

AEC CONNECT

FIRST ISSUE / 2023



ถอดกลยุทธ์ 'ไทยเบฟ'
มุ่งสู่ผู้นำอาเซียน
อย่างมั่นคงและยั่งยืน



Editor's Talk

คุยกับบรรณาธิการ

สวัสดีครับผู้อ่านทุกท่าน ปี 2566 ยังเต็มไปด้วยความกดดันทางเศรษฐกิจต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นเรื่องความขัดแย้งทางภูมิรัฐศาสตร์เงินเฟ้อ การเพิ่มอัตราดอกเบี้ย และภาวะเศรษฐกิจถดถอยในหลายประเทศ ซึ่งความกดดันบางเรื่องจะเป็นตัวจุดความเติบโตของโลก ทำให้ธนาคารพัฒนาเอเชีย (ADB) ได้ทบทวนการคาดการณ์ลดลงมาอยู่ที่ 4.7% สำหรับอาเซียน เนื่องจากอุปสงค์ทั่วโลกลดลง สอดคล้องกับกองทุนการเงินระหว่างประเทศ (IMF) ที่มองว่าการเติบโตอาเซียนปีนี้ชะลอตัวลง แต่ในภาพรวม 'อาเซียน' น่าจะยังคงเป็นจุดหมายปลายทางที่น่าดึงดูดใจสำหรับการลงทุนต่างประเทศ

'เวียดนาม' ยังเป็นประเทศที่โดดเด่นเสมอเมื่อพูดถึงด้านการลงทุนโดยตรงจากต่างประเทศ (FDI) โดยเวียดนามดึงดูด FDI สูงกว่า 2.7 หมื่นล้านดอลลาร์สหรัฐ ในปี 2565 สะท้อนภาพชัดว่าประเทศในอาเซียนเป็นแหล่งดึงดูด FDI ในไม่กี่ปีที่ผ่านมา เพราะอาเซียนเป็นทางเลือกที่น่าสนใจอย่างยิ่งสำหรับบริษัทต่างๆ ที่ต้องการลดการค้าขายกับจีนที่เพิ่มอุปสรรคทางการค้ามากขึ้น และต้องการหาแหล่งผลิตที่ถูกกว่าซึ่งปัจจุบันบรรดาบริษัทข้ามชาติมองว่า 'ภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้' เป็นทางเลือกในแง่ 'ศูนย์กลางการผลิต' มากขึ้น

จากที่อาเซียนยังถูกมองว่าเป็น 'Bright spot' ของโลกในปีนี้ ทีมงาน AEC Connect Newsletter จึงได้รวบรวมเรื่องราวที่น่าสนใจโอกาสธุรกิจที่มีมากมายในภูมิภาคแห่งนี้ท่ามกลางความท้าทาย ไม่ว่าจะเป็น เทรนด์ของตลาดอีคอมเมิร์ซของอาเซียนที่เติบโตอย่างรวดเร็ว ธุรกิจที่โดดเด่นในอินโดนีเซีย การปรับเปลี่ยนนโยบายต่างๆ รวมถึงวิสัยทัศน์ของนักธุรกิจชั้นนำแนวหน้า ซึ่งผมหวังเป็นอย่างยิ่งว่าบทความเหล่านี้จะสามารถจุดประกายความคิดของท่านและสามารถนำไปปรับใช้กับธุรกิจได้เป็นอย่างดีนะครับ

"ธนาคารกรุงเทพ เพื่อนคู่คิด มิตรคู่เออีซี"

ไชยฤทธิ์ อนุชิตวรวงศ์

รองผู้จัดการใหญ่ ธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน)
บรรณาธิการบริหาร

In This Issue

'Capital A' โฟกัส 'อาเซียน' ท่ามกลางการฟื้นตัวหลังโควิด **4**

เจาะลึกผลกระทบ เวียดนาม หั่นดอกเบี้ย 1% **8**

ก๊อดกลยุทธ 'ไทยเบฟ' มุ่งสู่ผู้นำอาเซียน **12**

เขตเศรษฐกิจพิเศษเวียดนาม โซนไหนธุรกิจปัง? **16**

จับเทรนด์ 'อีคอมเมิร์ซ' อาเซียน 2566 **18**

'Loi Tuan Ee' มหาเศรษฐี อาณาจักรฟาร์มโคนมมาเลเซีย **22**

President Message



สภาวะเศรษฐกิจโดยรวมของไทย เริ่มฟื้นตัวดีขึ้นอย่างต่อเนื่อง อันเป็นผลมาจากผลกระทบทางเศรษฐกิจต่างๆ จากสงครามรัสเซีย-ยูเครน เริ่มคลี่คลายลง จึงเป็นจุดสำคัญที่เราทุกคนจะต้องเริ่มคิดถึง 'ก้าวต่อไป' ของการทำธุรกิจ และโอกาสต่างๆ ที่กำลังเปิดขึ้น ซึ่งหนึ่งในนั้นก็คือ 'โอกาสในภูมิภาคอาเซียน' ที่กำลังเป็นที่จับตาของนักลงทุนทั่วโลก

การเข้ามาลงทุนรอบนี้ของนักลงทุนต่างชาติ นับได้ว่าเป็นการเข้ามารอบใหม่ ที่ทัดเทียมกับที่เคยเข้ามาในช่วงปี 1980-1990s ที่จะช่วยพลิกโฉม เปลี่ยนฐานการผลิตของภูมิภาคด้วยเทคโนโลยียุคใหม่ ช่วยเพิ่มฐานรายได้ให้กับประเทศต่างๆ ในอาเซียน ใน 5-10 ปีข้างหน้า จนทำให้เศรษฐกิจของอาเซียนก้าวขึ้นไปอีกระดับหนึ่ง

ด้วยเหตุนี้ ธนาคารกรุงเทพจึงมีความมุ่งมั่นอย่างยิ่ง ที่จะช่วยเหลือนักธุรกิจไทย ในการขยายกิจการเข้าสู่ 'อาเซียน' ด้วยการส่งเสริมความรู้ด้านการค้าและการลงทุน ช่วยเปิดมุมมองใหม่ๆ ให้ทุกคนสามารถปรับเปลี่ยนให้เท่าทันกับสถานการณ์โลกที่กำลังเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว

ด้วยความแข็งแกร่งด้านเครือข่ายสาขาในภูมิภาคของเรา ที่ครอบคลุมอย่างกว้างขวาง มากกว่า 30 แห่ง ครอบคลุม 13 เขตเศรษฐกิจสำคัญ และยังมีสาขากว่า 270 แห่งของธนาคารเพอร์มาตาในอินโดนีเซีย ซึ่งธนาคารกรุงเทพได้เข้าซื้อกิจการมาในปี พ.ศ. 2563 เราจึงพร้อมช่วยให้นักธุรกิจไทยได้รับประโยชน์จากโอกาสใหม่ๆ ในการก้าวออกสู่อเซียน

คุณชาติศิริ โสภณพนิช
กรรมการผู้จัดการใหญ่
ธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน)





Tony
Fernandes

Chief Executive Officer, Capital A

capital

ไฟก๊ส 'อาเซียน' ท่ามกลางการ ฟื้นตัวหลังโควิด

'โทนี่ เฟร์นันเดส' ผู้ก่อตั้งสายการบินแอร์เอเชีย ซึ่งใช้สโลแกนที่ว่า **'ใคร ใคร...ก็บินได้'** ต้องเผชิญกับความหายนะในช่วงโรคระบาดโควิด 19 เพราะว่าจู่ๆ ก็กลายเป็นว่าแทบจะทุกคนที่ไม่สามารถบินได้ ส่งผลให้ 'เฟร์นันเดส' ต้องยุติกิจการแอร์เอเชีย ญี่ปุ่น ในปี 2563 และขายแอร์เอเชีย อินเดีย ให้แก่ แอร์ อินเดีย และ ทาทา กรุ๊ป ในเดือนมิถุนายนปี 2565

จากโรคระบาดที่โจมตีการเดินทางทางอากาศ นักวิเคราะห์ต่างตั้งคำถามว่า 'เฟร์นันเดส' จะสามารถทำให้ 'แอร์เอเชีย' ไปต่อได้หรือไม่ เนื่องจาก 'แอร์เอเชีย' เผชิญความเสียหายอย่างมหาศาลและมีหนี้สินเพิ่มขึ้น

แต่ล่าสุดที่มีการยกเลิกข้อจำกัดการเดินทางต่างๆ ทำให้การเดินทางระดับภูมิภาคกลับมาเติบโตอีกครั้ง และ 'แอร์เอเชีย' กลายเป็นสายการบินหนึ่งของเอเชียที่กำลังเฟื่องฟูกับสถานการณ์ที่ตัวทุกที่นั่งขายหมดเกลี้ยงและเครื่องบินส่วนใหญ่กลับมาให้บริการเรียบร้อยแล้ว

การกลับมาของ 'แอร์เอเชีย' ไม่ได้อาศัยโชค โดยในช่วงที่ไม่มีการบิน 'เฟร์นันเดส' ได้เร่งดำเนินการตามแผนต่างๆ เพื่อขยายบริษัทเข้าสู่กลุ่มการเดินทางที่หลากหลายและบริการด้านไลฟ์สไตล์ต่างๆ ซึ่งในช่วงต้นปีที่แล้วได้เปลี่ยนชื่อบริษัทเป็น 'Capital A' ที่ส่งสัญญาณว่าบริษัทเป็นมากกว่าสายการบิน



สำหรับหัวใจสำคัญของบริษัทจะเป็น 'แอร์เอเชีย ซูเปอร์แอป' ของ Capital A ที่จะเป็นร้านให้บริการครบวงจรสำหรับการจองเที่ยวบินและบริการอื่นๆ เช่น การจองโรงแรมบัตรโดยสารเรือส่งอาหารเรียกยานพาหนะ และประกันภัย โดยหวังว่าจะเดินตามรอยวิธีการดำเนินงานที่กำหนดไว้แล้วโดยซูเปอร์แอประดับภูมิภาค เช่น Grab และ GoTo และปัจจุบันซูเปอร์แอปของ Capital A ก็กำลังขยายตัวอย่างต่อเนื่อง เข้าสู่ประเทศใหม่ๆ รวมถึงร่วมเป็นพันธมิตรกับ Google เพื่อพัฒนาความสามารถของแอป

ขณะเดียวกัน ธุรกิจการบินไม่ได้ถูกละเลยและยังคงเป็นธุรกิจหลัก โดยในเดือนธันวาคม ปี 2565 'เฟอร์นันเดส' ประกาศการร่วมทุนใน แอร์เอเชีย กัมพูชา ที่น่าจะเปิดให้บริการภายในปี 2566 นี้ หลังจากได้รับการอนุมัติตามกฎหมายต่างๆ

ประเด็นที่น่าจับตามองต่อจากนี้ คือ 'เฟอร์นันเดส' ให้ความสนใจอย่างมากในมาเลเซียและประเทศอื่นๆ ใกล้เคียงเพื่อสร้างการเติบโตให้ธุรกิจ ซึ่งในพื้นที่แถบนี้ทำได้ดีกว่าพื้นที่ส่วนใหญ่ในโลกในเชิงเศรษฐกิจ และเขาย้ำว่าต้องการที่จะเปิดการร่วมทุนในประเทศในเอเชียให้มากที่สุดเท่าที่จะทำได้ก่อนที่เขาจะเกษียณอายุ

ส่วนเรื่องความท้าทายที่บรรดาสายการบินต่างต้องเผชิญกับราคาน้ำมันเชื้อเพลิงเครื่องบินที่สูง 'เฟอร์นันเดส' มองว่าสถานการณ์ดีขึ้นแล้ว โดยการปรับเพิ่มราคาตั๋วเครื่องบินช่วยบรรเทาปัญหาราคาน้ำมันที่สูงขึ้น ขณะเดียวกันอุปสงค์ก็แข็งแกร่งมากขึ้นและสายการบินต่างๆ ก็ไม่ได้เผชิญปัญหาสงครามราคาเหมือนที่เคยประสบมาด้วย

ขณะที่ ธุรกิจดิจิทัลนั้นนับเป็นส่วนสำคัญในแผนการสร้าง Capital A และเป็นส่วนที่ซูเปอร์ แอปของ 'แอร์เอเชีย' กำลังแข่งขันกับยักษ์ใหญ่ด้านดิจิทัลอย่าง Grab และ GoTo แต่ 'เฟอร์นันเดส' ก็ไม่ได้รู้สึกสะทสะท้าน เขามั่นใจว่า 'แอร์เอเชีย' ซึ่งให้บริการการบินสู่ 10 ประเทศในอาเซียนจะสามารถเป็นบริษัทการเดินทางแบบดิจิทัลที่แข็งแกร่งอย่างยิ่ง และปัจจัยหนึ่งที่ทำให้เขาวางใจ คือ การเป็นเจ้าของสายการบินซึ่งคู่แข่งไม่มี อีกทั้งซูเปอร์ แอปของเขาสามารถใช้สำหรับเตรียมการการท่องเที่ยวในจุดหมายปลายทางที่เป็นที่นิยมส่วนใหญ่ เช่น จังหวัดเสียมราฐของกัมพูชาและเกาะโบราเกย์ของฟิลิปปินส์ เป็นต้น อีกทั้ง 'เฟอร์นันเดส' คาดว่าซูเปอร์ แอปจะช่วยยกระดับธุรกิจของ 'แอร์เอเชีย' ซึ่งรวมถึงบริการต่างๆ ด้านการเงิน ซึ่งในส่วนของ BigPay ที่เป็นบริการด้านฟินเทคอ้างว่าให้อัตราแลกเปลี่ยนที่ดีที่สุดสำหรับการโอนเงิน

และสิ่งที่แน่นอนที่สุด คือ Capital A กำลังขยายเข้าสู่ตลาดที่กำลังเติบโต โดยบริการทางออนไลน์ต่างๆ เช่น การจองการเดินทาง e-commerce และบริการทางการเงิน กำลังได้รับความนิยมในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ที่มีประชากรรวมราว 650 ล้านคน โดยซูเปอร์แอปมีผู้ใช้งาน 12 ล้านคน ขณะที่ บริษัทเทลพอร์ต (Teleport) ที่เป็นบริษัทด้านโลจิสติกส์ของ Capital A กำลังเข้ามาจับโอกาสธุรกิจ e-commerce ที่กำลังเติบโตในภูมิภาคนี้

นอกจากนี้ 'เฟอร์นันเดส' ยังพึ่งพากัมพูชาเพื่อช่วยส่งเสริมธุรกิจดังกล่าว โดย 'แอร์เอเชีย' เริ่มบินสู่กัมพูชาจากกรุงกัวลาลัมเปอร์ในปี 2548 และหวังว่ากัมพูชาจะกลายเป็น 'ฮับของกิจกรรม'

ด้วยการเปิดตัว แอร์เอเชีย กัมพูชา ซึ่ง 'แอร์เอเชีย' นั้นมีฮับที่ตั้งอยู่แล้วในกัวลาลัมเปอร์ จากการ์ตา มะนิลาและกรุงเทพฯ นั้นหมายความว่าผู้ร่วมทุนท้องถิ่นของ 'แอร์เอเชีย' สามารถรับผู้โดยสารจากประเทศเหล่านี้และบินไปสู่ประเทศต่างๆ เช่น จีน อินเดีย ญี่ปุ่น และเกาหลีใต้ได้

สำหรับ แอร์เอเชีย กัมพูชา เป็นการร่วมทุนระหว่าง Capital A ซึ่งถือหุ้น 51% และบริษัทสิวิลัย เอเชีย (Sivilai Asia) ที่ถือหุ้น 49% โดยจะเริ่มให้บริการการบินที่ใช้เครื่องบินประมาณ 2-4 ลำ ทั้งนี้ ก่อนช่วงโรคโควิด 19 ระบาด กัมพูชาซึ่งมีนครวัดอันโด่งดัง เคยเป็นจุดหมายปลายทางที่นิยมในหมู่นักท่องเที่ยว โดยจากข้อมูลของกระทรวงการท่องเที่ยวของกัมพูชาระบุว่า ในปี 2562 มีนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติเข้ามาราว 6.6 ล้านคน และสร้างรายได้ 1,800 ล้านดอลลาร์สหรัฐ

เมื่อประเทศจีนกลับมาเปิดประเทศอีกครั้งจึงมีการคาดการณ์ว่าจะมีนักท่องเที่ยวชาวจีนหลังไหลเข้ามาในกัมพูชามากขึ้น โดย 'เฟอร์นันเดส' เชื่อว่า 'แอร์เอเชีย' จะสามารถเพิ่มจำนวนนักท่องเที่ยวจากจีนได้เป็น 2 เท่า และนำนักท่องเที่ยวจากประเทศอื่นๆ เช่น อินเดีย ญี่ปุ่น และเกาหลีใต้ มายังกัมพูชา พร้อมกล่าวว่า 'แอร์เอเชีย' จะมีกำไรทันทีอย่างไม่ต้องสงสัย "แล้วทำไมเราจะไม่กำไรละ ในเมื่อทุกคนในกัมพูชารู้จัก 'แอร์เอเชีย'" 'เฟอร์นันเดส' ทิ้งท้ายอย่างมั่นใจ

ที่มา: Forbes Asia (AirAsia Boss Tony Fernandes Pushes Digital Business, Southeast Asia Expansion Amid Post-Pandemic Recovery (forbes.com))



จับตา 5 ภาคธุรกิจ โดดเด่นในอินโดนีเซียปี 2566

1

การทำเหมือง ปลายน้ำ

การส่งออกของอินโดนีเซียเติบโตจากราคาสินค้าโภคภัณฑ์ที่พุ่งสูงขึ้นทำให้ภาคอุตสาหกรรมดังกล่าวจะยังคงเป็นภาคธุรกิจสำคัญของเศรษฐกิจอินโดนีเซียในปี 2566

อินโดนีเซียมีแหล่งแร่ขนาดใหญ่ที่ยังไม่ถูกสำรวจอีกจำนวนมาก และยังเป็นผู้ส่งออกดีบุก น้ำมันปาล์ม และถ่านหินชนิดเชื้อเพลิงให้ความร้อนรายใหญ่ที่สุดของโลก อีกทั้งยังเป็นผู้ส่งออกนิกเกิล ทองแดง บ็อกไซต์ ยาง เมงกานีส สังกะสี และตะกั่วรายใหญ่ของโลกอีกด้วย ซึ่งการทำเหมืองมีสัดส่วนถึงประมาณ 1 ใน 10 ของ GDP อินโดนีเซียและมีส่วนสำคัญต่อการเติบโตทางเศรษฐกิจ

นอกจากนี้ ยังเป็นที่ตั้งของเหมือง Grasberg หนึ่งในเหมืองทองคำที่ใหญ่ที่สุดในโลก และเป็นที่ตั้งของเหมืองทองแดงที่ใหญ่เป็นอันดับ 3 ของโลก ซึ่งคาดว่าจะมีทองแดงถึงประมาณ 275 พันล้านออนซ์และมีทองคำสำรองถึง 14.2 ล้านทROYออนซ์

2

ห่วงโซ่อุปทาน แบตเตอรี่รถ EV

จากปริมาณสำรองนิกเกิลที่มีอยู่จำนวนมากทำให้อินโดนีเซียกลายเป็นส่วนสำคัญที่อุตสาหกรรม EV โลกขาดไม่ได้โดยผู้ผลิต EV ระดับโลกอย่าง Tesla ของสหรัฐฯ และ BYD ของจีนก็กำลังจะบรรลุข้อตกลงเรื่องการลงทุนในอินโดนีเซีย ซึ่งอินโดนีเซียตั้งเป้าที่จะเป็น 1 ใน 3 ผู้ผลิตแบตเตอรี่ EV ชั้นนำของโลกภายในปี 2570 และด้วยจำนวนประชากรกว่า 278 ล้านคน อินโดนีเซียยังสร้างโอกาสในการขายรถ EV ได้ตั้งแต่รถจักรยานยนต์ไปจนถึงรถยนต์อีกด้วย โดยรัฐบาลตั้งเป้าที่จะมีผู้ใช้รถ EV ถึง 2.5 ล้านคนให้ได้ภายในปี 2568

ธนาคารกลางอินโดนีเซียคาดว่าเศรษฐกิจของประเทศจะเติบโตที่ระหว่าง 4.5-5.3% ในปี 2566 ซึ่งเป็นหนึ่งในการคาดการณ์ที่สูงที่สุดในกลุ่มประเทศสมาชิก G20 โดยจะมีแรงหนุนมาจากภาคส่วนสำคัญหลายภาคส่วน ซึ่งรวมถึงสินค้าโภคภัณฑ์ การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน การท่องเที่ยว และการผลิตสินค้าที่มีมูลค่าสูงอย่างแบตเตอรี่รถยนต์ไฟฟ้าด้วย

ในปีนี้รัฐบาลจะยังให้ความสำคัญสูงสุดอยู่ที่การคงอัตราเงินเฟ้อไว้ที่ 3% ประกอบกับกิจกรรมทางเศรษฐกิจทั่วโลกที่อ่อนแอลงและการชะลอตัวของราคาสินค้าโภคภัณฑ์ อาจส่งผลกระทบต่อ GDP เช่นกัน อย่างไรก็ตาม ความต้องการสินค้าโภคภัณฑ์จากต่างประเทศและการบริโภคภายในประเทศที่ถูกอัดอั้นไว้จะยังคงเป็นกุญแจสำคัญของการเติบโตในปี 2566 โดยมี 5 ภาคอุตสาหกรรมที่น่าจับตามอง ดังนี้



3

โครงสร้างพื้นฐาน

การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานเป็นรากฐานสำคัญของรัฐบาลของนายโจโค วิโดโด มาเกือบตลอดทศวรรษที่ผ่านมา โดยในช่วง 8 ปีของการดำรงตำแหน่ง รัฐบาลได้สร้างทางหลวงความยาวกว่า 1,700 กิโลเมตร ถนนที่ไม่ใช่ทางหลวงกว่า 4,000 กิโลเมตร อ่างเก็บน้ำจำนวน 30 แห่ง ท่าเรือ 18 แห่ง และสนามบินอีก 21 แห่ง โดยส่วนใหญ่เป็นการพัฒนาออกเกาะชวา

ในระหว่างปี 2562-2567 อินโดนีเซียต้องการเงินลงทุนโครงสร้างพื้นฐานกว่า 4 แสนล้านดอลลาร์สหรัฐ โดยเฉพาะในปี 2566 รัฐบาลได้จัดสรรงบประมาณสำหรับโครงสร้างพื้นฐานไว้ถึง 2.5 หมื่นล้านดอลลาร์สหรัฐ อินโดนีเซียจึงผลักดันให้ภาคเอกชนเข้ามามีส่วนร่วมผ่านโครงการความร่วมมือระหว่างรัฐบาลและเอกชนด้วย



4

บริการสุขภาพ และเภสัชกรรม

ด้วยตลาดขนาดใหญ่ของประเทศ อินโดนีเซียส่งผลให้ภาคบริการสุขภาพเป็นหนึ่งในภาคธุรกิจที่มีโอกาสสร้างผลตอบแทนให้แก่นักลงทุนต่างชาติได้ โดยค่าใช้จ่ายด้านการให้บริการสุขภาพประจำปีของรัฐบาลอินโดนีเซียพุ่งสูงขึ้นตั้งแต่เริ่มโครงการดูแลสุขภาพถ้วนหน้าในปี 2557 ซึ่งปัจจุบันเติบโตเป็นโครงการที่ใหญ่ที่สุดในโลก ครอบคลุมประชากรกว่า 240 ล้านคน

ค่าใช้จ่ายด้านการให้บริการสุขภาพที่เพิ่มขึ้นจะส่งผลกระทบต่อภาคอุตสาหกรรมที่สำคัญอื่นๆ เช่น อุตสาหกรรมอุปกรณ์การแพทย์ที่มีมูลค่าถึง 4.5 พันล้านดอลลาร์สหรัฐในปี 2562 ซึ่งส่วนใหญ่มาจากการนำเข้า อย่างไรก็ตาม อินโดนีเซียจะนำเข้าอุปกรณ์การแพทย์ที่มีความซับซ้อนเป็นหลัก เช่น เครื่องสแกน PET-CT และอุปกรณ์ห้อง ICU ขณะเดียวกันจะส่งออกอุปกรณ์ที่ใช้เทคโนโลยีต่ำ เช่น ถุงมือ และเข็มฉีดยา เป็นต้น



5

ภาคการท่องเที่ยว

อินโดนีเซียตั้งเป้านักท่องเที่ยวในปีนี้สูงถึง 7.4 ล้านคน ซึ่งจะสร้างรายได้ประมาณ 5 พันล้านดอลลาร์สหรัฐให้แก่ประเทศ แต่ยังคงอยู่ในระดับต่ำกว่าช่วงก่อนเกิดการแพร่ระบาดของโรคโควิด 19 ที่ 16 ล้านคน ซึ่งกระทรวงการท่องเที่ยวได้เปิดรับการลงทุนจากต่างประเทศเพื่อพัฒนาโครงการการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน โดยเน้นสถานที่ท่องเที่ยวสำคัญ 5 แห่ง และเขตเศรษฐกิจพิเศษ 8 แห่งที่สามารถรองรับการท่องเที่ยวได้ ซึ่งโอกาสเหล่านี้จะสร้างมูลค่ารวมได้ถึง 1.5 พันล้านดอลลาร์สหรัฐ และจะสร้างงานใหม่ได้ถึง 1.5 ล้านอัตราเลยทีเดียว



ที่มา: Indonesia's Top Sectors to Watch for in 2023, Ayman Falak Medina, ASEAN Briefing
<https://www.aseanbriefing.com/news/indonesia-sectors-to-watch-for-in-2023/>

เจาะลึกผลกระทบ เวียดนาม หั่นดอกเบี้ย 1%

จากที่เกิดเหตุการณ์กับ Silicon Valley Bank (SVB) และ Signature Bank มีผลกระทบอย่างไรต่อเวียดนาม?

คุณธราบดี : เบื้องต้นยังไม่พบผลกระทบที่ชัดเจน แต่ผลกระทบต่อเวียดนามปัจจุบันเป็นเรื่องเกี่ยวกับปัจจัยภายในมากกว่า นั่นคือเรื่องดอกเบี้ยสูง ต้องบอกว่าการที่นักลงทุนเวียดนามหรือธนาคารจะไปซื้อพันธบัตรในต่างประเทศจะต้องขออนุญาตจากธนาคารกลางซึ่งไม่ได้รับการอนุมัติง่าย ๆ เพราะเวียดนามดูแลควบคุมการซื้อขายอัตราแลกเปลี่ยนสกุลเงิน เพราะฉะนั้นการที่จะไปถือใน SVB หรือประชาชนไปฝากเงินถือว่ายากมากครับ จึงไม่มีผลกระทบ

ผลกระทบทางอ้อมจากมติหากสหรัฐฯ มีปัญหาส่งผลอย่างไรต่อเวียดนาม?

คุณธราบดี : หากมองในแง่ที่ต้องยอมรับว่ามีผลกระทบ โดยช่วงนี้คำสั่งซื้อที่มาจากสหรัฐฯ และยุโรปชะลอตัวทั้งหมดเลย สินค้าหลักที่เป็นส่งออก ไม่ว่าจะเป็นเครื่องนุ่งห่มที่ผลิตให้ Nike Adidas ลดลงอย่างต่ำ 30% เมื่อเทียบกับปีก่อนเพราะฉะนั้นผู้ผลิตเครื่องนุ่งห่มได้รับผลกระทบพอสมควร

นอกจากนี้ยังมีสินค้าประเภทเฟอร์นิเจอร์และรองเท้าก็ได้รับผลกระทบเช่นกัน ดังนั้นสินค้าส่งออกของเวียดนามปีนี้จากเดิมที่ 1 เดือนเคยส่งออกได้ 33,000 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ ในปีที่แล้ว ตอนนี้ลดลงมาเหลือเพียงเดือนละ 25,000 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ ในช่วง 2-3 เดือนแรกถือว่าตกลงพอสมควรเลยกว่า 20%

แต่ผมคิดว่ามิติที่เราต้องดูต่อมาก็คือ ธนาคารกลางสหรัฐฯ หรือ 'เฟด' จะขึ้นดอกเบี้ยอีกหรือไม่และขึ้นเท่าไร เพราะเวียดนามก็ลดดอกเบี้ยลงเยอะไม่ได้ เพราะกลัวว่าดอกเบี้ยจะมีผลตอบแทน

ไปใกล้เคียงกับสหรัฐฯ ส่งผลให้เงินไหลออก ดังนั้นผมต้องบอกว่าจากวิกฤตการณ์หุ้นกู้ (Corporate Bond) ในปีที่แล้ว และเกิด Bank Run แล้วเรื่องหุ้นกู้ที่เพิ่งผ่านมาจนถึงปัจจุบันมีการต่ออายุไปอีก 2 ปี ให้สามารถเอาทรัพย์สินมาคืนเป็นหุ้นกู้ได้ ซึ่งประเด็นนี้กฎหมายเพิ่งออกมาจึงต้องดูต่อไปอีกสักระยะหนึ่งว่าจะมีการแก้ไขอย่างไร

ทีนี้พอดูเรื่องดอกเบี้ย ตอนนี้ดอกเบี้ยเงินฝากประจำลดลงจาก 10% เหลือ 9% แต่สินเชื่อบ้านและสินเชื่อรถก็ยังอยู่ระหว่าง 12-15% ทำให้การบริโภคภายในประเทศชะลอตัวลง ส่งผลให้สมาคมการค้าต่างๆ เรียกร้องต่อนายกรัฐมนตรีเวียดนามให้เข้ามาช่วยเหลือโดยด่วน เพราะหากดอกเบี้ยคงสูงต่อไปเรื่อยๆ จะทำให้เศรษฐกิจเวียดนามปีนี้อาจจะไม่สามารถเติบโตได้ตามเป้าหมาย

ทั้งนี้ เมื่อเร็วๆ นี้ ธนาคารโลก (World Bank) ได้ออกมาประกาศว่า GDP เวียดนามจะเติบโตอยู่ที่ราว 6.3% และเติบโตที่ 6.4% ในปี 2567 ซึ่งรัฐบาลเวียดนามให้ความสำคัญอย่างมากกับ



"พีเอก" คุณธราบดี ซึ่งอดิษฐ์วิทย์
ผู้จัดการทั่วไป ธนาคารกรุงเทพ สาขาประเทศเวียดนาม

บทสัมภาษณ์จากรายการ 'ถามอีก กับอีก'
วันที่ 15 มีนาคม 2566



“เวียดนามจะยังคงถูกมองว่าเป็น ตลาดที่มีศักยภาพแห่งหนึ่งใน ภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้

ที่นักลงทุนไม่ควรพลาดโอกาสธุรกิจ ที่ยังมีให้ค้นหาอีกมหาศาลในตลาด แห่งนี้”



การเติบโตของ GDP จึงต้องขอให้ธนาคารกลางออกมาลงมือทำอะไรบางอย่าง เราจึงเห็นว่าธนาคารกลางออกมาลดดอกเบี้ย แต่เมื่อเจาะเข้าไปดูดอกเบี้ยที่ลดลงมากกลับไม่ใช่ตัวที่สำคัญ โดยดอกเบี้ยที่ลดจาก 4.5% เป็น 3.5% ซึ่งมีไว้ใช้ตอนธนาคารอาจจะขาดสภาพคล่องซึ่งในกรณีนี้มีสักกี่คนที่จะใช้ซึ่งผมคิดว่าน้อยมาก และอีกตัวที่ลด คือ Overdraft rate ที่เวลาธนาคารขาดสภาพคล่องต้องไปกู้เงินธนาคารแห่งชาติก็จะลดลงจาก 7% เหลือ 6% ซึ่งอัตรานี้ไม่ใช่ market rate ที่เอามาอ้างอิง ซึ่งถ้าจะดูในเวียดนามต้องดู Overnight rate ซึ่งปัจจุบันอยู่ที่ 6% จากไตรมาสที่ 4 ปีที่แล้วอยู่ที่ 8-9% แต่วันนี้เหลืออยู่ที่ 6% เงินฝาก ตั้งแต่ 1-6 เดือน, 6 เดือนถึง 1 ปี ก็จะอยู่ระหว่าง 7-9% ซึ่งแน่นอนว่าดอกเบี้ยยังคงสูงอยู่ เพราะฉะนั้นต้องดูว่าเรื่องหุ้นกู้ที่มีปัญหาอยู่ เพราะเงินก็ไปจมอยู่เกือบ 20,000 ล้านดอลลาร์สหรัฐ จะสามารถค่อยๆ แก้ไขได้หรือไม่และสร้างความมั่นใจของคน

ต้องบอกว่าตอนแรกผมก็ไม่เข้าใจว่าทำไมดอกเบี้ยเวียดนามถึงสูงมาก

คนเวียดนามก็เล่าให้ฟังว่า คนเวียดนามที่มีเงินเวลาที่เขาเห็นว่าธนาคารไม่มีความมั่นคงก็จะถอนเงินออกจากธนาคารถึงแม้ว่าดอกเบี้ยจะสูงก็จะเอาเงินไปซื้อทองหรือสกุลเงินดอลลาร์สหรัฐ แล้วเก็บไว้ที่บ้าน และเมื่อไหร่ที่คิดว่าธนาคารมีความมั่นคงก็จะกลับเอาเงินเข้ามาฝากธนาคารใหม่อีกครั้งและนี่คืออีกช่องทางหนึ่งที่ทำให้เงินไหลออกจากระบบไป

กลับมาที่สิ่งที่ต้องจับตามองคือ ‘เฟด’ ขึ้นอัตราดอกเบี้ย ถ้า ‘เฟด’ ขึ้นดอกเบี้ยไม่แรง ผมคิดว่าธนาคารกลางเวียดนามก็คงไม่ขึ้นอะไรมาก เพราะขึ้นมากกว่านี้ก็คงไม่ได้แล้ว 2. ถ้า ‘เฟด’ ลดดอกเบี้ยหรือไม่ขึ้นดอกเบี้ย ธนาคารกลางเวียดนามก็จะหาทางที่จะลดดอกเบี้ยลงมา

สำหรับประเด็นที่เงินเพื่อที่ยังคงอยู่ในระดับสูง เวียดนามจะสามารถควบคุมได้หรือไม่?

คุณธราบดี : ต้องบอกว่าทุกต้นปี อัตราเงินเพื่อเวียดนามจะขึ้น เพราะเป็นช่วงปีใหม่ที่ทุกคนจับจ่ายใช้สอยซื้อสินค้า

บริการ ของขวัญ เพื่อเฉลิมฉลอง ทำให้ retail sales ในช่วงเดือนที่มีตรุษจีนจะสูงมาก เพราะฉะนั้นช่วงนี้ยกเว้นช่วงโควิด 19 อัตราเงินเพื่อจะสูง และอีกปัจจัยหนึ่งที่ทำให้เงินเพื่อสูง คือ วัสดุก่อสร้างราคาขึ้นสูง 10-30% ในช่วงนี้ เช่น ทรายเหล็ก ทำให้ CPI ค่อนข้างสูงครับ แต่ไม่น่าเป็นห่วงเพราะอัตรา overnight อยู่ที่ 6% อัตราดอกเบี้ยเงินฝาก 1 ปี อยู่ที่ 9% ดังนั้นก็สูงกว่า CPI อยู่แล้ว อีกทั้งรัฐบาลก็พยายามควบคุม CPI อย่างเข้มงวด เพราะไม่ต้องการให้ดอกเบี้ยสูง ดังนั้น CPI 4-5% ผมคิดว่าเวียดนามจะสามารถควบคุมได้ครับ

จากข้อเสนอแนะของคุณธราบดี สะท้อนให้เห็นว่าการลดอัตราดอกเบี้ยของธนาคารกลางเวียดนามยังคงไม่หนักงวด แต่ต้องจับตาเกี่ยวกับการปรับดอกเบี้ยนโยบายของธนาคารกลางเวียดนามในปีต่อไปอย่างไรก็ดี เวียดนามจะยังคงถูกมองว่าเป็นตลาดที่มีศักยภาพแห่งหนึ่งในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ที่นักลงทุนไม่ควรพลาดโอกาสธุรกิจที่ยังมีให้ค้นหาอีกมหาศาลในตลาดแห่งนี้

LAOS PDR

สิ้นสุดการรอคอย 'รถไฟลาว-จีน' เตรียมจองตั๋ว ผ่านแอป!

บริษัทรถไฟลาว-จีนได้ประกาศ
เปิดตัวแอปพลิเคชันสำหรับการ
จองตั๋วที่ทุกคนรอคอยมายาวนาน
โดยใช้ชื่อว่า 'LCR Ticket'

ที่มา : <https://www.thestar.com.my>



สามารถดาวน์โหลดได้ผ่าน App Store สำหรับผู้ใช้อุปกรณ์ Apple และผ่าน Play Store สำหรับผู้ใช้อุปกรณ์ Android ซึ่งจะเริ่มให้บริการตั้งแต่วันที่ 15 มีนาคมเป็นต้นไป แอปพลิเคชันดังกล่าวจะช่วยให้ผู้โดยสารจองตั๋วและจัดการการเดินทางได้สะดวกยิ่งขึ้นผ่านสมาร์ทโฟน โดยผู้โดยสารสามารถจองตั๋วล่วงหน้าได้ 7 วัน และแอปพลิเคชันจะเสนอตัวเลือกตั๋วโดยสารประเภทต่างๆ รวมถึงตั๋วโดยสารชั้น 1 ชั้น 2 และตัวนอน นอกจากนี้ยังมีบริการให้ข้อมูลเกี่ยวกับตารางเวลาการเดินทางรถไฟ สถานี รวมถึงเส้นทางอีกด้วย และหลังจากซื้อตั๋วผ่านแอปพลิเคชันแล้ว ผู้โดยสารสามารถไปรับตั๋วที่สถานีรถไฟได้เลย แต่บริษัทยังไม่ได้รับอนุญาตทางการชำระเงิน ซึ่งคาดว่าจะสามารถชำระได้ผ่าน UnionPay, Alipay และ WeChat Pay

MYANMAR

ส่งออกยางพารา 'เมียนมา' สู่อิน ทะลุ 75%



สถานีวิทยุโทรทัศน์แห่งชาติเมียนมา (MRTV) รายงานว่า จีนเป็นผู้ซื้อยางพารารายใหญ่ของเมียนมา คิดเป็น 75% ของการส่งออกยางพาราทั้งหมดของประเทศ ทั้งนี้ เมียนมาส่งออกยางพารากว่า 200,000 แสตันไปยังประเทศต่างๆ ทั้ง จีน เกาหลีใต้ อินเดีย มาเลเซีย อินโดนีเซีย สิงคโปร์ และญี่ปุ่น ตั้งแต่เมื่อ 1 เมษายน 2565 จนถึงเมื่อต้นเดือนกุมภาพันธ์ที่ผ่านมา และในปีนี้มุ่งที่จะส่งออกยางพาราให้ถึง เป้าที่ตั้งไว้ที่ 300,000 ตัน จากข้อมูลของศูนย์สินค้าโภคภัณฑ์มาเลเซียระบุว่า เมื่อต้นเดือนมกราคม ราคายางแผ่นม้วนแห้งชั้น 3 อยู่ที่ 1,190 จี๊ดต่อปอนด์ ส่วนราคายางแผ่นรมควันอยู่ที่ 1,210 จี๊ดต่อปอนด์ขณะที่เจ้าหน้าที่ของสมาคมผู้ปลูกและผู้ผลิตยางพาราแห่ง

เมียนมาเปิดเผยว่า ปัจจุบัน ราคายางแผ่นรมควันชั้น 3 พุ่งขึ้นเป็น 1,350-1,400 จี๊ดต่อปอนด์ ขณะที่ราคาในตลาดต่างประเทศจะอยู่ที่ราว 1,700 ดอลลาร์สหรัฐต่อตัน อย่างไรก็ตาม ราคาปัจจุบันก็ยังไม่ได้ทำลายสถิติสูงสุดเกิน 1,600 จี๊ดต่อปอนด์ ของฤดูกรีดยาง ช่วงสัปดาห์ที่ 3 ของเดือนกันยายนปีที่แล้ว ขณะที่ เจ้าหน้าที่ของสมาคมผู้ปลูกและผู้ผลิตยางพาราแห่งเมียนมาเปิดเผยว่า ปัจจุบัน ราคายางแผ่นรมควันชั้น 3 พุ่งขึ้นเป็น 1,350-1,400 จี๊ดต่อปอนด์ ขณะที่ราคาในตลาดต่างประเทศจะอยู่ที่ราว 1,700 ดอลลาร์สหรัฐต่อตัน อย่างไรก็ตาม ราคาปัจจุบันก็ยังไม่ได้ทำลายสถิติสูงสุดเกิน 1,600 จี๊ดต่อปอนด์ ของฤดูกรีดยางช่วงสัปดาห์ที่ 3 ของเดือนกันยายนปีที่แล้ว



ที่มา : <https://www.thestar.com.my>



CAMBODIA

'กัมพูชา' จ่อสร้าง 'รถไฟความเร็วสูงสายแรก'

บริษัท China Road & Bridge Corp (CRBC) ได้นำเสนอผลการศึกษาความเป็นไปได้เบื้องต้นเกี่ยวกับการยกระดับทางรถไฟสายพนมเปญ-ปอยเปต ซึ่งมีพรมแดนติดกับไทยว่า เส้นทางรถไฟดังกล่าวจะมีระยะทาง 382 กิโลเมตร และวิ่งด้วยความเร็ว 160-200 กิโลเมตรต่อชั่วโมง ผ่านสถานีทั้งหมด 33 สถานี และสะพานข้ามถนนมากกว่า 300 แห่งตลอดเส้นทาง นาย Sun Chanthol รัฐมนตรีว่าการกระทรวงโยธาธิการและการขนส่งของกัมพูชาเปิดเผยระหว่างประชุมร่วมกับนายเชิดเกียรติ อุตถากร เอกอัครราชทูตไทยประจำกัมพูชา ว่ากำลังมองหานักลงทุนที่จะมาร่วมในโครงการนี้อยู่ โดยงบประมาณราว 4 พันล้านดอลลาร์สหรัฐนี้จะครอบคลุมการก่อสร้างทางรถไฟ สถานีต่างๆ และการซื้อขบวนรถไฟความเร็วสูง ขณะที่ Sun Zhang ผู้เชี่ยวชาญด้านรถไฟจากมหาวิทยาลัย Shanghai Tongji ระบุว่า ทางรถไฟสายนี้จะเป็นเหมือนช่วงที่ 3 ของรถไฟสายทรานส์เอเชีย (TAR) โดยจะเชื่อมระหว่างเส้นทางสายกลาง (ไปยังสิงคโปร์) กับเส้นทางสายตะวันออก (ผ่านทางเวียดนาม) และทางรถไฟดังกล่าวนี้ทำให้ สปป.ลาว ซึ่งไม่มีทางออกสู่ทะเล แต่ตอนนี้เป็นศูนย์กลางการเชื่อมต่อทางบกไปแล้ว สามารถเข้าถึงท่าเรือในกัมพูชาเพื่อช่วยสนับสนุนการค้าได้ ทั้งนี้ผู้เชี่ยวชาญกล่าวว่า จีนกำลังขยายการค้ากับกลุ่มประเทศในภูมิภาคอาเซียน โดยได้รับประโยชน์จากความตกลงหุ้นส่วนทางเศรษฐกิจระดับภูมิภาค (RCEP) รวมถึงบรรดาโครงการโครงสร้างพื้นฐานที่กำลังมีบทบาทสำคัญ นอกจากนี้ รายงานจาก Chinese Academy of International Trade and Economic Cooperation ระบุในเดือนพฤศจิกายน 2564 ว่า RCEP จะมีส่วนช่วยให้ GDP ของภูมิภาคเพิ่มขึ้น 0.86% ภายในปี 2578

ที่มา : <https://www.khmertimeskh.com>

VIETNAM

ท่าเรือเวียดนาม คิดค่าขนถ่ายสินค้า ถูกสุดใน 'อาเซียน'



สมาคมธุรกิจโลจิสติกส์ของเวียดนาม เปิดเผยว่าท่าเรือเวียดนามคิดราคาการลำเลียงสินค้าขึ้น-ลง จากเรือบรรทุกสินค้าถูกที่สุดในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ ค่าภาระหน้าท่า (Terminal handling charges: THC) มีค่าเท่ากับหนึ่งในสามของค่าธรรมเนียมที่ผู้ให้บริการขนส่งสินค้าทางเรือเรียกเก็บจากเจ้าของสินค้า ผู้ให้บริการขนส่งสินค้าทางเรือระหว่างประเทศเรียกเก็บค่า THC ที่ราว 140 ดอลลาร์สหรัฐต่อตู้ 20 ฟุต แต่จ่ายให้ผู้ควบคุมท่าเรือเวียดนามที่ลำเลียงสินค้าขึ้น-ลง เพียงแค่ 52 ดอลลาร์สหรัฐ นับว่าต่ำสุดในภูมิภาค ซึ่งท่าเรือหลายแห่งได้รับเงินประมาณ 90 ดอลลาร์สหรัฐ ในกัมพูชา และ 115 ดอลลาร์สหรัฐ ในสิงคโปร์ จากข้อมูลดังกล่าวถือว่าเป็นข้อเสียเปรียบของท่าเรือเวียดนาม เพราะใช้เงินลงทุนหลายร้อยล้านดอลลาร์สหรัฐ ซึ่งรัฐบาลก็กำลังอยู่ระหว่างพิจารณาเพิ่มเพดานค่าธรรมเนียม และในทางกลับกัน ระยะเวลาการผ่านการตรวจของศุลกากรที่ยาวนานได้สร้างความยากลำบากต่างๆ ให้แก่บรรดาผู้ประกอบการธุรกิจโลจิสติกส์ของเวียดนามด้วย

ที่มา: Cargo handling fees at Vietnamese ports lowest Southeast Asia - VnExpress International

SINGAPORE

'อินเดีย' เชื่อมระบบชำระเงิน 'สิงคโปร์'

ผู้ที่อาศัยอยู่ในอินเดียและสิงคโปร์จะสามารถทำธุรกรรมการเงินระหว่างกันได้อย่างราบรื่นผ่านระบบ Unified Payments Interface (UPI) ของอินเดีย และ PayNow ของสิงคโปร์ ตั้งแต่วันพรุ่งนี้เป็นต้นไป ทั้งนี้ การเชื่อมต่อการชำระเงินของทั้ง 2 ระบบนี้จะช่วยให้ผู้คนในอินเดียและสิงคโปร์ดำเนินการโอนเงินข้ามพรมแดนได้รวดเร็ว คุ่มค่า และมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น นอกจากนี้ ยังช่วยอำนวยความสะดวกให้ชาวอินเดียในสิงคโปร์ โดยเฉพาะบรรดาแรงงานและนักเรียน สามารถโอนเงินจากสิงคโปร์กลับไปอินเดียหรือโอนเงินจากอินเดียไปสิงคโปร์ได้ทันที ด้วยราคาที่ย่อมเยา ขณะที่ แอลงการณที่ออกโดยสำนักนายกรัฐมนตรีระบุว่า นายเนเรนทรา โมดิ และนายดี เชียนลุง นายกรัฐมนตรีของอินเดียและสิงคโปร์ ตามลำดับ จะร่วมเป็นสักขีพยานในการเปิดตัวระบบการเชื่อมต่อข้ามพรมแดนผ่านการประชุมทางวิดีโอในวันพรุ่งนี้ โดยระบบดังกล่าวจะทำการเปิดตัวโดยนาย Shaktikanta Das ผู้ว่าการธนาคารกลางอินเดีย (RBI) และนาย Ravi Menon กรรมการผู้จัดการธนาคารกลางสิงคโปร์ (MAS) ทั้งนี้ ความร่วมมือดังกล่าวจะช่วยผลักดันโครงสร้างพื้นฐานการชำระเงินดิจิทัลที่ดีที่สุดของอินเดียไปสู่ระดับโลก

ที่มา : <https://www.rtrbunindia.com>

Vision of Beyond



คุณชวป สิริวัฒนภักดี
กรรมการผู้อำนวยการใหญ่
บริษัท ไทยเบฟเวอเรจ จำกัด (มหาชน)



ThaiBev

strategy aims
at becoming
Stable and
Sustainable
ASEAN Leader

ถอดกลยุทธ์ 'ไทยเบฟ'
มุ่งสู่ผู้นำอาเซียน
อย่างมั่นคงและยั่งยืน

คุณธราปณ สิริวัฒนภักดี กรรมการผู้อำนวยการใหญ่ บริษัท ไทยเบฟเวอเรจ จำกัด (มหาชน) ในฐานะผู้นำการขับเคลื่อนธุรกิจให้สำเร็จตามวิสัยทัศน์ PASSION 2025 ได้ร่วมแบ่งปันประสบการณ์ภายใต้หัวข้อ “ถอดกลยุทธ์ 'ไทยเบฟ' มุ่งสู่ผู้นำอาเซียนอย่างมั่นคงและยั่งยืน” ผ่านโครงการอบรมหลักสูตร AEC Business Leader รุ่นที่ 5 ที่จัดขึ้นโดย AEC Connect กิจกรรมธนาคารต่างประเทศ ธนาคารกรุงเทพ พร้อมเผยแพร่ทางรายการวิทยุธุรกิจสู่ภูมิภาคอาเซียน รวมถึงการปรับกลยุทธ์และหลักคิดเพื่อก้าวสู่การเป็นบริษัทเครื่องดื่มชั้นนำในระดับภูมิภาค

บริษัท ไทยเบฟเวอเรจ จำกัด (มหาชน) หรือ 'ไทยเบฟ' เป็นผู้นำธุรกิจเครื่องดื่มและอาหารครบวงจรที่มั่นคงและยั่งยืนในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ (อาเซียน) โดยบริษัทได้วางตำแหน่งเป็น Total Beverage Company ที่มีสินค้าตั้งแต่น้ำนมถั่วเหลือง ไปจนถึง Single Malt Whisky (from soya milk to single malt) โดยไทยเบฟมีโรงงานผลิตสุรา Scotch Whisky ในสกอตแลนด์ 5 แห่งในปัจจุบัน



ที่มา: ถอดกลยุทธ์ 'ไทยเบฟ' มุ่งสู่ผู้นำอาเซียนอย่างยั่งยืน,
คุณธราปณ สิริวัฒนภักดี กรรมการผู้อำนวยการใหญ่
บริษัท ไทยเบฟเวอเรจ จำกัด (มหาชน)

'ไทยเบฟ' กับกลยุทธ์ขยายสู่ ตลาดเครื่องดื่มไม่มีแอลกอฮอล์

คุณฐาปน กล่าวว่า ตลาดเครื่องดื่มแอลกอฮอล์และเครื่องดื่มไม่มีแอลกอฮอล์ในอาเซียน มีมูลค่ารวมประมาณ 1 แสนล้านดอลลาร์สหรัฐ ซึ่งเมื่อมีคำถามว่าทำไมไทยเบฟต้องขยายธุรกิจไปสู่ตลาดเครื่องดื่มไม่มีแอลกอฮอล์ คุณฐาปนกล่าวว่า เพราะไทยเบฟให้ความสำคัญด้านสุขภาพของผู้บริโภค ซึ่งหันมานิยมดื่มเครื่องดื่มที่มีประโยชน์ต่อสุขภาพมากขึ้น แม้ว่าเมื่อเทียบขนาดตลาดกับเครื่องดื่มแอลกอฮอล์แล้ว ตลาดเครื่องดื่มไม่มีแอลกอฮอล์มีการแข่งขันสูงกว่า อีกทั้งราคาและ margin ก็ต่ำกว่าสินค้าประเภทสุรา เพราะต้องจัดกิจกรรมทางการตลาดและโปรโมชันจำนวนมาก ซึ่งคุณวิวัฒน์เห็นว่าเหมือนตลาดเครื่องดื่มไม่มีแอลกอฮอล์เป็นธุรกิจที่ไม่น่าสนใจ แต่ไทยเบฟมองว่า

การเข้าสู่ตลาดเครื่องดื่มไม่มีแอลกอฮอล์เป็นตลาดที่แข่งขันกันด้านปริมาณการขายหรือ 'Volume Game'

เมื่อโฟกัสเฉพาะตลาดเครื่องดื่มไม่มีแอลกอฮอล์ของอาเซียนซึ่งมีมูลค่าประมาณ 5 หมื่นล้านดอลลาร์สหรัฐในปี 2564 หรือคิดเป็นประมาณ 50% ของตลาดเครื่องดื่มทั้งหมด จะพบว่าตลาดเครื่องดื่มไม่มีแอลกอฮอล์ในประเทศอินโดนีเซีย มีสัดส่วนถึง 87% เนื่องจากเป็นตลาดฮาลาล ประชากรในประเทศส่วนมากเป็นชาวมุสลิม จึงนับว่าประเทศอินโดนีเซียเป็นตลาดฮาลาลที่ใหญ่ที่สุดในอาเซียน นั่นหมายความว่าหากไทยเบฟจะก้าวเป็น ASEAN Player เราจำเป็นต้องเข้าสู่ตลาดเครื่องดื่มไม่มีแอลกอฮอล์ถึงจะบุกตลาดประเทศอินโดนีเซียได้

และหากเราต้องการเปิดตลาดประเทศอินโดนีเซีย ก็จำเป็นต้องเข้าใจวัฒนธรรมของผู้คนในประเทศ ดังนั้นเราจึงใช้ F&N Holdings Bhd ซึ่งเป็นบริษัทเครื่องดื่มไม่มีแอลกอฮอล์ในประเทศมาเลเซียเป็นฐานในการบุกตลาดฮาลาล โดยบริษัท Fraser and Neave, Limited หรือ F&N ซึ่งเป็นบริษัทแม่ของ F&N Holdings Bhd ถือเป็นบริษัทเครื่องดื่มไม่มีแอลกอฮอล์ที่ใหญ่ที่สุดในประเทศสิงคโปร์และมาเลเซีย เป็นผู้นำในตลาดที่สำคัญ มีประวัติศาสตร์ยาวนานกว่า 140 ปี อีกทั้งยังมีประสบการณ์ทำงานร่วมกับกลุ่มเนสท์เล่มาเนานไทยเบฟ จึงเชื่อว่า F&N จะช่วยเสริมสร้างขีดความสามารถที่มีอยู่ของกลุ่มบริษัทฯ ได้เป็นอย่างดี และจะส่งเสริมความโดดเด่นในธุรกิจอาหารและเครื่องดื่มของไทยเบฟได้



ปรับแผนกลยุทธ์สู่การครองความเป็นผู้นำทางการตลาดอย่างยั่งยืน

ไทยเบฟมีการปรับกลยุทธ์และวิสัยทัศน์ของบริษัทอย่างต่อเนื่องในทศวรรษที่ผ่านมา เพื่อรับมือกับการเปลี่ยนแปลงของตลาดในแต่ละช่วง ตัวอย่างเช่น ในช่วงปี 2000 (Pre-Vision 2020) บริษัทดำเนินธุรกิจภายใต้แนวคิดหลัก 3 ข้อ คือ

1. Premiumization

พัฒนาคุณภาพสินค้าให้อยู่ในระดับพรีเมียม เพื่อสร้างความหลากหลายและเพิ่มผลกำไรให้บริษัท

2. Internationalization

ขยายธุรกิจไปยังตลาดต่างประเทศ เพื่อสร้างรากฐานที่มั่นคงสำหรับผลิตภัณฑ์

3. Professionalization

มุ่งพัฒนาศักยภาพของบุคลากร และปรับปรุงโครงสร้างองค์กร เพื่อพร้อมรับมือกับสภาพธุรกิจที่เปลี่ยนแปลงอยู่เสมอ

ในปี 2014 ไทยเบฟประกาศวิสัยทัศน์ 2020 (Vision 2020) ซึ่งเป็นแผนระยะยาว 6 ปี โดยแบ่งแผนธุรกิจเป็น 2 ช่วง ช่วงละ 3 ปี ด้วยแนวคิดว่าต้องมีการคิดแผนธุรกิจระยะยาว แต่ต้องเข้าใจเรื่องในระยะสั้นๆ ที่กำลังจะเกิดขึ้น โดย Vision 2020 ประกอบด้วยกลยุทธ์ 5 ด้าน ได้แก่ Growth Diversity Brand Reach และ Professionalism

ในปี 2020 ไทยเบฟได้ต่อยอด Vision 2020 สู่ Passion 2025 ซึ่งเป็นแผนการดำเนินงานในช่วง 5 ปีข้างหน้าของกลุ่มธุรกิจ ด้วยแผน Transformation ภายใต้อำนาจ 3 แนวทางหลัก คือ

Build

สรรสร้างความสามารถและโอกาสทางธุรกิจใหม่ๆ

Strengthen

เสริมสร้างความแข็งแกร่งของธุรกิจหลักเพื่อความเป็นผู้นำของตลาด

Unlock

นำศักยภาพของไทยเบฟที่มีอยู่มาก่อนให้เกิดมูลค่าสูงสุด

มองถึงปี 2030 ไทยเบฟจะมุ่งเน้นด้านการนำเทคโนโลยี เข้ามาใช้ในการดำเนินธุรกิจ อย่างไรก็ตาม การเลือกและทำความเข้าใจเทคโนโลยีแต่ละประเภทต้องใช้เวลา โดย Trend ต่างๆ มีช่วงเวลาที่สูงประมาณ 8-12 เดือน หากสามารถทำสำเร็จได้ภายใน 18 เดือน ถือว่าประสบความสำเร็จ หรือถ้าภายใน 2 ปีสามารถช่วยลดค่าใช้จ่าย ก็ถือว่าประสบความสำเร็จเช่นกัน ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับระยะเวลาใช้งานด้วยว่าคุ้มค่าหรือไม่

หลังจากสถานการณ์การแพร่ระบาดของโควิด 19 ได้คลี่คลายลง ธุรกิจต่างๆ กลับมาแข่งขันกันอย่างดุเดือด สิ่งสำคัญ คือ

เราจะทำอย่างไรให้ธุรกิจฟื้นตัวได้รวดเร็ว และสามารถรักษาความเป็นผู้นำไว้ได้ ซึ่งคุณฐาปนมองว่าธุรกิจที่สามารถก้าวพ้นจากช่วงนี้และยังคงแข่งขันได้ในอีก 2-3 ปีข้างหน้า ก็มีโอกาที่จะอยู่ไปได้อีก 10 ปี

คุณฐาปนได้ทิ้งท้ายไว้ว่า อาเซียนเป็น Bright Spot ในการลงทุน เพราะเป็นตลาดขนาดใหญ่ที่มีประชากรกว่า 600 ล้านคน แต่เหรียญก็มี 2 ด้านเสมอ เมื่อมีคนสนใจเข้ามาลงทุน ก็จะตามมาด้วยการแข่งขัน นั่นหมายความว่า ในแต่ละสถานการณ์ล้วนมีรายละเอียดที่ทำให้เราต้องปรับตัว เราจึงจำเป็นต้องรู้จักและเข้าใจในธุรกิจให้ดี ถนัดเรื่องใดก็ให้เริ่ม

ด้านนั้น และต้องใส่ใจในรายละเอียดว่าจะสามารถลงได้ลึกขนาดไหน

จากวิสัยทัศน์การขับเคลื่อนธุรกิจของคุณฐาปน สิริวัฒน์ภักดี กรรมการผู้อำนวยการใหญ่ บริษัท ไทยเบฟเวอเรจ จำกัด (มหาชน) เชื่อว่าจะเป็นประโยชน์ต่อมุมมองความคิดของนักธุรกิจไทยเป็นอย่างมาก และด้วยหลักการทำงานที่เรียบง่ายคือยึดหลัก 'คิด Macro ทำ Micro' โดยมองภาพรวมในทุกด้านอย่างรอบคอบแล้วเริ่มพัฒนาหรือแก้ไขจากจุดเล็กๆ ก่อน ซึ่งหลักการนี้จะสามารถนำพา 'ไทยเบฟ' ก้าวสู่การเป็นผู้นำระดับอาเซียนได้อย่างมั่นคงและยั่งยืน

เขตเศรษฐกิจพิเศษเวียดนาม โซนไหนธุรกิจปัง?

ในปี 2565 ที่ผ่านมา เวียดนามได้รับการลงทุนโดยตรงจากต่างประเทศ (Foreign Direct Investment: FDI) สูงกว่า 2.7 หมื่นล้านดอลลาร์สหรัฐ และมีมูลค่าการนำเข้าและส่งออกมากกว่า 7 แสนล้านดอลลาร์สหรัฐ เรียกได้ว่าดีขึ้นอย่างเห็นได้ชัดเมื่อเทียบกับปี 2564 ที่เศรษฐกิจของเวียดนามต้องตกอยู่ภายใต้การล็อกดาวน์จากการแพร่ระบาดของโรคโควิด 19 ซึ่งกินระยะเวลานาน

การลงทุนใหม่และการค้าที่เติบโตขึ้นในปี 2565 ได้แพร่กระจายไปทั่วเวียดนาม แต่ส่วนใหญ่จะให้ความสำคัญกับ 4 เขตเศรษฐกิจพิเศษ โดยมีรายละเอียดดังนี้

- North KER
- South KER
- Central KER
- Mekong delta KER

ที่มา : Vietnam's Key Economic Zones: Performance and Investments, Vo Hoai Thuong and Thao Vo, Vietnam Briefing

เขตเศรษฐกิจในภาคเหนือ

- อุตสาหกรรมที่โดดเด่นคือ การผลิตสินค้าอิเล็กทรอนิกส์ และการดำเนินงานของ Apple และ Samsung ส่วนใหญ่อยู่ในภูมิภาคนี้
- ประกอบด้วย 7 จังหวัด ได้แก่ Hanoi, Hai Phong, Quang Ninh, Vinh Phuc, Bac Ninh, Hai Duong และ Hung Yen
- โชนภาคเหนือดึงดูด FDI ได้มากถึง 9.61 หมื่นล้านดอลลาร์สหรัฐ เติบโตที่ 18.1%
- โดย Hanoi มี Gross Regional Domestic Product (GRDP) มากที่สุดในโซนที่ 47.22%
- มูลค่าการนำเข้าและส่งออกเพิ่มขึ้น 7.84% เมื่อเทียบกับปี 2564 โดย Bac Ninh มีมูลค่าการค้าสูงสุดที่ 8.34 หมื่นล้านดอลลาร์สหรัฐ คิดเป็น 33.89% ของภูมิภาค

เขตเศรษฐกิจในภาคใต้

- เป็นที่ตั้งของสวนอุตสาหกรรม ซูเปอร์มาร์เก็ต และ ศูนย์การค้าของกลุ่มค้าปลีกรายใหญ่จำนวนมาก รวมถึงเป็นที่รู้จักในด้านการผลิตเป็นอย่างดี โดยการดำเนินงานของ Nike และ Adidas ส่วนใหญ่อยู่ในภูมิภาคนี้
- ประกอบด้วย 8 จังหวัด ได้แก่ Ho Chi Minh, Binh Duong, Ba Ria-Vung Tau, Dong Nai, Tay Ninh, Binh Phuoc, Long An และ Tien Giang
- Ho Chi Minh มีสัดส่วนเป็น 15.5% ของ GDP เวียดนาม และ 46% ของ GRDP ในโซนภาคใต้
- มูลค่าการนำเข้าและส่งออกเติบโต 5.7% นำโดย Ho Chi Minh ที่มีมูลค่า 1.103 แสนล้านดอลลาร์สหรัฐ คิดเป็น 41.47% ของภูมิภาค ซึ่งสูงกว่า Binh Duong ที่ตามมาเป็นอันดับ 2 ถึง 3 เท่า
- Ho Chi Minh สร้าง FDI ได้สูงสุดของทั้งระดับประเทศ และโซนภาคใต้โดยคิดเป็น 34.92% ของ FDI ของภูมิภาค

เขตเศรษฐกิจในภาคกลาง

- มีท่าเรือขนาดใหญ่ที่มีศักยภาพสามารถรองรับการขนส่งและการท่องเที่ยวได้
- ประกอบด้วย 5 จังหวัด ได้แก่ Thua Thien Hue, Quang Nam, Quang Ngai, Binh Dinh และ Da Nang
- Da Nang เติบโตมากที่สุดที่มากกว่า 14% ขณะที่ GDRP เฉลี่ยของแต่ละจังหวัดอยู่ที่เท่าๆ กันที่ 20%
- มูลค่าการนำเข้าและส่งออกเติบโต 17.1% ในปีก่อนหน้า โดย Quang Nam มีมูลค่าการค้าสูงสุดอยู่ที่ 7.4 พันล้านดอลลาร์สหรัฐ คิดเป็น 35.6% ของมูลค่าการค้ารวม
- FDI ของโซนภาคกลางมีสัดส่วนเป็น 2% ของทั้งประเทศ

เขตเศรษฐกิจในสามเหลี่ยมปากแม่น้ำโขง

- เป็นจุดภูมิเศรษฐศาสตร์ที่สำคัญ ตั้งอยู่บริเวณปลายสุดของประเทศและติดกับทะเลตะวันออก
- ประกอบด้วย 4 จังหวัด ได้แก่ Can Tho, An Giang, Kien Giang และ Ca Mau
- การเติบโตของภูมิภาคอยู่ระหว่าง 8-11% ขณะที่ GDRP เฉลี่ยของแต่ละจังหวัดอยู่ที่เท่าๆ กัน
- มูลค่าการนำเข้าและส่งออกคิดเป็น 0.9% ของทั้งประเทศ โดย Can Tho มีมูลค่าการค้าสูงสุดและยังดึงดูด FDI ได้มากถึง 185.96 ล้านดอลลาร์สหรัฐ คิดเป็น 86.3% ของ FDI รวมของภูมิภาค

จับเทรนด์ 'อีคอมเมิร์ซ' อาเซียน 2566



ตามรายงานของ World Economic Forum ในเดือนสิงหาคม 2566 ระบุว่า รายได้จากอีคอมเมิร์ซหดตัว 2.5% นับเป็นครั้งแรกสำหรับอุตสาหกรรมนี้ แม้ว่าอุตสาหกรรมอีคอมเมิร์ซจะต้องเผชิญชะตากรรมที่ท้าทาย แต่ก็คาดว่าจะฟื้นตัวได้ แต่ผู้ค้าปลีกจำนวนมากในภาคธุรกิจนี้ต่างก็คาดหวังเพียงแต่การเติบโต

ที่มา : <https://www.dci.ai/2023/01/08/the-top-e-commerce-trends-in-southeast-asia-in-2023/>
<https://ycpsolidiance.com/article/post-pandemic-ecommerce-trends-SEA-2023>

“ปี 2566 นี้ เส้นทางของตลาดอีคอมเมิร์ซจะถูกกำหนดโดยบรรดาธุรกิจที่ต้องการฟื้นตัวและกลับมาโมเมนตัมอีกครั้ง ที่สำคัญ การฟื้นตัวของอุตสาหกรรมจะถูกกำหนดโดยแนวโน้มของอุตสาหกรรมที่เกิดขึ้นใหม่ ตามหลังรายได้ที่ลดลงอย่างไม่คาดคิด”

เพื่อรักษาอัตราการเติบโตของตลาดอีคอมเมิร์ซในปี 2566 ให้คงอยู่ บรรดาธุรกิจในอุตสาหกรรมนี้จะต้องใช้ประโยชน์จากแนวโน้มตลาดที่เกิดขึ้นใหม่ โดยแนวโน้มอีคอมเมิร์ซที่คาดว่าจะเกิดขึ้นในปี 2566 สามารถดูได้จากมุมมองทั้งในระดับมหภาคและระดับจุลภาค เนื่องจากทั้งสองมุมมองครอบคลุมการดำเนินงานของธุรกิจอีคอมเมิร์ซในหลายระดับ ไม่ว่าจะเป็นเรื่องที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจของตนและ

คู่แข่งรายอื่น หรือกับลูกค้าก็ตาม

ในแง่ของแนวโน้มอีคอมเมิร์ซระดับมหภาค อุตสาหกรรมอีคอมเมิร์ซและการค้าปลีกมีแนวโน้มที่จะเห็นแบรนด์ที่มีปฏิสัมพันธ์โดยตรงกับผู้บริโภค (D2C) จำนวนมากขึ้น โดยเฉพาะอย่างยิ่งหากปัญหาห่วงโซ่อุปทานทั่วโลกยังคงอยู่ ขณะที่ D2C ที่ดำเนินการโดยธุรกิจอิสระซึ่งมีกำลังเงิน กำลังคนน้อยกว่า เมื่อเทียบกับบริษัทอีคอมเมิร์ซระดับโลก แต่ก็ยังเป็นโอกาสให้เจ้าของธุรกิจสร้างความสัมพันธ์แบบใกล้ชิดกับผู้บริโภคผ่านกลยุทธ์ต่างๆ เช่น การตลาดที่มีคุณภาพสูง สื่อสังคมออนไลน์ และการมอบประสบการณ์การช้อปปิ้งแบบปรับแต่งให้เหมาะสมกับความต้องการของแต่ละบุคคล ความสำคัญของการให้บริการหรือการตลาด

“ปี 2566 นี้ เส้นทางของตลาดอีคอมเมิร์ซ จะถูกกำหนดโดยบรรดาธุรกิจที่ต้องการฟื้นตัวและกลับมาโมเมนตัมอีกครั้ง ที่สำคัญ การฟื้นตัวของอุตสาหกรรมจะถูกกำหนดโดยแนวโน้มของอุตสาหกรรมที่เกิดขึ้นใหม่ ตามหลังรายได้ที่ลดลงอย่างไม่คาดคิด”



แบบเฉพาะบุคคลกำลังเพิ่มมากขึ้นเรื่อยๆ ในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ โดยผู้บริโภคกำลังมองหาประสบการณ์ที่ตรงตามความต้องการมากขึ้นเมื่อช้อปปิ้งออนไลน์ ธุรกิจต่างๆ จึงจำเป็นต้องใช้ข้อมูลในการคิดวิเคราะห์เพื่อทำความเข้าใจพฤติกรรมลูกค้าให้ดียิ่งขึ้น ตัวอย่างของธุรกิจที่ทำได้อย่างยอดเยี่ยม ได้แก่ Zalora และ Lazada แพลตฟอร์มอีคอมเมิร์ซด้านแฟชั่นที่ใช้ข้อมูล และ AI เพื่อให้คำแนะนำผลิตภัณฑ์ที่ปรับให้เหมาะกับแต่ละบุคคล

อีกแนวโน้มหนึ่งที่จะกำหนดรูปแบบอุตสาหกรรมอีคอมเมิร์ซในปี 2566 คือการทำธุรกรรมข้ามพรมแดน ถึงแม้ว่าการค้าระหว่างประเทศจะเป็นองค์ประกอบสำคัญอันหนึ่งของอีคอมเมิร์ซอยู่เสมอ แต่ก็จะมีบทบาทเพิ่มมากขึ้น เมื่อบรรดาผู้เกี่ยวข้องช่วยกันทำให้อุตสาหกรรมฟื้นตัว นอกจากนี้การทำธุรกรรมข้ามพรมแดนยังทำให้ธุรกิจอีคอมเมิร์ซสามารถขยายกิจการไปสู่ตลาดใหม่ๆ พร้อมทั้งมองหาโอกาสในการยกระดับธุรกิจไปสู่เวทีโลก อีคอมเมิร์ซข้ามพรมแดนกำลังเป็นที่นิยมในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ เนื่องจากผู้บริโภคมีความสะดวกสบายมากขึ้นในการจับจ่ายซื้อของจากผู้ค้าในต่างประเทศ แนวโน้มนี้ได้รับแรงหนุนจากการเติบโตของตลาดระหว่างประเทศ เช่น Amazon

และ Alibaba รวมถึงความพร้อมใช้งานที่เพิ่มขึ้นของโซลูชันการชำระเงินข้ามพรมแดน

ยิ่งไปกว่านั้น เมื่อผู้ค้าปลีกหันมาใส่ใจกับการให้บริการผู้บริโภคในร้านค้าและปรับรูปแบบการค้ำกลับมาเป็นออฟไลน์อีกครั้ง แปรนด์อีคอมเมิร์ซจำนวนมากก็กำลังมีแนวโน้มไปสู่การนำแนวทางแบบ Omnichannel มาใช้ ซึ่งหมายความว่าธุรกิจอีคอมเมิร์ซซึ่งก่อนหน้านี้ให้บริการเฉพาะทางออนไลน์ ต่อไปก็จะมองไปที่ส่วนแบ่งของรายได้ที่เกิดจากการขายแบบปกติในบริบทของแนวทางแบบ omnichannel ในอุตสาหกรรมอีคอมเมิร์ซ ภาคส่วนต่างๆ ที่เกี่ยวข้องจะมุ่งนำเสนอประสบการณ์ในการซื้อขายที่ไร้รอยต่อแก่ผู้บริโภค ไม่ว่าจะเป็นการซื้อของออนไลน์หรือออฟไลน์ เช่น การโฆษณาและการตลาดที่เหมาะสม จะกลายเป็นประเด็นหลักที่ต้องให้ความสำคัญในปีนี้ เนื่องจากอุตสาหกรรมอีคอมเมิร์ซประสบปัญหาอย่างหนักจากการคืนสินค้าและคืนเงิน แปรนด์อีคอมเมิร์ซขนาดเล็กมีแนวโน้มที่จะลงทุนเพิ่มเติมในการทำแคมเปญต่างๆ เนื่องจากมองว่าการระบุคุณสมบัติของผลิตภัณฑ์ที่ถูกต้องจะสามารถยับยั้งอัตราการขอคืนที่เพิ่มขึ้นได้ รวมถึงการใช้โซเชียลคอมเมิร์ซก็เป็นอีกหนึ่งเทรนด์ที่กำลัง

มาแรงในปี 2566 โดยคาดว่าจะเห็นธุรกิจจำนวนมากขึ้นลงทุนในกลยุทธ์โซเชียลคอมเมิร์ซ และใช้ประโยชน์จากผู้ทรงอิทธิพลในโซเชียลเพื่อกระตุ้นการมีส่วนร่วมรวมถึงยอดขายเหมือนที่แบรนด์ Pomelo และ GrabMart ทำ

นอกจากนี้ การซื้อขายออนไลน์ผ่านทางมือถือ เป็นเรื่องธรรมดาที่ไม่ควรมองข้าม ชาวเอเชียตะวันออกเฉียงใต้มากกว่า 90% ใช้โทรศัพท์มือถือ ธุรกิจที่ต้องการประสบความสำเร็จในภูมิภาคนี้จึงจำเป็นต้องมีกลยุทธ์ผ่านมือถือเป็นอันดับแรก ตัวอย่างของธุรกิจที่โดดเด่นในด้านการค้าบนมือถือในภูมิภาคนี้ ได้แก่ Lazada Shopee และ Tokopedia โดยได้พัฒนาแอปพลิเคชันบนมือถือที่ใช้งานง่ายพร้อมมอบประสบการณ์การช้อปปิ้งที่ราบรื่นให้กับลูกค้า

แม้ว่ารายได้ที่ลดลงของอุตสาหกรรมอีคอมเมิร์ซในช่วงแรกอาจเป็นเรื่องที่น่ากังวล แต่สิ่งสำคัญคือต้องพิจารณาว่าภาคส่วนนี้ยังมีที่ว่างสำหรับการเติบโตอยู่ โดยเฉพาะอย่างยิ่งเมื่อพิจารณาว่าเป็นอุตสาหกรรมที่เพิ่งก่อกำเนิดขึ้นมา นับแต่ปี 2566 นี้เป็นต้นไป ธุรกิจต่างๆ ควรดำเนินการเชิงรุกเพื่อให้ข้อมูลแนวโน้มอุตสาหกรรมมีความทันสมัยและเป็นปัจจุบัน ด้วยการแสวงหาโอกาสการลงทุนที่มีศักยภาพ

'กัมปอต'

แหล่งปลูกกล้วยหอม

เสริมเศรษฐกิจกัมพูชา

จังหวัด 'กัมปอต' ตั้งอยู่ทางตะวันตกเฉียงใต้ของกัมพูชา เดิมทีเคยเป็นสมรภูมิการสู้รบครั้งสำคัญในสมัยสงครามเวียดนาม รวมถึงเป็นส่วนหนึ่งของสงครามกลางเมืองกัมพูชาในยุคเขมรแดงด้วย โดยกำลังทหารของรัฐบาลกัมพูชาได้ต่อสู้กับกองโจรเขมรแดงเพื่อควบคุมจังหวัดกัมปอต บ้านเรือนถูกทำลายและมีการสังหารหมู่ล้างเผ่าพันธุ์เกิดขึ้น ทิวทัศน์ที่อยู่ภายใต้การปกครองของเขมรแดง โดยกองกำลังเริ่มรุกเข้าทางเหนือของกัมปอตเมื่อเดือนกุมภาพันธ์ พ.ศ. 2517 ยิงถล่มด้วยจรวดและปืนครกส่งผลให้ผู้คนหวาดกลัวและต่างหลบหนีออกจากเมือง

หลายสิบปีผ่านไป จากสมรภูมिरบอันน่าสะพรึงกลัวในวันนั้น ปัจจุบัน จังหวัดกัมปอตได้กลายเป็นสถานที่ท่องเที่ยวยอดนิยม และแหล่งปลูก 'กล้วยหอม' ที่สำคัญของประเทศ นักท่องเที่ยวจำนวนมากเดินทางไปที่นี่เพื่อเรียนรู้เกี่ยวกับการเพาะปลูกและวงจรการเจริญเติบโตของกล้วยกัมปอต พร้อมเพลิดเพลินกับสภาพแวดล้อมที่เขียวชอุ่ม ซึ่งเรื่องนี้ถือเป็นตัวอย่างของความสำเร็จอันยิ่งใหญ่เรื่องหนึ่งของจังหวัด

การปลูกกล้วยหอมเริ่มต้นเป็นจริงเป็นจังในกัมพูชาเมื่อปี 2562 ด้วยผลผลิตที่เติบโตเร็วและดูแลง่ายกว่าพืชชนิดอื่น ทำให้ยอดการส่งออกเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง โดยกล้วยหอมได้กลายเป็นสินค้าเกษตร





ส่งออกมากที่สุดของกัมพูชา คาดว่า ปริมาณการส่งออกต่อปีจะสูงถึง 500,000 ตัน อีกทั้งยังเป็นผลไม้ชนิดแรกที่ส่งออกสู่ ตลาดจีนตั้งแต่ปี 2561 หลังสองประเทศ ลงนามระเบียบข้อบังคับด้านสุขอนามัยพืช รวมถึงการส่งกล้วยหอมไปจีน ไม่จำเป็นต้องมีโควตาอีกต่อไป ตั้งแต่นั้นมา จีน ได้กลายเป็นตลาดส่งออกหลักสำหรับ กล้วยหอมของกัมพูชาคิดเป็นราว 90% ของ ปริมาณการส่งออกทั้งหมดในช่วงหลาย ปีที่ผ่านมา ในปี 2565 กัมพูชาส่งออก กล้วยหอมทั้งหมด 423,168 ตัน ส่วนใหญ่ ไปยังจีน เวียดนาม และญี่ปุ่น

ทั้งนี้ จังหวัดกัมปอต มีสัดส่วนการ ส่งออกกล้วยสูงถึงประมาณ 50% ของการ ส่งออกกล้วยทั้งหมดของกัมพูชา เนื่องจาก หน่วยงานของจังหวัดสนับสนุนให้บรรดา นักลงทุนขยายการเพาะปลูก ปัจจุบัน มีสองบริษัทที่เป็นผู้ปลูกและส่งออก กล้วยหอมจากจังหวัดกัมปอตไปยังต่าง ประเทศ คือ Longmate Agriculture ซึ่งเป็นบริษัทร่วมทุนระหว่างจีน-กัมพูชา อีกทั้งเป็นผู้เล่นรายใหญ่ในธุรกิจกล้วยหอม และ World Tristar ด้วยผลผลิตของทั้งสองบริษัท ทำให้กัมปอตส่งออกกล้วยหอม ประมาณ 200,000 ตันต่อปี และสร้างงาน ให้กับผู้คนในท้องถิ่นมากกว่า 2,000 คน โดยกล้วยหอมของกัมปอตเป็นหนึ่งใน สินค้าเกษตรที่มีศักยภาพของจังหวัด และ ไม่เพียงตอบสนองความมั่นคงด้านอาหาร และการส่งออกในท้องถิ่นเท่านั้น แต่ยัง ดึงดูดนักท่องเที่ยวมายังจังหวัดอีกด้วย

นอกจากนี้ แม้ว่าจะมีการปลูกกล้วย หอมอยู่ทั่วราชอาณาจักร แต่กล้วยหอม

ส่วนใหญ่ได้รับน้ำจากแม่น้ำโขงและแม่น้ำ สาขาน้ำเพื่อใช้ในการเพาะปลูก แต่ในกัมปอต นั้นต่างกัน ผลไม้แสนอร่อยนี้ปลูกโดยใช้ น้ำจืดที่ไหลลงมาจากน้ำตกสู่แปลงเพาะ ปลูก ทำให้กล้วยหอมจากกัมปอตมีรสชาติ อร่อย รวมถึงมีกลิ่นหอมและมีรสชาติที่ แตกต่างจากที่อื่นอย่างชัดเจน

ก่อนที่จะมีการเพาะปลูกกล้วยหอม ชาวบ้านส่วนใหญ่ในจังหวัดกัมปอต ประกอบอาชีพทำนา บ้างก็ตัดไม้และ เก็บหาของป่าในป่าชุมชนใกล้หมู่บ้าน เพื่อหาเลี้ยงชีพ แต่พอมีการเพาะปลูก กล้วยหอม ชาวบ้านก็ต่างหันมาทำงาน ในสวน และสามารถทำรายได้ที่มั่นคงขึ้น เพื่อเลี้ยงครอบครัว

จากข้อมูลของกรมวิชาการเกษตร ป่าไม้ และการประมงจังหวัดกัมปอต ระบุว่า มีการปลูกกล้วยหอมครั้งแรก ในปี 2561 บนพื้นที่ 411 เฮกตาร์ จากนั้น ก็เพิ่มขึ้นเป็น 1,063 เฮกตาร์ โดยปัจจุบัน พื้นที่เก็บเกี่ยวผลผลิตครอบคลุมพื้นที่ 662 เฮกตาร์ ให้ผลผลิต 43 ตันต่อเฮกตาร์ อีกทั้งการมีสิทธิพิเศษในการส่งออก สินค้าเกษตรไปจีน ยังช่วยดึงดูดนักลงทุน ต่างประเทศ ให้เข้าไปเพาะปลูกกล้วยหอม ในกัมปอตมากขึ้นอีกด้วย

นาย Mao Thonin ผู้ว่าราชการ จังหวัดกัมปอต ได้สนับสนุนให้นักท่องเที่ยว โดยเฉพาะนักท่องเที่ยวในประเทศแวะ เยี่ยมชมแปลงเพาะปลูกและขอให้ทั้งสอง บริษัทขยายการเพาะปลูกเพื่อให้ความเป็น อยู่ของประชากรและรายได้ของประเทศ ดีขึ้น โดยมองว่าการขยายพื้นที่ปลูกกล้วย หอมในจังหวัดกัมปอตจะช่วยส่งเสริม เศรษฐกิจในท้องถิ่น เพิ่มรายได้ให้กับ ชุมชนท้องถิ่น ซึ่งจะทำให้ชีวิตประจำวัน ของประชากรในจังหวัดดีขึ้น 🌱

ที่มา :

- <https://www.phnompenhpost.com/national/kampot-governor-lauds-battlefield-transformed-banana-plantation>
- <https://www.khmertimeskh.com/501241501/kampot-contributes-50-of-banana-exports/>
- https://en.wikipedia.org/wiki/Battle_of_Kampot



'Loi Tuan Ee' ชายผู้ยอม
ละทิ้งหน้าที่การงานที่ดี พร้อมเงิน
เดือนที่สูง เพื่อเดินตามฝันเริ่มต้น
ธุรกิจ 'ฟาร์มโคนม' ของตัวเอง
ในวัยกลางคนวันนั้น ใครๆต่างมอง
ว่าเขานั้น 'บ้า' แต่ในวันนี้ บริษัท
'The Holstein Milk' และแบรนด์
'Farm Fresh' ของเขา กลับประสบ
ความสำเร็จแบบไม่มีใครคาดคิด

'Loi Tuan Ee'
จากมนุษย์เงินเดือน
สู่มหาเศรษฐีอาณาจักร
ฟาร์มโคนมมาเลเซีย

Loi Tuan Ee นักธุรกิจวัย 60 ปี เพิ่งได้รับการจัดอันดับ 1 ใน 50 บุคคลที่ร่ำรวยสุดในมาเลเซียจากนิตยสาร Forbes โดยรั้งอันดับที่ 43 ด้วยทรัพย์สินมูลค่า 380 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ เขาดำเนินธุรกิจเกี่ยวกับฟาร์มโคนม และผลิตภัณฑ์นมที่มีส่วนแบ่งการตลาดมากที่สุดในมาเลเซีย

ปัจจุบัน นอกจากฟาร์มนำร่องในกัมปง มาไว รัฐยะโฮร์แล้ว Farm Fresh ยังมีฟาร์มอีก 4 แห่งในเดซารู รัฐยะโฮร์, รัฐปะหัง, รัฐเปรัก และรัฐสลังงอร์ รวมถึงอีก 1 ฟาร์มในออสเตรเลีย โดยไม่นานมานี้ บริษัทของเขาสามารถระดมทุนจากการขายหุ้นมูลค่า 238 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ และได้จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์มาเลเซีย

แต่กว่าจะมาถึงจุดนี้ ไม่ใช่เรื่องง่ายเลยสำหรับ Loi เพราะมันคือความเสี่ยง และเป็นการวางเดิมพันชีวิตเลยทีเดียว ได้ เดิมทีเขาเป็นมนุษย์เงินเดือนทั่วไปที่เคยร่วมงานกับบริษัทยักษ์ใหญ่อย่าง Sony และ Panasonic รวมถึงการเป็นผู้บริหารบริษัทผลิตบรรจุภัณฑ์อาหาร ซึ่งเจริญรุ่งเรืองในหน้าที่การงานอย่างมาก โดยมีรายได้ประมาณ 5 แสนริงกิตต่อปี หรือราว 4 ล้านบาท แต่เมื่อถึงจุดอิ่มตัว ในปี 2548 เขาจึงตัดสินใจลาออก ทั้งรายได้ก้อนใหญ่ และมุ่งมั่นสู่เส้นทางธุรกิจการเกษตรและฟาร์มโคนมท่ามกลางเสียงคัดค้านจากคนรอบตัว ซึ่งทุกคนต่างพูดเป็นเสียงเดียวกันว่าเขาบ้าไปแล้ว โดยเหตุผลที่เขาเลือกที่จะทำธุรกิจเกี่ยวกับการเกษตร ส่วนหนึ่งเป็นเพราะความชอบส่วนตัว แต่อีกส่วนก็เพราะทั้งพ่อและแม่ของเขาเป็นชาวสวนกริตยางและปลูกมันสำปะหลัง

หลังจากตัดสินใจแน่วแน่แล้ว Loi ก็มุ่งมั่นตั้งใจเดินหน้าต่อ โดยในปี 2549 ได้ลงทุนซื้อที่ดินในรัฐยะโฮร์ขนาด 500 เอเคอร์เพื่อมาทำฟาร์ม ซึ่งพื้นที่แถบนั้นยังห่างไกลความเจริญและเป็นป่ารก จากนั้นได้นำเข้าโคนมพันธุ์ Holstein Jersey จำนวน 60 ตัวมาจากออสเตรเลีย โดยในช่วงแรกมีปัญหาเกิดขึ้นมากมาย ทั้งแมวไม่คุ้นชินกับสภาพอากาศในมาเลเซีย ทำให้ผลิตน้ำนมได้ต่ำกว่าที่ควร รวมถึงบรรดาธนาคารต่างๆ ไม่ยอมปล่อยสินเชื่อ

อย่างไรก็ตาม Loi ไม่ย่อท้อและได้ก่อตั้งบริษัท The Holstein Milk และแบรนด์ผลิตภัณฑ์นม Farm Fresh ขึ้นมาในปี 2551 ตั้งแต่นั้นมา Farm Fresh ก็กลายเป็นแบรนด์ที่อยู่คู่ครัวเรือนในมาเลเซีย รวมถึงในประเทศเพื่อนบ้าน เช่น สิงคโปร์ และบรูไน จนเมื่อปี 2555 ธุรกิจของเขาก็พุ่งทะยานไม่หยุด ด้วยความโชคดีของเขาด้วยที่ในช่วงเวลานั้นเป็นช่วงที่รัฐบาลมาเลเซียกำลังส่งเสริมธุรกิจภาคการเกษตร เขาจึงได้รับเงินอัดฉีดจากกองทุนความมั่งคั่งแห่งชาติ Khazanah Nasional เป็นจำนวนมาก

ด้วยการสนับสนุนทางการเงินบริษัท Holstein Milk ของ wLoi สามารถเติบโตเป็นทวีคูณ รายได้ที่เคยทำได้ปีละ 9 ล้านริงกิต หรือราว 70 ล้านบาท หลังจากนั้น 9 ปีถัดมาก็กลายเป็น 9 ล้านริงกิต

ต่อสัปดาห์ และจำนวนโคนมก็เพิ่มเป็นร้อยเท่า จาก 60 ตัวเป็น 6,000 กว่าตัว โดยผลิตภัณฑ์ของ Farm Fresh ได้รับความนิยมไปทั่วประเทศ ตามรายงานปี 2562 ของ AC Nielsen ระบุว่า Farm Fresh มีส่วนแบ่งการตลาดนมสดมากที่สุดในมาเลเซีย และบริษัทมั่นใจว่าผลิตภัณฑ์จากนมสดของ Farm Fresh สามารถแทนที่ผลิตภัณฑ์นมผงหรือนมคั้นรูปจากออสเตรเลีย ซึ่งครองตลาดนมในภูมิภาคได้

ด้านการส่งออก นอกจากจำหน่ายในตลาดมาเลเซียแล้ว สิงคโปร์เป็นตลาดที่ใหญ่ที่สุดของบริษัท สาเหตุหลักมาจากความใกล้ชิดทางภูมิศาสตร์กับฟาร์มของบริษัทในรัฐยะโฮร์ นอกจากนี้ยังส่งออกไปยังบรูไน และมีแผนจะขยายตลาดไปยังอินโดนีเซีย และฟิลิปปินส์ ซึ่งทั้งสองประเทศมีเศรษฐกิจที่กำลังพัฒนาอย่างรวดเร็วและมีประชากรจำนวนมาก โดยเบื้องต้นจะเน้นพื้นที่ในกรุงจาการ์ตาและกรุงมะนิลา

ในช่วงสถานการณ์การระบาดของโรคโควิด 19 ที่ผ่านมารัฐกิจอื่นๆ ต่างได้รับผลกระทบ โรงงานต่างปิดตัวลง การผลิตในหลายอุตสาหกรรมของมาเลเซียต้องหยุดชะงัก เนื่องจากคำสั่งควบคุมการเคลื่อนย้าย แต่ Farm Fresh ยังคงดำเนินการต่อไป เนื่องจากนมถือว่าเป็นสินค้าที่จำเป็นในชีวิตประจำวัน โดยทางบริษัทมีมาตรการป้องกันล่วงหน้าโดยได้จัดสรรที่พักอาศัยและอาหารให้คนงานโดยไม่ต้องออกไปข้างนอกเพื่อลดการแพร่ระบาดของโรค ทำให้ไม่มีคนงานติดเชื้อโรคโควิด 19

Farm Fresh ถือเป็นแบรนด์ผลิตภัณฑ์นมจากท้องถิ่นที่สามารถก้าวขึ้นมาอยู่อันดับต้นๆ ทัดเทียมแบรนด์ระดับโลกอย่าง Nestle และ Dutch Lady ที่เป็นแบรนด์ยอดฮิตในมาเลเซียมายาวนาน จากข้อมูลของ New Straits Times ระบุว่า 9 เดือนแรกของปี 2564 Farm Fresh มีส่วนแบ่งการตลาดถึง 42% สำหรับนมพร้อมดื่มแช่เย็น นอกจากนี้ Farm Fresh ยังคงพัฒนาผลิตภัณฑ์อย่างต่อเนื่องเพื่อตอบสนองความต้องการของตลาด โดยการเพิ่มผลิตภัณฑ์นมจากพืช เช่นนมอัลมอนด์นมข้าวโอ๊ตและนมถั่วเหลือง

เบื้องหลังความสำเร็จของ Farm Fresh มาจากหลายปัจจัย ทั้งการแบกรับความเสี่ยงครั้งใหญ่ในช่วงเริ่มต้น ประกอบกับความหลงใหลในการเกษตร และการใช้ประโยชน์จากศักยภาพในอุตสาหกรรมนมในท้องถิ่น รวมถึงการเชื่อในสัญชาตญาณและศักยภาพของตัวเอง มุ่งมั่นในการทำตามความฝัน ดังนั้นในช่วงเวลาไม่ถึง 20 ปี Loi Tuan Ee จึงได้ก้าวขึ้นมาเป็นเจ้าของฟาร์มโคนมที่ใหญ่ที่สุดของประเทศ และติดอันดับมหาเศรษฐีของมาเลเซีย 🍌

ที่มา : • <https://www.channelnewsasia.com/asia/malaysia-farm-fresh-founder-milk-empire-johor-2228266>
• <https://vulcanpost.com/790800/farm-fresh-dairy-milk-malaysia-founder-history/>
• <https://www.forbes.com/profile/loi-tuan-ee/?sh=563e46114aec>

ท่องเที่ยวสุดประหยัด ใน 4 ประเทศอาเซียน

มาถึงตอนนี้ นักท่องเที่ยวจากทั่วโลกก็พร้อมที่จะบินลัดฟ้ากลับมาท่องเที่ยวอีกครั้งแล้ว แต่ค่าใช้จ่ายที่เกี่ยวกับการเดินทางระหว่างประเทศกลับพุ่งสูงขึ้นอย่างมาก โดยเฉพาะในยุโรปหรือแถบแคริบเบียนที่มีราคาแพงเกินไป จนอาจจะไม่ใช่จุดหมายปลายทางสำหรับคนที่เน้นท่องเที่ยวแบบประหยัดอีกแล้ว

โชคดีที่ภูมิภาค 'เอเชียตะวันออกเฉียงใต้' ยังคงเป็นจุดหมายปลายทางที่มีราคาถูกอยู่ ต้องขอบคุณเงินดอลลาร์สหรัฐที่แข็งค่าขึ้นและสิ่งอำนวยความสะดวกที่หรูหราแต่ยังมีราคาประหยัดต่างๆ ที่ทำให้ชาวต่างชาติหลายคนสามารถดื่มด่ำกับกำลังซื้อและคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้นได้ แต่ถ้าถามว่า 'ชาติไหนในอาเซียนที่ประหยัดที่สุด'? ก็คงไม่พ้น 4 ประเทศนี้ ที่จะช่วยให้นักท่องเที่ยวประหยัดเงินได้มากที่สุดอย่างแน่นอน



เวียดนาม

ถ้าต้องการความรู้สึกเหมือนอยู่ในเทพนิยายก็ต้องไปเยือนชนบทของเวียดนาม ซึ่งนับว่ามีภูมิประเทศที่น่าประทับใจที่สุดในภูมิภาค แคมป์อาหารในเวียดนามก็ช่วยให้สบายกระเป๋ามากด้วย

ค่าใช้จ่ายคร่าวๆ (อ้างอิงจากนครโฮจิมินห์)



ค่าอาหารเย็น (สำหรับ 1 คน)

- แบบประหยัด: 5 ดอลลาร์สหรัฐ
- แบบ Fine Dining: 20-30 ดอลลาร์สหรัฐ



ค่ากาแฟ 0.75 ดอลลาร์สหรัฐ

ค่าโรงแรม



- โฮสเทล: 10 ดอลลาร์สหรัฐต่อคืน
- โรงแรมระดับกลาง: 20 ดอลลาร์สหรัฐต่อคืน
- โรงแรม 5 ดาว: 100 ดอลลาร์สหรัฐต่อคืน



กัมพูชา

เป็นหนึ่งในจุดหมายปลายทางที่ดีที่สุดในโลกสำหรับนักท่องเที่ยวที่มีงบจำกัด ด้วยผู้คนที่เป็นมิตรและวิวทิวทัศน์ที่ทำให้แทบหยุดหายใจ ทำให้นักท่องเที่ยวสามารถสำรวจสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ ได้ง่าย ๆ ตั้งแต่โบราณสถานไปจนถึงหมู่บ้านลอยน้ำอย่างหมู่บ้าน Kampong Phluk

ค่าใช้จ่ายคร่าวๆ (อ้างอิงจากเมืองเสียมราฐ)



ค่าอาหารเย็น (สำหรับ 1 คน)

- แบบประหยัด: 5 ดอลลาร์สหรัฐ
- แบบ Fine Dining: 20 ดอลลาร์สหรัฐ



ค่ากาแฟ 1.30 ดอลลาร์สหรัฐ


ค่าโรงแรม



- โฮสเทล: 7 ดอลลาร์สหรัฐต่อคืน
- โรงแรมระดับกลาง: 25 ดอลลาร์สหรัฐต่อคืน
- โรงแรม 5 ดาว: 50 ดอลลาร์สหรัฐต่อคืน






ที่มา : 4 of the Cheapest Countries in Southeast Asia for Travelers on a Budget, Vinicius Costa, Travel off Path




ไทย

แน่นอนว่าคงไม่พูดถึงประเทศไทยของเราไม่ได้ เพราะว่า เป็นจุดหมายปลายทางราคาประหยัดที่สมบูรณ์แบบที่สุดแห่งหนึ่งในเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ ไม่ว่าจะเป็นชายหาดแสนสวย โบราณสถาน การท่องเที่ยวยามค่ำคืนที่น่าตื่นตาตื่นใจ ล้วนแล้วแต่หาได้ครบจบในไทยเพียงที่เดียว

ค่าใช้จ่ายคร่าวๆ (อ้างอิงจากกรุงเทพฯ)




	<p>ค่าอาหารเย็น (สำหรับ 1 คน)</p> <ul style="list-style-type: none"> • แบบประหยัด: 7 ดอลลาร์สหรัฐ • แบบ Fine Dining: 20-40 ดอลลาร์สหรัฐ
	<p>ค่ากาแฟ 2 ดอลลาร์สหรัฐ</p>
	<p>ค่าโรงแรม</p> <ul style="list-style-type: none"> • โฮสเทล: 10 ดอลลาร์สหรัฐต่อคืน • โรงแรมระดับกลาง: 30 ดอลลาร์สหรัฐต่อคืน • โรงแรม 5 ดาว: 100 ดอลลาร์สหรัฐต่อคืน



อินโดนีเซีย

ที่ตั้งของเกาะแก่งอันงดงามอย่างบาหลีและชวา ขึ้นชื่อเรื่องหาดทราย น้ำทะเลสีเทอร์ควอยซ์ และวัฒนธรรมที่เป็นกันเอง รวมถึงเมืองที่เต็มไปด้วยการค้าการขายและสถานที่ที่น่าสนใจต่างๆ ซึ่งมีกรุงจาการ์ตาและยกยาการ์ตาเป็นเมืองยอดฮิตของคู่รัก

ค่าใช้จ่ายคร่าวๆ (อ้างอิงจากบาหลีที่แพงที่สุดในอินโดนีเซีย)

	<p>ค่าอาหารเย็น (สำหรับ 1 คน)</p> <ul style="list-style-type: none"> • แบบประหยัด: 3 ดอลลาร์สหรัฐ • แบบ Fine Dining: 20 ดอลลาร์สหรัฐ
	<p>ค่ากาแฟ 1 ดอลลาร์สหรัฐ</p>
	<p>ค่าโรงแรม</p> <ul style="list-style-type: none"> • โฮสเทล: 30 ดอลลาร์สหรัฐต่อคืน • โรงแรมระดับกลาง: 70 ดอลลาร์สหรัฐต่อคืน • โรงแรม 5 ดาว: 100-200 ดอลลาร์สหรัฐต่อคืน



AEC CONNECT

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