที่มีคุณภาพดีมากขึ้น แต่ส่วนผสมที่บริสุทธิ์มีแนวโน้มที่จะมีราคาอยู่ในระดับกลางถึงสูงซึ่งจากผลสำรวจจะระบุว่า 28%-35% ของผู้บริโภคชาวอินโดนีเซียและไทยตามลำดับเต็มใจ

จะจ่ายมากขึ้น 10-20% สำหรับสูตรส่วนผสมแบบธรรมชาติ นอกจากนั้น 28% และ 31% ของผู้บริโภคชาวอินโดนีเซียและไทยตามลำดับ เต็มใจจะจ่ายมากขึ้น 10-20% สำหรับสูตรทางวิทยาศาสตร์ซึ่งนอกจากจะเป็นที่ต้องการมากขึ้นผลิตภัณฑ์บำรุงผิวทั้งแบบธรรมชาติและวิทยาศาสตร์ได้เปิดโอกาสให้ผู้เล่นต่างๆ ที่จะเสนอผลิตภัณฑ์ในราคาที่สูง

โดยสรุปเทรนด์ 'Clean beauty' ได้ส่งเสริมความตระหนักรู้เกี่ยวกับส่วนผสมมากขึ้นในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ และทำให้ผลิตภัณฑ์ความงามที่มีส่วนผสมสำคัญเป็นตัวนำเติบโตขึ้นซึ่งเน้นย้ำถึงประโยชน์ของแต่ละส่วนผสมโดยเฉพาะ และให้อ่านจากผู้บริโภคค้นหาส่วนผสมสำคัญเพื่อรักษาและปกป้องผิวซึ่งนำไปสู่กิจกรรมการดูแลผิวที่เป็นส่วนบุคคลและมีประสิทธิภาพมากขึ้น อีกทั้งผลิตภัณฑ์ความงามที่ส่วนผสมตัวสำคัญจะช่วยสร้างโอกาสทางการค้าให้แบรนด์ใหม่ๆ เพราะผู้บริโภคที่ภักดีต่อส่วนผสมนั้นๆ อาจจะเปิดใจที่จะใช้แบรนด์อื่นๆ มากขึ้นด้วย

ที่มา : <https://www.euromonitor.com/article/keeping-beauty-clean-paving-the-way-for-skinification-dermocosmetics-and-ingredient-led-beauty-in-southeast-asia>

# ตลาดการค้าออนไลน์ 'อาเซียน'

## ภูมิภาคที่ไม่มีใครเหมือนสำหรับ 'อีคอมเมิร์ซ'

ภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้มีประเทศที่เป็นผู้นำทางเศรษฐกิจของภูมิภาคอยู่ 6 ประเทศ ได้แก่ อินโดนีเซีย ไทย มาเลเซีย สิงคโปร์ ฟิลิปปินส์ และเวียดนาม ด้วยจำนวนประชากรรวมกันถึง 655 ล้านคน รวมถึงการมีกลุ่มประชากรวัยหนุ่มสาว และยอดค้าปลีกออนไลน์ที่ได้รับการคาดหมายว่าจะเติบโต 14.3% ในปีนี้ ทำให้ภูมิภาคนี้เป็นที่น่าจับตามองและน่าตื่นตัวสำหรับธุรกิจอีคอมเมิร์ซ

ปัจจุบัน ภูมิภาคอาเซียนเต็มไปด้วยบริษัทอีคอมเมิร์ซในท้องถิ่นมากมาย ซึ่งเป็นแบรนด์ที่ไม่ได้เป็นที่รู้จักมากนัก สำหรับคนที่ไม่ได้อยู่ในภูมิภาคนี้ โดยแบรนด์ใหญ่ที่สุด ได้แก่ Shopee, Lazada และ Tokopedia ซึ่งเป็นตลาดออนไลน์ที่ขายสินค้าหลากหลายประเภท คล้ายกับโมเดลของ Amazon แปรนัยเหล่านี้ครองส่วนแบ่งจำนวนมากจากยอดขายปลีกออนไลน์ทั้งหมดในภูมิภาคอาเซียน ซึ่งเคยถูกคาดการณ์ว่าจะสูงถึง 7.1 หมื่นล้านดอลลาร์สหรัฐในปี 2564 อย่างไรก็ตาม มูลค่าการค้าปลีกออนไลน์คาดว่าจะมีสัดส่วนเพียง 4.6% ของมูลค่าการค้าปลีกทั้งหมด ดังนั้นจึงยังมีโอกาสที่จะเติบโตอีกมาก

อย่างไรก็ตาม แม้จะมีความคล้ายคลึงกันหลายๆ อย่าง ระหว่างตลาดออนไลน์ในภูมิภาคกับ Amazon แต่ Amazon ก็เป็นตลาดที่เล็กมากในภูมิภาคนี้ โดยเปิดตัวในสิงคโปร์ไปเมื่อปี 2562 แต่ก็ยังตามหลังแบรนด์ท้องถิ่นอื่นๆ ส่วนแบรนด์อีคอมเมิร์ซของจีนก็ไม่ได้มีสถานะที่แข็งแกร่งในภูมิภาคนี้เช่นกัน แต่มีการลงทุนจากต่างประเทศหลายพันล้านดอลลาร์สหรัฐในธุรกิจอีคอมเมิร์ซของภูมิภาคอาเซียนเป็นระยะๆ ทั้งจากจีนและชาติตะวันตก

ทั้งนี้ Webretailer ได้จัดอันดับอีคอมเมิร์ซแพลตฟอร์มที่มีผู้ใช้งาน

มากที่สุด ในภูมิภาคอาเซียน โดยมีทั้งผู้เล่นชั้นนำที่เราคุ้นเคยกันเป็นอย่างดี และผู้เล่นที่น่าจับตามอง ซึ่งเริ่มเข้ามาชิงพื้นที่ในตลาดมากขึ้น ดังนี้

Shopee ก่อตั้งขึ้นในสิงคโปร์เมื่อปี 2558 เป็นตลาดออนไลน์ที่ใหญ่ที่สุดในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ ประสบความสำเร็จในการทำธุรกิจใน 6 ประเทศที่มีเศรษฐกิจที่ใหญ่ที่สุดในภูมิภาคดังกล่าว นับตั้งแต่เปิดตัว โดยมีผู้ใช้งาน 342.8 ล้านครั้งต่อเดือน Shopee สร้างแพลตฟอร์มครอบคลุมทั่วทั้งภูมิภาค และเพิ่งขยายไปยังทวีปอเมริกาใต้ ทั้งนี้ อินโดนีเซีย ซึ่งเป็นประเทศที่มีขนาดเศรษฐกิจที่ใหญ่ที่สุดในภูมิภาคอาเซียน มียอดผู้ใช้งานแพลตฟอร์มดังกล่าวคิดเป็น 27% ของยอดผู้ใช้งานทั้งหมด

รองลงมาคือ Tokopedia เป็นบริษัทอีคอมเมิร์ซรายใหญ่สุดของอินโดนีเซีย ก่อตั้งในปี 2552 โดยผู้ประกอบการท้องถิ่น 2 ราย และได้รับเงินทุนสนับสนุนจากแหล่งทุนทั้งในและต่างประเทศ ล่าสุด Alibaba ยักษ์ใหญ่ด้านอีคอมเมิร์ซของจีนได้ลงทุนกว่าพันล้านดอลลาร์สหรัฐในบริษัทนี้ ส่วนใหญ่ Tokopedia จะทำตลาดอยู่ในอินโดนีเซีย โดยมียอดการเข้าใช้งาน 137.3 ล้านครั้งต่อเดือน

ตามมาด้วย Lazada ซึ่งก่อตั้งในปี 2555 มีผู้ใช้งาน 128.4 ล้านครั้งต่อเดือน ธุรกิจของ Lazada ครอบคลุมทั่วทั้งภูมิภาค

เช่นเดียวกับ Shopee แต่ไทยและฟิลิปปินส์ เป็นตลาดที่สำคัญที่สุดสำหรับ Lazada โดยอินโดนีเซียมาเป็นอันดับ 3 ในช่วงแรก Lazada ดำเนินกิจการในฐานะผู้ค้าปลีกทั่วไปและขายสินค้าแบบออฟไลน์เท่านั้น แต่ในปี 2556 มีการเพิ่มตลาดออนไลน์และเติบโตอย่างรวดเร็วจนเป็นยอดขายส่วนใหญ่ของบริษัท

ขณะที่ ในอันดับถัดๆ ลงมา เป็นโอกาสของแบรนด์ท้องถิ่นจากอินโดนีเซีย อย่าง Bukalapak และ Blibli ที่ได้รับความนิยมและมียอดผู้ใช้งานสูง โดยมีตัวเลขการเข้าใช้งาน 30.4 ล้านครั้งต่อเดือน และ 20.6 ล้านครั้งต่อเดือนตามลำดับ รวมถึงแพลตฟอร์มสัญชาติเวียดนามอย่าง Tiki และ Sendo ที่เน้นทำตลาดในประเทศ ซึ่งแม้จะมีขนาดเศรษฐกิจเล็ก เมื่อเทียบกับประเทศอื่นๆ ที่เป็นผู้นำของภูมิภาค แต่ก็เติบโตเร็วที่สุด โดยมีผู้ใช้งาน 15.6 ล้านครั้ง และ 7.4 ล้านครั้งต่อเดือนตามลำดับ

จะเห็นได้ว่า สงครามธุรกิจอีคอมเมิร์ซในอาเซียนมีแนวโน้มดุเดือดขึ้น แม้ว่าในตอนี้แบรนด์เจ้าตลาดอย่าง Lazada และ Shopee จะยังคงได้รับความนิยมในหลายประเทศ แต่แบรนด์ท้องถิ่นใหม่ๆ ก็เริ่มเข้ามาจับตลาดในเวทีการแข่งขันมากขึ้น และติดอันดับอีคอมเมิร์ซระดับภูมิภาค ซึ่งหากใครไม่แน่ใจจริงหรือไม่สามารถจับลูกค้าให้อยู่หมัดได้ ก็มีโอกาสสูงที่จะถูกแบรนด์รุ่นน้องแซงหน้า

## อันดับอีคอมเมิร์ซแพลตฟอร์มที่มีผู้ใช้งานมากที่สุดในอาเซียน



ที่มา : <https://www.webretailer.com/marketplaces-worldwide/online-marketplaces-southeast-asia/>

# ปลูกเอง กินเอง ทางรอดที่ยั่งยืนของ สปป. ลาว

สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว 1 ในประเทศที่มีขนาดเล็กที่สุดและมีประชากรน้อยที่สุดในภูมิภาคอาเซียน มีภูมิประเทศเป็นภูเขา และไม่มีทางออกสู่ทะเล ตั้งอยู่ระหว่างประเทศเวียดนาม ไทย และจีน ต้องต่อสู้ดิ้นรนกับความท้าทายด้านอาหารมายาวนาน โดยรายงานร่วมระหว่างองค์การอาหารและเกษตรแห่งสหประชาชาติ (FAO) และโครงการอาหารโลก (WFP) ที่ถูกจัดทำเมื่อไม่นานมานี้ระบุว่า ปัญหาความไม่มั่นคงทางอาหารของสปป.ลาว ยังคงเพิ่มสูงขึ้นในปีที่ผ่านมา ส่งผลกระทบต่อประชากรมากกว่า 1 ล้านคน จากประชากรทั้งสิ้น 7.2 ล้านคน

แม้ว่าภาคการเกษตรของ สปป.ลาว จะมีสัดส่วนมากกว่า 16% ของผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศ และประชากรเกือบ 4 ในทุกๆ 5 คนในประเทศทำการเกษตร โดยส่วนใหญ่เป็นเกษตรกรรายย่อยที่ทำการปลูกข้าว แต่ผลผลิตก็ยังไม่เพียงพอต่อการบริโภคในครัวเรือน

ปัญหาผลผลิตทางการเกษตรนั้นมีความหลากหลายและเกี่ยวข้องกัน ความเกี่ยวพันระหว่างพื้นที่เพาะปลูก น้ำ

และดินเป็นอุปสรรคต่อผลผลิต ประมาณการชี้ให้เห็นว่า มีที่ดินไม่ถึง 10% ของประเทศที่จัดอยู่ในประเภทที่เหมาะสมแก่การเพาะปลูก และประมาณ 1 ใน 5 เป็นพื้นที่ชลประทาน โดยความอุดมสมบูรณ์ของดินที่ลดลงเรื่อยๆ และการทำการเกษตรแบบไม่ยั่งยืนต่างส่งผลทำให้ผลผลิตลดลง

ทั้งนี้ ที่ตั้งทางภูมิศาสตร์และภูมิประเทศที่เป็นภูเขาของ สปป. ลาว ประกอบกับการขาดโครงสร้างพื้นฐานที่เพียงพอ เช่น ถนนสายต่างๆ ทำให้การเข้าถึงตลาดทั้งในและต่างประเทศนั้นเป็นเรื่องที่ท้าทาย นอกจากนี้ สปป. ลาว มีความเสี่ยงสูงต่อเหตุการณ์สภาพอากาศรุนแรง ซึ่งสามารถทำลายพืชผลทางการเกษตรได้ทั้งแปลง และทำให้ปศุสัตว์เกิดความสูญเสีย ส่งผลให้ประเทศจำเป็นต้องพึ่งพาการนำเข้าสินค้าเกษตร

นอกจากนี้ ท่ามกลางความขัดแย้งระหว่างรัสเซียและยูเครนอันนำมาซึ่งความกังวลอย่างกว้างขวางเกี่ยวกับเสถียรภาพของอาหารของโลก และการแข่งขันด้านความต้องการธัญพืชที่มีอยู่จำกัดจากบรรดาประเทศมหาอำนาจด้านการเกษตร

อย่างไรก็ตาม มีหลายมาตรการที่ สปป. ลาว สามารถใช้เพื่อกระตุ้นการผลิตในประเทศ และเพิ่มการพึ่งพาตัวเองในระยะยาวได้ ซึ่งการกระทำเช่นนี้สามารถช่วยหลีกเลี่ยงการพึ่งพาการนำเข้าอย่างต่อเนื่องที่ทำให้ สปป. ลาว ตกอยู่ในความเสี่ยงอันเนื่องมาจากความผันผวนของราคาและการหยุดชะงักของห่วงโซ่อุปทานอาหารทั่วโลก

ประการแรก ส่งเสริมให้มีการทำการเกษตรที่หลากหลาย เนื่องจากเกษตรกรส่วนใหญ่ประกอบอาชีพปลูกข้าวที่ให้ผลผลิตน้อย และเป็นเกษตรกรรายย่อย ดังนั้น หากการเพาะปลูกล้มเหลวหรือเกิดการระบาดของศัตรูพืชที่ส่งผลกระทบต่อข้าวก็อาจทำให้เกิดการขาดแคลนอาหารอย่างมีนัยสำคัญ ตลอดจนความผันผวนของราคา และการพึ่งพาการนำเข้าที่มากขึ้น

ประการที่ 2 รัฐบาลลาวต้องลงทุนในโครงสร้างพื้นฐานในชนบท เนื่องจากความห่างไกล ผู้คนที่อาศัยอยู่ในชุมชนที่กระจัดกระจายทั่วชนบทต้องเผชิญกับความท้าทายหลายๆ อย่างในการเข้าถึงบริการที่จำเป็น ตลอดจนการขนส่งและการเข้าถึงอาหาร ทั้งนี้ ถนน ระบบชลประทาน และสถานที่จัดเก็บมีความสำคัญต่อการปรับปรุงการเข้าถึงตลาดของบรรดาเกษตรกร และลดการสูญเสียหลังการเก็บเกี่ยว การกระทำเช่นนี้ยังสนับสนุนการขนส่งสินค้าเกษตรที่มีประสิทธิภาพจากพื้นที่ชนบทไปยังเขตเมือง ในขณะที่จะช่วยลดขยะจากเศษอาหารได้อีกด้วย

ประการที่ 3 เสริมสร้างความเข้มแข็งให้นโยบายด้านการเกษตรและธรรมาภิบาล นอกเหนือจากการปรับปรุงด้านการประสานงานระหว่างหน่วยงานรัฐบาลที่รับผิดชอบด้านการเกษตรและด้านอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องแล้ว รัฐบาลอาจขอให้เกษตรกรและผู้เกี่ยวข้องมีส่วนร่วมมากขึ้นในกระบวนการกำหนดและดำเนินนโยบายเพื่อให้มั่นใจว่านโยบายที่เกี่ยวข้องกับความมั่นคงทางอาหารจะเป็นประโยชน์ต่อพวกเขา

ด้วยนโยบายต่างๆ เหล่านี้ เกษตรกรรายย่อยจะมีโอกาสได้รับการสนับสนุนมากขึ้น เนื่องจากความยากจนและการเข้าถึงทรัพยากรได้อย่างจำกัด เป็นอุปสรรคต่อความสามารถในการปรับปรุงประสิทธิภาพการผลิตและการลงทุนในแนวทางการทำเกษตรแบบยั่งยืน รวมถึงการเพาะปลูกแบบผสมผสาน ดังนั้นจึงจำเป็นต้องอย่างยิ่งที่จะต้องให้เกษตรกรสามารถเข้าถึงสินเชื่อและการประกันภัยเพื่อให้พวกเขาสามารถลงทุนในพื้นที่เพาะปลูกของตนเองได้ และเพื่อให้บรรลุเป้าหมายนี้ สปป. ลาว อาจต้องศึกษาจากประเทศอื่นๆ ในภูมิภาคเอเชีย เช่น สิงคโปร์ ญี่ปุ่น และออสเตรเลีย ซึ่งมีนโยบายและกรอบการกำกับดูแลที่ให้ความสำคัญเป็นลำดับแรกกับความมั่นคงทางอาหาร การทำการเกษตรภายในประเทศ และการพัฒนาชนบท

ประการที่ 4 ขยายกรอบการทำงานกับรัฐบาลประเทศต่างๆ และบรรดาพันธมิตรนานาชาติ รวมถึงอาจกระชับ

## “การลดการพึ่งพาการนำเข้าควรเป็นเป้าหมายหลักเพื่อให้มั่นใจได้ว่าประเทศจะไม่ตกเป็นเสมือนตัวประกัน ยามที่ตลาดโลกเกิดความผันผวน”

ความสัมพันธ์แบบทวิภาคีกับประเทศอื่นๆ ตลอดจนความคิดริเริ่มต่างๆ ซึ่งเกิดจากความสัมพันธ์แบบพหุภาคีที่มีอยู่ และองค์การระหว่างประเทศ เช่น สหภาพยุโรป นอกจากนี้ ออสเตรเลียยังมีบทบาทในการสนับสนุนความพยายามด้านความมั่นคงทางอาหารใน สปป. ลาว ด้วยกลยุทธ์การส่งออก ความยืดหยุ่นต่อสภาพภูมิอากาศ และแนะนำพันธุ์พืชที่มีทั้งพืชที่ทนแล้งและพืชที่ทนน้ำท่วมมาใช้ในการเพาะปลูก

นอกจากนี้ สปป.ลาว ยังสามารถใช้ความร่วมมือด้านการเกษตรที่มีอยู่แล้วกับจีน เพื่อเสริมสร้างความมั่นคงด้านอาหาร รวมถึงนวัตกรรมทางวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี จากการที่ 2 ประเทศได้สร้างเส้นทางรถไฟลาว-จีนนั้น ทำให้ สปป.ลาว มีศักยภาพอย่างมากในการส่งเสริมการส่งออก โดยสามารถจัดตั้งเขตเศรษฐกิจและเกษตรกรรมใกล้ๆ กับเส้นทางรถไฟเพื่อดึงดูดการลงทุน นอกจากนี้ ทั้ง 2 ประเทศยังสามารถดำเนินโครงการวิจัยด้านการเกษตรแบบทวิภาคี และร่วมกันพัฒนาเทคโนโลยีด้านการเกษตร เช่น การตรวจสอบความชื้นในดิน เป็นต้น

ประการสุดท้าย สปป.ลาว จำเป็นต้องกระตุ้นสมาคมประชาชาติแห่งเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ หรืออาเซียน ซึ่ง สปป. ลาว เป็นสมาชิกอยู่ เพื่อเสริมสร้างความริเริ่มด้านความมั่นคงทางอาหารของอาเซียน เนื่องจากบรรดาผู้นำอาเซียนพบปะกันเป็นประจำเพื่อหารือเกี่ยวกับนโยบายระดับชาติเกี่ยวกับความมั่นคงทางอาหารอยู่แล้ว นอกจากนี้ ยังควรผลักดันให้มีการกำหนดยุทธศาสตร์การประสานงานสำหรับการผลิตอาหารและการค้าที่มากขึ้นระหว่างประเทศสมาชิก โดยการกระทำเช่นนี้จะช่วยเพิ่มผลผลิตทางการเกษตรภายในประเทศของสมาชิก ตลอดจนช่วยลดการพึ่งพาการนำเข้าเพื่อบรรเทาผลกระทบจากความผันผวนของตลาดโลกที่มีต่อความมั่นคงด้านอาหารในภูมิภาคอีกด้วย

อย่างไรก็ตาม ปัญหาเหล่านี้ไม่สามารถแก้ไขได้ในระยะเวลาอันสั้น แต่ สปป.ลาว ควรตั้งเป้าที่จะเพิ่มการพึ่งพาตนเองและเพิ่มผลผลิตทางการเกษตรภายในประเทศให้มากขึ้น ควบคู่ไปกับการสนับสนุนการพัฒนาเศรษฐกิจท้องถิ่นที่ยั่งยืนและความมั่นคงทางสังคม



Lee  
Thiam  
Wah

ราชาแห่งมินิมาร์ท  
ของมาเลเซีย



แบรนด์ '99 Speedmart' อาจจะไม่คุ้นหูสำหรับคนไทย แต่สำหรับชาวมาเลเซียไม่ว่าจะในเมืองใหญ่หรือเมืองเล็กต่างคุ้นเคยกันดี โดย 99 Speedmart เป็นร้านสะดวกซื้อที่มีอยู่ทั่วทุกมุมเมืองไม่ต่างจาก 7-Eleven ในบ้านเรา ก่อตั้งโดย Lee Thiam Wah ชายชาวมาเลเซียธรรมดาๆ คนหนึ่ง ที่ไม่เคยย่อท้อต่อโชคชะตา พลิกชีวิตติดลบสู่ความสำเร็จที่ไม่มีใครคาดคิดด้วย 2 มือของเขา

Lee Thiam Wah เกิดมาพร้อมกับโรคโปลิโอ ซึ่งส่งผลกระทบต่อระบบประสาทส่วนกลาง ทำให้เมื่อเขาอายุได้ 8 เดือน ก็ต้องนั่งรถเข็นไปตลอดชีวิต Lee เกิดมาในครอบครัวที่มีรายได้น้อย มีพี่น้อง 10 คน พ่อเป็นกรรมกรก่อสร้างและแม่เป็นแม่ค้าขายหาบเร่ จึงต้องทำงานหามรุ่งหามค่ำเพื่อหาเลี้ยงครอบครัว ทำให้พวกเขาไม่มีเวลาดูแล Lee มากนัก และเนื่องจากความพิการนี้ ทำให้เขาต้องออกจากโรงเรียนหลังจบระดับประถมศึกษา เนื่องจากโรงเรียนมัธยมอยู่ไกลจากบ้านเกินกว่าที่เขาจะเดินทางไปได้ แต่ด้วยความใฝ่รู้ เขาจึงหยิบยืมหนังสือจากเพื่อนบ้านไปศึกษาและใช้เวลาส่วนใหญ่ไปกับการอ่านหนังสือพิมพ์และนิตยสาร อย่างไรก็ตาม Lee โชคดีที่เติบโตภายใต้การเลี้ยงดูของคุณย่า ผู้ซึ่งให้กำลังใจเขาให้เห็นคุณค่าของชีวิต โดยเน้นย้ำว่า Lee พิการเพียงร่างกายเท่านั้น ไม่ใช่ทางจิตใจ และเขาเป็นคนเฉลียวฉลาด ยังสามารถใช้มือทำอะไรได้อีกมาก

จากคำพูดของคุณย่าในวันนั้น ทำให้ Lee ไม่ย่อท้อและเริ่มต้นธุรกิจเป็นครั้งแรกเมื่ออายุ 14 ปี ด้วยการขายขนมที่หน้าบ้านของตัวเองที่ Jalan Kampar ในเมือง Klang จนเมื่ออายุ 23 ปี รวบรวมเงินจากการขายขนมได้จำนวนหนึ่ง จึงไปเปิดร้านขายของกระจุกกระจิกชื่อว่า Pasar Raya Hiap Hoe ในปี 2530 ด้วยทุน 17,000 ริงกิต โดยนี่เป็นจุดเริ่มต้นของการฝึกปรือวิชาการขายปลีก ซึ่งเขาได้เรียนรู้ว่าอะไรที่ลูกค้าต้องการจะซื้อ และได้ติดต่อกับซัพพลายเออร์เพื่อศึกษาเกี่ยวกับการตั้งราคา

5 ปีต่อมา Lee ขายร้าน Pasar Raya Hiap Hoe และเปิดมินิมาร์ทชื่อ Pasar Mini 99 ใน Klang Utama โดยเขาต้องการความท้าทายในการดำเนินธุรกิจที่ใหญ่ขึ้น จึงเลือกที่จะสร้างเครือข่ายร้านมินิมาร์ทขึ้นมา โดย Lee เลือกใช้หมายเลข 99 ในชื่อร้านเพราะมันบ่งบอกถึงธรรมชาติของความไม่สมบูรณ์แบบ แต่เขายังคงมุ่งมั่นที่จะนำเสนอบริการและผลิตภัณฑ์ที่ดีที่สุดแก่ลูกค้าในราคาที่แข่งขันได้ และสิ่งนี้ยังคอยย้ำเตือนให้รู้ว่ายังมีช่องโหว่ให้ปรับปรุงอยู่เสมอ ทั้งนี้ ในปี 2543 เขาได้ปรับภาพลักษณ์แบรนด์และเปลี่ยนชื่อเป็น 99 Speedmart เพื่อให้เข้ากับยุคสมัย

ร้าน 99 Speedmart รักษาราคาให้ต่ำโดยขายสินค้าในขนาดที่เล็กลง ด้วยประสบการณ์จากการเปิดร้านขายของจิพาะ ทำให้ Lee รู้ดีว่าสินค้าที่ซื้อง่ายขายคล่องก็จะมีอัตราการหมุนเวียนสูง และจะทุนสินค้าเหล่านั้นไว้ ในช่วงแรกๆ ของการทำธุรกิจ กำไรสำหรับสินค้าบางอย่างถูกตัดทอนลงเพื่อขายในราคาต่ำที่สุดเท่าที่จะเป็นไปได้ อย่างไรก็ตาม มันกลับช่วยสร้างชื่อเสียงให้กับแบรนด์ โดยเขาเป็นคนดูแลการดำเนินงานด้วยตัวเองทั้งหมด

เรื่องราวความสำเร็จของ 99 Speedmart ได้กลายเป็นมาตรฐานในภาคการค้าปลีก ด้วยประสิทธิภาพและการใช้เทคโนโลยี ทำให้บริษัทสามารถลดต้นทุนการดำเนินงานโดยรวม เปิดร้านค้ามากขึ้น และนำเสนอสินค้าในราคาต่ำที่เยี่ยมถึงได้ ซึ่งสอดคล้องกับสโลแกนที่ว่า "ใกล้และถูก" นอกจากนี้ 99 Speedmart ยังเป็นตลาดขนาดเล็กเพียงแห่งเดียวที่จ้างพนักงานในท้องถิ่น 100% ตามสาขาต่างๆ ความสำเร็จนี้ควรได้รับการยกย่องและเป็นเกณฑ์มาตรฐานสำหรับผู้ค้าปลีกรายอื่นในการให้ความสำคัญกับพนักงานในท้องถิ่นเป็นลำดับแรก

ทั้งนี้ ภายใต้การบริหารงานของ Lee ร้าน 99 Speedmart ขยายตัวอย่างรวดเร็วจนมี 100 สาขาภายในปี 2551 และมียอดขายถึง 1 พันล้านริงกิต ในปี 2554 รวมถึงจากการเติบโตโดยมี 500 สาขาในปี 2556 และ 600 สาขาในปี 2557 นี้ อาจกล่าวได้ว่า มีร้านเปิดใหม่ 2 สาขาในแต่ละสัปดาห์เลยทีเดียว

นอกจากนี้ Lee ยังสามารถขยายธุรกิจออกไปในระดับสากล ด้วยการเปิด 99 Speedmart แห่งแรกในสิงคโปร์ที่ 110 Sims Avenue ในปี 2562 และจนถึงเดือนพฤศจิกายน 2564 99 Speedmart ก็มีถึง 2,000 สาขาทั่วมาเลเซีย และมีอีก 3 สาขาในสิงคโปร์

ด้วยการทำงานอย่างหนัก และความมุ่งมั่น Lee Thiam Wah ได้สร้างธุรกิจที่ประสบความสำเร็จและกลายเป็นแบรนด์ที่ทุกครัวเรือนในมาเลเซียรู้จัก ซึ่งทำให้เขาได้รับสมญานามว่า "ราชาแห่งมินิมาร์ท" โดยเขายังคงสร้างแรงบันดาลใจให้ผู้คนด้วยการพิสูจน์ให้เห็นว่าการเป็นผู้ประกอบการ เป็น 1 ในวิถีที่ดีที่สุดในการทำให้ครอบครัวหลุดพ้นจากความยากจน รวมถึงเป็นตัวอย่งที่ดีของการที่ไม่ปล่อยให้ความพิการทางร่างกายมาขัดขวางการทำตามความฝัน

ที่มา :

- <https://vulcanpost.com/744309/99-speedmart-history-founder-lee-thiam-wah/>
- <https://www.therakyatpost.com/news/2023/02/11/who-is-lee-thiam-wah-the-man-behind-99-speedmart/>
- <https://www.99speedmart.com.my/About/History>

Bleisure

# ຊວນສັມຜິສ 'ສປປ. ລາວ' ມນຕ໌ເສນ໌ຫ໌ແຫ່ງອາເຊີຢນ





แม้ สปป. ลาว จะเป็นประเทศที่ไม่มีทางออกสู่ทะเล แต่ก็ประเทศที่มีวิวทิวทัศน์ที่ห้อมล้อมไปด้วยภูเขาที่สวยงาม มีทุ่งนาเขียวชอุ่ม และแม่น้ำโขงขนาดมหึมาไหลผ่าน ธรรมชาติของ สปป. ลาว ยังอุดมสมบูรณ์มากและส่วนใหญ่ยังไม่ถูกแตะต้อง ทำให้มีสถานที่ท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมที่น่าดึงดูดใจหลายแห่ง และยังมีประสบการณ์การท่องเที่ยวกลางแจ้งที่น่าสนใจมากมาย วันนี้จึงอยากชวนผู้อ่านไปสัมผัสเสน่ห์เสน่ห์ของ สปป. ลาว ผ่านเมือง 3 แห่งที่พลาดไม่ได้เมื่อเดินทางมาถึง

### หลวงพระบาง

'หลวงพระบาง' เป็นเมืองที่ผสมผสานระหว่างวัดพุทธ สถาปัตยกรรมแบบโคโลเนียล และสัตว์ป่านานาพันธุ์รวมอยู่ด้วยกัน เปรียบดั่งอัญมณีแห่งเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ที่ถูกมองข้าม หลวงพระบางได้ขึ้นทะเบียนเป็นมรดกโลกทางวัฒนธรรมโดย องค์การ UNESCO ในปี 2538 จึงได้รับการอนุรักษ์วัฒนธรรมต่างๆ ไว้ตามกาลเวลา ทำให้ ณ ปัจจุบันนี้ การตกบาตรตอนเช้า ด้วยข้าวเหนียวยังคงเป็นเรื่องปกติที่เกิดขึ้นในหลวงพระบาง



### วังเวียง

เส้นทางรถไฟสายใหม่ลาว-จีน ทำให้การเดินทางใน สปป. ลาว รวดเร็วขึ้นกว่าที่ผ่านมา โดยใช้เวลาแค่ชั่วโมงเดียว ในการออกเดินทางจากหลวงพระบางมายังเมืองแห่งขุนเขา อย่าง 'วังเวียง' ที่ถูกรายล้อมไปด้วยภูเขาหินปูนน้อยใหญ่ ถ้ำหินงอกหินย้อยเรียงราย และบึงน้ำที่ส่องแสงระยิบระยับ

วังเวียงเป็นเมืองที่ทำให้รู้สึกเหมือนอยู่อีกโลกหนึ่ง อีกทั้งยังมีกิจกรรมกลางแจ้งต่างๆ ให้ทำมากมาย ไม่ว่าจะป็นเขา พายเรือคายัคหรือเล่นซิปไลน์ โดยเป็นเมืองที่มีชื่อเสียงสำหรับบรรดา Backpacker อย่างไม่รู้กี่ดี เส้นทางรถไฟสายใหม่คาดว่าจะนำการลงทุนเข้ามาในอีกไม่กี่ปี ข้างหน้า

### เวียงจันทน์

การเดินทางจากวังเวียงไป 'เวียงจันทน์' ด้วยเส้นทางรถไฟ ความเร็วสูงเส้นเดิมใช้เวลาเพียง 1 ชั่วโมงเท่านั้น ซึ่งเวียงจันทน์เป็นเมืองหลวงของ สปป. ลาว ที่ให้ความรู้สึกว่ามีความเป็นสากลมากขึ้น โดยมีประชากรอาศัยอยู่ประมาณ 1 ล้านคน ทั้งนี้ นครหลวงเวียงจันทน์ มีร้านอาหารนานาชาติกว่าหลายร้อยแห่ง และมีปะตู่ไซ ที่เป็นอนุสรณ์สถานแห่งการประกาศอิสรภาพจากฝรั่งเศส นอกจากนี้ ยังมีแกลเลอรีและกิจการเพื่อสังคมเล็กๆ อีกจำนวนมากที่มีเพื่อส่งเสริมสังคมและวัฒนธรรมในระดับชุมชน



ที่มา : Laos Travel Guide: One Week In Southeast Asia's Most Charming Country, Livia Hengel, Forbes



# AEC CONNECT

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