

AEC CONNECT

FIRST ISSUE / 2022



วิสัยทัศน์ 'กนกฟอร์นิเจอร์ แอนด์ เดคคอร์ชั่น'
World Class แห่งศาสตร์และศิลป์ทางธุรกิจ



Editor's Talk

คุยกับบรรณาธิการ

วันที่ 24 กุมภาพันธ์ 2565 เป็นวันที่รัสเซียประกาศ 'ปฏิบัติการพิเศษทางทหาร' ในพื้นที่ตะวันออกของยูเครน ส่งผลให้ชาวยูเครนจำนวนมากต้องอพยพออกจากประเทศและนานาชาติร่วมประณามการกระทำดังกล่าว จนในที่สุดหลายประเทศโดยเฉพาะชาติตะวันตกได้ออกมาตรการคว่ำบาตรรัสเซีย

กองทุนการเงินระหว่างประเทศ (IMF) ระบุว่าสงครามในยูเครนจะทำให้การเติบโตของเศรษฐกิจโลกชะลอตัวในปี 2565 โดยคาดการณ์ว่าจะชะลอตัวจากประมาณร้อยละ 6.1 ในปี 2564 สู่ร้อยละ 3.6 ในปี 2565 และ 2566 ขณะที่ราคาน้ำมันเชื้อเพลิงและราคาอาหารก็เพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็ว ส่งผลกระทบต่อประชาชนที่เป็นกลุ่มเปราะบางในบรรดาประเทศที่มีรายได้ต่ำมากที่สุด

จากสถานการณ์ความขัดแย้งในยูเครนร่วมกับวิกฤติโรคโควิด 19 ที่เกิดขึ้นก่อนหน้านี้ที่ส่งผลกระทบต่อผู้คนทั่วโลก แน่แน่นอนว่าประชาชนและนักธุรกิจไทยก็สัมผัสถึงแรงสั่นสะเทือนนี้เช่นกัน ดังนั้น AEC Connect Newsletter เล่มที่ 1 นี้ จึงได้รวบรวมข่าวสารที่เป็นประโยชน์ อีกทั้งกลยุทธ์เกี่ยวกับการแก้ปัญหาธุรกิจท่ามกลางวิกฤติจากนักธุรกิจที่มากประสบการณ์ โดยหวังเป็นอย่างยิ่งว่าทุกท่านจะสามารถนำไปประยุกต์ใช้ได้ไม่มากก็น้อย

“ธนาคารกรุงเทพ เพื่อนคู่คิด มิตรคู่เออีซี”

ไชยฤทธิ์ อนุชิตวรวงศ์

รองผู้จัดการใหญ่

ธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน)

บรรณาธิการบริหาร

In This Issue



วิสัยทัศน์ 'กบคอปอร์นิเจอร์ แอนด์ เดคคอเรชั่น' 4



ปรากฏการณ์ Cryptocurrency ในอาเซียน 8



กลายเป็นสรรคการเงินของเอสเอ็มอี มุ่งสู่ Digital Generation 12



ธุรกิจปศุสัตว์อาเซียน ถึงเวลาเปลี่ยนแปลง 14



เวียดนามสร้าง Bizverse สิ้นเชื่อเพื่อรายย่อย 16



บทบาทใหม่ของเจ้าหญิงน้อย บโรดม เจนญา 18

President Message



ในช่วงนี้เริ่มเห็นสัญญาณการฟื้นตัวของเศรษฐกิจ โดยภาพรวมเศรษฐกิจไทยในช่วงปลายปีที่ผ่านมา ได้ปรับตัวดีขึ้น หลังจากรัฐบาลสามารถฉีดวัคซีน ได้มากกว่า 100 ล้านโดส ครอบคลุมประชากร ประมาณ 51 ล้านคน ส่งผลให้ผู้คนออกมาใช้ชีวิตตามปกติมากขึ้น จนมีสัญญาณเชิงบวกทาง เศรษฐกิจหลาย ๆ อย่าง

เมื่อก้าวผ่านความท้าทายเกี่ยวกับสถานการณ์ โควิด 19 ไปได้ สิ่งต่อไปที่ธนาคารมุ่งดำเนินการ คือ การสนับสนุนลูกค้าให้ฟื้นตัว และสามารถ กลับมาเริ่มต้นธุรกิจอีกครั้ง ใช้โอกาสที่กำลังเกิดขึ้น พร้อมรับมือความท้าทายทางเศรษฐกิจ

ธนาคารพร้อมสนับสนุนลูกค้าในการปรับปรุง และเปลี่ยนแปลงให้สอดคล้องกับสภาพและ ความต้องการของตลาดที่เปลี่ยนไป เพื่อเพิ่มขีด ความสามารถในการแข่งขันและดำเนินธุรกิจให้ เข้ากับยุค New Normal โดยเฉพาะเศรษฐกิจดิจิทัล ที่มีความสำคัญมากยิ่งขึ้น เพื่อให้ธุรกิจของลูกค้าที่ นอกจากจะรอดพ้นวิกฤติได้แล้วยังสามารถเติบโต ได้อย่างยั่งยืนด้วย

คุณชาติศิริ โสภณพนิช
กรรมการผู้จัดการใหญ่
ธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน)



วิสัยทัศน์

KANOK

furniture and decoration

World Class แห่งศาสตร์และศิลป์ทางธุรกิจ



ศุภลักษณ์ พุง
ศิรพัฒน์ เลิศกังวาลไกล

กรรมการบริหาร

บริษัท กนกเฟอร์นิเจอร์ แอนด์ เดคโคเรชั่น จำกัด



รับชมรายการ AEC TAKE-OFF
เปิดอาณาจักรพันล้าน
"กนกเฟอร์นิเจอร์" ความภูมิใจ
ฝีมือคนไทย สู่ระดับเวลาด์คลาส

หากพูดถึงธุรกิจออกแบบตกแต่งภายในด้วยมาตรฐาน**ผลิตเฟอร์นิเจอร์ไม้ระดับโลก** ภายใต้แบรนด์ที่เป็นความภาคภูมิใจของคนไทยนั้นจะต้องมีชื่อของ **“บริษัท กนกเฟอร์นิเจอร์ แอนด์ เดคคอร์เรชั่น จำกัด”** ในฐานะผู้รังสรรค์ผลงานคุณภาพอันดับหนึ่งแห่งอาเซียน นับเป็นเวลากว่า 50 ปีที่ กนกเฟอร์นิเจอร์ แอนด์ เดคคอร์เรชั่น สัมผัสประสบการณ์ความเชี่ยวชาญศิลปะการตกแต่งภายในเพื่อส่งมอบให้ลูกค้ามากมายทั้งโรงแรมระดับ 6 ดาว รีสอร์ท สำนักงาน บ้านพักอาศัย ไปจนถึงคอนโดมิเนียมสุดหรูทั้งในและต่างประเทศ

รายการ AEC TAKE-OFF ได้สนทนากับเจสสิก้าวิสัยทัศน์ 2 นักบริหารผู้มากความสามารถ พร้อมเยี่ยมชมโรงงานขนาดใหญ่กว่า 20,000 ตารางเมตร ณ จังหวัดชลบุรี เพื่อเรียนรู้เคล็ดลับความสำเร็จและการต่อยอดธุรกิจระดับพันล้าน



คุณศุภลักษณ์ ฟุ้ง
กรรมการบริหาร
บริษัท กนกเฟอร์นิเจอร์
แอนด์ เดคคอร์เรชั่น จำกัด

AEC TAKE-OFF : จุดเริ่มต้น จากธุรกิจครอบครัวที่ก้าวสู่ธุรกิจชั้นนำระดับภูมิภาคมีที่มาและแรงบันดาลใจในการดำเนินธุรกิจอย่างไรบ้างคะ

คุณศุภลักษณ์ : ธุรกิจของเราหลายคนเข้าใจว่าเป็นธุรกิจที่ทำเฟอร์นิเจอร์ แต่ในความเป็นจริงแล้วเราทำมากกว่าเฟอร์นิเจอร์ เริ่มต้นตั้งแต่สมัยรุ่นคุณพ่อเมื่อ 50-60 ปีที่แล้ว ผู้สร้างธุรกิจงานไม้จะอยู่ที่เอวราชและเวียงนครเกษม เด็กรุ่นใหม่สมัยนี้อาจจะไม่ค่อยคุ้นชื่อ คุณพ่อมีโอกาสไปทำงานให้กับร้านเฟอร์นิเจอร์ที่เป็นคนจีนโพ้นทะเลมาตั้งรกรากในเมืองไทยมีโอกาสเรียนกับช่างไม้ฝีมือดีจากเชียงใหม่ร่วมกับเพื่อนร่วมรุ่นหลายท่าน ปัจจุบันแต่ละท่านก็มีโอกาสแยกย้ายกันไปและได้ตั้งบริษัทของตัวเอง

คุณพ่อมีความรักงานไม้มากไม่เคยเรียกตัวเองว่าเป็นนักธุรกิจ เรียกตัวเองว่าเป็นช่างไม้ เวลาเราไปไหนก็จะคิดว่าตัวเองไม่ใช่ช่างไม้ เราเป็นลูกช่างไม้ โดยคุณพ่อออกมาตั้งบริษัทเกือบ 50 ปีที่แล้วด้วยตัวเอง เริ่มต้นธุรกิจตกแต่งภายในไม่ใช่แค่การทำโต๊ะ เก้าอี้ แต่รวมถึงการเข้าไปพัฒนาพื้นที่ตึกที่ว่างเปล่า ทำให้กลายเป็น

ผนัง เป็นฝ้า มีกล่อง รางม่าน มีแผงอะไหล่ต่างๆ สร้างพื้นที่ที่ใช้งานไม่ได้ให้กลายเป็นพื้นที่ใช้ประโยชน์หรือประกอบธุรกิจ หรือที่เรียกว่า Turn Key เราขนของเข้าไปและออกมา นำคีย์การ์ดส่งมอบให้กับเจ้าของโรงแรมเพื่อดำเนินการต่อได้

ในระยะเริ่มต้น ท่านอื่นๆ จะใช้โมเดลในการจ้างเหมา แต่ส่วนของคุณพ่อที่บอกว่าเป็นช่างไม้ก็อยากจะทำเองทุกชิ้น จึงแยกไปอีกเส้นทางหนึ่ง เริ่มจากเล็กๆ ค่อยๆ เติมนคนและเครื่องจักร พอ 50 ปีผ่านไปคนที่อยู่กับเราทำเก้าอี้มาแล้วรู้จักพื้นที่หมื่นแบบ ทำฝ้าเป็นแสนตารางเมตร ทุกชิ้นที่ออกมาเป็นงานของคนที่รักในงานและเงินที่ได้แทนที่จะเอาไปลงทุนอย่างอื่นก็ใส่กลับเข้าไปในอาชีพของเราในสายการผลิตเครื่องจักร จนถึงปัจจุบันในอาชีพตกแต่งภายในนี้ไม่มีใครมีฐานการผลิตใหญ่เท่าเรา

AEC TAKE-OFF : อะไรที่เป็นจุดเด่นและเอกลักษณ์ในการบริหารธุรกิจของบริษัท กนกเฟอร์นิเจอร์ฯ จนมาถึงจุดนี้

คุณศุภลักษณ์ : อันดับแรกเราจะต้องไม่ต่อรองในเรื่องของคุณภาพ เป็นเหตุว่าทำไมต้องมี In-House ในทุกเรื่องและผลิตชิ้นงานด้วยตัวเอง แต่งานจะออกมาดีต้องเกิดจากทรัพยากรคน เรามีเครื่องจักรที่ดีที่สุดในโลก แต่ถ้าเราไม่มีทรัพยากรก็ไม่สามารถแปลงจากเศษไม้ ขอนไม้ ให้กลายเป็น

เป็นชิ้นงานสวยๆ ได้ ทำควบคู่กันไป มีทั้งระบบและการเทรนนิ่ง สุดท้ายเราทำการสร้างระบบในองค์กรให้ทุกคนรักที่จะเห็นงานที่ดี

AEC TAKE-OFF : การขยายการลงทุนไปยังต่างประเทศ มีคู่ค้าทั้งประเทศเมียนมา ฟิลิปปินส์ สิงคโปร์ และอื่นๆ คุณศุภลักษณ์ มีวิธีบริหารจัดการอย่างไร

คุณศุภลักษณ์ : เราเริ่มต้นออกไปทำงานยุคที่เศรษฐกิจไทยมีปัญหาวิกฤติต้มยำกุ้งปี 2540 ด้วยเหตุที่ว่าเรามีฐานการผลิตเกือบสำเร็จรูปจากโรงงาน สามารถไปทำงานที่ไหนก็ได้ เพราะเมื่อเราทำชิ้นส่วนเฟอร์นิเจอร์และถอดให้เป็นชิ้นเล็กเพื่อนำไปประกอบในพื้นที่ ทำให้สามารถกระจายการให้บริการลูกค้า เพราะสินค้าของเราไม่ใช่สินค้าสำเร็จรูป

ขณะเดียวกันเรามีเครือข่ายของผู้ร่วมค้า เช่น ดีไซน์เนอร์หรือเจ้าของโครงการ เช่น Shangri-La ที่เราได้ให้บริการที่กรุงเทพฯ ก็ให้ไปทำในประเทศฟิลิปปินส์หรือเมืองอื่นๆ อีกจึงเป็นที่มาของการบอกต่อ สร้างความไว้วางใจ เราไปกันเป็นคู่ค้าจึงสามารถกระจายตลาดออกไปได้

AEC TAKE-OFF : วิสัยทัศน์ในเรื่องอนาคตอุตสาหกรรมนี้จะก้าวต่อไปอย่างไรบ้างคะ
คุณศุภลักษณ์ : เราเชื่อว่าธุรกิจของเรายัง



เป็นที่ต้องการโดยเฉพาะประเทศเพื่อนบ้านที่เป็นโอกาสดีมากเพราะกำลังขยายตัว ไม่ว่าจะเป็นเมียนมา สปป.ลาว กัมพูชา กำลังสร้างเมืองใหม่ สร้างมาตรฐานใหม่ เราในฐานะคนไทยโชคดีที่พัฒนาเศรษฐกิจล่วงหน้ามาก่อนได้พัฒนาความเป็นอยู่ผ่าน มาแล้วสามารถเข้าไปร่วมงานสร้างตลาดได้ โดยทุกที่ที่ไปต้องมีพันธมิตร ดังนั้นมองว่ามีโอกาสเติบโตอีกมากในกลุ่ม AEC

AEC TAKE-OFF : กนกเฟอร์นิเจอร์ฯ ขณะนี้ถือว่าโฟกัสในกลุ่มประเทศอาเซียนเป็นหลัก

คุณศุภลักษณ์ : ที่ผ่านมาเราเองก็พยายามค้นหาตัวเองไปตะวันออกกลางไปเมืองจีนทำงานเล็ก ๆ ในสถานทูตที่สวีตเซอร์แลนด์ แต่สรุปแล้วเราเห็นเทรนด์การเติบโตในกลุ่มประเทศ AEC เป็นการเติบโตที่ยั่งยืนเป็นการพัฒนาทั้ง 2 ฝั่ง คือฝั่งที่เป็นกำลังคน กำลังปัญญา พร้อมทั้งการตลาดไปด้วยกัน ยกตัวอย่าง ช่วงโควิด 19 เรายังมีงานในประเทศกัมพูชา แม้ไม่สามารถส่งคนไทยไปได้ เราก็กู้โทรศัพท์หาทีมงานในต่างประเทศ Project Manager ที่อินเดียบินเข้าไปในกัมพูชา ก่อน ทีมวิศวกรที่รอทำงานในประเทศเมียนมาให้มาทำที่ กัมพูชา ก่อน ทุกอย่างรวมกันเรามีแรงงาน กัมพูชามีพนักงานเก่าๆ อยู่ในพนมเปญรวบรวมไปยังเมืองที่คนไทยไปไม่ได้ให้สามารถดำเนินการต่อไปได้

“

เชื่อว่าธุรกิจของเรา ยังเป็นที่ต้องการ โดยเฉพาะประเทศเพื่อนบ้าน เพราะประเทศเพื่อนบ้านกำลังขยายตัวและมองว่ายังมีโอกาสโตอีกมากในกลุ่ม AEC ”



อยากบอกไปถึงนักธุรกิจท่านอื่นว่าจริงๆ แล้ว AEC เราสามารถพัฒนาได้ทั้ง 2 ฝั่ง ยิ่งโตเท่าทวีคูณ การแลกเปลี่ยนความรู้กันน่าจะเป็นเรื่องที่ทำให้ภูมิภาคแข็งแกร่งและสามารถทัดทานกับประเทศมหาอำนาจทั้งฝั่งสหรัฐอเมริกาและจีนที่กำลังขับเคี่ยวกันอยู่ในขณะนี้ได้

AEC TAKE-OFF : ในช่วงโควิดที่ผ่านมาลูกค้าที่เป็น Developer หรือเจ้าของโรงแรมระดับโลกต่างได้รับผลกระทบ คุณศุภลักษณ์มีวิธีดำเนินธุรกิจร่วมกับคู่ค้าอย่างไรบ้าง

คุณศุภลักษณ์ : อันนี้เป็นสิ่งที่เราบอกได้เลยว่า การทำธุรกิจมายาวนานและได้สร้างทรัพย์สินทางปัญญาที่ชัดเจนเป็นภูมิปัญญาที่ดีสำหรับเราเพราะคู่ค้าแต่ละองค์กรไม่ใช่องค์กรเล็ก อาจจะพักฐานแต่ไม่ได้หายไป ส่วนเราก็ต้องพักฐานตามแน่นอน เราปรับตัวมีช่วงที่ต้องประคองแต่สุดท้ายวันหนึ่งก็ต้องกลับมา แม้ลูกค้าในกลุ่มโรงแรมที่ชะลอตัวเราก็นำไปดูแลกลุ่มบ้านซึ่งก็คือผู้บริหารหรือเจ้าของโรงแรมในช่วงที่ผ่านมาเริ่มปรับปรุงหรือสร้างบ้านตัวเองนี่คือโอกาสใหม่ๆ พอทุกอย่างกลับมา ก็สามารถให้บริการลูกค้ากลุ่มเดิมและกลุ่มใหม่ที่เริ่มต้นควบคู่กันไป เป็นแนวทางที่คิดว่าหลังจากวิกฤติอาจจะมีเรื่องดีๆ เกิดขึ้นก็ได้



คุณศิริพัฒน์ เลิศกิงวาลไกล
กรรมการบริหาร บริษัท กนกเฟอร์นิเจอร์ แอนด์ เดคคอร์ชั่น จำกัด

AEC TAKE-OFF : คุณศิริพัฒน์มีกลยุทธ์การตลาดในอาเซียนอย่างไรที่ทำให้กนกเฟอร์นิเจอร์ฯ ประสบความสำเร็จจนถึงทุกวันนี้

คุณศิริพัฒน์ : กลยุทธ์สำคัญไม่ใช่เรื่องการตลาดอย่างเดียว เราต้องนำเสนอสินค้าที่ดีมีคุณภาพสมกับชื่อเสียงของบริษัทและประเทศไทยด้วย จากการได้เดินทางไปหลายประเทศไม่เฉพาะอาเซียนรวมถึงตะวันออกกลาง ยุโรป สหรัฐอเมริกา ต้องยอมรับว่าเรามีทุนชื่อเสียงของประเทศเป็นตัวช่วยสูงมาก ประเทศไทยได้รับการยอมรับในเรื่องงานฝีมือ (Craftsmanship) เมื่อใดพูดถึงสินค้าจากเมืองไทย เราได้รับการให้เกรดดีกว่าประเทศอื่นๆ เสมอ ผมกล้าบอกได้เลยแม้กระทั่งประเทศจีนที่มีการพัฒนามากมาย แต่เมื่อพูดถึง Craftsman ประเทศไทยจะเหนือกว่านี้เป็นทุนของประเทศ

ประการที่สอง ทุนของบริษัทเราเอง กนกเฟอร์นิเจอร์อยู่ในอาเซียนนี้ต่อเนื่อง

ยาวนานกว่า 50 ปี ก่อตั้งบริษัทมาตั้งแต่ปี 2514 ถ้าไม่มีโควิด บริษัทจะมีการฉลองครบรอบ 50 ปี เมื่อปีที่ผ่านมานี้ เป็น 50 ปีที่ทำอาชีพเดียวไม่เคยเปลี่ยนนั่นหมายถึงเราสะสมทุนในเรื่องของชื่อเสียง สะสมทุนเรื่องของความรู้ เมื่อชื่อเสียงและความรู้ในอาชีพเดียวกัน ทำต่อเนื่องกันก็เกิดทักษะได้รับการเก็บสะสมไปทั่วโลกทั้งในและต่างประเทศ สัมผัสได้ตั้งแต่สมัยคุณพ่อและตัวพวกเราตลอดในระยะเวลาหลายปีที่ผ่านมานี้

ดังนั้นการออกไปทำการตลาดจึงไม่ใช่เรื่องลำบากเกินไปถ้าใจกล้าพอที่จะก้าวออกไปจาก Comfort Zone คนไทยมีหลายบริษัทที่แข็งแกร่งมากๆ แต่ยังมีข้อจำกัดเรื่อง Comfort Zone บางคนก็ประสบความสำเร็จในเมืองไทยแล้วคิดว่าไม่จำเป็นต้องขวนขวายไปเมืองนอกอาจจะแต่งตั้งให้เอเยนต์ไปขายให้พาร์ทเนอร์ไปขายให้ โดยที่ตัวเองยังอยู่ใน Comfort Zone ผมเชื่อว่าหลายอุตสาหกรรมมีศักยภาพทั้งเรื่องเงินและความรู้ไปด้วยตัวเองได้ แต่จุดสำคัญคือต้องทำลาย Comfort Zone ทั้งตัวเองและ Culture ที่ฝังงาน ภาษาอังกฤษเรียกว่า Adventurous ก็คือนักผจญภัยไปด้วยกัน



AEC TAKE-OFF : การดำเนินธุรกิจในระดับภูมิภาคที่กนกเฟอร์นิเจอร์ฯ สามารถพัฒนาหลายโปรเจกต์ได้ในเวลาเดียวกัน เคล็ดลับคืออะไรคะ

คุณศิริพัฒน์ : จุดสำคัญคือองค์ความรู้ (know how) เราพัฒนาความคิดในการทำงานหลายสถานที่ มาหลายสิบปี เพราะไม่สามารถเติบโตในพื้นที่ใดพื้นที่หนึ่งได้ เนื่องจากในอุตสาหกรรมนี้ส่วนใหญ่จะโตด้วย Sub-Contract Base แต่ของเราตั้งแต่ยุคคุณพ่อเติบโตโดยระบบ In-House Base ผลิตบุคลากรของบริษัทเอง ก่อนโควิดที่ต้องปิดประเทศพนักงานประจำที่เป็นชาวต่างชาติต้องอพยพกลับประเทศตัวเอง 800-900 คน กลุ่มนี้กลับมาทำงานปกติเฉลี่ย 600 กว่าคน พอเรามีคนของเราเอง สิ่งที่เราสร้างได้คือความแข็งแกร่งจากการผลิตส่วนกลาง ยกตัวอย่างธุรกิจอาหารที่มีเซนมากมายไปได้ทั่วโลกไม่ใช่เพราะมีก็อยู่ทั่วทุกจังหวัด แต่เรามี ครั้วกลาง (Central Kitchen) เราก็เหมือนกันเราได้สร้าง Central Kitchen ของอุตสาหกรรมเฟอร์นิเจอร์และงานตกแต่งภายใน นั่นหมายถึงว่าต่อให้จุด Point จะอยู่ที่ไหนก็แล้วแต่ เราไม่เปิดโรงงานผลิตที่หน้างาน เพราะหากทำเช่นนั้นบุคลากรเป็นพันคนก็ไม่พอ คุณภาพก็คุมไม่ได้ เราจึงสร้างระบบกิ่งสำเร็จรูปที่โรงงานส่วนกลางบนพื้นที่ 70-80 ไร่ตรงนี้ พื้นที่หลังคาคลุม 20,000 ตร.ม. เป็น Central Kitchen ที่แท้จริง ทำทุกอย่างเท่าที่สามารถทำได้ที่นี่ประกอบใช้ทดลอง ถอด บรรจุขนส่งใส่ตู้คอนเทนเนอร์ไปในสถานที่ประกอบและติดตั้ง

ด้วยเหตุผลนี้ กนกเฟอร์นิเจอร์ฯ วันนี้เราทำงานในเมืองไทยอย่างเดียวไม่ต่ำกว่า 3-4 จังหวัดในเวลาเดียวกัน ในต่างประเทศสามารถทำใน สเปน, ลาว กัมพูชา หรือประเทศไทยก็ได้ในเวลาเดียวกัน เพราะเราไม่ได้พึ่งพาการต้องไปเปิดโรงงานผลิต เราแค่ส่งคนไปติดตั้งเท่านั้น เป็นเหตุผลที่สามารถทำงานได้หลายๆ ที่ในเวลาเดียวกัน



“**ผมเชื่อว่าในหลายอุตสาหกรรมไทย มีความสามารถ มีศักยภาพ ทั้งเรื่องเงินและความรู้ ไปด้วยตัวเองได้ แต่จุดสำคัญคือ ต้องทำลาย Comfort Zone ตัวเอง**”

AEC TAKE-OFF : กนกเฟอร์นิเจอร์ฯ สามารถ Utilize Resource ได้อย่างรวดเร็ว และ Centralize ทุกอย่างเพื่อควบคุมคุณภาพ ควบคุมการผลิตให้อยู่ในมาตรฐานระดับโลก

คุณศิริพัฒน์ : และนี่เป็นจุดขายทางการตลาดด้วย ไม่มีลูกค้ารายไหนที่อยากจะซื้อขายกับแบรนด์ที่ท้ายสุดแล้วเค้าสามารถหาคนอื่นผลิตได้ ทุกครั้งที่ผมไปพบลูกค้าไม่ว่าจะเมืองไทยหรือเมืองนอก ลูกค้าจะถามว่าสินค้าคุณผลิตเองหรือไม่ ผมกล้า

พูดได้เต็มปากกว่าสินค้าทุกชิ้นผมผลิตเอง พอเค้าฟังคำนี้ทุกอย่างก็จบไปดำเนินการกันต่อในเรื่องงบประมาณหรือราคา ไม่มีใครที่อยากบอกว่าสินค้าที่นั่งอยู่ตรงนี้ไม่ใช่ของตนเองแต่ไป Sub ให้ นาย ก นาย ข มาขายให้ ซึ่งโมเดลธุรกิจลักษณะนี้อาจจะทำได้เป็นครั้งคราว แต่ไม่สามารถเติบโตได้ เพราะที่สุดแล้วเขาก็ไปซื้อคนผลิตไม่ดีกว่าหรือ ทำไมต้องมาผ่านคุณและนี่เองจึงเป็นจุดแข็งของเรา

ผลงานเหนือกาลเวลา สไตล์กนกเฟอร์นิเจอร์



คุณศุภลักษณ์และคุณศิริพัฒน์ได้เปิดโอกาสให้ AEC TAKE-OFF ร่วมชมความสวยงามหรูหราของห้องตัวอย่างที่ กนกเฟอร์นิเจอร์ แอนด์ เดคคอเรชั่น สร้างสรรค์ขึ้นมาภายในพื้นที่ Office จังหวัดชลบุรี เป็นผลงานออกแบบและตกแต่งให้กับโรงแรมระดับโลกบนเกาะมัลดีฟส์

คุณภาพงานเริ่มตั้งแต่ ‘ประตู’ เป็นประตูกันไฟ (Fire Rated Door) กันความร้อนสูงได้นานถึง 1 ชั่วโมง “ผมกล้าบอกได้เลยว่าเราเป็นแบรนด์เดียวในเมืองไทยที่ส่งประตูไปทดสอบที่ลอนดอน สถาบันที่เรียกว่า BS Standard แห่งประเทศอังกฤษ”

แนวทางดำเนินธุรกิจมุ่งเน้นการผลิตแบบ Turn key เมื่อลูกค้ามอบพื้นที่ กนกเฟอร์นิเจอร์จะมีบริการออกแบบและตกแต่งงานไม้สร้าง Mockup ตัวอย่างให้ลูกค้าสามารถดู ชิม แก๊วเสิร์จสรรพที่โรงงานได้ทันที สะดวกกว่าการแก้ไขหน้างานไม่ว่าจะเป็นห้อง Standard หรือห้อง Suite งานไม้ที่วิจิตรและลงตัวไปกับประตูผนังสี แม้กระทั่งผ้าม่าน กนกเฟอร์นิเจอร์ก็รับไปดำเนินการให้ได้ทั้งหมด



“ห้องตัวอย่างนี้เราได้พัฒนามา 8 ปีแล้วจะเห็นคุณภาพของเฟอร์นิเจอร์ยังคงอยู่ ทุกอย่างยังคงสวยงามเหมือนใหม่ เป็นสิ่งที่เราภูมิใจนำเสนอ ผลงานไม่ใช่ดูดีแค่ 1-2 ปีแรก แต่รักษามาตรฐานระยะ 6-8 ปี ดังนั้นจะต้องเป็นงานคุณภาพดีจริงๆ จึงสามารถดูตัวอย่างนี้ได้เสมอ”

คุณศิริพัฒน์ ระบุว่า หากนักธุรกิจไทยมีโอกาสอยากไปหาความท้าทายใหม่ๆ หาโอกาสทำธุรกิจในต่างประเทศ เช่นเดียวกับกนกเฟอร์นิเจอร์ฯ ที่เป็นหนึ่งเคสที่เรียกว่า “ใจกล้า ไปลองผจญโลก” กระทั่งประสบความสำเร็จถึงทุกวันนี้

“งานฝีมือของคนไทยไม่ด้อยไป

กว่าประเทศอื่นแน่นอน เมื่อเรามีทั้งทุนประเทศและทุนเราเอง การออกไปข้างนอกเป็นการสร้างโอกาส ทุกประเทศไม่ได้โตพร้อมกันหรือพังพร้อมกัน บางครั้งรายนี้พักฐาน รายนั้นโต การที่เรามีหลายแหล่งตลาดก็เป็นการเฉลี่ยความเสี่ยงช่วยให้เราสามารถโตได้อย่างยั่งยืน”

นี่คืออาณาจักรและวิสัยทัศน์ของผู้บริหารรุ่นที่ 2 แห่งบริษัทกนกเฟอร์นิเจอร์ แอนด์ เดคคอเรชั่น จำกัด ผู้นำศาสตร์และศิลป์มายกระดับธุรกิจ ออกแบบผลิต และตกแต่งภายในที่ครบวงจรด้วยมาตรฐานระดับโลกหนึ่งเดียวของคนไทย และอาเซียนอย่างแท้จริง

ติดตามรายการ AEC TAKE-OFF
ได้ที่ช่องทางโซเชียลมีเดีย AEC Connect



Facebook



YouTube

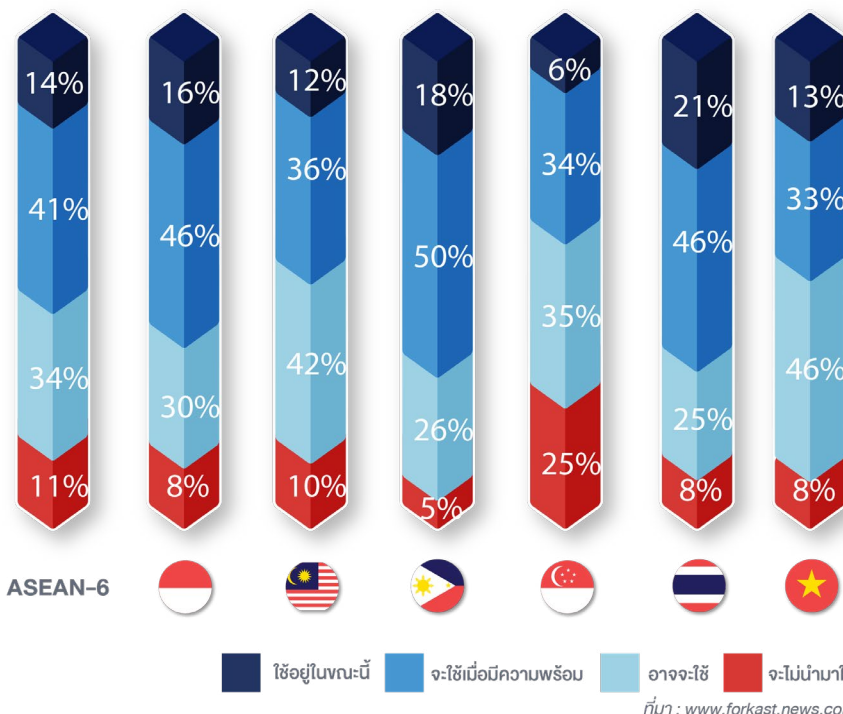
สนับสนุนโดยธนาคารกรุงเทพ
“เพื่อนคู่คิด มีตรกู่ AEC”

ปรากฏการณ์ Cryptocurrency ในอาเซียน

ปี 2565 เป็นช่วงเวลาที่น่าตื่นตาตื่นใจในโลกเศรษฐกิจดิจิทัลและธุรกรรมออนไลน์ในภูมิภาคอาเซียน มิติของธุรกรรมการซื้อสินค้าตลอดจนล่าสุดการลงทุนด้วยสกุลเงินดิจิทัล หรือ Cryptocurrency ที่ได้รับความนิยมอย่างมากจากนักลงทุนรุ่นใหม่และสถาบันการเงินที่พร้อมเผชิญความเสี่ยงแลกกับโอกาสได้รับผลตอบแทนที่สูงขึ้น

จากจุดแข็งด้านโครงสร้างพื้นฐานทางดิจิทัลที่ยกระดับได้เหนือกว่าอย่างไม่หยุดยั้ง อาเซียนจึงเป็นภูมิภาคแห่งศักยภาพและโอกาสการลงทุน Cryptocurrency ตามผลสำรวจโดย UOB, PWC Singapore และ the Singapore FinTech Association (SFA) พบว่าเม็ดเงินลงทุนใน Cryptocurrency ตลอด 9 เดือนแรกของปี 2564 ในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้

ผลสำรวจแนวโน้มการใช้ Digital Currencies ของภาคธุรกิจในอาเซียน



เพิ่มขึ้นถึง 400 เปอร์เซ็นต์เมื่อเทียบกับปี 2563 โดยมียอดสูงที่สุดเป็นสถิติใหม่คือ 3.5 พันล้านดอลลาร์สหรัฐ ผลักดันให้กลายเป็นกิจกรรมด้านการเงินดิจิทัลที่มียอดเงินสูงเป็นอันดับ 3 รองจากธุรกรรมออนไลน์ และการลงทุนใน Tech Firms เป็นครั้งแรก

สิงคโปร์ยังคงยึดตำแหน่งผู้นำในแง่ของยอดเงินทุนซึ่งมีสัดส่วนถึงร้อยละ 44 ของเม็ดเงินลงทุนทั้งหมด และชาวสิงคโปร์จำนวนมากหันมาใช้สกุลเงิน Crypto ในการชำระค่าสินค้าและบริการกันอย่างแพร่หลาย ล่าสุดธุรกิจการเงินระดับโลกอย่าง Mastercard ได้เข้าร่วมมือกับผู้ให้บริการ Cryptocurrency ในเอเชียแปซิฟิก โดยได้เปิดตัวบัตรเครดิตที่อิงกับสกุลเงิน Crypto ไปเมื่อไม่นานมานี้เป็นครั้งแรก

ปัจจัยหนุนความนิยม Crypto ในอาเซียน

ประการแรกคนที่นี่ชอบทำธุรกรรมดิจิทัลเป็นชีวิตจิตใจอยู่แล้ว ประกอบกับสถานการณ์โรคโควิด 19 ซึ่งเร่งเร้าให้หลายคนเรียนรู้ที่จะปรับตัวใช้ชีวิตภายใต้สภาพล็อกดาวน์หันมาทำธุรกรรมออนไลน์จนคุ้นเคย เชื่อมั่นและสะดวกใจ ขณะเดียวกัน

บริษัทเทคโนโลยีต่างๆ ก็แข่งขันกันพัฒนาแพลตฟอร์มอย่างหลากหลาย ไม่ว่าจะเป็นระบบชำระผ่าน QR code ระบบ E-Wallets ระบบ Buy-Now-Pay-Later (BNPL) สกุลเงินดิจิทัลสำหรับธนาคารกลาง (CBDCs) และล่าสุด Cryptocurrency

นอกจากนี้ ในเอเชียแปซิฟิกโดยเฉพาะอาเซียนมีชนชั้นกลางจำนวนมาก ซึ่งเป็นกลุ่มผู้บริโภคขนาดใหญ่ มีรสนิยมและความคาดหวังสูงว่าจะได้รับความสะดวกจากตลาดออนไลน์ จึงเอื้อให้เกิดการพัฒนากระบวนการชำระเงินที่เชื่อมโยงข้ามพรมแดน ทันสมัยและเป็นสากล

ในบรรดาผู้บริโภคเหล่านี้มีจำนวนมากที่ไม่นิยมทำธุรกรรมผ่านบัญชีธนาคารหลายคนถึงขั้นไม่มีสมุดบัญชีธนาคารหรือไม่เคยใช้บริการสินเชื่อหรือบัตรเครดิตของธนาคารเลย ไม่ต้องพูดถึงเรื่องการเปิดบัญชีพอร์ตลงทุนในหุ้นซึ่งเป็นเรื่องไกลตัวสำหรับหลายคน

เหตุผลหลักของการปฏิเสธเปิดบัญชีการเงินในรูปแบบธุรกรรมดั้งเดิม คือต้นทุนแรกเริ่มลงทุนค่อนข้างสูงและมีขั้นตอนยุ่งยากซับซ้อน นั่นจึงเป็นโอกาสสำหรับ

“**คนอาเซียนชอบทำธุรกรรมดิจิทัลเป็นชีวิตจิตใจอยู่แล้ว ประกอบกับสถานการณ์โรคโควิด 19 ซึ่งเร่งเร้าให้หลายคนเรียนรู้ที่จะปรับตัวใช้ชีวิตภายใต้สภาพล็อกดาวน์หันมาทำธุรกรรมออนไลน์จนคุ้นเคย เชื่อมั่นและสะดวกใจ**”

สินทรัพย์ดิจิทัล Crypto ซึ่งดำเนินธุรกรรมด้วยระบบดิจิทัลไร้ข้อจำกัดด้านระยะทาง มีต้นทุนที่ต่ำสำหรับนักลงทุนหน้าใหม่ที่สำคัญคือเป็นอิสระจากกฎเกณฑ์หรือข้อกำหนดที่เคร่งครัดจากทางการ เป็นช่องทางการลงทุนที่จัดการได้อย่างสะดวกรวดเร็ว ขณะที่มีความปลอดภัยอยู่ในตัวด้วยระบบ Blockchain ที่สามารถช่วยป้องกันการโจรกรรมข้อมูลได้เป็นอย่างดี

ดังนั้นจึงไม่เป็นที่สงสัยว่าโอกาสการลงทุนใน Cryptocurrency ถูกปลดล็อกให้เปิดกว้างสำหรับนักลงทุนรุ่นใหม่อย่างมากในภูมิภาค ซึ่งกลยุทธ์การตลาดยุคนี้เป็นเรื่องของระบบดิจิทัลทั้งในแง่ของการชำระเงินออนไลน์และการลงทุนในสินทรัพย์ดิจิทัลผ่าน Cryptocurrency อย่างไม่ต้องสงสัย

- เรียบเรียงจาก :
- Why is Asia so obsessed with cryptocurrencies? - Tech Wire Asia
 - Funding in crypto firms in Southeast Asia surges over 400% in 2021 (forkast.news)
 - ส่องกระแสลงทุน ‘ฟินเทค’ เมกะเทรนด์ใกล้ตัว เปลี่ยนการใช้ชีวิตของคนยุคใหม่ | Positioning Magazine



บุกสิงคโปร์ซื้อหุ้น Golden Gate ร้านอาหารดังในเวียดนาม

นับเป็นดีลซื้อกิจการที่สำคัญแห่งปีเมื่อนักลงทุนสิงคโปร์ 3 ราย เข้าซื้อหุ้นร้อยละ 36 ของภัตตาคาร Golden Gate เซนร้านอาหารที่ใหญ่ที่สุดแห่งหนึ่งของเวียดนาม ผู้ถือหุ้นประกอบด้วย Seletar Investments Pte Ltd อยู่ภายใต้กองทุน Temasek Holdings จะซื้อหุ้นประมาณ 1.54 ล้านหุ้น, the Seatown Private Capital Master Fund ซื้อ 768,431 ล้านหุ้น และ Periwinkle Pte Ltd ซื้อ 436,358 ล้านหุ้น โดยผู้บริหาร Golden Gate ได้แก่ Prosperity Food Concepts Pte Ltd, Singapore และ Tran Viet Trung ผู้บริหารอีกคนจะขายหุ้นออกไป โดย Golden Gate ก่อตั้งในปี 2548 ในฐานะเซนร้านอาหารชั้นนำที่ประสบความสำเร็จแห่งแรกของเวียดนามปัจจุบันเป็นเจ้าของ 22 แปรนต์ มีสาขา 400 แห่ง อยู่ใน 40 จังหวัดทั่วประเทศและมีลูกค้ามากถึง 18 ล้านคนต่อปี

ที่มา : www.tienphongnews.com



ธนาคารกลางเมียนมา หนุนใช้เงินบาท-จำกัดซื้อขายชายแดน

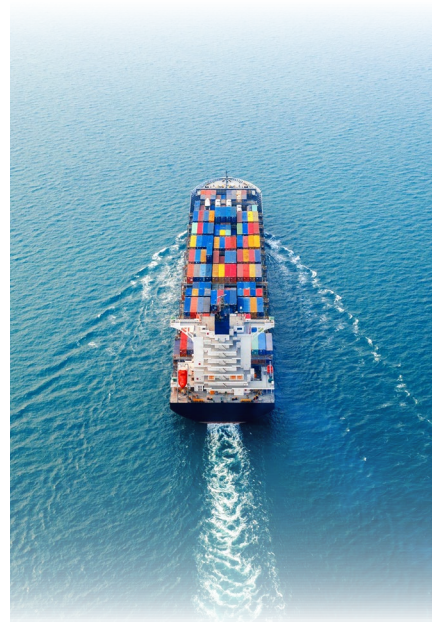
รัฐบาลเมียนมาส่งเสริมการค้าชายแดนด้วยระบบการค้าขายในสกุลเงินท้องถิ่นลดการพึ่งพาเงินดอลลาร์สหรัฐ นับตั้งแต่เดือนมีนาคม 2565 ธนาคารกลางเมียนมาประกาศให้ผู้ค้าที่ลงทะเบียนตามแนวชายแดนไทย-เมียนมา สามารถค้าขายโดยอ้างอิงอัตราแลกเปลี่ยนเงินจ๊าตและเงินบาทที่จะประกาศรายวันโดยธนาคารกลางของเมียนมา ช่วยลดความเสี่ยงและการผันผวนของอัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ ลดภาวะเงินเฟ้อที่เป็นผลมาจากการค้าเงินดอลลาร์สหรัฐปรับตัวเพิ่มขึ้นอีกด้วย การยอมรับเงินบาทและเงินรูปีจะช่วยส่งเสริมการฟื้นตัวทางเศรษฐกิจของประเทศ ซึ่งรวมถึงราคาพลังงานปรับตัวสูงขึ้น มีเป้าหมายให้จีดีพีของเมียนมาขยายตัวในระดับที่ดีขึ้นไป

ที่มา : www.tna.mcot.net

เวียดนามตั้งเป้า เป็นประเทศผู้ส่งออก รายใหญ่โลกปี 2573

รายงานจากกระทรวงอุตสาหกรรมและการค้าของเวียดนาม (MOIT) ระบุว่าเวียดนามตั้งเป้าเป็นประเทศอุตสาหกรรมและผู้ส่งออกที่ใหญ่ที่สุด 15 อันดับแรกของโลกภายในสิ้นปี 2573 จะพัฒนาผลิตภัณฑ์ 20 รายการที่เป็นแบรนด์ระดับสากลที่แข็งแกร่ง เพิ่มบทบาทของอุตสาหกรรมสนับสนุนร้อยละ 70 ของปริมาณความต้องการและใช้ชิ้นส่วนภายในประเทศร้อยละ 45 หลังที่ผ่านมาพบว่า การเติบโตของภาคอุตสาหกรรมส่งออกต้องพึ่งพาการนำเข้ามากเกินไป โดยเฉพาะอิเล็กทรอนิกส์ สิ่งทอ เครื่องหนัง รองเท้า และยานยนต์ ขณะที่ผู้ผลิตระดับท้องถิ่นไม่ได้รับประโยชน์เต็มที่ที่แผนปรับโครงสร้างสำหรับอุตสาหกรรมของเวียดนามใหม่มุ่งเน้นที่การพัฒนาอุตสาหกรรมสนับสนุนและปรับโครงสร้างรัฐวิสาหกิจหลายแห่งที่มีประสิทธิภาพต่ำกว่ามาตรฐาน

ที่มา : www.vietnamnews.vn





กัมพูชาเลื่อนใช้ กฎหมายภาษีกำไรออก ไปจนถึงปี 2567

กระทรวงเศรษฐกิจและการเงิน ประเทศกัมพูชา เลื่อนการบังคับใช้กฎหมายเรียกเก็บภาษีกำไรจากการลงทุน (Capital Gains Tax) ออกไป 2 ปี โดยกำหนดให้วันที่ 1 มกราคม 2567 เป็นวันที่ภาษีมีผลใช้บังคับ โดยโฆษกกระทรวงการคลัง Meas Soksensan กล่าวว่า “ในช่วงสองปีที่ผ่านมา รัฐบาลได้ออกมาตรการหลายอย่างเพื่อแบ่งเบาภาระการคลังของภาคเอกชน โดยเฉพาะอย่างยิ่งสำหรับบุคคลที่ได้รับผลกระทบร้ายแรงจากโรคโควิด 19 เพื่อรักษาเสถียรภาพของงบดุลของธุรกิจ ดังนั้น การเลื่อนครั้งนี้จะช่วยฟื้นฟูและกระตุ้นการเติบโตทางเศรษฐกิจของกัมพูชาในขณะที่กำลังฟื้นตัวในปีนี้และปีหน้า” มุมมองของเอกชน Cheng Kheng ประธานเจ้าหน้าที่บริหาร CPL Real Estate กล่าวว่า เป็นการตัดสินใจที่ดีและทันเวลาเพื่อให้แรงจูงใจเพิ่มเติมแก่นักธุรกิจโดยเฉพาะอย่างยิ่งภาคอสังหาริมทรัพย์ที่ได้รับผลกระทบอย่างหนักจากการล็อกดาวน์

ที่มา : www.phnompenhpost.com

LEGO ลงทุนพันล้าน ดอลลาร์ตั้งโรงงาน ที่บิ่นห์เยือง

Binh Doung เป็นจังหวัดทางใต้ของเวียดนามสามารถดึงดูดการลงทุนโดยตรงจากต่างประเทศ (FDI) มูลค่า 1.6 พันล้านดอลลาร์สหรัฐในไตรมาสแรกของปี 2565 สูงกว่าช่วงเดียวกันของปีที่แล้ว 3.6 เท่า คิดเป็นเม็ดเงินประมาณ 1.57 พันล้านดอลลาร์สหรัฐ เพิ่มขึ้นร้อยละ 16.9 มีบริษัทได้รับใบอนุญาตการลงทุนทั้งหมด 22 รายเพื่อประกอบกิจการในนิคมอุตสาหกรรมในท้องถิ่นโดยผู้ผลิตของเล่น LEGO Group ตัดสินใจทุ่มเงินกว่า 1 พันล้านดอลลาร์สหรัฐสร้างโรงงานขนาดพื้นที่ 44 เฮกเตอร์ที่สวนอุตสาหกรรมเวียดนาม-สิงคโปร์ III ในเมืองบิ่นห์เยืองเป็นโครงการลงทุนที่ใหญ่ที่สุดของเดนมาร์กในเวียดนามจนถึงปัจจุบัน โรงงานแห่งนี้จะสร้างงาน 4,000 ตำแหน่งในอีก 15 ปีข้างหน้า ปัจจุบันบิ่นห์เยืองมีโครงการลงทุนจำนวน 4,033 โครงการ มูลค่ากว่า 37.7 พันล้านดอลลาร์สหรัฐ

ที่มา : www.vietnamnews.vn



อินโดนีเซียจำกัดส่งออก น้ำมันปาล์ม หวังคุม ราคาในประเทศพุ่ง

รัฐบาลอินโดนีเซียต้องการจำกัดการส่งออกน้ำมันปาล์มเพื่อเพิ่มปริมาณซัพพลายในประเทศ หลังราคาน้ำมันปาล์มประกอบอาหารราคาเพิ่มขึ้นกว่าร้อยละ 40 ในช่วงต้นปี 2565 คำสั่งนี้จะมีผลบังคับใช้อย่างน้อย 6 เดือนตามการเปิดเผยของมุฮัมหมัด ลัดฟี รัฐมนตรีว่าการกระทรวงพาณิชย์อินโดนีเซีย ทั้งนี้ ในฐานะประเทศผู้ผลิตและส่งออกน้ำมันปาล์มรายใหญ่ของโลก รัฐบาลยังขอให้บริษัทต่างๆ เพิ่มสัดส่วนการจำหน่ายน้ำมันปาล์มดิบและน้ำมันปาล์มโอสลินสำหรับปรุงอาหารอีกร้อยละ 30 จากสัดส่วนเดิมที่ร้อยละ 20 เพื่อพยุงราคาน้ำมันปาล์มในประเทศ การยกระดับนโยบายครั้งนี้จะส่งผลทำให้ซัพพลายน้ำมันพืชในตลาดโลกยิ่งลดน้อยลง หลังจากที่ต้องเผชิญกับปัญหาวัตถุดิบขาดแคลนจากการที่รัสเซียรุกรานยูเครนซึ่งเป็นประเทศผู้ส่งออกน้ำมันดอกทานตะวันรายใหญ่ของโลก

ที่มา : www.prachachat.net

กลายเป็นธุรกิจการเงินของเอสเอ็มอี มุ่งสู่ Digital Generation แห่งอาเซียน

แน่นอนว่ากลางปี 2565 คือจุดเริ่มต้นการฟื้นตัวของเอสเอ็มอีและผู้ประกอบการรายย่อยในภูมิภาคนี้ แต่หนึ่งในปัญหาคือภาวะกระแสเงินสดไม่เพียงพอหลังธุรกิจต้องชะลอตัวมาตลอด 2 ปี ผลสำรวจพบว่าส่วนใหญ่ปรับตัวสู่ธุรกิจออนไลน์และเสาะหาแหล่งเงินทุนหมุนเสริมจาก “ดิจิทัลแพลตฟอร์ม” เพื่อความอยู่รอด

Mambu Asia Pacific บริษัท Fintech ชื่อดังที่ก่อตั้งในประเทศสิงคโปร์ เผยแพร่รายงานฉบับใหม่ที่ระบุว่า เอสเอ็มอีมากกว่า 2 ใน 3 ในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้มีปัญหาในการหาเงินทุนช่วง 5 ปีที่ผ่านมา จากการสำรวจบริษัทขนาดเล็ก 1,000 แห่งในสิงคโปร์ อินโดนีเซีย ไทยและฟิลิปปินส์ หนึ่งในอุปสรรคที่พบบ่อยที่สุดคือเงินทุนสำหรับเริ่มต้นธุรกิจและเมื่อดำเนินกิจการแล้วกระแสเงินสดไม่เพียงพอ

“เอสเอ็มอีร้อยละ 68 ไม่มีทุนเพียงพอหรือหาทุนไม่ได้ตลอดช่วง 5 ปีที่ผ่านมา ทำให้ธุรกิจเหล่านี้เสียโอกาสในการสร้างประสบการณ์ทางธุรกิจ ไม่มีศักยภาพในการเปิดตัวผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ และไม่สามารถจ้างงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ”

ผู้ให้บริการ The Cloud Banking Platform รายนี้ ยังระบุว่า เอสเอ็มอีถึงร้อยละ 48 ของเอสเอ็มอีในอาเซียนที่บอกว่า “พวกเขาใช้วิธียืมเงินเพื่อนหรือครอบครัวเพื่อขับเคลื่อนสภาพคล่องในการบริหารกิจการ” และร้อยละ 94 ของผู้ประกอบการมีการเปลี่ยนแหล่งเงินกู้ยืมหรือหาเงินกู้จาก Fintech ผ่านระบบดิจิทัลมากขึ้น ส่วนใหญ่เกิดจากผลประโยชน์หรือข้อเสนอที่จูงใจมากกว่าการกู้เงินจากธนาคารพาณิชย์

ผลสำรวจพบร้อยละ 90 ของเอสเอ็มอีระบุว่าอัตราดอกเบี้ยต่ำเป็นปัจจัยที่สำคัญที่สุดในการพยายามหาแหล่งเงินทุนจากภายนอก อีกร้อยละ 86 คิดว่าขั้นตอนการสมัครสินเชื่อเป็นสิ่งสำคัญ ดังนั้น สถาบันการเงินควรดำเนินการอย่างจริงจังมากขึ้นเพื่อจัดการกับขั้นตอนการสมัครขอสินเชื่อที่สะดวกและเข้าถึงง่าย อัตราดอกเบี้ยที่จูงใจ และ การใช้หลักประกันที่ต่ำ ทิศทางที่ตอบโจทย์เอสเอ็มอีส่วนใหญ่คือหันมาใช้โซลูชันทางการเงินผ่านบริการในระบบดิจิทัลเทคโนโลยี

“ธุรกิจไมโครเอสเอ็มอีและเอสเอ็มอีในอาเซียนมีถึง 70 ล้านรายคิดเป็นร้อยละ 99 ของธุรกิจทั้งหมด พวกเขามีส่วนสำคัญต่อการจ้างงานและขับเคลื่อนเศรษฐกิจ ทุกคนต่างต้องการเงื่อนไขทางการเงินที่ดีกว่าเดิม” ไมเคิล เบอร์ทรานด์ (Myles Bertrand) กรรมการผู้จัดการ Mambu APAC ระบุ

ขณะที่ ริชาร์ด ลิม (Richard Lim) ซีอีโอของ Retail Economics กล่าวว่า “การระบาดใหญ่ทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงวิธีที่เราทำงาน การใช้ชีวิต และซื้อสินค้า เร่งการทำให้เกิดประชาธิปไตยในโลกดิจิทัล ผลกระทบที่สะท้อนกลับคือเกิดความเปลี่ยนแปลงไปทั่วสังคมแต่บริการที่ทำให้เข้าถึงเงินทุนกลับเติบโตช้ากว่ามาก บางธุรกิจที่ต้องการขยายขนาดอย่างรวดเร็วและคว้าโอกาสแต่มักถูกขัดขวางโดยขั้นตอนการสมัครที่ยุ่งยาก แนวทางปฏิบัติที่ช้าและไร้ประสิทธิภาพ การให้สินเชื่อจึงไม่เหมาะสมกับวิถีทางธุรกิจและโลกดิจิทัลที่ก้าวไปอย่างรวดเร็วในปัจจุบัน”



5 แนวโน้ม ยุคดิจิทัล (Digital Generation) ในอาเซียน หลังวิกฤติโควิด 19

รายงานอีกฉบับหนึ่งที่น่าสนใจและแสดงให้เห็นทิศทางการดำเนินธุรกิจที่เข้าสู่โลกดิจิทัลตามกระแสการบริโภค “The ASEAN Digital Generation Report” จัดทำโดย World Economic Forum สสำรวจความเห็นประเด็นโลกหลังวิกฤติโควิด 19 จากประชากรอาเซียน 6 ประเทศ จำนวน 86,000 คน พบว่ามีความหวังที่จะเห็นสังคมเอื้ออาทรและการนำเทคโนโลยีมาเปลี่ยนแปลงวิถีชีวิต (Digitalization) ขับเคลื่อนการฟื้นตัวทางเศรษฐกิจและการทำงาน อย่างไรก็ตาม ภูมิภาคอาเซียนและประเทศต่างๆ เริ่มต้นที่จะวาดภาพอนาคตหลังการแพร่ระบาดจบลงจะมี 5 กุญแจสำคัญที่ต้องเตรียมพร้อมสำหรับอาเซียนในอนาคต

1. **หนทางที่ทอดไปสำหรับโลกใหม่** ผู้ตอบผลสำรวจร้อยละ 70 เชื่อว่าสถานการณ์จะดีขึ้นหลังปี 2564 และร้อยละ 60 มองว่าการแพร่ระบาดมีผลกระทบอย่างมากทำให้รายได้และเงินออมลดลง อย่างไรก็ตาม ภาคธุรกิจต้องเร่งปรับตัวเพื่อรับสถานการณ์โดยเฉพาะธุรกิจค้าปลีกและขายส่งที่ต้องปรับตัวมาใช้แพลตฟอร์มออนไลน์ในการขายสินค้ามากขึ้น

2. **อนาคตจะมีการปรับใช้เทคโนโลยีที่ดีขึ้น** ประชากรอาเซียนกังวลใจต้องการให้นำเทคโนโลยีมาปรับใช้ดูแลสุขภาพหลังภาวะโรคระบาดและทำให้สังคมเอื้ออาทรกันมากขึ้น

3. **การปรับเปลี่ยนมาใช้เทคโนโลยีเป็นตัวผลักดันเร่งการฟื้นตัวทางเศรษฐกิจ**

4. **ความต้องการทำลายอุปสรรคที่กีดขวางการนำเทคโนโลยีเข้ามาปรับใช้ในการทำงาน** ทั้งการเข้าถึงอินเทอร์เน็ตคุณภาพ ความเร็ว และค่าใช้จ่ายต่างๆ นอกจากนี้ ผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ตบางส่วนขาดทักษะในการใช้งานและบางส่วนยังมีความกังวลเรื่องความปลอดภัย

“ ในช่วง 5 ปีที่ผ่านมา มีเอสเอ็มอีกว่า 2 ใน 3 หรือ ร้อยละ 67 ระบุว่าไม่สามารถหาเงินทุนตามที่ต้องการ ”

35%

มีประสบการณ์เรื่องกระแสเงินสด

33%

ไม่สามารถเปิดตัวสินค้าหรือบริการ

33%

ไม่สามารถจ้างงานอย่างมีประสิทธิภาพ

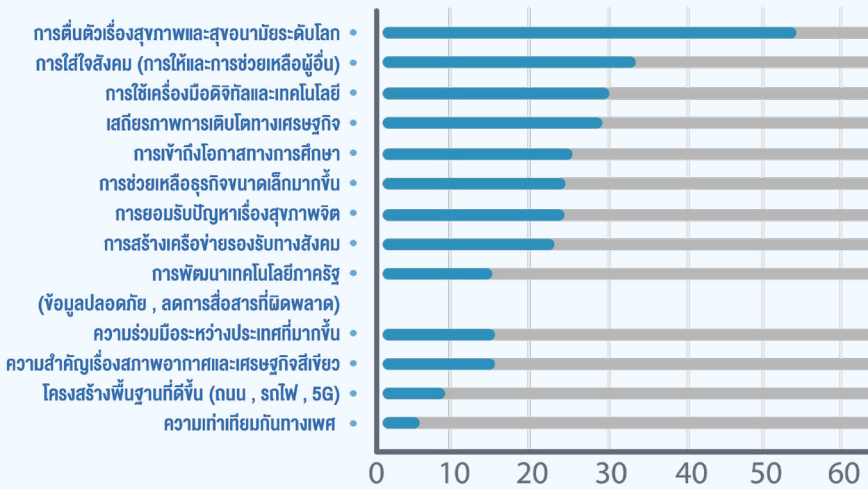
30%

ของเอสเอ็มอี พบอุปสรรคในการเริ่มดำเนินธุรกิจด้วยเงินทุนที่เพียงพอ

28%

ของธุรกิจที่เปิดก่อนเดือนมีนาคม 2563 ระบุว่าไม่สามารถเข้าถึงแหล่งเงินที่เพียงพอ

แนวโน้มที่จะเกิดขึ้นทั่วโลก หลังวิกฤติโควิด-19



ที่มา : www.weforum.org / Mambu's global survey

5. **การเพิ่มทักษะด้านเทคโนโลยีเพื่อให้เข้ากับโลกหลังโรคระบาด** มีความสำคัญมากเป็นอันดับแรก คนอายุ 16-35 ปี มีทักษะด้านเทคโนโลยีสูงกว่า จึงเกิดการสลับบทบาทโดยกลายเป็น “ครู” ขณะที่คนอายุมากกว่า 35 ปีกลายเป็น “ผู้เรียนรู้” ผลสำรวจทั้ง 2 องค์กรล้วนทำให้เรามองเห็นโจทย์แห่งโลกที่ท้าทายนับตั้งแต่ปี 2565 ซึ่งจะมุ่งตรงไปยังธุรกิจดิจิทัลที่ตอบสนองการใช้ชีวิต การทำงาน และการก้าวไปข้างหน้าของผู้ประกอบการเอสเอ็มอีมากยิ่งขึ้น

เรียบเรียงจาก :

www.cfotech.asia, www.mambu.com, www.weforum.org

ธุรกิจปศุสัตว์อาเซียน ถึงเวลาเปลี่ยนแปลง หลังเผชิญแรงกดดัน วิกฤติรัสเซีย-ยูเครน

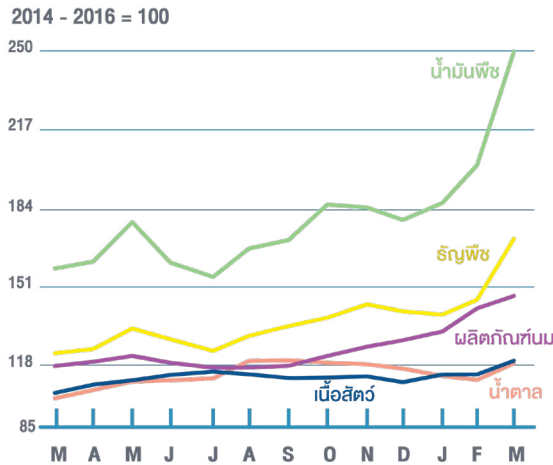
มาตรการคว่ำบาตรทางเศรษฐกิจต่อรัสเซียในช่วงสงครามรัสเซีย-ยูเครน ส่งผลอย่างมีนัยสำคัญต่อเศรษฐกิจภูมิภาคอาเซียนที่กำลังฟื้นตัวจากโรคโควิด 19 หนึ่งในภาคส่วนที่ได้รับผลกระทบอย่างหนัก คือ อุตสาหกรรมปศุสัตว์ ประสบปัญหาต้นทุนเลี้ยงสัตว์สูงขึ้น เนื่องจากอุปทานลดลงและการส่งออกวัตถุดิบสำคัญในการผลิตอาหารสัตว์อย่างข้าวสาลีและข้าวโพดจากรัสเซียและยูเครน ขณะที่ระบบการขนส่งหลายแห่งเสียหายถูกทำลายจากการโจมตีด้วยอาวุธสงคราม ซ้ำเติมการชะลอตัวของการค้าขายสินค้าโภคภัณฑ์ในอุตสาหกรรมปศุสัตว์ดังกล่าว

Maybank ของมาเลเซียประเมินว่า แม้ปริมาณการค้าในภาพรวมระหว่างภูมิภาคอาเซียนกับรัสเซียและยูเครนยังคงมีไม่มากถึงขนาดจะสร้างความเสียหายในระดับที่น่ากังวล แต่ผลกระทบจะเด่นชัดมากขึ้นหากสงครามมีแนวโน้มยืดเยื้อบานปลาย จะส่งผลให้เศรษฐกิจของประเทศยุโรปภาคพื้นทวีปชะลอตัว และจะกระทบสืบเนื่องต่อไปถึงภาคการส่งออกของอาเซียน

“การชะลอตัวของเศรษฐกิจยุโรปในระยะยาวเป็นเรื่องที่น่ากังวลมากกว่าประเด็นสงครามที่เกิดขึ้นในระยะสั้น โดยจะส่งผลอย่างมากต่อภาคการส่งออก การลงทุนทางตรงและการเติบโตของเศรษฐกิจในภูมิภาค เนื่องจากอาเซียนมียอดการส่งออกสินค้าไปยังสหภาพยุโรปในสัดส่วนถึงร้อยละ 9 ของการส่งออกทั้งหมด นับเฉพาะเวียดนามและฟิลิปปินส์ มีสัดส่วนส่งออกไปยังยุโรปร้อยละ 11 ขณะที่การลงทุนทางตรงจากอียูคิดเป็นร้อยละ 11 ของการลงทุนทั้งหมดในอาเซียน”

“การชะลอตัวของเศรษฐกิจยุโรปในระยะยาวเป็นเรื่องที่น่ากังวลมากกว่าประเด็นสงครามที่เกิดขึ้นในระยะสั้น โดยจะส่งผลอย่างมากต่อภาคการส่งออก การลงทุนทางตรงและการเติบโตของเศรษฐกิจในภูมิภาค เนื่องจากอาเซียนมียอดการส่งออกสินค้าไปยังสหภาพยุโรปในสัดส่วนถึงร้อยละ 9 ของการส่งออกทั้งหมด นับเฉพาะเวียดนามและฟิลิปปินส์ มีสัดส่วนส่งออกไปยังยุโรปร้อยละ 11 ขณะที่การลงทุนทางตรงจากอียูคิดเป็นร้อยละ 11 ของการลงทุนทั้งหมดในอาเซียน”

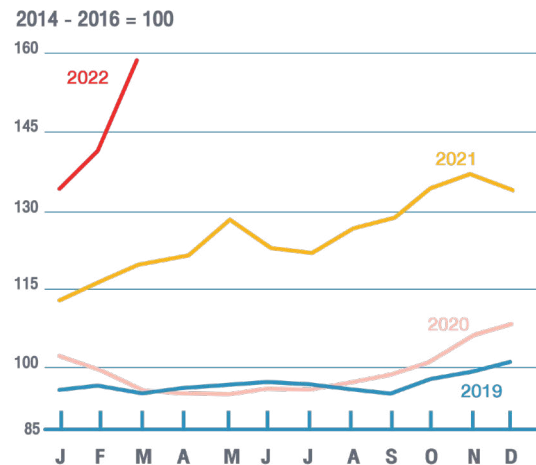
ดัชนีราคาสินค้าโภคภัณฑ์อาหารโดย FAO



หมายเหตุ :

ดัชนีราคาอาหารของ FAO หรือ FPI มีค่าเฉลี่ย 159.3 จุดในเดือนมีนาคม 2022 สูงขึ้น 17.9 จุดหรือร้อยละ 12.6 จากเดือนกุมภาพันธ์ เป็นการสูงสุดตั้งแต่ปี 1990 มีผลมาจากดัชนีราคาที่สูงขึ้นของน้ำมันพืช ธัญพืช และเนื้อสัตว์ นอกจากนี้ น้ำตาลและผลิตภัณฑ์นมก็ยังสูงขึ้นอย่างมีนัยสำคัญเช่นเดียวกัน ที่มา : www.fao.org

ดัชนีราคาอาหารโดย FAO



ถึงกระนั้นก็ยังมีความเสี่ยงฉับพลันระยะสั้นที่เกี่ยวข้องกับสินค้าโภคภัณฑ์บางชนิดที่ประเทศอาเซียนต้องพึ่งพาการนำเข้าจากยูเครนและรัสเซีย อาทิ ข้าวโพดและข้าวสาลี เป็นต้น เนื่องจากเป็นผู้ผลิตและผู้ขายสินค้าเกษตรทั้งสองชนิดในปริมาณที่มากที่สุดแห่งหนึ่งของโลก

โดยกรณีของข้าวสาลีคิดเป็นหนึ่งในสี่ของปริมาณการค้าทั่วโลก ปัจจุบันมีอย่างน้อย 26 ประเทศที่นำเข้าข้าวสาลีจากรัสเซียและยูเครนในปริมาณถึงครึ่งหนึ่งของการนำเข้าข้าวสาลีทั้งประเทศ ส่วนกรณีของข้าวโพด ยูเครนส่งออกคิดเป็นร้อยละ 16 ของปริมาณส่งออกข้าวโพดทั้งโลก ขณะที่ทั้งสองประเทศขายข้าวโพดรวมกันคิดเป็นหนึ่งในเจ็ดของปริมาณการค้าข้าวโพดทั้งโลก

ต้นทุนอาหารสัตว์คิดเป็นร้อยละ 65-70 ของต้นทุนการผลิตในภาคปศุสัตว์ ดังนั้นราคาวัตถุดิบอาหารสัตว์ที่เพิ่มขึ้นเป็นประวัติการณ์จึงทำให้เกิดปัญหาและความท้าทายอย่างมากสำหรับอุตสาหกรรมปศุสัตว์ในประเทศ โดยเฉพาะการเลี้ยงสุกร “ด้วยราคาวัตถุดิบในการผลิตอาหารสัตว์ที่เพิ่มขึ้นจากปี 2564 จนถึงปัจจุบัน ราคาผลิตภัณฑ์อาหารสัตว์สำเร็จรูปจึงเพิ่ม

ขึ้นร้อยละ 18-22 การเพิ่มขึ้นของราคาอาหารสัตว์ทำให้ผลกำไรของเกษตรกรลดลง และแม้แต่ครัวเรือนและฟาร์มบางส่วนก็ประสบปัญหาขาดทุน” Tong Xuân Chinh เจ้าหน้าที่จากกระทรวงเกษตรและการพัฒนาชนบท (MARD) ของเวียดนามกล่าว

ปัจจุบัน ภาคปศุสัตว์ของเวียดนามมีส่วนสนับสนุนเศรษฐกิจร้อยละ 25.2 ของ GDP ภาคการเกษตรผู้ประกอบการชาวเวียดนามและต่างประเทศจำนวนมากขึ้นเรื่อยๆได้ลงทุนในการพัฒนาการผลิต การเลี้ยงสัตว์และการแปรรูปอาหาร เมื่อสถานะเป็นเช่นนี้อาจทำให้ต้องปรับตัวขนานใหญ่

ด้าน DBS Group Holdings ระบุว่า อินโดนีเซียและฟิลิปปินส์ได้รับผลกระทบมากที่สุดต่อการลดลงของอุปทานข้าวสาลีในรัสเซียและยูเครน ส่วนเวียดนามกำลังเผชิญความเสี่ยงจากการลดลงของปริมาณนำเข้าข้าวโพดจากยูเครน

นอกจากนี้หลายประเทศในอาเซียนยังต้องรับมือกับราคาน้ำมันที่สูงขึ้นอันเนื่องมาจากวิกฤติสงคราม อย่างไรก็ตามของฟิลิปปินส์ ประเมินการว่าต้นทุนน้ำมันที่สูงขึ้นจะลดทอนความได้เปรียบในทางการ

ค้าและการแข่งขัน อาจรุนแรงถึงขั้นที่ต้องเผชิญกับการขาดดุลการค้า ขณะที่ประเทศไทยอุตสาหกรรมอาหารสัตว์กำลังได้รับผลกระทบอย่างมากจากวิกฤตินี้เช่นกัน ล่าสุดราคาข้าวสาลีนำเข้าปรับขึ้นไปเป็นกิโลกรัมละ 12 บาท หรือคิดเป็น 1 ใน 3 ของราคานำเข้าก่อนที่จะเกิดวิกฤติ

ผลกระทบทางเศรษฐกิจจะเกิดขึ้นอีกหลายทอดหลายต่อในหลายอุตสาหกรรมจากต้นทุนการทำปศุสัตว์และราคาพลังงานที่เพิ่มอย่างรวดเร็ว ย่อมจะส่งผลให้ราคาอาหารมีแนวโน้มสูงขึ้นเป็นลำดับกดดันเงินเฟ้ออยู่ในระดับไม่น่าไว้วางใจสำหรับภูมิภาคที่กำลังฟื้นตัวจากปัญหาเศรษฐกิจซบเซายาวนาน

กระนั้นนักวิเคราะห์ต่างประเมินกันว่าวิกฤตินี้จะช่วยเร่งเร้าให้หลายประเทศต้องปรับเปลี่ยนวิถีทางธุรกิจ แสวงหาแหล่งนำเข้าวัตถุดิบใหม่ๆ เพราะไม่รู้ว่าสงครามนี้จะปิดฉากเมื่อไหร่เพื่อสร้างหลักประกันการฟื้นตัวในอนาคต

เรียบเรียงจาก :

- ASEAN faces 'collateral damage' from Ukraine war's Europe impact - Nikkei Asia
- Russia's Invasion of Ukraine: Southeast Asian Responses and Why the Conflict Matters to the Region | FULCRUM



เวียดนามสร้าง Bizverse สินเชื่อเพื่อรายย่อย

วิกฤติโควิด 19 ทำให้การเปลี่ยนผ่านภาคการเงินของเวียดนามรวดเร็วขึ้น ภายหลังรัฐบาลอนุมัติแผนกลยุทธ์การพัฒนาธุรกิจธนาคารปี 2568 และมุ่งสู่เป้าหมายในระยะ 5 ปีข้างหน้า ไม่เพียงธนาคารแห่งชาติเวียดนาม สถาบันการเงินภาคเอกชนและรัฐวิสาหกิจที่ล้วนต้องเพิ่มศักยภาพในการแข่งขัน โดยเฉพาะในสาขาการเงินเพื่อรายย่อย

ตลอดช่วง 5 ปีที่ผ่านมา ธนาคารพาณิชย์ในเวียดนามมีการปรับตัวตามแผนยุทธศาสตร์ของภาครัฐอย่างเป็นขั้นเป็นตอนไม่ว่าจะเป็นเรื่องของเงินกองทุน การแก้ปัญหาหนี้เสีย สร้างความโปร่งใสในการบริหารจัดการ จนเกิดความแข็งแกร่งขึ้นเป็นลำดับ สามารถพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ ที่ตอบโจทย์โลกยุคดิจิทัลอีกด้วย

โดยเฉพาะช่วงปี 2564-2568 รัฐบาลสนับสนุนให้ธุรกิจสถาบันการเงินมุ่งเน้นกลยุทธ์ส่งเสริมสินเชื่อแบบไมโครไฟแนนซ์ เชื่อมต่อผู้ประกอบการรายย่อยไปจนถึงผู้ประกอบการรายย่อยรายเล็ก ผู้บริโภคระดับครัวเรือนให้สามารถเข้าถึงบริการทางการเงินที่หลากหลายง่ายขึ้น ประกอบกับวิกฤติโควิด 19 เป็นตัวเร่งให้เกิดธุรกรรมผ่านออนไลน์จึงมีธนาคารพาณิชย์ชั้นนำของเวียดนามหลายแห่งเบนเข็มมาเจาะตลาดนี้

Vietnam International Bank (VIB) ก็เป็นหนึ่งในธนาคารพาณิชย์ชั้นนำของเวียดนามที่สร้างปรากฏการณ์ใหม่ในการยกระดับผลิตภัณฑ์สินเชื่อรายย่อย



ประกาศทิศทางขยายธุรกิจบัตรเครดิตและพัฒนาระบบนิเวศ Virtual รูปแบบ Bizverse World นำประสบการณ์แปลกใหม่มอบให้กับชาวเวียดนามสัมผัส ประกอบด้วยลูกค้า 3 ล้านคนและสาขาอีก 165 แห่ง ใน 27 จังหวัดทั่วประเทศ

VIB นับเป็นธนาคารแรกในเวียดนามที่นำระบบ Metaverse เข้ามามีส่วนร่วมกับการดำเนินธุรกิจและก้าวสู่การเป็นผู้นำบัตรเครดิตออนไลน์อย่างเต็มตัวในช่วงปีที่ผ่านมา ลูกค้าสามารถเปิดบัตรได้วงเงินสูงสุด 200 ล้านดอลลาร์หรือประมาณ 3 แสนบาท ภายใน 15-30 นาที โดยไม่ต้องไปที่สาขาเพื่อพิสูจน์รายได้หรือพบกับพนักงานสินเชื่อโดยตรง แต่หันมาใช้ระบบอี-คอมเมิร์ซร้อยเปอร์เซ็นต์ผ่าน VIB ชาแนล

“การเปิดใช้บัตรเครดิตของ VIB ต่อไปจะเป็นเรื่องง่ายมากๆ เมื่อเข้าสู่ระบบนิเวศแบบใหม่ของเรา เรากำลังบูรณาการช่องทางการเปิดบัตรเครดิตทั้งแบบปกติและเวอร์ชวล ผู้ใช้จะทำได้ง่ายๆ ที่สาขาหรือเข้าไปในอี-คอมเมิร์ซแพลตฟอร์ม

ทั้งในเวียดนามและภูมิภาคอาเซียน” Tran Thu Houng หัวหน้าฝ่ายกลยุทธ์ด้านธุรกิจค้าปลีกของธนาคาร VIB กล่าว

หนึ่งในแผนของ VIB คือการขยายฐานผู้รับบริการสินเชื่อผ่านแอปพลิเคชัน Zalo หรือที่ชาวเวียดนามเรียกว่า “ญาโล” เป็นหนึ่งในแพลตฟอร์มการสื่อสารที่ได้รับความนิยมมากที่สุด เพราะสามารถแชทพูดคุย ดูหนัง ฟังเพลง ดู Market Place ไปจนถึงการเป็นกระเป๋าเงินและทำธุรกรรมออนไลน์ได้อีกด้วย โดยมียอดผู้ใช้เหนือกว่าแอปพลิเคชัน Line

ปัจจุบันยอดการใช้จ่ายผ่านบัตรเครดิตของ VIB เพิ่มจากสัดส่วนร้อยละ 9 มาเป็นร้อยละ 50 ในปีที่ผ่านมา เมื่อเทียบกับช่องทางปกติถือว่าประสบความสำเร็จ

อย่างน่าสนใจช่องทางที่แปลกใหม่และให้ผลประโยชน์แก่ลูกค้าโดดเด่น ดีกว่าตรงความต้องการลูกค้ามากกว่า คาดว่าในปี 2565 มีสัญญาณชี้ชัดว่าบัตรเครดิตของ VIB จะเติบโต 3-4 เท่า และธุรกรรมก็เติบโตสูงกว่าอัตราเฉลี่ยนำไปสู่การเป็นผู้นำตลาด

นี่คือหนึ่งในผลพวงแห่งการพัฒนาภายใต้ “แผนกลยุทธ์การพัฒนาธุรกิจธนาคารปี 2568” นั่นคือการยกระดับระบบนิเวศทางธุรกิจการเงิน ผลักดันให้ธนาคารนำนวัตกรรมมาใช้อย่างต่อเนื่องและสร้างบริการที่สะดวกสบายสำหรับผู้บริโภคเวียดนาม

เรียบเรียงจาก :

www.vietnamnews.vn

www.internationalbanker.com

www.tymfund.org.vn/en





นอกจาก ลิซ่า BLACKPINK แล้ว คนดังแห่งอาเซียนที่มีผู้ติดตามหลายล้านคนทั่วโลกและไม่อาจละลายตาไปได้ คือ “นโรดม เจนณา” เจ้าหญิงแห่งกัมพูชา ซึ่งมีใบหน้าคล้ายลิซ่าจนได้รับฉายา “Little Lisa” ตอนนี้มีคนติดตามเฟซบุ๊กราว 2 ล้านคน รวมถึงติดตามทาง YouTube ที่ใช้ชื่อว่า “Jenna Norodom Official Music” และ TikTok ในชื่อ Jenna Norodom รวมมากกว่า 1 ล้านคน และมีแฟนคลับในหลายๆประเทศ

เจ้าหญิงผู้เป็นที่รู้จักในนาม “เจ้าหญิงน้อย” เป็นพระธิดาองค์ที่ 2 ในพระองค์เจ้านโรดม บุปผารี และเป็นพระราชปนัดดาในพระบาทสมเด็จพระนโรดม สีหนุ อดีตกษัตริย์ของกัมพูชา ล่าสุดเพิ่งฉลองวันเกิดครบรอบอายุ 10 ปีไปเมื่อ 11 มีนาคม 2565 ที่ผ่านมา เจ้าหญิงเกิดที่กรุงปารีส ประเทศฝรั่งเศส มีบิดาเป็นชาวฝรั่งเศส ตอนอายุได้ 3 ปี กลับมาใช้ชีวิตที่กัมพูชา

ปัจจุบันเจ้าหญิงกำลังศึกษาอยู่ที่ Brightstar International School of Phnom Penh และยังร่ำเรียนที่โรงเรียนดนตรี Music Arts School ที่กรุงพนมเปญอีกด้วย

หากเพียงใบหน้าที่งดงามและบุคลิกภาพที่สง่างามสมเป็นเจ้าหญิงน้อยของกัมพูชาแล้ว คงไม่อาจสร้างความภาคภูมิใจให้ชาวกัมพูชาหรือสร้างความประทับใจให้แก่ผู้คนจากหลายประเทศได้เท่ากับความสามารถของเจ้าหญิงที่พูดภาษาได้หลากหลาย นอกจากภาษากัมพูชาแล้วยังสามารถพูดได้ทั้งไทย จีน อังกฤษ ฝรั่งเศส และมีความสามารถด้านการร้องเพลง การเต้น การแสดง และการเป็นนางแบบด้วย

การที่สื่อต่างชาติจับตามองเธอก็เพราะเจ้าหญิงมักคัฟเวอร์เพลงทั้ง 5 ภาษาได้อย่างชัดเจนและไพเราะ ลงช่อง YouTube อย่างต่อเนื่อง อาทิ La Vie En Rose ภาษาฝรั่งเศส เพลง Mang Chung , Gong Xi Remix ภาษาจีน และที่ทำให้คนไทยชอบก็เพราะเธอร้องเพลงไทยได้อย่างชัดเจน เช่น เพลงโสดแล้วนะ

เจ้าหญิงนโรดม เจนณา เข้าสู่วงการบันเทิงในปี พ.ศ. 2561 ตอนอายุ 6 ขวบ มีผลงานแสดงเรื่อง Tep Thida Pokul Meas เมื่อปี 2563 และ Golden Kingdom ในปี 2564 งานของเจ้าหญิงน้อยได้รับการจัดการ และบริหารเป็นเรื่องเป็นราวโดย Space Creative Marketing

ผู้คนติดตามเจ้าหญิงผ่านโลกโซเชียลจำนวนไม่น้อยทำให้เจ้าหญิงเป็น Influencer ของกัมพูชา สร้างแรงบันดาลใจให้คนรุ่นใหม่ และแม้ว่าเจ้าหญิงจะยังเด็กแต่มีบทบาทเผยแพร่วัฒนธรรมของกัมพูชาด้วย นอกจากนี้ใส่ชุดประจำชาติกัมพูชาเป็นประจำแล้ว

ยังเรียนรู้ระบำอัสตรา การฟ้อนรำของกัมพูชา หรือการขับร้องเพลงคำขวัญ์เขมรสองชั้น พร้อมดนตรีดั้งเดิมของกัมพูชา

ด้วยใบหน้า และบุคลิกภาพที่งดงาม ความสามารถรอบด้านบวกด้วยพื้นฐานของครอบครัว ทำให้เจ้าหญิงเป็น Royal Brand Ambassador โดยเฉพาะ Cellcard บริษัทโทรคมนาคมที่มีชาวกัมพูชาเป็นเจ้าของ

“เรามองว่านี่คือความร่วมมือของพันธมิตรได้เกิดขึ้นระหว่างผู้ให้บริการเครือข่ายชั้นนำของกัมพูชากับคนรุ่นใหม่ที่มีพรสวรรค์ที่สุดของกัมพูชา ผู้รักชาติและผู้ห่วงใยอนาคตที่จะเกิดขึ้นสำหรับคนรุ่นต่อไป” เอียน วัตสัน CEO ของ Cellcard กล่าวไว้

นอกจากนั้น เจ้าหญิงยังเป็นทูตให้กับกิจการอื่นๆ อาทิ P.Y.Mart ร้านสะดวกซื้อของกัมพูชา, Indonesian Marie Regal, Chinese R&F Properties, PaPa John's Pizza เป็นต้น

เจ้าหญิงนโรดม เจนณา ยังมีบทบาททางสังคม ออกไปเยี่ยมเยียนเด็กในหลายๆ สถานที่ เช่น ศูนย์เลี้ยงเด็กกำพร้า นักเรียนที่มีความบกพร่องทางร่างกาย หรือนักเรียนในโรงเรียนต่างๆ สม่ำเสมอ เช่น Singapore Educational Institute (SHINE) หนึ่งในสถาบันที่ใหญ่ที่สุดในอังกอร์ จังหวัดเสียมเรียบ ช่วยเชื่อมโยงกับคนในวัยเดียวกัน

ไม่น่าแปลกใจเลยที่เจ้าหญิงน้อยจะเป็นคนรุ่นใหม่ที่มีอิทธิพลจนทำให้ชาวโลกต้อง กลับมามองกัมพูชาในสายตาที่เปลี่ยนไป

- เรียบเรียงจาก :
- www.scmp.com
 - praew.com
 - th.wikipedia.org
 - www.cellcard.com.kh
 - Facebook :Jenna Norodom





653.25
 | People Focus |
 + 00.25
 X
 +255

653.25
 + 00.25
 X
 +255

ผู้บริโคคฟิลิปปีนส์ เต็ดร้อนหนัก ภาวะน้ำมันแพง

ค่าครองชีพในประเทศฟิลิปปินส์กำลังได้รับผลกระทบจากสถานการณ์น้ำมันแพง โดยเฉพาะเมื่อกลางเดือนมีนาคมเป็นการขึ้นแบบครบวงจรทุกประเภทพลังงานที่จำเป็นทั้งน้ำมันดีเซล น้ำมันเบนซิน และแก๊สหุงต้มที่ใช้กันทุกครัวเรือน รัฐบาลต้องอุดหนุนภาคขนส่งสาธารณะและขอให้ประชาชนลดเวลาทำงานเหลือ 4 วันต่อสัปดาห์

ความเดือดร้อนเกิดขึ้นแทบทุกจุด ในกรุงมะนิลาและหลายพื้นที่ทั่วประเทศ ฟิลิปปินส์ ประชาชนเข้าคิวกันเติมน้ำมัน จนล้นออกมานอกถนน กลุ่มขนส่งต่างๆ เรียกร้องรัฐบาลขอขึ้นค่าโดยสาร ขณะที่ สภาสหภาพแรงงานแห่งฟิลิปปินส์ (TUCP) ขอขึ้นค่าแรงขั้นต่ำเป็น 470 เปโซ ท่ามกลางภาวะราคาน้ำมันโลกทะลุ 100 ดอลลาร์สหรัฐต่อบาร์เรลกดดันราคาขายปลีกในประเทศซึ่งยังไม่ฟื้นตัวจากภาวะ วิกฤต

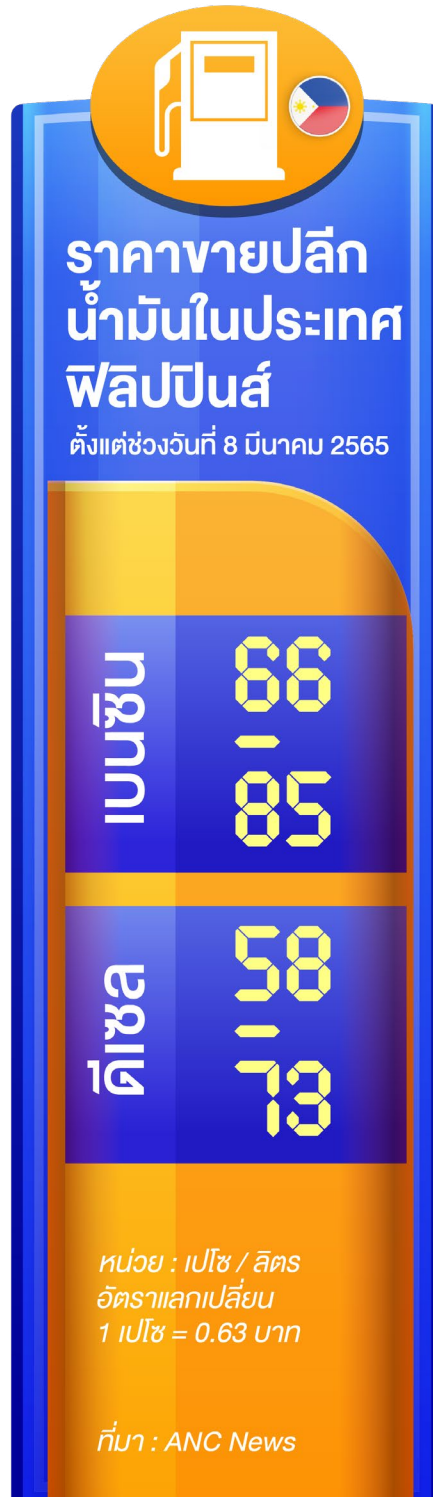
Zeno Ronald Abenoja ผู้อำนวยการฝ่ายวิจัยเศรษฐกิจ ธนาคารกลาง ฟิลิปปินส์ กล่าวว่า รัฐบาลได้พิจารณาการ เปิดเศรษฐกิจเพิ่มเติมเพื่อให้มีกิจกรรม ทางเศรษฐกิจมากขึ้นจะทำให้ประชาชน มีโอกาสสร้างงานสร้างรายได้ ช่วยลดผลกระทบของราคาน้ำมันและสินค้าโภคภัณฑ์ ที่พุ่งสูงขึ้น พร้อมกับโครงการเงินช่วยเหลือสำหรับผู้ขับขี่และผู้ประกอบการ ยานพาหนะสาธารณะ การขายน้ำมันราคาถูกให้ประชาชน เช่นเดียวกับเกษตรกร ชาวประมง พร้อมกับมีมาตรการต่างๆ ช่วย บรรเทาราคาอาหาร เช่น สินค้าเกษตร และ พยายามแก้ไขผลกระทบรอบสองที่อาจ เกิดขึ้นตามมา

ราคาน้ำมันดีเซลขายปลีกแต่ละระดับ 71-79 เปโซต่อลิตรหรือเทียบเท่า 46-51 บาท เรียกได้ว่าขึ้นพรวดไปถึง 8 บาท ขณะที่ราคาแก๊สหุงต้มหรือ LPG ขึ้นไป 7.95 เปโซหรือ 5 บาทต่อกิโลกรัม นั้นหมายความว่าถังแก๊สขนาดปกติใช้ในครัวเรือน ขยับขึ้นไปอีกถึงถังละ 75 บาท

ความเดือดร้อนนี้แพร่กระจายไปถึง คนระดับรากหญ้า Joven Valencia หนึ่งในผู้ใช้รถมอเตอร์ไซด์ กล่าวว่า “ผมแทบ ไม่สามารถรับผลพวงจากราคาน้ำมันที่สูง ขึ้นได้ จากเดิมเคยเติมเต็มถังแค่ 100 เปโซ แต่ตอนนี้แพงขึ้นมาก ค่าใช้จ่ายอีกส่วน หนึ่งผมก็ต้องแบ่งให้กับลูก ๆ ที่กำลังเรียน หนังสือแต่กลับต้องใช้เติมน้ำมันอย่างน้อย

50 เปโซ ทั้งๆ ที่เงินส่วนนี้ผมซื้อข้าวให้ลูกๆ กินได้”

ขณะที่ Felicito Seminilla ประชาชน อีกราย มีมุมมองค่อนข้างแรงต่อสถาบัน บริการน้ำมันต่างๆ โดยระบุว่า “ผมหวังว่า รัฐบาลจะทำอะไรกับเรื่องนี้บ้างและแปลง



สัญญาติของบริษัทน้ำมันมาเป็นของรัฐ เสียเลย เพราะเรามีแต่บริษัทน้ำมันเอกชน นั้นสะท้อนว่าทำไมรัฐบาลจึงคุมราคาไม่ได้เลย”

Gerardo Erguiza นักวิชาการด้าน พลังงาน กล่าวว่า “รัฐบาลควรตัดสินใจตอนนี้ที่จะลดภาษีสรรพสามิตน้ำมัน และภาษีมูลค่าเพิ่ม หลักสำคัญก็คือต้อง ประหยัดพลังงานจะช่วยลดค่าใช้จ่ายที่ สูงขึ้น รัฐบาลไม่ควรกังวลว่าจะเสียรายได้ ไปเพราะสิ่งเหล่านี้จะกลับไปสู่เศรษฐกิจ การใช้จ่ายใช้สอยสินค้าและบริการ ภาษีก็ จะกลับชดเชยในรูปแบบอื่นแทนนั่นเอง”

VIC DIMAGIBA กลุ่มเครือข่าย คู่คุ้มครองผู้บริโภค แนะนำประชาชนให้ หลีกเลี่ยงการเดินทางที่ไม่จำเป็นใน สถานการณ์เช่นนี้ ใช้รถใช้ถนนเฉพาะ เวลาฉุกเฉินหรือสำคัญเท่านั้น “เราอยู่ใน สถานการณ์ที่เรียกว่าขีดสุด ต้องใช้ มาตรการที่ขีดสุดเช่นเดียวกัน และรอเวลา ให้ราคาน้ำมันลดลงดีกว่า”

อนาคตด้านพลังงานยังไม่มี ความแน่นอนในประเทศฟิลิปปินส์ ส่งผลให้เกิด ปัญหาเงินเฟ้อจากต้นทุนที่สูงขึ้น ขณะที่ ภาวะเศรษฐกิจกลับไม่ได้เติบโตตามไปด้วย คือภาระหนักของประชาชนชาวฟิลิปปินส์ ที่น่าเห็นใจในช่วงครึ่งปีแรกของปี 2565





เปิดแล้ว...สนามบินนานาชาติบ่อแก้ว เยือนเมืองใหม่ สามเหลี่ยมทองคำ

สปป. ลาว เปิดสนามบินนานาชาติบ่อแก้วเมื่อเดือนมีนาคม 2565 เริ่มต้นให้บริการเครื่องบินเช่าเหมาลำและนักท่องเที่ยวแบบกรุ๊ปทัวร์ โดยสายการบินท้องถิ่น Lao Airlines และ Lao Skyway รับส่งผู้โดยสารที่ชื่นชอบความเพลิดเพลิน ความทันสมัยของเอ็นเตอร์เทนเมนท์คอมเพล็กซ์สามเหลี่ยมทองคำ และธรรมชาติในภาคเหนือของ สปป. ลาว ที่ติดกับแม่น้ำโขงอันน่าตื่นตาตื่นใจ

การก่อสร้างสนามบินนานาชาติบ่อแก้วในช่วงแรกมีมูลค่า 150 ล้านดอลลาร์สหรัฐ มีรันเวย์ยาว 2,500 เมตร สามารถรองรับเครื่องบินขนาดเล็กถึงขนาดกลาง เช่น Airbus A320 และ Boeing B737 สามารถขึ้นและลงได้ตามมาตรฐานสากล ระยะเวลาเดินทางจากนครหลวงเวียงจันทน์จาก 1 วันเหลือเพียง 50 นาที

คำพยา พรหมปัญญา รองผู้ว่าราชการจังหวัดบ่อแก้ว กล่าวว่า สนามบินนานาชาติแห่งใหม่มีศักยภาพสำคัญในการดึงดูดนักท่องเที่ยวทั้งในและต่างประเทศ ห่างจากเขตเศรษฐกิจพิเศษสามเหลี่ยมทองคำไปเพียง 5 กิโลเมตร อยู่ระหว่างการพัฒนาถนนเชื่อมต่อกับสนามบินนานาชาติบ่อแก้ว คาดว่าจะเปิดใช้สัญจรได้ในอนาคตอันใกล้



“ การก่อสร้างท่าอากาศยานนานาชาติบ่อแก้วได้ดำเนินการมาเป็นเวลา 2 ปีแล้วและเครื่องบินได้ทำการทดสอบ การขึ้นและลงที่สนามบินแห่งนี้ได้อย่าง มาตรฐาน เช่นเดียวกับระบบสื่อสารและ สิ่งอำนวยความสะดวกในสนามบิน” คำพยากรณ์

สามเหลี่ยมทองคำเป็นพื้นที่เชื่อมต่อ 3 ประเทศคือไทย สปป. ลาว และเมียนมา ปัจจุบันรัฐบาลได้เปิดพื้นที่เป็น “เขต เศรษฐกิจพิเศษ” เมืองใหม่ศูนย์กลางด้าน การพักผ่อนและบันเทิง หรือเอ็นเตอร์เทน เมนต์คอมเพล็กซ์ขนาดจะเป็นศูนย์กลาง เศรษฐกิจแห่งใหม่ของภูมิภาคเพราะมี นักธุรกิจจีนเข้ามาลงทุนเป็นจำนวนมากนำ โดย “จ้าว เหวย” นักธุรกิจหมื่นล้านชาวจีน ทั้งนี้หากไม่มีปัญหาโรคโควิด 19 เชื่อว่าจะมีเที่ยวบินและนักท่องเที่ยว จีนรวมถึงนักท่องเที่ยวที่บินตรงมาสู่

เอ็นเตอร์เทนเมนต์คอมเพล็กซ์แห่งใหม่ ของอาเซียนพื้นที่ชายแดนริมแม่น้ำโขงนี้ จำนวนมาก อีกทั้งยังอยู่ฝั่งตรงข้ามกับ อำเภอยางสีสุราช จังหวัดเชียงรายด้วย

เมื่อย้อนไปในปี 2550 สปป. ลาว ให้สัมปทานพัฒนาเขตเศรษฐกิจพิเศษ แก่บริษัทดอกจิวดำประมาณ 30 ตาราง กิโลเมตรเป็นระยะเวลา 40 ปี ก่อนจะ ขยายให้เป็น 102 ตารางกิโลเมตร ระยะเวลา 99 ปี มีเป้าหมายที่จะพัฒนาพื้นที่ บ่อแก้วให้เป็นแหล่งศูนย์รวมทางการค้า และการท่องเที่ยว เน้นการสร้างสถาน บันเทิงขนาดใหญ่ครบวงจร สร้างบ่อน คาสิโนถูกกฎหมาย รวมทั้งเมืองใหม่สุด อลังการในภูมิภาคสามเหลี่ยมทองคำ

เขตเศรษฐกิจพิเศษสามเหลี่ยม ทองคำ ประกาศเปิดตัวอย่างเป็นทางการ เมื่อวันที่ 9 กันยายน 2552 เป็นที่รู้จัก ในชื่อว่าเขตเศรษฐกิจพิเศษคิงส์โรมัน

มี จ้าว เหวย นักธุรกิจชื่อดังชาวจีนเป็น เจ้าของ มีรัฐบาลสปป. ลาว ถือหุ้นอยู่ด้วย ร้อยละ 30 เปิดให้บริการทั้งโรงแรม รีสอร์ท ศูนย์การค้าที่ขายสินค้าปลอดภาษี อาคาร พาณิชยกรรม ร้านอาหาร ถนนขนาด 4-8 เลน สนามกีฬา สपोर्टคอมเพล็กซ์ ท่าเรือ พื้นที่การเกษตร ฯลฯ แต่ที่โดดเด่นและเป็นไฮไลท์ที่สุด คือ บ่อนคาสิโน โดยเราสามารถมองเห็นได้จากฝั่งไทย

นับเป็นอีกหนึ่งพื้นที่การพัฒนาที่น่า สนใจของสปป. ลาว ซึ่งต้องบอกว่าควร ค่าแก่การมาสัมผัส เพราะมีทั้งแสงสีและ ธรรมชาติที่ยังอุดมสมบูรณ์ นี่คือนอีกหนึ่ง “เมืองใหม่แห่งอาเซียน” ที่จะไม่หลับไหล อยู่ในภวังค์อีกต่อไป

- เรียบเรียงจาก :
- www.laotiantimes.com
 - <https://thaipublica.org>
 - <https://www.xinhua.com>





AEC CONNECT

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