



FIRST ISSUE: JANUARY – MARCH 2015



Bangkok Bank
AEC Business Forum

2015

YEAR OF AEC



EDITOR'S TALK:

คุยกับบรรณาธิการ



สวัสดีครับ ในนามของฝ่ายกิจการธนาคารต่างประเทศ ธนาคารกรุงเทพ ผมขอเริ่มต้นด้วยการกล่าวคำว่า “สวัสดี” กับท่านผู้อ่าน AEC Connect Newsletter ฉบับปฐมฤกษ์ ที่อยู่ในมือของท่านในขณะนี้ ซึ่งจัดทำขึ้นเป็นจดหมายข่าวราย 3 เดือน เพื่อเป็นช่องทางใหม่ของธนาคาร ในการสื่อสารเผยแพร่ข่าวสารและสาระความรู้ที่เกี่ยวกับประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน โดยเฉพาะมุมมองทางเศรษฐกิจและโอกาสทางธุรกิจที่เป็นประโยชน์ต่อผู้ประกอบการ นักลงทุนและผู้สนใจโดยทั่วไป รวมทั้งยังใช้ประชาสัมพันธ์ผลงานและกิจกรรมของธนาคารทั้งในประเทศ รอบรั้วประเทศเพื่อนบ้านอาเซียนและเอเชีย เพื่อให้ท่านผู้อ่านได้รู้จักธนาคารกรุงเทพมากยิ่งขึ้น

ผมจึงหวังว่า AEC Connect Newsletter จะสร้างประโยชน์ให้กับผู้อ่านไม่มากนักน้อย และคงจะทำให้ท่านรู้จักภูมิภาคอาเซียน เอเชีย รวมถึงธนาคารกรุงเทพมากยิ่งขึ้น

ทีมบรรณาธิการ

ไชยฤทธิ์ อนุธิตวรวงศ์
กอบศักดิ์ ภูตระกูล

ธนาคารกรุงเทพกับ

2558
ปีแห่ง AEC



ปี 2558 ถือเป็นปีแห่ง AEC ที่อีกเพียงไม่กี่เดือน 10 ประเทศของอาเซียนของเราจะมารวมตัวกันเป็นหนึ่งเดียว ในทางการค้า การผลิต การลงทุน เป็นประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน ที่จะส่งผลกระทบต่อไทยอย่างมีนัยยะ โดยจะเปลี่ยนแปลงภูมิทัศน์เศรษฐกิจหรือ Business Landscape ครั้งสำคัญ ที่จะส่งผลกระทบต่อธุรกิจทั้งภูมิภาค

สิ่งที่น่าสนใจก็คือ การที่ประเทศในอาเซียนจะรวมเป็นตลาดเดียวและเป็นฐานการผลิตเดียว กำลังเกิดขึ้นไปพร้อมๆ กับการที่เอเชียกำลังก้าวขึ้นเป็นผู้นำและเป็นศูนย์กลางของการขับเคลื่อนเศรษฐกิจโลก ดังที่หลายท่านคงเคยได้ยินว่า ทศวรรษนี้คือทศวรรษของเอเชีย โดยศูนย์กลางการพัฒนาตั้งกล่าวกำลังเคลื่อนตัวจากเอเชียตอนเหนือมาสู่เอเชียตอนใต้ จากญี่ปุ่น เกาหลี ไต้หวัน ฮองกง และจีน ซึ่งธนาคารกรุงเทพมีสาขาเกือบครบทุกประเทศ ยกเว้นเกาหลี ลงมายังพื้นที่ตอนล่าง โดยเฉพาะอาเซียนของเรา ซึ่งได้แรงหนุนเสริมจากรัฐบาล

คุณชาติศิริ โสภณพนิช
กรรมการผู้จัดการใหญ่
ธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน)





จีนที่เล็งเห็นถึงความสำคัญในเรื่องนี้ และได้พยายามพัฒนาโครงข่ายคมนาคมเชื่อมโยงจีนเข้าสู่อาเซียน โดยเฉพาะจีนตะวันตกจากคุนหมิง เข้าสู่ทางตอนเหนือของไทยผ่านเส้นทางทาง R3 และจีนตะวันออกจากหนานนิง เข้าสู่ทางตะวันออกเฉียงเหนือของไทยผ่านเส้นทาง R8 R9 และ R12 พร้อมล่าสุด ได้ประกาศเส้นทางสายไหมใหม่ทางทะเล หรือ New Maritime Silk Road ที่จะผูกสัมพันธ์ของสองพื้นที่ โยงเข้าด้วยกัน กลายเป็นส่วนหนึ่งของห่วงโซ่การผลิตของเอเชีย ซึ่งจะขยายระดับอาเซียนขึ้นไปอีกระดับหนึ่ง

ด้วยเหตุนี้ นักลงทุนจากทุกประเทศ โดยเฉพาะบริษัทขนาดใหญ่ กลาง เล็ก ของเอเชียเหนือ ต่างก็สนใจที่จะเข้ามาจับจอง ลงทุนเพื่อสร้างฐานการผลิตในอาเซียน พยายามแสวงหามองหาโอกาสในการเข้ามาลงทุนทำธุรกิจในภูมิภาคนี้อย่างไม่ขาดสาย

นี่จึงเป็นโอกาสสำคัญของธนาคารกรุงเทพ เพราะเราเป็นธนาคารเดียวในไทยที่พร้อมที่สุดสำหรับการทำธุรกิจในเอเชียและการเกิดขึ้นของ AEC พร้อมทั้งที่สุดที่จะช่วยลูกค้าในทุกระดับตลอด Supply Chain ให้ได้ประโยชน์สูงสุดจากโอกาสทางธุรกิจที่เปิดขึ้น เพื่อช่วยให้ลูกค้าเจริญเติบโตพร้อมรับการแข่งขัน นอกจากนี้ ยังจะช่วยให้เขาพร้อมรับการที่รัฐจะเร่งดำเนินการลงทุนในโครงสร้างพื้นฐานต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็นรถไฟรางคู่ รถไฟความเร็วสูง รถไฟใต้ดิน และทางหลวงต่าง ๆ ที่เชื่อมกันเป็นเส้นทางคมนาคมและขนส่งใหม่ที่เรียกว่า East-West Corridor และ North-South Corridor ซึ่งเครือข่ายเหล่านี้จะทำให้เกิดการเชื่อมโยงระหว่างภูมิภาคอย่างครบวงจร และนำมาซึ่งโอกาสใหม่ ๆ ในเชิงธุรกิจ

แล้วธนาคารกรุงเทพทำอะไรไปบ้างแล้ว สำหรับเรื่องนี้ ในปีที่ผ่านมาเราได้เปิดสาขาใหม่ที่เมืองฉงชิ่ง ซึ่งอยู่ในภาคตะวันตกของจีนที่กำลังเติบโตอย่างรวดเร็ว และสามารถเชื่อมลงมาถึงภาคเหนือของประเทศไทย นอกจากนี้ ธนาคารยังได้

กลับไปเปิดสาขาในพมเปญอีกครั้งหนึ่ง เพื่อรองรับความต้องการของลูกค้าที่เข้าไปลงทุนในกัมพูชาเพื่อขยายฐานการผลิต นอกจากนี้ ในช่วงปี 2558 เราจะเปิดทำการสาขาต่างประเทศเพิ่มขึ้นอีก 3 แห่ง คือ ในเขตเศรษฐกิจพิเศษของเชียงไฮ้ ซึ่งเป็นพื้นที่สำคัญที่ทางการจีนตั้งใจจะใช้ทดลองนโยบายใหม่ๆ ในการเปิดประเทศก่อนนำไปใช้ในพื้นที่อื่นๆ ที่ปากเซ ประเทศลาว และที่ ย่างกุ้ง ประเทศเมียนมาร์ ซึ่งเราเป็นธนาคารไทยแห่งเดียวที่ได้รับอนุญาตให้เข้าไปเตรียมการจัดตั้งสาขานาการในเมียนมาร์ ซึ่งเป็นจุดยุทธศาสตร์สำคัญ ในการทำธุรกิจต่างประเทศของเรา เนื่องจากเมียนมาร์เป็นประเทศที่ใหญ่ มีประชากรประมาณ 60 ล้านคน และเป็นที่น่าสนใจของลูกค้าของธนาคารอย่างยิ่ง ที่ธนาคารสามารถเข้าไปเสริมให้บริการและคำแนะนำแก่เขาในส่วนนี้ ทำให้อาคารกรุงเทพเป็นธนาคารแห่งเดียวในไทย ที่มีสาขาอยู่ใน 9 ของ 10 ประเทศในกลุ่มอาเซียน พร้อมให้บริการกับลูกค้าที่กำลังมองหาโอกาสในการลงทุน การค้าใน AEC อย่างครบถ้วนสมบูรณ์

ทุกครั้งที่เราเปิดสาขาใหม่ ก็จะเป็นโอกาสให้ธนาคารนำลูกค้าไปศึกษาสู่ทางการค้าการลงทุนในประเทศที่สาขาเหล่านั้นตั้งอยู่ โดยการไปดูงานกับธนาคาร ทำให้ลูกค้าได้ประโยชน์หลายอย่าง เช่น ได้สร้างความสัมพันธ์กับลูกค้าท้องถิ่น และพันธมิตรต่างๆ ที่ธนาคารมีอยู่ในประเทศนั้น ๆ ช่วยให้ได้รับทราบข้อมูลโดยตรง ซึ่งสำหรับนักธุรกิจที่ต้องการจะขยายธุรกิจไปยังต่างประเทศ ธนาคารพร้อมแบ่งปันข้อมูล ความรู้ ประสบการณ์ และความสัมพันธ์ที่เราสั่งสมมาจากการดำเนินธุรกิจอยู่ในท้องถิ่น เพื่อช่วยเพิ่มโอกาสในการที่เขายประสบความสำเร็จมากยิ่งขึ้นด้วย

ธนาคารหวังเป็นอย่างยิ่งว่า ในช่วงที่อาเซียนก้าวร่วมนกันเข้าเป็นประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน ธนาคารกรุงเทพของเราจะเป็น **เพื่อนคู่คิด มิตรคู่ AEC** ในการก้าวออกไปทำธุรกิจในภูมิภาคของทุกคน

ECON UPDATE:

จับประเด็นเศรษฐกิจ

ย่างเข้าสู่ปี 2558 อันจะเป็นปีแห่งการรวมตัวเป็นประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน หรือ AEC อย่างเป็นทางการซึ่งจะเริ่มขึ้นในวันที่ 31 ธันวาคม 2558 จึงเป็นที่จับตามองของทุกคนว่าเศรษฐกิจอาเซียนจะเป็นอย่างไร ซึ่งในเบื้องต้นธนาคารเพื่อการพัฒนาแห่งเอเชีย (ADB) คาดว่าเศรษฐกิจอาเซียนโดยรวมยังขยายตัวได้ราวร้อยละ 5.4 ในปี 2558 เพิ่มขึ้นจากที่คาดว่าจะขยายตัวร้อยละ 4.7 ในปี 2557

บรูไน

เศรษฐกิจบรูไนมีแนวโน้มเติบโตใกล้เคียงร้อยละ 1.0 ในปี 2558 เนื่องจากเศรษฐกิจบรูไนพึ่งพาการส่งออกเป็นหลัก และรายได้จากน้ำมันคิดเป็นสัดส่วนสูงถึงร้อยละ 96 ของรายได้จากการส่งออกทั้งหมด ทำให้เศรษฐกิจบรูไนได้รับผลกระทบโดยตรงจากการชะลอตัวของราคาน้ำมันในตลาดโลก อย่างไรก็ตาม คาดว่าจะมีแรงพยุงเศรษฐกิจบางส่วนจากการพัฒนาโครงสร้างเพื่อปฏิรูปการผลิตเพื่อลดการพึ่งพามาตรถพลังงาน

ธุรกิจหลักในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจ: ธุรกิจพลังงาน



อินโดนีเซีย

คาดว่าเศรษฐกิจอินโดนีเซียจะขยายตัวดีขึ้นเป็นร้อยละ 5.5 จากที่คาดว่าจะร้อยละ 5.2 ในปี 2557 โดยแรงขับเคลื่อนสำคัญมาจากเงินลงทุนโดยตรงจากต่างประเทศไหลเข้าเพิ่มขึ้น อย่างไรก็ตาม อินโดนีเซีย



อาจเผชิญแรงกดดันด้านเงินเฟ้อสูงขึ้น หลังจากทางการประกาศลดการอุดหนุนราคาพลังงานในประเทศ ส่งผลให้ราคาน้ำมันปรับสูงขึ้นทันที 30%

ธุรกิจหลักในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจ:

ธุรกิจก่อสร้าง การขนส่ง และโทรคมนาคม

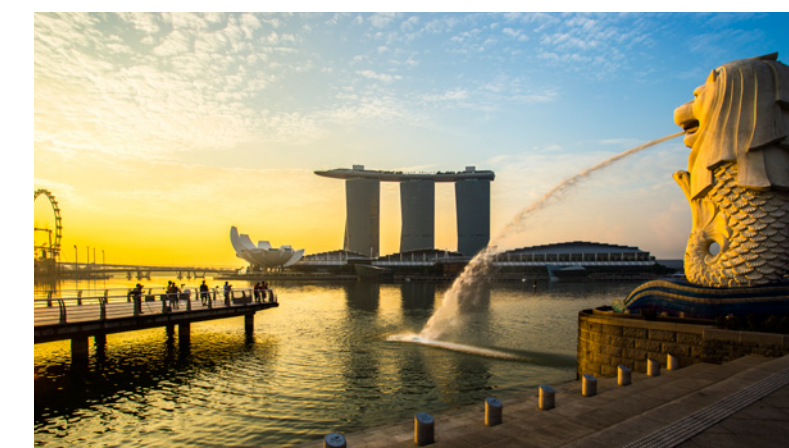
ฟิลิปปินส์

เศรษฐกิจฟิลิปปินส์น่าจะเติบโตราวร้อยละ 6.3 ในปี 2558 ใกล้เคียงอัตราประมาณการของปี 2557 ที่ร้อยละ 6.2 โดยได้รับปัจจัยสนับสนุนจากการใช้จ่ายเพื่อการบริโภคในประเทศที่ขยายตัวตามเงินส่งกลับประเทศที่เพิ่มขึ้น อีกทั้งยังมีเงินลงทุนเพื่อฟื้นฟูความเสียหายจากพายุไต้ฝุ่นที่พัดเข้ามาในปี 2557 และมีแรงกระตุ้นจากการใช้จ่ายเพื่อเตรียมการเลือกตั้งประธานาธิบดีปี 2559 และการลงทุนเพื่อพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานของประเทศ



ธุรกิจหลักในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจ:

ธุรกิจบริการ Business Processing Outsourcing อุตสาหกรรมอิเล็กทรอนิกส์



สิงคโปร์

คาดว่าเศรษฐกิจสิงคโปร์น่าจะเติบโตราวร้อยละ 3.5 ในปี 2558 ใกล้เคียงกับตัวเลขคาดการณ์สำหรับปี 2557 ที่ร้อยละ 3.2 โดยสิงคโปร์น่าจะยังคงได้รับผลกระทบจากการชะลอตัวของเศรษฐกิจจีนและยุโรปอันเป็นคู่ค้าหลัก อย่างไรก็ตาม การใช้จ่ายในประเทศเริ่มฟื้นตัวดีขึ้น ช่วยประคองการขยายตัวได้

ธุรกิจหลักในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจ:

อุตสาหกรรมอิเล็กทรอนิกส์ อุตสาหกรรมพลังงาน ธุรกิจบริการภาคการท่องเที่ยว



กัมพูชา

ในปี 2558 เศรษฐกิจกัมพูชาน่าจะขยายตัวสูงต่อเนื่องราวร้อยละ 7.3 ใกล้เคียงกับปี 2557 โดยคาดว่าจะได้รับอานิสงส์จากการก้าวสู่ AEC ก่อนข้างต้นชัด ผ่านการลงทุนโดยตรงจากต่างประเทศที่เพิ่มขึ้น ทั้งในภาคธุรกิจ (ทั้งอุตสาหกรรม เกษตรกรรม และบริการ) และการลงทุนเพื่อพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน รวมทั้งภาคการท่องเที่ยวของกัมพูชายังเป็นที่สนใจของชาวอาเซียนมากขึ้น

ธุรกิจหลักในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจ:

ธุรกิจเสื้อผ้าสำเร็จรูป ธุรกิจก่อสร้าง ธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ และภาคการท่องเที่ยว



มาเลเซีย

เศรษฐกิจมาเลเซียปี 2558 น่าจะขยายตัวราวร้อยละ 5.2 ชะลอลงเล็กน้อยจากตัวเลขประมาณการที่ร้อยละ 5.9 ในปี 2557 เนื่องจากการชะลอตัวด้านการลงทุนและการส่งออกที่น่าจะชะลอตัวตามแนวโน้มเศรษฐกิจจีนและสิงคโปร์ อันเป็นคู่ค้าอันดับ 1 และ 2 ของมาเลเซีย

ธุรกิจหลักในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจ:

อุตสาหกรรมอิเล็กทรอนิกส์ อุตสาหกรรมปิโตรเคมี ธุรกิจปาล์มน้ำมัน ธุรกิจบริการ

ไทย

คาดว่าเศรษฐกิจไทยปี 2558 จะขยายตัวราวร้อยละ 3.0-4.0 เพิ่มขึ้นจากคาดการณ์ราวร้อยละ 0.7 ในปี 2557 ด้วยแรงขับเคลื่อนจากการบริโภคและลงทุนในประเทศ โดยเฉพาะการผลักดันการลงทุนจากภาครัฐ ในโครงการสาธารณูปโภคพื้นฐาน ประกอบกับประชาชนเริ่มกลับมาใช้จ่ายเพื่อการบริโภค

สาขาธุรกิจที่เป็นแรงขับเคลื่อนสำคัญ:

ธุรกิจก่อสร้าง อุตสาหกรรมวัสดุก่อสร้าง อุตสาหกรรมยานยนต์ อุตสาหกรรมอาหาร และภาคการท่องเที่ยว



เมียนมาร์

เศรษฐกิจเมียนมาร์มีแนวโน้มเติบโตสูงต่อเนื่องราวร้อยละ 8.5 เท่ากับที่ประมาณการไว้สำหรับปี 2557 เนื่องจากเมียนมาร์อยู่ระหว่างการเร่งพัฒนาประเทศรอบด้าน ทั้งด้านโครงสร้างพื้นฐาน สาธารณูปโภคพื้นฐาน การยกระดับภาคการผลิตของประเทศเพื่อทดแทนการนำเข้า อีกทั้งยังมีรายได้จากภาคการท่องเที่ยวที่เพิ่มขึ้นโดดเด่นนับตั้งแต่เปิดประเทศ

ธุรกิจหลักในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจ:

ธุรกิจพลังงาน ภาคการท่องเที่ยว ธุรกิจเกษตรและแปรรูปทางการเกษตร

เวียดนาม



เศรษฐกิจเวียดนามมีแนวโน้มเติบโตในระดับใกล้เคียงกับปี 2557 ที่ร้อยละ 5.6 โดยคาดว่าจะได้อานิสงส์จากการฟื้นตัวอย่างต่อเนื่องของเศรษฐกิจโลกและปรคองการเติบโตของภาคส่งออก นอกจากนี้ คาดว่าจะมีการขยายการลงทุนเพิ่มขึ้นเพื่อขยายฐานการผลิตรองรับ AEC และได้แรงหนุนจากยุทธศาสตร์ขับเคลื่อน 4 อุตสาหกรรมหลักคือ อิเล็กทรอนิกส์ เครื่องจักรกล การเกษตร การแปรรูปเกษตรและประมง และอุตสาหกรรมอนุรักษษ์สิ่งแวดล้อมและพลังงาน

ธุรกิจหลักในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจ:

อุตสาหกรรมอิเล็กทรอนิกส์ อุตสาหกรรมเสื้อผ้าสำเร็จรูป อุตสาหกรรมรองเท้า ธุรกิจเกษตรและประมง



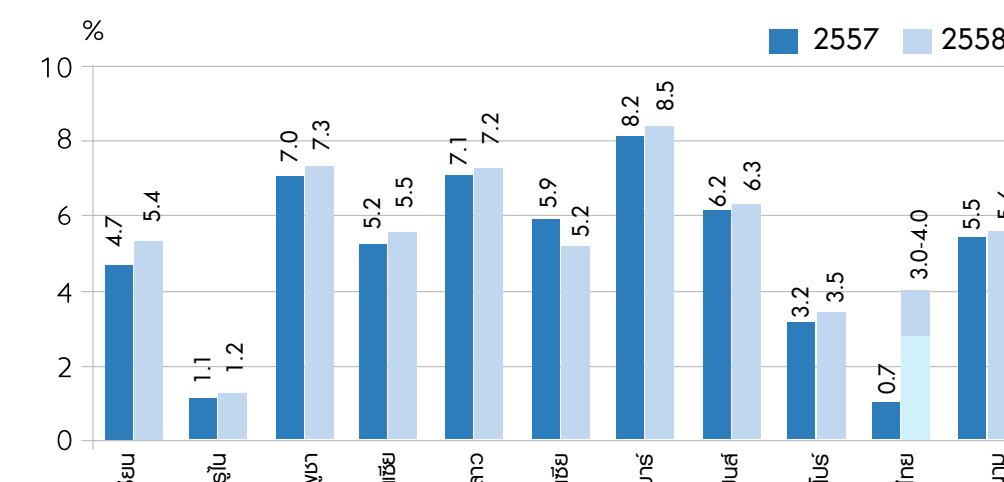
สปป.ลาว

เศรษฐกิจ สปป.ลาว ขยายตัวต่อเนื่องในระดับร้อยละ 7.2 โดยคาดว่าจะการลงทุนโดยตรงจากต่างประเทศจะเพิ่มขึ้นต่อเนื่อง รายได้จากภาคการท่องเที่ยวเพิ่มขึ้น และมีรายได้จากการส่งออกกระแสไฟฟ้ามายังไทย

ธุรกิจหลักในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจ:

ภาคการท่องเที่ยว ธุรกิจพลังงาน และธุรกิจเกษตรและแปรรูปทางการเกษตร

อัตราขยายตัวทางเศรษฐกิจของประเทศอาเซียน (GDP Growth),%



ที่มา: ADB, IMF ประมาณการโดยธนาคารกรุงทพ

ECON TALK:



คุยเฟื่องเรื่อง AEC

สำหรับ AEC Connect Newsletter ในฉบับ
ปัจจุบันนี้ จะประดับคอสมัน Econ Talk ด้วยมุมมอง
ต่อเศรษฐกิจไทยและอาเซียน หลังเปิดประชาคม
เศรษฐกิจอาเซียน หรือ เออีซี ในปลายปี 2558 จาก
นักเศรษฐศาสตร์ผู้เชี่ยวชาญด้านการเงินและตลาดทุน
ดร. กอบศักดิ์ ภูตระกูล

Q: ดร.กอบศักดิ์คะ สำหรับการเปิดเออีซี ในปลายปีนี้ ดร. มีทัศนะอย่างไร และคิดว่า
ว่าจะส่งผลกระทบต่อเศรษฐกิจและรูปแบบการค้าขายของทั้งประเทศไทยเองและ
อาเซียนอย่างไรบ้างคะ?

A: จนถึงตอนนี้ การเปิดเออีซีในช่วงปลายปีนั้น มีความคิดที่แตกต่างกันอยู่ 2 กลุ่ม

กลุ่มแรก: คิดว่ามีผลกระทบและจะเกิดการเปลี่ยนแปลงมาก ต้องเตรียมความพร้อมรับมือ
อย่างจริงจัง

กลุ่มที่สอง: คิดว่าจะมีการเปลี่ยนแปลงหรือผลกระทบไม่มากนัก เพราะข้อตกลงโดยเฉพาะ
ในเรื่องของการเปิดเสรีทางการค้าได้บรรลุไปหมดแล้ว โดยภาษ้นำเข้าส่งออกจะต่างกันไม่ได้
ปรับลดเป็นศูนย์แล้วตั้งแต่เมื่อ 4-5 ปีที่ผ่านมา จะมีก็แต่กลุ่ม CLMV (กัมพูชา สปป.ลาว
เมียนมาร์และเวียดนาม) ที่กำลังจะทยอยปรับลดจนครบ แต่ก็ได้มีผลกระทบมาก เพราะ
กลุ่มใหญ่และมูลค่าการค้าของประเทศเหล่านี้รวมกันก็ไม่ได้สูงมากนัก ในขณะที่การเปิด
เสรีภาคบริการ ก็น่าจะยังไม่มีความคืบหน้าเท่าไรนัก ปลายปีจึงไม่น่าจะมีความเปลี่ยนแปลง
ใดๆ มากนัก

อย่างไรก็ตาม ผมกลับเห็นว่าผลกระทบที่จะเกิดขึ้นนั้น ต้องมีอย่างแน่นอน แต่ไม่ได้มาจากการ
การค้า การลงทุนหรือข้อตกลงทางการลงทุนโดยตรง แต่กลับมาจากการเชื่อมโยงเส้นทางการ
ค้า ผ่านโครงข่ายสาธารณูปโภคและเส้นทางคมนาคมใหม่ๆ ที่เกิดขึ้นแล้วและกำลังจะเกิด
ขึ้นเพิ่มเติม ซึ่งจะเชื่อมโยงทะเลหลวงพรมแดนระหว่างประเทศอย่างไม่เคยปรากฏขึ้นมา
ก่อน ยกตัวอย่าง สปป. ลาว ที่สามารถพลิกข้อจำกัด จากที่เคยได้ชื่อว่าเป็นประเทศที่ไม่ติด
ทะเล หรือ Land Lock ให้มีโอกาสกลายเป็น Land Link เชื่อมโยงคมนาคมและเศรษฐกิจ
กับประเทศเพื่อนบ้านในกลุ่มแม่น้ำโขงมากที่สุดทั้ง 5 ประเทศ หรือแม้กระทั่งจังหวัดต่างๆ
ที่เคยอยู่ติดชายแดนและมีความกันดาร เพราะห่างไกลจากเมืองหลวง ในวันนี้ ก็มีการ
ตัดเส้นทางหลวงเชื่อมโยงชายแดนกับประเทศเพื่อนบ้านเกิดขึ้นหลายต่อหลายสาย ไม่ว่าจะเป็น
สายสระแก้ว - อรัญประเทศ ชายแดนไทย-กัมพูชา ที่จะเชื่อมตรงไปถึงกรุงเทพมหานครของกัมพูชา
หรือเส้นทางจากแม่สอด ที่จังหวัดตาก ผ่านเมียวตี กอกะเร็กและท่าตอน ไปจนถึงกรุงย่างกุ้ง
ของสาธารณรัฐแห่งสหภาพเมียนมาร์ ด้วยความยาว 198 กม. ที่กำลังดำเนินการก่อสร้างอยู่
และสะพานเชื่อมระหว่างประเทศอีกหลายแห่ง เช่น สะพานที่แม่สอด ซึ่งจะสามารถทำให้
รถบรรทุกขนาดใหญ่สามารถแล่นผ่านได้ ซึ่งการเชื่อมโยงเส้นทางคมนาคมเหล่านี้คือ
ที่จะทำให้บริบทและรูปแบบทางการค้าเปลี่ยนไป มีโอกาสทางการค้าใหม่ๆ รวมไปถึง
โอกาสทางด้านการท่องเที่ยวที่จะเกิดขึ้นได้ตลอดเส้นทาง นี้แหละ คือ การเปลี่ยนแปลงที่
แท้จริงของการเป็นประชาคมอาเซียน ที่คนในกลุ่มที่สองอาจจะไม่ได้คำนึงถึงมากนัก นอกจาก
นี้ ประเทศไทยเองก็กำลังจะทำข้อตกลงการค้าเสรี (Free Trade Agreement: FTA)

Q: สุดท้ายแล้ว ดร.กอบศักดิ์อยากจะทำอย่างไรหรือฝากข้อคิดอะไรให้กับผู้อ่าน
เกี่ยวกับการเปิดเออีซี บ้างคะ?

A: ผมอยากจะทำให้ทุกท่านมองว่า การเข้าสู่การเป็นประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน
ในวันที่ 31 ธันวาคมที่จะถึงนี้ เปรียบเสมือนการแต่งงาน มันเป็นภาพแห่งวันประวัติศาสตร์
ของประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนของเรา อย่างไรก็ตามก็เป็นเพียงแค่จุดเริ่มต้น
ของชีวิตคู่เท่านั้น การอยู่ร่วมกันอย่างมีความสุขและการพัฒนาความสัมพันธ์ให้ใกล้ชิด
กันยิ่งขึ้นเป็นหนึ่งในเรื่องเดียวกันมากขึ้นตลอดระยะเวลาที่เหลือหลังจากนี้ต่างหาก เป็นสิ่งควร
ให้ความสำคัญยิ่งกว่า

ธุรกิจมาแรงในอาเซียน

“อาเซียน” ไม่เพียงแต่เป็นเศรษฐกิจที่มีศักยภาพการเติบโตทางเศรษฐกิจในระดับที่น่าสนใจเท่านั้น แต่ยังเป็นตลาด
ผู้บริโภคที่มีขนาดใหญ่ราว 600 ล้านคน หรือเป็นอันดับ 3 ของโลก การเข้าถึงตลาดผู้บริโภคขนาดใหญ่นี้ย่อม
ต้องเข้าถึงความหลากหลายของพฤติกรรมและสิ่งที่มีผลกำหนดความต้องการบริโภค เพื่อให้สามารถครองใจ
ผู้บริโภคได้ยาวนาน โดยมีแนวคิดการบริโภคที่น่าสนใจ ดังนี้

สังคมประชากรวัยแรงงาน...

สร้างโอกาสสินค้าตอบโจทยผู้มีกำลังซื้อเพิ่มขึ้น

BIZ IN FOCUS:

สินค้าอาหารและเครื่องดื่ม เสริมสร้างพลังงาน

โครงสร้างตลาดของประเทศในอาเซียน
มีประชากรวัยแรงงานเกินกว่าครึ่งหนึ่งของ
ประชากรประเทศ บางประเทศมี
สัดส่วนมากถึงร้อยละ 70 ของประชากร
ประเทศ ซึ่งเป็นโอกาสขยายตลาดสินค้า
กลุ่มอุปโภคบริโภคที่ตอบโจทยคนวัย
ทำงานที่มีการใช้พลังงานสูง เช่น อาหาร
และเครื่องดื่มเสริมพลังงาน เครื่องดื่ม
ซูทากาลัง

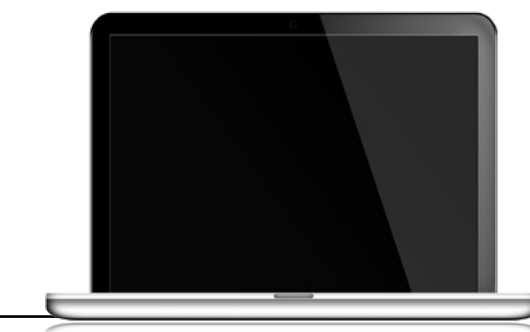


สินค้าเพื่อสุขภาพ และความงาม

ด้วยอำนาจซื้อที่สูงขึ้น ประชาชนมีกำลัง
ซื้อสินค้าที่มีคุณภาพมากขึ้นประกอบกับ
กระแสการใส่ใจสุขภาพและบริโภคสินค้า
ที่มีการปรุงแต่งน้อย (Clean Food) หรือ
อาหารออร์แกนิก (Organic Food) ทำให้
อาหารและเครื่องดื่มเพื่อสุขภาพ ผลิตภัณฑ์
เสริมอาหาร รวมถึงสินค้ากีฬา ได้รับความ
นิยมมากขึ้นในอาเซียน นอกจากนี้
ความสวยความงามเป็นอีกหนึ่งสิ่งที่อยู่คู่
กับสังคมผู้หญิง และประกอบกับผู้หญิง
ในสังคมยุคปัจจุบันเป็นผู้หญิงวัยทำงาน
มีรายได้ของตนเอง และมีสังคมที่ต้อง
พบปะสังสรรค์มากขึ้น ทำให้สินค้ากลุ่ม
ดูแลความสวยความงามเป็นกลุ่มที่มีการ
เติบโตสูงในอาเซียนด้วยเช่นกัน

สินค้าตามกระแสแฟชั่นและไอที

ทั้งนี้ ยุคปัจจุบันเป็นยุคที่มีการเปลี่ยนแปลงรวดเร็ว
รวมถึงการเปลี่ยนแปลงรสนิยมหรือกระแสแฟชั่นที่มี
แฟชั่นหรือเทรนด์ใหม่ๆ เข้าสู่ตลาดอยู่ตลอดเวลา โดย
ผู้บริโภคในตลาดอาเซียนโดยรวมค่อนข้างอ่อนไหว
กับกระแสแฟชั่นในตลาดโลก โดยในแต่ละประเทศ
อาจมีการยอมรับกระแสแฟชั่นในระดับที่ต่างกัน
ไปขึ้นกับวัฒนธรรมท้องถิ่นและศาสนาเป็นองค์
ประกอบรวม นอกจากนี้ อีกเทรนด์หนึ่งที่ผู้บริโภค
อาเซียนมีความอ่อนไหวไม่ต่างกันก็คือ กระแส
ไอที โดยเฉพาะสมาร์ทโฟนและแท็บเล็ต ที่สร้างความ
คล่องตัวในการสื่อสารและทำงานนอกสถานที่ จนเป็น
เสมือนปัจจัยในการดำรงชีวิตที่สร้างความสะดวกสบาย
แก่สังคมคนทำงาน อีกทั้งราคาสินค้าไอทีปัจจุบันมีระดับ
ราคาที่หลากหลาย ทำให้เข้าถึงผู้มีรายได้หลายระดับ



สินค้าอาหารและเครื่องดื่มสำเร็จรูป

ด้วยเศรษฐกิจที่มีการเปลี่ยนแปลงรวดเร็วและการแข่งขันอยู่ตลอดเวลา ทำให้สังคมอาเซียนในยุค
ปัจจุบันมีความเร่งรีบและใช้เวลาส่วนใหญ่มากกับการทำงานมากขึ้น ทำให้ผู้บริโภคอาเซียนหันมานิยม
อาหารและเครื่องดื่มสำเร็จรูป หรืออาหารและเครื่องดื่มพร้อมรับประทานมากขึ้น เพื่อประหยัดเวลา
ในการเตรียมและปรุงอาหาร และสะดวกต่อการรับประทาน นอกจากนี้ อาหารประเภทแช่แข็ง ก็เป็น
อีกหนึ่งทางเลือกที่ผู้บริโภคยุคปัจจุบันนิยมมากขึ้นเนื่องจากมีเวลาส่วนตัวน้อยลง ขณะที่เวลานอก
เหนือจากงานส่วนใหญ่แล้วจะใช้ในการรับประทานอาหารนอกบ้านและการสังสรรค์กับมิตรสหาย
มากกว่าการใช้เวลาอยู่บ้าน



วัฒนธรรมที่คล้ายคลึงกันในหลายประเทศ

แม้ประเทศในอาเซียนมีความหลากหลายทางวัฒนธรรมในรายละเอียด หากแต่ในภาพใหญ่จะพ้องจำแนกกลุ่มประเทศตามวัฒนธรรมได้บ้าง อาทิ ประเทศไทยและ CLMV มีความคล้ายกันในเรื่องวัฒนธรรม/ประเพณี มักมีเทศกาลที่คล้ายกันในช่วงสำคัญต่างๆ และประเทศอินโดนีเซีย มาเลเซีย และบรูไนก็มีความคล้ายด้านวัฒนธรรมที่เกี่ยวข้องกันทางศาสนาอิสลาม เป็นต้น วัฒนธรรมที่คล้ายกันนี้มีส่วนกำหนดการบริโภคของแต่ละประเทศไปในตัว ดังเช่น

ศาสนาและความเชื่อที่คล้ายกัน ช่วยให้เข้าถึงและเรียนรู้ได้ง่าย ดังเช่น ประเทศเพื่อนบ้านที่มีพรมแดนติดกับไทย มีวัฒนธรรมที่คล้ายคลึงกับชาวไทยคุ้นเคยกับสินค้าไทยทั้งโดยทางตรงจากการเดินทางมาไทยและทางอ้อมโดยการรับรู้ผ่านสื่อโทรทัศน์/วิทยุ และสิ่งพิมพ์ต่างๆ จึงเป็นโอกาสสำหรับสินค้าอาหารและเครื่องดื่มไทยที่มีตราสินค้าหรือแบรนด์ของตนเอง ที่จะขยายตลาดส่งออกต่อไปได้ไม่ยากนัก ขณะที่การเจาะตลาดผู้บริโภคชาวมุสลิมขนาดใหญ่ราว 300 ล้านคนที่อยู่ในประเทศอินโดนีเซีย มาเลเซีย และบรูไน ผู้ผลิตสินค้าอาหารและเครื่องดื่มไทยควรที่จะศึกษาข้อปฏิบัติและข้อห้ามของศาสนาอิสลาม และควรทำการผลิตให้ถูกต้องตามมาตรฐานฮาลาลที่ได้รับการยอมรับของแต่ละประเทศ เพื่อให้ผู้บริโภคชาวมุสลิมเกิดความเชื่อมั่นในตัวสินค้าในระยะยาว

การท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม ประเทศในอาเซียนเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญ และมีจุดดึงดูดที่สำคัญทางด้านวัฒนธรรม โดยประเทศที่มีวัฒนธรรมคล้ายคลึงกันมักมีประเพณีและเทศกาลท่องเที่ยวที่เป็นที่นิยมคล้ายกัน อาทิ ประเพณีลอยกระทง อันเป็นประเพณีที่ประเทศแถบลุ่มน้ำโขงจัดขึ้นเพื่อสืบสานวัฒนธรรมทุกประเทศ ทำให้เกิดการท่องเที่ยวของประชาชนในประเทศใกล้เคียง เป็นต้น

การเปลี่ยนผ่านเข้าสู่ยุคสังคมเมือง (Urbanization)

นับจากประเทศในอาเซียนตั้งเป้าก้าวสู่ AEC ทำให้มีการเตรียมความพร้อมและยกระดับการพัฒนาเศรษฐกิจ ส่งผลให้เกิดการกระจายตัวทางเศรษฐกิจออกสู่พื้นที่ส่วนต่างๆ ของแต่ละประเทศ โดยการกระจายความเป็นเมืองดังกล่าวสะท้อนเทรนด์เศรษฐกิจและความต้องการในอาเซียน อาทิ

ธุรกิจก่อสร้างและวัสดุก่อสร้าง โดยประเทศอาเซียนส่วนใหญ่อยู่ระหว่างการเร่งพัฒนาโครงสร้างและสาธารณูปโภคพื้นฐานของประเทศ โดยเฉพาะเมียนมาร์ กัมพูชา สปป.ลาว เวียดนาม อินโดนีเซีย และไทย เพื่อยกระดับความพร้อมและพัฒนาศักยภาพของประเทศเพื่อรองรับการลงทุนจากต่างชาติ ทำให้ธุรกิจก่อสร้างเป็นที่ต้องการ รวมถึงวัสดุก่อสร้างต่างๆ ที่หลายประเทศยังผลิตได้ไม่เพียงพอต่อความต้องการที่เพิ่มขึ้น

ธุรกิจโลจิสติกส์ ด้วยความต้องการของพื้นที่ในระดับท้องถิ่นเพิ่มสูงขึ้น ขณะที่ภาคการผลิตหรือศูนย์กลางสินค้าและธุรกิจส่วนใหญ่ยังคงค่อนข้างกระจุกอยู่ในพื้นที่ส่วนกลางหรือเมืองหลวงของประเทศ ทำให้เกิดความต้องการใช้บริการธุรกิจโลจิสติกส์เพื่อการขนส่งสินค้าและบริการเป็นไปอย่างรวดเร็วและขนส่งสินค้าถึงมือผู้บริโภคอย่างรวดเร็ว โดยเฉพาะโลจิสติกส์ในประเทศเพื่อนบ้านของไทย เช่น เมียนมาร์ กัมพูชาและ สปป.ลาว ที่ปัจจุบันระบบขนส่งภายในประเทศเหล่านี้ยังไม่ได้รับการพัฒนาเท่าที่ควร จึงเป็นโอกาสสำหรับธุรกิจโลจิสติกส์ไทยในการเข้าถึงตลาดอาเซียนใกล้บ้าน

การพัฒนาความเป็นเมืองในวงกว้างของประเทศอาเซียน นับเป็นผลดีต่อการเติบโตทางเศรษฐกิจในระดับท้องถิ่นให้เข้มแข็ง ช่วยลดความเหลื่อมล้ำภายในประเทศ และยังขยายโอกาสการเติบโตของภาคธุรกิจมากขึ้นด้วย โดยธุรกิจที่ได้านิสงส์จากการกระจายความเป็นเมือง ที่โดดเด่นคือ การค้าปลีก-ค้าส่ง ซึ่งเติบโตไปพร้อมกับความต้องการของผู้บริโภค ธุรกิจขนส่งและโลจิสติกส์ ธุรกิจคลังสินค้า และการผลิตสินค้าอุปโภคบริโภคและสินค้าในชีวิตประจำวันต่างๆ

INVESTMENT PULSE:

ชีพจรการลงทุนในอาเซียน

ในปี 2558 ซึ่งจะเป็นปีเปิดของการรวมกลุ่มประเทศประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน หรือ AEC และการที่อัตราการบริโภคในประเทศแถบอาเซียนโตขึ้นอย่างต่อเนื่อง เนื่องจากรายได้ประชากรต่อครัวเรือนในแต่ละประเทศก็เริ่มจะดีขึ้นเรื่อยๆ รวมถึงการพัฒนาาระบบโครงสร้างพื้นฐานอย่างต่อเนื่อง นักธุรกิจไทยมากมายได้เล็งเห็นถึงโอกาสทางธุรกิจ และให้ความสนใจในการเข้าไปดำเนินธุรกิจในตลาดต่างๆ เพิ่มมากขึ้น เพื่อแสวงหาตลาดและฐานลูกค้าใหม่ๆ รวมไปถึงฐานการผลิตที่มีต้นทุนที่ต่ำลง ดังจะเห็นได้จากตัวอย่างบริษัทที่ได้เริ่มเข้าไปลงทุนในประเทศในกลุ่ม AEC ดังต่อไปนี้

True Coffee หนึ่งในบริษัทลูกของบริษัท ทรู โลฟิสโตลส์ รีเทล จำกัด พร้อมเดินทางขยายสาขาในต่างประเทศโดยเน้นไปยังประเทศในกลุ่ม AEC โดยปัจจุบันได้เริ่มดำเนินธุรกิจแล้ว 5 สาขา ใน 2 ประเทศ ได้แก่ 3 สาขาที่ประเทศกัมพูชา และ 2 สาขาที่เวียงจันทน์ ประเทศลาว นอกจากนี้ True Coffee ยังเล็งเห็นถึงศักยภาพในการขยายตลาดในอีก 3 ประเทศเพื่อนบ้านที่สำคัญ ได้แก่ เมียนมาร์ มาเลเซีย และเวียดนาม โดยรูปแบบของการเข้าไปรุกตลาดนั้นจะทำทั้ง 2 วิธี คือทั้งการบริหารจัดการร้านเอง และในรูปแบบแฟรนไชส์ ซึ่งแผนขยายธุรกิจดังกล่าวตอกย้ำถึงการเป็นที่ยอมรับของผลิตภัณฑ์ไทยในตลาดสากล โดยทำให้กาแฟสัญชาติไทยที่ได้รับการยอมรับทั้งในประเทศและในระดับภูมิภาคโดยเน้นจุดเด่นในเรื่องคุณภาพของกาแฟที่คัดสรรแต่ระดับพรีเมียมจากประเทศไทย เพื่อผลิตเป็นกาแฟรสเลิศให้ผู้บริโภค

ที่มา: ผู้จัดการออนไลน์ วันที่ 7 ธันวาคม 2557



BJC หรือ บริษัทเบอร์ลี ยูเคเกอร์ บุคตลาดเวียดนามด้วยกลยุทธ์การเข้าซื้อกิจการท้องถิ่นจากผู้ประกอบการรายเดิม เพื่อใช้เป็นศูนย์กระจายสินค้าในเวียดนามเหนือและเวียดนามกลาง อีกทั้งยังร่วมมือกับตัวแทนกระจายสินค้าให้กับร้านโชห่วยในประเทศเพื่อลดปัญหาทางด้าน Logistic ภายในประเทศซึ่งจะทำให้การกระจายสินค้าง่ายและเข้าถึงผู้บริโภคได้อย่างทั่วถึง เนื่องจากกลุ่มทุนของการค้าปลีกในเวียดนามเดิมยังคงมีความแข็งแกร่ง ทำให้ตลาดค้าปลีกเวียดนามนั้นถือว่าเป็นตลาดที่มีการแข่งขันในระดับสูงสอดคล้องไปกับตลาดค้าปลีกเวียดนามยังคงขยายตัวและกลายเป็นการเปิดช่องทางให้สินค้าใหม่ๆเข้าไปแข่งขันมากขึ้นผ่านช่องทางของผู้เล่นค้าปลีกเหล่านี้ ดังนั้นการมีคู่ค้าที่ดีจะทำให้บริษัทต่างชาติสามารถกระจายสินค้าออกสู่ตลาดผู้บริโภคได้ง่ายและตรงกับความต้องการของกลุ่มลูกค้ามากยิ่งขึ้น

ที่มา: หนังสือพิมพ์โพสต์ทูเดย์ ฉบับวันที่ 26 พฤศจิกายน 2557



เมเจอร์ ซินีเพล็กซ์ ได้ดำเนินนโยบายการขยายสาขาโรงภาพยนตร์ไปสู่ตลาดต่างประเทศ เพื่อรองรับการเปิดประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน หรือ AEC ซึ่งประเทศแรกที่บริษัทเข้าไปลงทุนเปิดโรงภาพยนตร์ คือ กรุงเทพมหานคร ประเทศไทย โดยได้ทำการร่วมทุนกับบริษัท แพลตินั่ม ซินีเพล็กซ์ จำกัด ซึ่งเป็นบริษัทท้องถิ่นในกรุงเทพฯ ตั้งบริษัทใหม่ในนาม เมเจอร์ แพลตินั่ม กัมพูชา จำกัด เนื่องจากมองเห็นถึงโอกาสการเติบโตของธุรกิจโรงภาพยนตร์และโบว์ลิงซึ่งกรุงเทพมหานครเป็นเมืองหลวงมีจำนวนประชากรอาศัยอยู่เป็นจำนวนมาก เป็นศูนย์กลางการค้า และประชากรส่วนใหญ่เป็นกลุ่มคนที่มีรายได้ระดับปานกลางขึ้นไป เป็นกลุ่มคนรุ่นใหม่ การเปิดโรงภาพยนตร์ในครั้งนี้จะเป็นการบุกเบิกตลาดภาพยนตร์ให้กลับมาคึกคักมากขึ้น โดยปัจจุบันประชากรของกัมพูชาที่เป็นกลุ่มวัยรุ่น เป็นคนรุ่นใหม่ที่ชอบเทคโนโลยีและความทันสมัยเพื่อวิ่งตามความก้าวหน้าของประเทศในแถบตะวันตก นอกจากการเปิดธุรกิจโรงภาพยนตร์แล้ว เมเจอร์ ซินีเพล็กซ์ ยังได้เริ่มทำการศึกษารจะเข้าไปลงทุนยังประเทศอื่นๆ ในอาเซียนอีกเช่นกัน

ที่มา: เว็บไซต์หนังสือพิมพ์แนวหน้า วันที่ 2 กรกฎาคม 2557

บริษัท คอนวูด จำกัด ในเครือ บมจ.ปูนซีเมนต์นครหลวง ผู้ผลิตและจำหน่ายวัสดุทดแทนไม้จากไฟเบอร์ซีเมนต์ภายใต้แบรนด์ "คอนวูด" โดยบริษัทมีแผนลงทุนเชิงรุกตลาดวัสดุทดแทนไม้ในประเทศอินโดนีเซียอย่างต่อเนื่องตามแผนขยายตลาดในอาเซียน โดยลงทุนสร้างโรงงานแห่งแรกที่เมืองจาการ์ตา ภายใต้ชื่อบริษัท พีที คอนวูด อินโดนีเซีย โดยถือหุ้น 100% นอกจากสร้างโรงงานผลิตแล้วนั้น คอนวูดยังสร้างทีมขายภายใต้โครงการศูนย์ค้าวัสดุแบบโมเดิร์นเทรด เพื่อเจาะตลาดลูกค้าและนำเสนอสินค้าตัวใหม่สู่ตลาดอินโดนีเซีย คอนวูดถือเป็นบริษัทไทยรายแรกที่เข้าไปตั้งบุกเบิกตั้งโรงงานผลิตวัสดุทดแทนไม้ในอินโดนีเซีย ซึ่งที่ผ่านมาไม่มีใครลงทุน ไม่ว่าจะเป็นผู้ประกอบการท้องถิ่นไทยหรือต่างชาติเข้ามาลงทุนในธุรกิจนี้ คอนวูดเล็งเห็นโอกาสการลงทุนจากปัจจัยต่างๆ อาทิ จำนวนประชากรที่มากถึงกว่า 250 ล้านคน รัฐบาลอินโดนีเซียมีการรณรงค์ห้ามตัดไม้ และมีโครงการจัดสรรหลากหลายประเภทที่เป็นกลุ่มลูกค้าเป้าหมายที่จะหันมาใช้สินค้าที่ทำจากวัสดุทดแทนไม้ นอกจากนั้นยังใช้เป็นฐานการผลิตเพื่อส่งออกสินค้าไปยังประเทศออสเตรเลียและเวียดนามอีกเช่นกัน



ที่มา: ประชาชาติธุรกิจออนไลน์ วันที่ 3 กันยายน 2557

ดังที่กล่าวมาในตัวอย่างข้างต้น การเริ่มออกไปลงทุนยังตลาด AEC นั้นจึงเป็นโอกาสที่ดีของนักลงทุนไทยที่จะก้าวขึ้นมาเป็นผู้นำในธุรกิจนานาประเทศ เนื่องจากสินค้าจากประเทศไทยเป็นสินค้าที่ได้มาตรฐานสากลและเป็นที่ยอมรับของต่างชาติ หากท่านใดที่สนใจการเริ่มเข้าไปลงทุนยังตลาดอาเซียน และต้องการข้อมูลเพิ่มเติม สามารถติดต่อได้ที่ AEC Connect ของธนาคารกรุงเทพ Email: AECconnect@bbl.co.th ค่ะ

SPECIAL SCOPE:

บทสัมภาษณ์โดยสายงานลูกค้าธุรกิจรายกลางนครหลวง

การสร้างแบรนด์ของเฟชั่นคือการขายภาพลักษณ์..

จากกิจการค้าเครื่องนอ "ยีสปาล" แคนนอนเฮ้าส์" ตั้งแต่สมัยคุณทวด "ยีสปาล" ได้เปลี่ยนผ่านเข้าสู่การบริหารของรุ่นที่สองและสามด้วยการพลิกโฉมธุรกิจเป็นผู้นำการค้าปลีกด้านแฟชั่น และในวันนี้.. ด้วยพนักงานในเครือร่วม 3,000 คน ร้านค้าปลีกมากกว่า 300 แห่ง ทั้งในประเทศและต่างประเทศ "ยีสปาล" เป็นแบรนด์ชั้นนำของคนไทยที่ยืนหยัดแข่งขันกับ Inter Brand ในเวทีระดับนานาชาติได้อย่างเต็มภาคภูมิ.. เรามีโอกาสได้พูดคุยกับ คุณพรสิริ สิงห์สิงจกศ ตำแหน่ง Assistant Managing Director บริษัท ยีสปาล จำกัด ผู้บริหารรุ่นที่ 4 ซึ่งเปิดออฟฟิศต้อนรับเราพร้อมด้วยรอยยิ้มสดใสเป็นกันเองในสไตล์ "ยีสปาล"



เราพยายามทำให้ภาพลักษณ์ของแบรนด์แข็งแรงและสู้กับตัวสินค้าคุณภาพ



"เราเปิดซ้อปแรกพร้อมสยามเซ็นเตอร์เมื่อปี 2514... คู่แข่งรุ่นนั้นก็ เป็น โดมมอน, โปรดิวิซ์ เราไม่มีโรงงาน แต่เราออกแบบ เราเข้าใจแฟชั่น เข้าใจว่าลูกค้าต้องการอะไร เราใส่ไอเดียเข้าไป... สาขาที่สองเปิดที่ "ไทยไดมารู" ราชประสงค์ จากนั้นก็ค่อยๆ ทำไปเรื่อยๆ ททยอยเปิดไปกับซ้อปบิงเซ็นเตอร์ สมัยก่อนระบบยังไม่ทันสมัยก็ต้องไปร้านเอง ไปพบลูกค้า ไปช่วยขาย พอสาขาเริ่มมากขึ้น คงไม่ไหวแล้ว ก็ต้องวางระบบบัญชี, คอมพิวเตอร์, สต็อก, การจัดการ ก็ค่อยๆ พัฒนาขึ้นมาพออยู่ตัวก็ทำให้เราเปิดไปกับศูนย์การค้าได้ ศูนย์การค้าเวลาเศรษฐกิจดีก็เปิดเยอะบางช่วงก็มีซาไปบ้างโอกาสขายก็ยาก เราเลยเพิ่มแบรนด์มาขายที่เก่า เวลาสร้างแบรนด์ใหม่ถือเป็นการลงทุน แต่เราพยายามวางกลยุทธ์ไม่ให้ซ้ำกับแบรนด์เก่า ทำไปทำมา 30 ปี มี 7- 8 แบรนด์"



Business Positioning

“เราวางตัวเองเป็นผู้ค้าปลีก เราไม่มีโรงงานผลิต เราเป็น Brand Development กับ Retailer ... เราลงทุนในร้านค้า การตกแต่งร้าน และการสร้างแบรนด์ ด้าน Back office เราพยายามพัฒนาให้สามารถรองรับการขยายตัวของหน้าร้านให้ได้ ช่วงหนึ่งที่เราส่งออกนอกรวม มีการตั้งโรงงานในเมืองไทยมาก ก็เคยคุยเหมือนกันว่าเราทำโรงงานดีไหม ก็โชคดีที่ไม่ได้ไปลง ยังโฟกัสในความเป็น Retailer”

“เมื่อ 3-4 ปีก่อน เราเริ่มเห็นกำแพงภาษีลดลงซึ่งเป็นทั้งโอกาสและอุปสรรคสำหรับเรา สิ่งที่เป็นโอกาสคือเรามีทางเลือกในการหาสินค้าถูกและดีมาขาย ขณะเดียวกันก็เป็นโอกาสให้คู่แข่งมาเปิดร้านในบ้านเรา แบรนด์ต่างๆ จากต่างประเทศมาเปิดกันมาก พื้นที่ร้านค้าเริ่มหายาก”

“สิ่งหนึ่งที่เห็นคือเวลานักท่องเที่ยวมาเที่ยวบ้านเรา เขาก็ซื้อสินค้าจากร้านเราขายให้ลูกค้ากลุ่มนี้พอสมควร ผมมองว่าในระยะยาวมันเป็นโอกาส วันนี้เราขายไปเปิดที่มาเลเซีย สิงคโปร์ สมัยก่อนมีภาษีระหว่างกันแต่ตอนนี้ไม่มีแล้ว ธุรกิจนี้มันเป็น Labor Intensive ยิ่งผลิตจำนวนมาก ราคาต่อหน่วยก็ถูก ในขณะที่ดีไซน์เนอร์ใช้เท่าเดิม Development ใช้เท่าเดิม เพราะฉะนั้นยังมีสาขาที่ยังดี ในเมืองไทยเราก็ดำเนินการตาม CPN, เดอะมอลล์ ที่มี buying power ก็พยายามจะใช้วิธีเดียวกันนี้ในต่างประเทศ”

การขยายธุรกิจไปเปิดร้านค้าในต่างแดนอาจฟังดูเหมือนง่าย แต่เบื้องหลังความสำเร็จย่อมเกิดจากการทำงานหนัก “Challenge หนักๆ ก็คงจะเป็นเรื่องพฤติกรรมผู้บริโภค.. แม้ว่าเสื้อผ้าเหมือนกัน ประเทศติดกัน ก็ใช้ว่าจะชอบเหมือนกัน แต่แต่ละประเทศใน AEC ผมก็ไม่เหมือนกัน สิงคโปร์ กับมาเลเซียก็ไม่เหมือนกัน.. มาเลเซียกับไทยก็ไม่เหมือนกัน เราโชคดีที่ใน Portfolio เรามีหลายแบรนด์ แบรนด์ไหนเหมาะกับประเทศไทย เราก็เอาแบรนด์นั้นไปเปิดประเทศนั้น”

“เริ่มเปิดร้านในต่างแดนเมื่อ 4 ปีที่ผ่านมาที่มาเลเซีย เพราะใกล้และจังหวะดี มีตึกเปิดใหม่ ตอนไปก็ไม่มี Partner เราศึกษาลูกค้ามาเลเซียที่มาซื้อกับเรา คุยกับ Consumer บ้าง คุยกับคนในวงการบ้าง คิดว่าเป็นไปได้ อากาศที่มาเลเซียก็ไม่ต่างจากบ้านเรา 90% ใช้เหมือนกัน ข้อยากที่สุดในการเปิดสาขา



“ที่ต่างประเทศคือพื้นที่ที่เรลตี้ๆ หายาก ค่าเช่าแพง บางตลาดแพงกว่าบ้านเรา”
 “มาเลเซีย ก็มีแบรนด์ของเขาที่แข็งแรง หลากๆ แบรนด์ที่เป็นแบรนด์อินเตอร์เข้าไปมาเลเซียก่อนหน้าเมืองไทยอีก การแข่งขันในปัจจุบันสูงพอๆ กับเมืองไทย แต่อยู่เมืองไทยมีอะไรเรา React ได้วันต่อวันเลย ที่โน่นเราทางหนึ่งก็ใช้ระบบ IT ให้เชื่อมต่อกับเมืองไทย... ก็ช่วยเราได้”

“เรื่องคนก็เป็น Challenge ที่ยากเหมือนกัน ทำ Fashion Retail... Mindset ต้องเป็น Fashion Retail จริงๆ เราอยากได้คนที่ผ่านงานด้านนี้มาบ้าง บางครั้งเจอคนที่ถูกใจ แต่เราเป็นแบรนด์เล็ก คนที่เราอยากได้เขาอาจจะอยากทำงานกับแบรนด์ใหญ่ๆ แต่เราก็พอจะหาคนที่ถูกใจเข้ามาร่วมทีมได้ ตอนนั้นก็ไปด้วยดี ทุกอย่างค่อยๆ เรียนรู้ ค่อยๆ ปรับ ผมถือว่าเป็นเรื่องปกติ ที่นี้เองเราก็ยังปรับทุกวัน เปลี่ยนทุกวันตลอดเวลา”

ก้าวต่อไปคือการขยายธุรกิจไป AEC

“ที่ฟิลิปปินส์ เป็น Franchise, เวียดนาม เป็นลูกค้าที่ซื้อไปขายในบ้านเขา... ก็เป็นตลาดที่เราดูอยู่เหมือนกัน ส่วนกลุ่มพูซาล่าสตูดิโอเนอ ไปเปิดและชวนเราก็น่าสนใจ... ในกลุ่ม AEC ถ้าเป็นไปได้เราอยากเปิดเอง อย่างสิงคโปร์ที่ตีๆ ค่าเช่าไม่แพง ถึงขนาดจะเลิกแต่กำลังซื้อดี ได้ Tourist มากพอสมควร แถมเป็นหน้าทางให้อินโดนีเซียและอินเดีย อีกอย่าง สิงคโปร์ค่อนข้าง Investment friendly”

“อินโดนีเซีย ก็ศักยภาพดีมากครับ ประชากรมาก แต่ประเทศเขาใหญ่มาก โอกาสที่เราจะเปิดเองทำเอง 100% ก็ยากหน่อย น่าจะเป็น Joint Venture หรือ Partnership กับ Local Company ที่นั่น ในแง่พฤติกรรมผู้บริโภคก็ไม่ต่างกับมาเลเซียหรือบ้านเรา”



“เราคิดว่า First Progress ของเราคือ AEC จากนั้นอาจจะ ฮองกง, จีน, อินเดีย... อินเดียใหญ่มาก และมีความท้าทายมากเรื่องต้นทุนเพราะค่าเช่าแพงมาก... ส่วนจีนสิ่งสำคัญคือเรื่องการแข่งขันในตลาด เพราะคู่แข่งไปอยู่หมดแล้ว และในแง่ของการออกแบบเรายังไม่เก่งเสื้อผ้าดูหนาว”

เข้าถึงพฤติกรรมของผู้บริโภคและรสนิยมของคนในท้องถิ่น ยังคงเป็นโจทย์ใหญ่สำหรับทุกประเทศที่ไปลงทุน...

“โดยภาพใหญ่ผมพบว่าพฤติกรรมผู้บริโภคคล้ายๆ กัน แต่เวลาเจาะใน Details อย่างเวียดนามเหนือ-ใต้ เขาก็แต่งตัวไม่เหมือนกัน เพราะเหนือจะมีอากาศหนาวด้วย สมมติ Collection ที่เราทำ 100% ในบางประเทศอาจจะตรง 70% บางประเทศ 60% บางแบรนด์ตรงมากกว่าอีกแบรนด์ เราก็เอาอันที่มีโอกาสมากที่สุดไปขาย”

“สำหรับกฎระเบียบต่างๆ คงง่ายขึ้น หลากๆ อย่างมี Lawyer มี Outsource ช่วยเราได้ สิ่งที่ทำหยาบคือการหาคน แล้วก็วางระบบที่สามารถช่วยเราตอบ



สนองได้ทันเวลา... การบริหาร Retail Store อย่างไรเสีย จุดที่สำคัญที่สุดก็คือการขาย งานอื่นอยู่ด้านหลัง ถ้าคนไม่พอบางอย่าง Outsource ได้ แต่ในความเป็น Retailer ข้างหน้า Outsource ไม่ได้”

“เวลาเราไปลงทุนต่างประเทศสิ่งที่จะลืมไม่ได้ก็คือ... ในประเทศต้องแข็งแรง สิ่งที่ทำหยาบในขณะนี้คือทำอะไรให้ “ยัสปาล” เป็นธุรกิจในระดับภูมิภาค ให้ได้ เพราะสุดท้ายยังมี Volume ยิ่งถูก แปรนตีที่ขายไปทั่วโลก มี Volume สูงๆ ต้นทุนเขาจะต่ำกว่าเรา... มิฉะนั้นในระยะยาวเราจะสู้เขาไม่ได้”

ธุรกิจแฟชั่นหัวใจสำคัญคือการสร้างแบรนด์...

“โชคดีที่เราเปิดมานาน การมีร้านในศูนย์การค้าก็ช่วยในการสร้างแบรนด์ได้พอสมควร การสร้างแบรนด์ของแฟชั่นคือการขายภาพลักษณ์... ดีไซน์เนอร์ก็เป็นจุดใหญ่”

“เดิม 10 กว่าปีก่อน ทุกแบรนด์วิ่งมาเอเชีย แปรนตีนอกเริ่มเข้ามา เราก็คิดว่าลูกค้าเราเป็นคนไทย เราไม่ค่อยมีลูกค้าต่างประเทศมากนัก ทำอย่างไรจะยกภาพลักษณ์ของเราขึ้นมา โดยคุณภาพ, ราคา เราไม่ต่างกับแบรนด์นอกที่เข้ามาแน่นอน บางแบรนด์เราให้ลูกค้าที่คิดว่าด้วย ก็เลยคิดว่าต้องใช้นางแบบระดับโลก เป็น Presenter ทำ Concept ให้สวย ทำ Product ให้ดี ลูกค้าก็ Identify ได้ ครั้งแรกเราใช้ Cindy Crawford, Kate Moss แล้วก็อีก 2-3 คน แต่พอเทรนด์ Supermodel เริ่มมา เราก็อายุไป

เมื่อ 1-2 ปี ก่อนเรากลับมาใช้ Celebrity ที่เป็นดาราสลิวูด ช่วงนี้เทรนด์นี้ก็ slow down ไปได้หนึ่ง แต่เราก็ใช้วิธีร่วมมือกับดีไซเนอร์เมืองนอก ทำ Collection พิเศษ ซึ่งเมืองนอกเขาก็ทำกัน ที่ทำพวกนี้ก็ช่วยเราในการส่ง Message ถึงลูกค้า เราเอชือของ Celebrity ชื่อของ International Designer พวกนี้เป็นใบเบิกทางให้ผู้บริหารโลกรู้จักเรา”

“เราพยายามทำให้แบรนด์แข็งแรงด้วยตัวของแบรนด์เอง คือเราไม่ได้ใช้ดีไซเนอร์คนใดคนหนึ่งแล้วประกาศว่าดีไซเนอร์โดยคนนี้ ไม่ได้ใช้ประเทศเป็นจุดขายว่าเรามาจากประเทศไทย เราพยายามทำให้ภาพลักษณ์ของแบรนด์แข็งแรงและสู้กันด้วยสินค้าคุณภาพ”

คำแนะนำที่มีต่อ SME ในวงการค้าปลีก

1. ต้องศึกษาตลาด ดูพฤติกรรมผู้บริโภค ความต้องการอยู่ตรงไหน เป็นอย่างไร... ถ้าเราสามารถสร้างการพบเห็นและการจดจำในเมืองไทยโดยเฉพาะจุดที่หัวรัศมีมาก็เป็นข้อดี
2. การไปลงทุนต่างประเทศสำหรับแฟชั่น คือการเริ่มจาก Department Store หรือไปออกงานแฟร์ แล้วมีหน้าร้านที่ขายหลายๆ แบรนด์ในจุดเดียวกัน ถือเป็นจุดเริ่มต้นที่ไม่เลว.. จากจุดนั้นค่อยๆ สร้างแบรนด์ขึ้นมา
3. สุดท้าย ทุกอย่างคงอยู่ที่ Branding

ถึงบรรทัดนี้ เชื่อว่าหลายท่านคงเข้าใจทุกอย่างก้าวของแบรนด์ไทยระดับชาติอย่าง “ยัสปาล” และเอาใจช่วยให้แบรนด์จากประเทศไทยแบรนด์นี้ก้าวข้ามความท้าทายกลายเป็นแบรนด์แห่งภูมิภาคได้สมความตั้งใจ...

ASEAN POLICY WATCH:

กฎระเบียบรอบบ้านอาเซียน

รู้กันหรือยังเรื่อง 'RCEP'

ปี 2558 นับเป็นปีแห่งการเปลี่ยนแปลง เป็นปีแห่งประวัติศาสตร์ที่ต้องบันทึกไว้ เมื่ออาเซียนจะก้าวเข้าสู่ 'ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน' (AEC) ซึ่งพวกเราคงรู้จักดีแล้ว แต่รู้กันหรือยังว่า ยังมีก้าวต่อไปของอาเซียน ในการรวมกลุ่มกับประเทศอื่นๆ ที่คาดว่าจะดำเนินการเสร็จสิ้นภายในปีนี้เช่นกัน นั่นคือ 'RCEP' วันนี้เราจึงขอพาท่านมาทำความรู้จักกับ RCEP กัน

การรวมกลุ่มของ 10 ประเทศในอาเซียนนับเป็นก้าวสำคัญของการสร้างความเข้มแข็งภายในกลุ่มที่จะรวมกันเป็นตลาดและฐานการผลิตเดียว ทำให้อาเซียนได้รับความสนใจและดึงดูดการลงทุนจากประเทศนอกกลุ่มมากขึ้น อันนำไปสู่การเจรจาการค้าเสรีกับประเทศอื่นๆ ได้แก่ จีน ญี่ปุ่น เกาหลีใต้ ออสเตรเลีย นิวซีแลนด์ และอินเดีย ซึ่งส่งผลให้เกิดข้อตกลงทางการค้าหลายฉบับที่มีเงื่อนไขและสิทธิประโยชน์แตกต่างกัน จนสร้างความสับสนให้กับผู้ที่เกี่ยวข้อง

อาเซียนจึงเกิดแนวคิดที่จะรวมข้อตกลงที่ทำไว้ทั้งหมดให้เป็นฉบับเดียว นำไปสู่ 'ความร่วมมือทางเศรษฐกิจในภูมิภาค' หรือ 'RCEP: Regional Comprehensive Economic Partnership' โดย RCEP จะกลายเป็นกรอบใหญ่ของความร่วมมือระหว่างประเทศในภูมิภาคเอเชียที่มีขนาดใหญ่ที่สุดในโลก ครอบคลุมประชากรเกือบครึ่งหนึ่งของประชากรโลก มีมูลค่าการค้ารวมกันสูงถึง 10.7 ล้านล้านดอลลาร์สหรัฐ หรือ 29% ของมูลค่าการค้าโลก และครอบคลุมตลาดส่งออกของไทยกว่า 57% ของมูลค่าการส่งออกทั้งหมด ซึ่งนับว่าเป็นโอกาสที่ยิ่งใหญ่ของอาเซียนแต่ในอีกด้านหนึ่ง หมายความว่าอาเซียนจะต้องรวมตัวกันในระดับที่ลึกมากขึ้นเพื่อให้สามารถแข่งขันกับประเทศขนาดใหญ่ 6 ประเทศที่ร่วมทำข้อตกลง RCEP รวมถึงการแข่งขันกับประเทศอื่นที่จะเข้ามาขยายตลาดและฐานการผลิตใน RCEP ด้วย ซึ่งส่วนใหญ่จะเป็นประเทศที่มีศักยภาพและระดับการพัฒนาที่สูงกว่าอาเซียน

นี่คือสิ่งที่ท้าทายและเป็นโอกาสของประเทศไทยหรือไม่? กล่าวได้เลยว่า...ไทย (หนึ่งในสมาชิกอาเซียน) มีโอกาสในการขยายตลาดและฐานการผลิตได้ แต่คงเป็นโอกาสภายใต้ความกดดันเพื่อให้อยู่รอดและความพร้อมที่จะแข่งขัน ซึ่งจะสร้างความท้าทายให้กับไทยไม่น้อย ดังนั้น การมีมาตรฐานจะเป็น 'กุญแจ' สำคัญในการไขประตูสู่ประเทศต่างๆ ซึ่งไทยจำเป็นต้องปรับยุทธศาสตร์หลายเรื่อง เช่น **การผลิตที่สร้างมูลค่าเพิ่มให้สูงขึ้นเพื่อเพิ่มความสามารถในการแข่งขัน** เนื่องจากผู้ประกอบการทั้งในอาเซียนด้วยกัน หรืออีก 6 ประเทศที่รวมเป็น RCEP หรือแม้แต่ผู้ประกอบการรายใหญ่ของโลกที่อยู่นอก RCEP ต่างมอง

เห็นโอกาสที่จะย้ายฐานการผลิตไปใน 16 ประเทศ RCEP เพื่อลดต้นทุนการผลิตให้ต่ำลง ได้รับสิทธิประโยชน์ทางภาษี และสามารถขยายตลาดให้กว้างขึ้น จึงทำให้สินค้าและบริการของไทยที่มีตลาดอยู่ทั้งในและต่างประเทศจะต้องเผชิญภาวะการแข่งขันที่เพิ่มขึ้น ดังนั้น การผลิตที่สร้างมูลค่าเพิ่มให้สูงขึ้นโดยเฉพาะสินค้าหรือบริการที่ไทยได้เปรียบหรือมีเอกลักษณ์ เช่น สินค้าเกษตร อาหาร บริการสุขภาพ เป็นต้น ถ้าผู้ประกอบการสามารถเพิ่มคุณค่าของสินค้าให้โดดเด่นจนเป็นที่สนใจของลูกค้า ก็จะสามารถขยายตลาดได้กว้างขึ้นเช่นกัน

หรือการย้ายฐานการผลิตไปประเทศเพื่อนบ้านเป็นอีกทางเลือกหนึ่งที่ควรทำเพื่อลดต้นทุนหรือสร้างเครือข่ายการผลิต (Supply Chain) แต่หากผู้ประกอบการไทยยังไม่มั่นใจที่จะตั้งฐานการผลิตในต่างประเทศอาจใช้วิธีย้ายฐานการผลิตไปยังจังหวัดชายแดนที่รัฐบาลเตรียมจัดตั้งเขตเศรษฐกิจพิเศษชายแดน เพื่อให้สามารถดำเนินธุรกิจภายใต้กฎหมายไทย และลดความเสี่ยงจากการลงทุนในต่างประเทศ ในขณะเดียวกัน ยังสามารถใช้ประโยชน์จากการจ้างแรงงานต่างด้าวแบบเข้าไปเย็นกลับและลดต้นทุนโลจิสติกส์ในการส่งออกไปตลาดต่างประเทศด้วย เช่น เขตเศรษฐกิจพิเศษชายแดนเชียงรายที่เชื่อมต่อกับพม่าตอนเหนือ เพื่อเป็นประตูสู่จีนตะวันตก หรือเขตเศรษฐกิจพิเศษชายแดนกาญจนบุรี ที่เชื่อมโยงกับโครงการท่าเรือน้ำลึกห้วย (เมียนมาร์) เพื่อสามารถขนส่งสินค้าไปทางมหาสมุทรอินเดียและทะเลอันดามัน ซึ่งเป็นประตูสู่อินเดีย ตะวันออกกลาง ยุโรป และแอฟริกา เป็นต้น

ปัจจุบันความคืบหน้าของการเจรจา RCEP ได้เกิดขึ้นแล้ว 6 ครั้ง มีประเทศที่เข้ารับการเจรจาทั้งหมด 16 ประเทศ ทั้งนี้รวมถึงเขตบริหารพิเศษฮ่องกงแห่งสาธารณรัฐประชาชนจีนด้วย หลังจากนั้นเราคงต้องติดตามความคืบหน้ากันต่อไปว่า RCEP จะสามารถเกิดขึ้นได้ตามเป้าหมายหรือไม่ ข้อตกลงดังกล่าวจะเป็นอย่างไร และมองหาโอกาสที่จะเกิดขึ้นจาก RCEP

ประเทศ CLMV ปรับลดภาษีนำเข้าเหลือ ร้อยละ 0 ตั้งแต่วันที่ 1 มกราคม 2558

นับตั้งแต่วันที่ 1 มกราคม 2558 ประเทศกัมพูชา สปป.ลาว เมียนมาร์ และเวียดนาม จะปรับลดภาษีศุลกากรนำเข้าภายใต้กรอบประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC) เหลือร้อยละ 0 นั่นคือ สินค้ากว่าร้อยละ 99 ของรายการสินค้าที่มีการค้าระหว่างประเทศเหล่านี้กับอาเซียน จะถูกจัดเก็บภาษีนำเข้าที่ร้อยละ 0 ยกเว้นบางรายการที่เป็นสินค้าอ่อนไหว (จัดเก็บในภาษีนำเข้าไม่เกินร้อยละ 5) และสินค้าอ่อนไหวสูง (กำหนดภาษีได้เป็นพิเศษ) ซึ่งมีรายการแตกต่างกันไปในรายประเทศ การปรับลดภาษีนำเข้าของทั้ง 4 ประเทศดังกล่าว ทำให้ประเทศสมาชิกอาเซียนทั้ง 10 ประเทศดำเนินไปตามเป้าหมายการเปิดเสรีการค้าด้วยการยกเว้นการจัดเก็บภาษีระหว่างกัน ซึ่งเป็นหนึ่งในกลไกเพื่อก้าวสู่การเป็นตลาดและฐานการผลิตเดียวกันภายใต้กรอบ AEC ซึ่งมีกำหนดจะเริ่มขึ้นอย่างเป็นทางการในวันที่ 31 ธันวาคม 2558



อินโดนีเซียเตรียมจัดตั้ง "One Stop Service" ดึงดูดการลงทุน

สำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุนของอินโดนีเซีย (The Office of Investment Coordinating Board: BKPM) เปิดเผยนโยบายส่งเสริมการลงทุนในอินโดนีเซีย ตั้งเป้าดึงดูดการลงทุนแตะ 75.33 พันล้านดอลลาร์สหรัฐ ภายในปี 2562 โดยมุ่งส่งเสริมธุรกิจผลิตพลังงานและอุตสาหกรรมที่เน้นใช้แรงงานเข้มข้น อาทิ อาหารและเครื่องดื่ม สิ่งทอและเครื่องนุ่งห่ม รองเท้า ของเล่น เฟอร์นิเจอร์ เกษตรกรรม และประมง เพื่อเพิ่มการจ้างงานในประเทศ โดยคาดว่าจะสร้างงานได้ราว 2 ล้านตำแหน่ง

เวียดนามปรับขึ้นอัตราค่าจ้างแรงงานขั้นต่ำ ตามกฎหมายอีกร้อยละ 15 ในปี 2558

นับตั้งแต่วันที่ 1 มกราคม 2558 เวียดนามจะปรับขึ้นอัตราค่าจ้างแรงงานขั้นต่ำตามกฎหมายอีก ร้อยละ 15 จากอัตราค่าจ้างในปี 2557 ส่งผลให้อัตราค่าจ้างแรงงานขั้นต่ำปรับขึ้นเป็นระหว่าง 2.15 - 3.1 ล้านดอลลาร์ต่อเดือน (ราว 101 - 146.2 ดอลลาร์สหรัฐ ต่อเดือน) โดยเขต 1 ซึ่งเป็นเขตเศรษฐกิจสำคัญ เช่น ฮานอย และโฮจิมินห์ จะอยู่ที่ 3.1 ล้านดอลลาร์ต่อเดือน (เพิ่มขึ้น 4 แสนดอลลาร์จากปี 2557) เขต 2 ครอบคลุมพื้นที่รอบนอกกรุงฮานอย โฮจิมินห์ ไฮฟอง รวมถึงเมืองหลวงของบางจังหวัด จะอยู่ที่ 2.75 ล้านดอลลาร์ต่อเดือน (เพิ่มขึ้น 3.5 แสนดอลลาร์ต่อเดือน) เขต 3 ครอบคลุมพื้นที่เขตสำคัญในบางจังหวัด เช่น เกิ่นทอ วินห์ฟุก ตองโน เบนแจร์ เป็นต้น จะอยู่ที่ 2.4 ล้านดอลลาร์ต่อเดือน (เพิ่มขึ้น 3 แสนดอลลาร์ต่อเดือน) และเขต 4 ครอบคลุมพื้นที่ด้อยพัฒนา จะอยู่ที่ 2.15 ล้านดอลลาร์ต่อเดือน (เพิ่มขึ้น 2.5 แสนดอลลาร์ต่อเดือน)



เวียดนามยกเลิกข้อจำกัดการถือครองกรรมสิทธิ์ที่อยู่อาศัยของชาวต่างชาติในเวียดนามอย่างเป็นทางการ

เมื่อวันที่ 26 พฤศจิกายน 2557 ที่ประชุมสมัยที่ 8 ของสภาแห่งชาติเวียดนามชุดที่ 13 ได้มีการลงมติอนุมัติร่างแก้ไขกฎหมายด้านที่อยู่อาศัย โดยมีสาระสำคัญคือ การอนุญาตให้ชาวต่างชาติสามารถซื้ออพาร์ทเมนต์และบ้านเดี่ยวแต่ไม่นับรวมที่อยู่อาศัยในเขตความมั่นคงทางทหาร นอกจากนี้ บริษัทการลงทุนข้ามชาติ สาขาหรือสำนักงานตัวแทนที่เข้ามาตั้งในเวียดนาม กองทุนต่างชาติและธนาคารต่างชาติสามารถซื้อบ้านได้ โดยการซื้อขายหรือปล่อยเช่าของทั้งสองกลุ่มที่ต้องทำผ่านสถาบันการเงินในเวียดนาม ทั้งนี้ การถือครองกรรมสิทธิ์บ้านโดยชาวต่างชาติในเวียดนามจะต้องมีระยะเวลาไม่เกิน 50 ปีนับตั้งแต่วันที่ออกหนังสือรับรองความเป็นเจ้าของ แต่สามารถขยายระยะเวลาได้ตามกฎระเบียบของทางการเวียดนาม นอกจากนี้ ทางการเวียดนามยังอนุญาตให้ชาวต่างชาติในเวียดนามซื้อหรือถือครองกรรมสิทธิ์ได้ไม่เกินร้อยละ 30 ของห้องชุดในอาคารชุดหนึ่งแห่ง และบ้านพักตากอากาศและบ้านเดี่ยวน้อยกว่า 250 หลัง ในพื้นที่ที่มีประชากรเท่ากับประชากรของหน่วยการปกครองระดับเขตในเวียดนาม โดยจะมีผลบังคับใช้ตั้งแต่วันที่ 1 กรกฎาคม 2558



บทลวง เพื่อนคู่คิด มิตรคู่ AEC

‘กับพญา’ กลับมาพร้อมให้บริการแล้ววันนี้

เมื่อวันที่ 30 ธ.ค. 2557 ที่ผ่านมา ธนาคารกรุงเทพสาขากัมพูชา ได้เปิดให้บริการเต็มรูปแบบอีกครั้งหลังจากที่ธนาคารได้เปิดดำเนินการครั้งแรกเมื่อปี 2535 แต่ได้ปิดบริการไปในเวลา 8 ปีต่อมา เนื่องจากสภาพเศรษฐกิจในขณะนั้นไม่เอื้อต่อการลงทุน จากปัญหาความขัดแย้งทางการเมือง

คุณเยี่ยมศรี อุบลพงษ์ ผู้จัดการธนาคารกรุงเทพ สาขากัมพูชา เปิดเผยว่า “ธนาคารได้กลับมาเปิดให้บริการเต็มรูปแบบอีกครั้ง เนื่องจากเล็งเห็นถึงโอกาสทางการขยายธุรกิจในประเทศนี้ จากการที่รัฐบาลกัมพูชามีนโยบายส่งเสริมการลงทุนที่ให้สิทธิประโยชน์และความมั่นใจแก่นักลงทุน ทั้งนี้ ตามกฎหมายแล้วชาวต่างชาติสามารถเป็นเจ้าของธุรกิจในประเทศได้ 100% แม้ว่าจะไม่มีกรรมสิทธิ์ในการถือครองที่ดินและอสังหาริมทรัพย์ แต่มีสิทธิ์เช่าที่ดินระยะยาวถึง 50 ปี นอกจากนี้ การเคลื่อนย้ายเงินทุนทำได้ง่ายขึ้น โดยมีการปรับกฎหมายใหม่ให้เอื้อต่อการลงทุน โดยไม่มีข้อจำกัดในการโอนเงินเข้าและโอนเงินออกผ่านระบบธนาคาร รวมถึงการส่งกำไรหรือเงินลงทุนกลับประเทศ ทั้งนี้ ปัจจัยสำคัญที่ทำให้ประเทศกัมพูชามีข้อได้เปรียบ คือด้านต้นทุนการผลิตและทรัพยากรธรรมชาติที่ยังมีความอุดมสมบูรณ์ ปัจจัยด้านจำนวนแรงงานและค่าแรง ตลอดจนการได้รับสิทธิพิเศษด้านภาษีศุลกากรจากนานาชาติ จึงเป็นโอกาสอันดีในการต่อยอดและขยายฐานความเข้มแข็งของเครือข่ายสาขาต่างประเทศของธนาคาร เพื่อรองรับลูกค้าต่อไปในอนาคต”



คุณเยี่ยมศรี อุบลพงษ์ ผู้จัดการธนาคาร (ที่ 6 จากซ้าย) และพนักงานธนาคารกรุงเทพ สาขากัมพูชา

สาขาพนมเปญตั้งอยู่ ณ 344 (1st&2nd Floor) Mao Tse Toung Boulevard, Sangkat Toul Svay Prey I, Khan Chamkarmon, Phnom Penh, Kingdom of Cambodia เปิดทำการวันที่ 30 ธันวาคม 2557 โดยสามารถให้บริการการธนาคารพาณิชย์เต็มรูปแบบแก่ลูกค้าบุคคลและลูกค้าธุรกิจ มีผลิตภัณฑ์และบริการทางการเงินต่างๆ มากมาย เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าและนักลงทุนทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ ไม่ว่าจะเป็นการบริการเพื่อธุรกิจส่งออกและนำเข้า สินเชื่อธุรกิจ บริการโอนเงินระหว่างประเทศ บริการแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ และบริการบัญชีเงินฝาก

สนใจทำธุรกิจและลงทุนในกัมพูชา โปรดติดต่อ yiamsri.ubo@bangkokbank.com หรือโทรศัพท์ +855 23 224 248

‘สาขาเวียงจันทน์’...โอกาสไทย ไกลบ้าน

“สาขาของเราเป็นสาขาต่างประเทศที่มีปัจจัยเอื้ออำนวยหลายอย่าง นอกจากการเชื่อมโยงกับเครือข่ายสาขาต่างประเทศทั้งหมดแล้ว เรายังสามารถทำงานร่วมกับสาขาในประเทศไทยตลอดแนวริมแม่น้ำโขงได้อย่างสะดวก นอกจากนี้ การที่ทั้งสองประเทศมีภาษาและวัฒนธรรมที่ใกล้เคียงกัน ยังช่วยให้เราสามารถเข้าถึงลูกค้าได้ง่าย และให้บริการได้อย่างรวดเร็ว” **คุณชดาพร อรุณจิต** ผู้จัดการธนาคารกรุงเทพ สาขานครหลวงเวียงจันทน์ กล่าว



ธนาคารกรุงเทพสาขานครหลวงเวียงจันทน์ ตั้งขึ้นเมื่อวันที่ 5 สิงหาคม 2536 ที่ทำการสาขปัจจุบันเป็นบ้านสไตล์โคโลเนียล อยู่ ณ หน่วยที่ 120 ถนนสามเสนโท บ้านเชียงฮัน นครหลวงเวียงจันทน์



“สาขาเวียงจันทน์ดำเนินธุรกิจมานานกว่า 20 ปี ได้รับความเชื่อถือจากชื่อเสียงของการเป็นธนาคารขนาดใหญ่ของประเทศไทย มีเครือข่ายสาขาต่างประเทศที่ครอบคลุมอย่างกว้างขวางในอาเซียน ที่สำคัญเราทำงานเชื่อมโยงกับสาขาในประเทศ โดยเฉพาะในจังหวัดริมแม่น้ำโขงที่ใช้สะพานไทย-สปป.ลาว ทั้ง 5 แห่ง เพื่อสนับสนุนการค้าชายแดนของทั้งสองประเทศ” คุณชดาพร กล่าว

สนใจทำธุรกิจและลงทุนในสปป.ลาว โปรดติดต่อ +856 21 213561 bbivte@laotel.com

TALK TO TRADE MANAGER:

นอกเหนือจากการเป็นธนาคารพาณิชย์ที่ใหญ่ที่สุดของประเทศไทย ธนาคารกรุงเทพยังได้รับการยกย่องว่าเป็นธนาคารที่ให้บริการด้าน Trade Finance ยอดเยี่ยมเป็นอันดับต้นๆ ของประเทศด้วย ดังนั้น ในวันนี้ AEC Connect Newsletter จะพาท่านไปรู้จักและพูดคุยกับคุณชดาพร อรุณจิต ผู้จัดการศูนย์ปฏิบัติการธุรกิจส่งออกและนำเข้า ธนาคารกรุงเทพ หนึ่งในทีมงานที่อยู่เบื้องหลังความสำเร็จดังกล่าว ในประเด็นเกี่ยวกับการเตรียมความพร้อมของธนาคาร ต่อการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนที่กำลังจะมาถึงในปลายปีนี้กันค่ะ:



ในช่วงเริ่มต้นของการพูดคุย คุณชดาพรก็ได้กรุณาให้เราฟังถึงทิศทางการค้าระหว่างประเทศของโลกที่มีการเปลี่ยนแปลงอย่างเห็นได้ชัด ซึ่งเชื่อมโยงกับความเปลี่ยนแปลงทางเศรษฐกิจที่มีการขยายตัวอย่างมากในทวีปเอเชีย จนนำมาสู่ยุคที่เรียกว่า “ศตวรรษแห่งเอเชีย” หรือ Asian Century ด้วยความที่ระดับการพัฒนาทางเศรษฐกิจของประเทศเหล่านี้ดีขึ้น ประกอบกับการเป็นตลาดขนาดมหึมาของประชากรครึ่งหนึ่งของโลก ทำให้เอเชียกลายเป็นตัวขับเคลื่อนการเติบโตทางเศรษฐกิจใหม่ (New Growth Engine) ส่งผลให้การค้าระหว่างภูมิภาค และการค้าภายในภูมิภาคที่สูงขึ้นอย่างเห็นชัด โดยเฉพาะในกลุ่มประเทศ AEC ด้วยกัน คุณชดาพรก็ตั้งมองด้วยว่า ทิศทางดังกล่าวจะยังคงดำเนินไปในรูปแบบนี้ไปอีกระยะหนึ่ง ซึ่งจริงอยู่ แม้การเจริญเติบโตอาจมีชะลอตัวบ้าง แต่เมื่อเทียบกับสหภาพยุโรปเองซึ่งก็ยังคงมีปัญหา หรือสหรัฐซึ่งแม้จะกำลังฟื้นตัวขึ้นมาแต่ก็น่าจะใช้เวลาอีกนาน เปรียบเสมือนเอเชียเป็นเด็กที่กำลังเจริญเติบโต ยังมีโอกาสทางการค้าและบริการอีกมาก ต่างจากตลาดยุโรปและสหรัฐ ที่โดนจ่ออ้อมตัวไปแล้ว

ในส่วนของประเทศเพื่อนบ้านเอง โดยเฉพาะกับกัมพูชา สปป.ลาว เมียนมาร์ และเวียดนามนั้น ก็มีการค้าขายกับประเทศไทยที่เติบโตขึ้นอย่างมากเช่นกัน จากปัจจัยหลายๆ ประการ ไม่ว่าจะเป็นเศรษฐกิจของประเทศเหล่านี้ที่ขยายตัวดีขึ้น ประชากรมีรายได้มากขึ้น มีการขยายตัวของความเป็นเมืองใหญ่ (Urbanization) ที่ไม่ได้เกิดแค่ในประเทศไทย ตัวอย่างทุกวันนี้ เมืองเมียวดี หรือมณฑลเฉิงหยูของสาธารณรัฐประชาชนจีนก็เจริญขึ้นทุกวัน เช่นเดียวกับสปป.ลาวทางตอนใต้ ที่ความเจริญไม่ได้กระจุกอยู่แค่กรุงเวียงจันทน์เท่านั้น อีกปัจจัยหนึ่งที่มีความสำคัญมาก คือมุมมองต่อสินค้าไทย โดยสินค้า

ไทยเป็นที่ชื่นชอบในกลุ่มประเทศเหล่านี้ เพราะมองว่าเป็นสินค้าที่มีคุณภาพ เมื่อเทียบกับสินค้าของจีน ประกอบกับการที่มีแรงงานต่างชาติจากประเทศเหล่านี้เข้ามาทำงานในประเทศไทยหลายล้านคน ทำให้พวกเขาได้รู้จักสินค้าไทย บริโภคสินค้าไทยและช่วยให้สินค้าไทยได้ข้ามไปบุกตลาดประเทศเพื่อนบ้านจนประสบความสำเร็จโดยเฉพาะอย่างยิ่งในช่วง 2-3 ปีที่ผ่านมา ที่ประเทศเพื่อนบ้าน อย่าง เมียนมาร์ได้มีการผ่อนคลายนโยบายต่างๆ มากขึ้น และการเมืองภายในประเทศก็มีเสถียรภาพมากขึ้นส่งผลต่อการค้าขาย

เมื่อทางทีมงานถามคุณชดาพรว่า จากประสบการณ์ที่คลุกคลีกับลูกค้ามานาน ปัจจุบันในเรื่องการค้าขายระหว่างประเทศนั้น ท่านคิดว่าหลังเปิด AEC ผู้ประกอบการของไทยมีความพร้อมมากน้อยเพียงใด และธนาคารมีส่วนช่วยเหลือผู้ประกอบการเหล่านั้นอย่างไรบ้างในเรื่องนี้ คุณชดาพรก็หัวเราะและกล่าวอย่างอารมณ์ดีว่า “ผมเชื่อว่าทุกวันนี้ ผู้ประกอบการตระหนักแล้วว่า การเปิด AEC จะเป็นโอกาส แต่ยังไม่รู้ว่าจะฉกฉวยโอกาสตรงนั้นอย่างไร และยังกังวลกับความท้าทายและความเสี่ยงใหม่ๆ ที่จะเกิดขึ้น ซึ่งนั่นเป็นจุดสำคัญที่ทำให้ธนาคารกรุงเทพได้พยายามดำเนินการในทุกๆ รูปแบบภายใต้จุดแข็งที่เป็น Competitive Advantage ของธนาคาร เพื่อสร้างความพร้อมให้กับผู้ประกอบการ รองรับโอกาสจากการเปิด AEC” ทั้งนี้ จุดแข็งของธนาคารกรุงเทพที่คุณชดาพรก็กล่าวถึงนั้น มาจากปัจจัยแห่งความสำเร็จหลักๆ 2 ประการ ได้แก่

1. ประสบการณ์ที่ยาวนานหลายสิบปี (Experiences) โดยธนาคารกรุงเทพเป็นธนาคารไทยแห่งแรกที่เป็น Trade Finance Bank และมีบุคลากรที่สั่งสม



ความเชี่ยวชาญมาอย่างต่อเนื่อง เห็นได้จากรางวัลที่ได้รับการยกย่องจากสถาบันต่างๆ ในระดับนานาชาติอย่างมากมาย โดยล่าสุด คือ 'รางวัลยอดเยี่ยมด้านบริการส่งออกและนำเข้าในประเทศไทย' (Best Trade Finance Bank in Thailand) ประจำปี 2014 จากเดอะเอเชียนแบงก์เกอร์ (The Asian Banker) ด้วยความเป็นผู้นำของตลาดธุรกรรมการค้าระหว่างประเทศ ด้วยจำนวนศูนย์ปฏิบัติการธุรกิจส่งออกและนำเข้าทั้งหมด 64 แห่ง ครอบคลุมทั่วประเทศไทยและมีนวัตกรรมสินค้าและบริการที่ทันสมัย ทั้งบริการ Bualuang iTrade ที่สามารถทำธุรกรรมตราสารเครดิตการค้าระหว่างประเทศผ่านทางอินเทอร์เน็ตได้อย่างสะดวกและรวดเร็วตามเวลาจริง (Real Time) และบริการการชำระเงินระหว่างประเทศในรูปแบบ Bank Payment Obligation (BPO) ที่มีประสิทธิภาพและเป็นทางเลือกใหม่ที่มีแนวโน้มได้รับความสนใจจากผู้ส่งออก-นำเข้ามากขึ้น นอกจากนี้ธนาคารยังเพิ่งได้รับรางวัล 'ธนาคารยอดเยี่ยมด้านการส่งออกและนำเข้า (Best Trade Finance Bank)' จากนิตยสาร Alpha Southeast Asia ที่ได้รับต่อเนื่องกันเป็นปีที่ 8 ติดต่อกันนั้น ด้วยความแข็งแกร่งด้านเครือข่ายสาขาทั้งในประเทศและต่างประเทศ และมีผู้เชี่ยวชาญด้านการค้าระหว่างประเทศ (Trade Expert) กว่า 600 คนที่สามารถให้คำแนะนำแก่ลูกค้า (Trade Advisory Services) ได้อย่างมีประสิทธิภาพ อีกทั้งความสำเร็จในฐานะธนาคารที่มีส่วนแบ่งการตลาดสำหรับผลิตภัณฑ์และบริการ

2. เครือข่ายการทำธุรกรรมทางการเงินที่ครอบคลุมทั่วโลก (Networking) ด้วยเครือข่ายสาขาของธนาคารที่ปัจจุบันมีอยู่ 29 แห่ง และสำนักงานตัวแทนอีก 1 แห่ง ใน 14 เขตเศรษฐกิจสำคัญทั่วโลก รวมทั้งความสัมพันธ์กับธนาคารตัวแทนมากกว่า 1,100 ทั่วโลก ทำให้ธนาคารกรุงเทพสามารถรองรับและตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้ดีกว่าธนาคารอื่นๆ

ในส่วนของการเตรียมความพร้อมผู้ประกอบการเพื่อรองรับการเปิด AEC นั้น คุณชวรงค์ดีให้ข้อมูลเพิ่มเติมว่า "ปัจจุบันนอกเหนือจากกิจกรรมสร้างองค์ความรู้ที่สายงานต่างๆ ของธนาคารจัดกันอย่างสม่ำเสมอแล้ว ในส่วนของ Trade Finance เราก็มีการเปิดฝึกอบรม (Training) และการจัดเวิร์คชอปให้กับลูกค้าปีละหลายครั้ง โดยในปีที่แล้ว ได้เน้นการฝึกอบรมใน 2 หัวข้อสำคัญ คือ ด้านสิทธิประโยชน์ทางศุลกากร และด้านโลจิสติกส์ ที่เป็นเรื่อง

ที่ผู้ประกอบการได้รับผลกระทบโดยตรงจากการเปิด AEC และเป็นเรื่องที่คุณชวรงค์ดีให้ความสำคัญมากที่สุด เนื่องจากภาษีและกฎระเบียบต่างๆ นั้น มีความละเอียดอ่อนแตกต่างกันไปในแต่ละประเทศ ความตกลงร่วมมือทางการค้า (Free Trade Agreement: FTA) ทั้งในระดับระหว่างประเทศและระดับกลุ่มประเทศ ก็เกิดขึ้นใหม่ๆ รวมถึงมีความเปลี่ยนแปลงอยู่เรื่อยๆ ตลอดทั้งปี ทำให้ผู้ประกอบการต้องคอยติดตามอย่างระมัดระวัง ในขณะที่เรื่องการขนส่งเชื่อมโยงระหว่างประเทศ ก็มีการพัฒนาอย่างรวดเร็วและเริ่มมี Roadmap ที่ชัดเจนแล้ว ซึ่งผู้ประกอบการจะต้องเรียนรู้ที่จะใช้ประโยชน์จากสิทธิประโยชน์ทางภาษีได้อย่างเต็มที่และถูกต้องจากข้อตกลงทางการค้าที่ปัจจุบันมีอยู่ รวมไปถึงการใช้โอกาสจากการเชื่อมโยงเส้นทางคมนาคมขนส่งอย่างไร้พรมแดนเหล่านี้ด้วย"

นอกจากนี้ คุณชวรงค์ดียังกล่าวถึงบทบาทของธนาคารเพิ่มเติมอีกว่า "ด้วยตระหนักดีว่าการค้าต่างประเทศนั้น ไม่สามารถทำได้โดยลำพัง หากต้องการพันธมิตรที่มีความแข็งแกร่งและมีเสถียรภาพ ในฐานะสถาบันทางการเงิน ธนาคารกรุงเทพจึงทำงานร่วมกับกระทรวงพาณิชย์อย่างใกล้ชิด เพื่อเพิ่มช่องทางให้ผู้ประกอบการและภาคเอกชนเข้าถึงข้อมูลและบริการต่างๆ ของภาครัฐ ธนาคารจะคอยเฝ้าติดตามสถานการณ์ทางการค้าต่างๆ อย่างใกล้ชิด เพื่อเผยแพร่ให้ผู้ประกอบการได้รับรู้อย่างทันท่วงที ในขณะเดียวกันธนาคารก็สามารถสื่อสารความต้องการหรือปัญหาทางการค้าต่างๆ ของผู้ประกอบการภาคเอกชน เพื่อให้ภาครัฐสามารถที่จะให้ความช่วยเหลือได้เช่นกัน" นอกจากนี้ที่กล่าวไปแล้วนั้น ธนาคารกรุงเทพยังมีส่วนขับเคลื่อนให้เกิด Initiatives อีกหลายเรื่อง ไม่ว่าจะเป็นการเจรจาระหว่างเอกชนด้วยกัน หรือการจับคู่ทางธุรกิจ (Business Matching) ก็ตาม รวมถึงการเป็นพันธมิตรทางการเงินแห่งแรกและแห่งเดียวกับ Thaitrade.com ซึ่งเป็น E-Market Place อันดับหนึ่งของไทย ที่จัดทำขึ้นโดยกรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ กระทรวงพาณิชย์ เพื่อช่วยส่งเสริมศักยภาพผู้ประกอบการไทยให้ทำการค้าออนไลน์ได้อย่างมีประสิทธิภาพ สะดวกที่สุดและค่าใช้จ่ายถูกที่สุด (สมาชิกไม่เสียค่าใช้จ่ายในปีแรก) โดยธนาคารได้รับความไว้วางใจให้พัฒนาระบบรับชำระเงินออนไลน์ (e-Commerce Payment) เพื่ออำนวยความสะดวกให้สมาชิกผู้ซื้อสินค้าสามารถชำระเงินผ่านวิธีการอันหลากหลายแบบออนไลน์ได้อย่างครบวงจร รวดเร็ว และปลอดภัย ซึ่งในปัจจุบันมีสมาชิกอยู่ราว 20,000 คู่ค้า



ผู้เชี่ยวชาญบริการการค้าระหว่างประเทศ ที่พร้อมก้าวไปกับคุณ เพื่อความสำเร็จในทุกภูมิภาคของโลก



Alpha Southeast Asia
รางวัลธนาคารยอดเยี่ยม ด้านบริการส่งออกและนำเข้า ในประเทศไทย 8 ปีซ้อน

THE ASIAN BANKER
Best Trade Finance Bank in Thailand
TRANSACTION BANKING AWARDS 2014

รางวัลธนาคารยอดเยี่ยม ด้านบริการส่งออกและนำเข้า ในประเทศไทย 5 ปีซ้อน

ไม่ว่าคุณจะทำธุรกิจไป ณ ภูมิภาคใดของโลก ธนาคารกรุงเทพพร้อมเป็นพันธมิตรสนับสนุนธุรกิจของคุณสู่เป้าหมาย วางใจได้ด้วยบริการธุรกิจส่งออกและนำเข้าครบวงจร กับผู้เชี่ยวชาญที่มีประสบการณ์ด้านการค้าระหว่างประเทศและเครือข่ายต่างประเทศ ที่ครอบคลุมเขตเศรษฐกิจสำคัญทั่วโลก ด้วยบริการเหนือระดับ จากการจัดอันดับธนาคารยอดเยี่ยมด้านบริการส่งออกและนำเข้าโดยสถาบันชั้นนำต่างๆ คุณจึงวางใจได้ว่า ธนาคารกรุงเทพพร้อมช่วยคุณเปิดประตูสู่ตลาดโลกได้อย่างเต็มประสิทธิภาพ ผ่านเครือข่ายต่างประเทศ 29 แห่ง ใน 14 เขตเศรษฐกิจสำคัญทั่วโลก และธนาคารพันธมิตรมากกว่า 1,100 แห่ง

จีน | อองกง | อินเดีย | ญี่ปุ่น | ลาว | มาเลเซีย | เมียนมาร์ | ฟิลิปปินส์ | สิงคโปร์ | ไต้หวัน | เวียดนาม | อังกฤษ | อเมริกา

สอบถามข้อมูลเพิ่มเติมได้ที่ **สำนักธุรกิจของธนาคารกรุงเทพ** หรือ
BBL TFC Call Center โทร 02-680-9559
 email : BBLTFC.Clientservice@bbl.co.th
 www.bangkokbank.com/tradefinance



เปรียบเทียบข้อดีข้อเสียสำหรับการรับชำระเงินทางเลือกต่างๆ

ช่องทาง	ความเสี่ยง		ข้อดีสำหรับผู้ขาย	ข้อเสียสำหรับผู้ขาย
	ผู้ซื้อ	ผู้ขาย		
 PayPal	ไม่ได้รับสินค้าหรือได้รับสินค้าไม่ตรงตามที่ตกลงกัน	ถูก PayPal ดึงเงินกลับ เพราะ PayPal มีระบบ Buyer Protection	- เป็นช่องทางการรับชำระเงินที่มีผู้นิยมใช้ทั่วโลก - สมัครเปิดบัญชีกับ PayPal และส่งเงินกันด้วย Email Address และบัตรเครดิต ไม่ต้องติดต่อธนาคาร	ค่าธรรมเนียมการรับเงินสูง
 Western Union	ไม่ได้รับสินค้าหรือได้รับสินค้าไม่ตรงตามที่ตกลง	อาจไม่ได้รับเงินกรณีส่งสินค้าก่อน	ได้รับเงินทันที ผู้ซื้อเรียกเงินคืนไม่ได้	อาจไม่ได้รับเงินคืนหากเป็นการส่งสินค้าก่อน
 Merchant iPay	ไม่ได้รับสินค้าหรือได้รับสินค้าไม่ตรงตามที่ตกลงกัน	อาจถูกผู้ซื้อขอเคลมเงินคืนหากผู้ซื้อไม่หลักฐาน	ได้รับเงินวันรุ่งขึ้น เข้าถึงผู้ซื้อทั่วโลก	ไม่สามารถ Hold เงินของลูกค้าได้

ช่องทาง	ความเสี่ยง		ข้อดีสำหรับผู้ขาย	ข้อเสียสำหรับผู้ขาย
	ผู้ซื้อ	ผู้ขาย		
 Remittance	ไม่ได้รับสินค้าหรือได้รับสินค้าไม่ตรงตามที่ตกลงกัน	การรับเงินไม่เป็นตามข้อตกลง	รับเงินจำนวนสูงได้ตามหลักฐานความจำเป็น	เสียค่าธรรมเนียมธนาคารสูงหากคำสั่งโอนเงินผ่านหลายธนาคาร
D/P, D/A	ปานกลาง	D/P ปานกลาง D/A มาก	ธนาคารเป็นตัวกลางเรียกเก็บค่าสินค้าแทนผู้ขาย ทำให้มั่นใจได้ว่าจะได้รับชำระเงินค่าสินค้า	ผู้ซื้ออาจไม่มาติดต่อชำระเงินที่ธนาคาร
L/C	เสี่ยงน้อย	เสี่ยงน้อย	ธนาคารทำหน้าที่ค้ำประกันการชำระเงินให้กับผู้ขายถ้าเอกสารถูกต้องตามเงื่อนไขของ L/C	มีความเสี่ยงถ้าจัดทำเอกสารไม่ถูกต้อง อาจถูกปฏิเสธการจ่ายเงินจากธนาคารที่เปิด L/C

กิจกรรมบัวทองรอบรั้ว AEC

ธนาคารกรุงเทพ เปิดตัว AEC Connect บริการนำธุรกิจที่สนใจลงทุนในอาเซียน ตกย้ำเป็น 'ธนาคารแห่งภูมิภาค'

เพื่อต้อนรับการก้าวสู่ปีแห่ง AEC และรองรับการขยายตัวของธุรกิจไทยไปในประเทศเพื่อนบ้านอาเซียน ฝ่ายกิจการธนาคารต่างประเทศจึงได้เปิดตัว AEC Connect เพื่อให้บริการกับนักลงทุนไทยที่มีความสนใจและต้องการออกไปทำการค้าการลงทุนในภูมิภาค ทั้งนี้ AEC Connect จะทำหน้าที่ให้บริการข้อมูลเบื้องต้นทางด้านเศรษฐกิจ การค้า การลงทุนในประเทศเพื่อนบ้านอาเซียนรวมทั้งบริการประสานเชื่อมโยงกับเครือข่ายสาขาในต่างประเทศของธนาคารกรุงเทพ ที่ในปัจจุบันมีสาขาในอาเซียนครบ 9 สาขา (ยกเว้นบรูไน) ทั้งนี้ ธนาคารมีผู้เชี่ยวชาญในด้านต่างๆ เพื่อให้คำปรึกษาลูกค้าที่ต้องการไปทำการค้าหรือลงทุนในกลุ่มประเทศ AEC ได้อย่างเบ็ดเสร็จ ตลอดไปจนถึงมีการจัดกิจกรรมเพื่อให้องค์ความรู้ในรูปแบบงานสัมมนาและการศึกษาดูงานทั้งในและต่างประเทศอย่างต่อเนื่อง

แบงก์สนับสนุนหลักสูตร เศรษฐศาสตร์มหาบัณฑิต ม.เชียงใหม่ ณ เมียนมาร์



เมื่อวันที่ 10 ธันวาคม ที่ผ่านมา คุณไชยฤทธิ์ อนุชิตวรงค์ ผู้ช่วยผู้จัดการใหญ่ เป็นตัวแทนธนาคารเข้าร่วมพิธีเปิด โครงการเปิดสอนหลักสูตรเศรษฐศาสตร์มหาบัณฑิต (หลักสูตรนานาชาติ) และรับมอบ Certificate of Appreciation ณ Yangon University of Economics ประเทศสาธารณรัฐแห่งสหภาพเมียนมาร์ โดยมี รองศาสตราจารย์ นพ. นิเวศน์ นันทจิต อธิการบดีมหาวิทยาลัยเชียงใหม่ ดร. พิสิฐ ลี้อาธรรม คณบดีคณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ Minister and Deputy Chief of Mission, as Charge d' Affaires, Representative of Thai Ambassador in Yangon Prof. Daw Khin Naing Oo, Dean of Yangon University of Economics และ คุณทศทิศ รอดประเสริฐ Chief Representative Officer, Myanmar ธนาคารกรุงเทพ ร่วมเป็นเกียรติในพิธี ณ ห้องประชุม Yangon University of Economics สาธารณรัฐแห่งสหภาพเมียนมาร์

ธนาคารได้อนุมัติเงินบริจาคสนับสนุนโครงการเปิดสอนหลักสูตรเศรษฐศาสตร์มหาบัณฑิต (หลักสูตรนานาชาติ) ณ Yangon University of Economics ประเทศสาธารณรัฐแห่งสหภาพเมียนมาร์ ของคณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ จำนวนเงิน 3,000,000 บาท โดยคณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ กับ Yangon University of Economics ยังได้ร่วมลงนามข้อตกลงความร่วมมือทางวิชาการ โดยมีข้อตกลงร่วมมือในด้าน

การให้ทุนเพื่อศึกษาต่อในคณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ การแลกเปลี่ยนนักศึกษาและบุคลากร การทำวิจัยร่วม และกิจกรรมอื่นๆ ที่ทั้งสองฝ่ายเห็นชอบร่วมกัน



คุณปิตรี สิกธิอำนวย กรรมการธนาคาร ธนาคารกรุงเทพ เป็นประธานกล่าวเปิด Workshop เรื่อง Building a Better Future: Secrets of Successful Investment in Myanmar ในงาน Euromoney Myanmar Global Investment Forum 2014 ที่กรุงเนปยีอว ประเทศสาธารณรัฐแห่งสหภาพเมียนมาร์ เมื่อวันที่ 16 กันยายน 2557

ธนาคารกรุงเทพ ร่วมงานส่งเสริมการค้าข้ามแดนไทย-เมียนมาร์



ด้วยประสบการณ์กว่า 19 ปี ในฐานะสำนักงานผู้แทน ณ เมืองย่างกุ้ง รัฐบาลสาธารณรัฐแห่งสหภาพเมียนมาร์ ล่าสุดธนาคารกรุงเทพมีความภาคภูมิใจที่ได้รับควมไว้วางใจจากรัฐบาลสาธารณรัฐแห่งสหภาพเมียนมาร์ ให้เป็นหนึ่งในก้าธนาคารจากทั่วโลก และเป็นธนาคารไทยเพียงแห่งเดียวที่ได้รับใบอนุญาตในเบื้องต้นให้ยกระดับเป็นสาขา เพื่อประกอบกิจการธนาคารและพร้อมที่จะให้บริการอย่างเต็มรูปแบบสำหรับลูกค้าต่างชาติในเมียนมาร์ ทั้งนี้ธนาคารกรุงเทพได้เข้าร่วมกิจกรรม งานส่งเสริมการค้าข้ามแดนไทย-เมียนมาร์ (Thai-Myanmar Trade Fair) โดยหอการค้าไทย และสภาหอการค้าไทย ณ ศูนย์กลางแสดงสินค้าและศูนย์ประชุมเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว อำเภอแม่สอด จังหวัดตาก ระหว่างวันที่ 15-19 ตุลาคม 2557 โดยมีการออกบูธเพื่อให้คำแนะนำ แลกเปลี่ยนข้อมูล และเจรจาธุรกิจการค้าการลงทุนสำหรับผู้สนใจจะไปลงทุนตามแนวชายแดนไทย-เมียนมาร์

สัมมนา “จีน และ AEC ภายใต้เส้นทางสายไหมใหม่”

เมื่อวันพุธที่ 11 กุมภาพันธ์ที่ผ่านมา ธนาคารจัดเสวนานุกรมความรู้ในหัวข้อ ‘จีนกับประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน ภายใต้เส้นทางสายไหมใหม่’ ‘เส้นทางสายไหมใหม่ (The New Silk Road)’ ภายใต้แนวคิดของยุทธศาสตร์ที่เรียกว่า “One Belt and One Road” อันเป็นแผนการพัฒนาระยะยาวเพื่อเสริมสร้างอำนาจทางเศรษฐกิจและความมั่นคงทางภูมิรัฐศาสตร์ของจีน โดยแผนนั้นประกอบไปด้วย 2 เส้นทาง คือ

1) เส้นทางสายไหมทางเศรษฐกิจ (Silk Road Economic Belt) อันเป็นความพยายามของจีนในการสร้างความเชื่อมโยงตามแนวเส้นทางการค้าในสมัยโบราณที่เรียกว่า เส้นทางสายไหม (Silk Road, Silk Route) ซึ่งเชื่อมโยงเอเชียตะวันออก (จีน ญี่ปุ่น เกาหลี) เอเชียตะวันออกเฉียงใต้หรืออาเซียน เข้ากับเอเชียใต้ เอเชียกลาง ตะวันออกกลาง ตอนเหนือของทวีปแอฟริกา และไปสิ้นสุดเส้นทางที่ทวีปยุโรป

2) เส้นทางสายไหมทางทะเลในศตวรรษที่ 21 (21st Century Maritime Silk Road) ซึ่งจะเชื่อมเส้นทางเดินเรือหลักของโลกจากญี่ปุ่น เกาหลี สู่มืองท่าสำคัญๆ ของประเทศจีนทางตะวันออก ลงสู่ทะเลจีนใต้ช่องแคบมะละกา ซึ่งจะเป็นการเชื่อมโยงการค้าจากมหาสมุทรแปซิฟิกผ่านอาเซียน สู่มหาสมุทรอินเดีย

กลยุทธ์ทั้ง 2 เส้นทางนี้ เป็นการรุกทั้งทางบกและทางทะเลของจีนที่ประธานาธิบดี **สี จิ้นผิง** ได้กล่าวไว้ตั้งแต่เดือนตุลาคม 2556 เส้นทางดังกล่าวจะเป็นการเชื่อมต่อระหว่างเมืองสำคัญต่างๆ ในเอเชียที่จะมีการขนส่งทั้งสินค้าและคน และจะเป็นจุดเริ่มต้นของการแผ่อิทธิพลของจีนอย่างไพศาล ซึ่งจะต้องตามมาด้วยการลงทุนในระบบสาธารณูปโภค ระบบเทคโนโลยีสารสนเทศและการคมนาคม เพื่อให้เกิดความเชื่อมต่อแบบไร้รอยต่อทั้งทางการเดินเรือ ถนน และระบบราง และจะส่งผลโดยตรงต่อประเทศสมาชิกอาเซียน โดยเฉพาะประเทศไทยในหลายๆ ด้าน ในขณะที่เดียวกัน ภูมิภาคอาเซียนเองก็จะต้องเตรียมพร้อมในการรองรับกับการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว เพื่อให้ได้รับผลประโยชน์จากยุทธศาสตร์ของจีนในครั้งนี้เพื่อเป็นการเตรียมความพร้อมสำหรับการเปลี่ยนแปลงที่นโยบายของจีน มาให้เกิดขึ้น โดยเฉพาะสำหรับภาคธุรกิจไม่ว่าจะเป็นการเชื่อมต่อโครงข่ายท่าเรือ การวางระบบอำนวยความสะดวกทางการค้า การทำข้อตกลงทางทะเล และการบริหารจัดการความท่าเรือและการเดินเรือ และที่สำคัญคือระบบความปลอดภัยและการบริหารความเสี่ยงในนานาชาตินานาชาติ เป็นต้น

โดยธนาคารได้รับเกียรติจาก ฯพณฯ **นิง ฟู่ซุย** เอกอัครราชทูตสาธารณรัฐประชาชนจีน ประจำประเทศไทยมาร่วมปาฐกถา และมีผู้ร่วมเสวนา ได้แก่ **มร.หลี่ จื้อผิง** ผู้เชี่ยวชาญจาก สถาบันการค้าระหว่างประเทศและความ



ร่วมมือทางเศรษฐกิจ กระทรวงพาณิชย์ สาธารณรัฐประชาชนจีน รองศาสตราจารย์ ดร.วันชัย ศิริชนะอธิการบดีมหาวิทยาลัยแม่ฟ้าหลวง รองศาสตราจารย์ **ดร. อักษรศรี พานิชสาส์น** ผู้อำนวยการ ศูนย์วิจัยยุทธศาสตร์ ไทย-จีน สำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ และ **มร.เบส โกเดท์** อดีตเอกอัครราชทูตสวีเดนและแลนด์ประจำสาธารณรัฐประชาชนจีน

ทั้งนี้ ท่านสามารถติดตามเนื้อหาและภาพบรรยากาศงานย้อนหลังได้ที่ www.bangkokbank.com/AECconnect ในหัวข้องานสัมมนาที่ผ่านมา

ธนาคารร่วมพัฒนาระบบชำระเงินออนไลน์เชื่อมต่อ Thaitrade.com



คุณสุธีรา ศรีไพบูลย์ รองผู้จัดการใหญ่ ร่วมกับ **คุณนันทวัลย์ ศกุนตนาค** (กลาง) อธิบดีกรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ กระทรวงพาณิชย์ และ **คุณชนัญญารักษ์ เพ็ชรรัตน์** (ที่ 2 จากซ้าย) กรรมการผู้จัดการ ดีเอสแอล เอ็กซ์เพรส ประเทศไทยและภาคพื้นอินโดจีน ลงนามในบันทึกความเข้าใจในโครงการตลาดกลางพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ภายใต้ชื่อ Thaitrade.com อิมาร์เก็ตเพลสอันดับหนึ่งของไทยที่ช่วยส่งเสริมศักยภาพผู้ประกอบการไทยให้ทำการค้าออนไลน์ได้อย่างมีประสิทธิภาพ

ธนาคารกรุงเทพ ในฐานะสถาบันการเงินแห่งแรกที่เป็นพันธมิตรของโครงการได้รับความไว้วางใจจาก กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ ให้พัฒนาระบบรับชำระเงินออนไลน์ (E-Commerce Payment) ที่เชื่อมต่อกับเว็บไซต์ Thaitrade.com เพื่ออำนวยความสะดวกให้สมาชิกผู้ซื้อสินค้าสามารถชำระเงินผ่านวิธีการอันหลากหลายแบบออนไลน์ได้อย่างครบวงจร รวดเร็ว และปลอดภัย นับเป็นโครงการการอำนวยความสะดวกและสร้างความมั่นใจให้ผู้ซื้อทั่วโลก ตอบสนองต่อพฤติกรรมกรรมการซื้อสินค้าออนไลน์ในปัจจุบัน ส่งเสริมผู้ประกอบการไทย ให้ก้าวสู่เศรษฐกิจดิจิทัลอย่างเข้มแข็ง โดย ดีเอสแอล เข้ามาพัฒนาด้านการขนส่งและโลจิสติกส์

ติดต่อสอบถาม AEC Connect ฝ่ายกิจการธนาคารต่างประเทศ

โทรศัพท์: 02-230-1507

อีเมล: AECconnect@bbl.co.th

เว็บไซต์: www.bangkokbank.com/AECconnect