



AEC CONNECT

SECOND ISSUE / 2024





Editor's Talk

คุยกับบรรณาธิการ

นอกเหนือจาก Newsletter ที่ทีม AEC Connect จัดทำเพื่อส่งเสริมความรู้ด้านการค้าและการลงทุนในอาเซียนให้แก่ผู้ประกอบการไทยแล้ว ยังมีโครงการ AEC Business Leader ที่เป็นหลักสูตรอบรมเชิงปฏิบัติแบบเจาะลึก เพื่อช่วยเตรียมความพร้อมให้ผู้ประกอบการไทยขยายธุรกิจไปยังตลาดอาเซียนได้อย่างมั่นใจ ซึ่งในปีนี้ได้จัดเป็นรุ่นที่ 6 แล้ว และได้พาผู้เข้าอบรมไปเยือน 'อินโดนีเซีย' ประเทศที่มีขนาดเศรษฐกิจใหญ่ที่สุดของอาเซียนและมีศักยภาพสูงด้านการค้าและการลงทุน

สำหรับในไตรมาสที่ 2 เศรษฐกิจของอินโดนีเซียเติบโต 5.05% หดตัวเล็กน้อยจากไตรมาสแรกที่เติบโต 5.11% และต่ำกว่าช่วงเดียวกันในปีแล้ว อย่างไรก็ตาม ธนาคารโลกเชื่อว่าเศรษฐกิจของอินโดนีเซียน่าจะเติบโตอย่างต่อเนื่อง โดยได้รับแรงหนุนจากการฟื้นตัวของรายจ่ายภาครัฐ การลงทุนทางธุรกิจเพิ่มขึ้นและอุปสงค์ของผู้บริโภคที่คงที่ นอกจากนี้ การเติบโตของ GDP คาดว่าจะอยู่ที่เฉลี่ยแล้วปีละ 5.1% จากปี 2567 - 2569 แม้ว่าจะมีอุปสรรคจากการเติบโตของสินค้าโภคภัณฑ์ลดลง ราคาอาหารและพลังงานเปลี่ยนแปลงง่ายมากขึ้นและความไม่แน่นอนของภูมิรัฐศาสตร์เพิ่มมากขึ้นด้วย ดังนั้นสัญญาณเศรษฐกิจของอินโดนีเซียข้างต้นจึงสะท้อนให้เห็นถึงโอกาสทางการค้าและการลงทุนที่ผู้ประกอบการไทยไม่อาจมองข้าม

ท้ายที่สุดนี้ ผมหวังว่าข่าวสารด้านการค้าและการลงทุน รวมถึงบทความการบรรยายสุดพิเศษของ ดร. บุรณิน รัตนสมบัติ ประธานเจ้าหน้าที่ปฏิบัติการกลุ่มธุรกิจใหม่และโครงสร้างพื้นฐาน บริษัท ปตท. จำกัด (มหาชน) ในหัวข้อ "กลยุทธ์การรักษาความได้เปรียบทางการแข่งขันด้วย Transformation" จะสามารถช่วยให้ท่านเปิดมุมมองธุรกิจใหม่ ๆ ปรับตัวให้สอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงของโลกอย่างรวดเร็ว เพื่อให้สามารถแข่งขันได้ดีทั้งในระดับภูมิภาคและระดับโลกครับ

"ธนาคารกรุงเทพ เพื่อนคู่คิด มิตรคู่เออีซี"

เจริญลาภ ธรรมานิษานนท์

ผู้ช่วยผู้จัดการใหญ่ ธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน)

บรรณาธิการบริหาร

In This Issue



พัฒนาขนส่งข้ามพรมแดน
ปลดล็อก SMEs เติบโตในอาเซียน 4



EU ปรับความปลอดภัยอาหาร
กระทบอาหารเกษตรเวียดนาม 8



"กลยุทธ์การรักษาความได้เปรียบ
ทางการแข่งขันด้วย Transformation" 12



ทำโม 'TikTok' ชนะใจ
Gen Z ในอาเซียน 18



ระบบบำเหน็จบำนาญ 'อินโดฯ'
ผลักดันหนุ่มสาวไปอยู่บนปากเหว 20



สูตรสำเร็จ 'Ya Kun' ที่เป็นมากกว่า
ร้านกาแฟและขนมปัง 22

President Message

ยุทธศาสตร์สำคัญประการหนึ่งที่ธนาคารมุ่งเน้นในช่วงทศวรรษที่ผ่านมา คือ การสนับสนุนการค้าและการลงทุนระหว่างประเทศทั่วทั้งภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ ซึ่งเป็นตลาดที่มีโอกาสเติบโตอย่างแข็งแกร่งสำหรับหลายภาคอุตสาหกรรมท่ามกลางเศรษฐกิจโลกที่ยังชะลอตัวลง จากปัญหาทางการเมืองระหว่างประเทศ การหยุดชะงักของห่วงโซ่อุปทาน การเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ และปัจจัยอื่นๆ

การดำเนินยุทธศาสตร์ Connecting ASEAN หรือเชื่อมโยงอาเซียน ของธนาคาร มุ่งสนับสนุนการเติบโตของเศรษฐกิจไทย โดยชูบทบาทโดดเด่นของไทยในฐานะสะพานสำคัญที่จะช่วยเชื่อมโยงอาเซียนกับนักธุรกิจและนักลงทุนจากทั่วทวีปเอเชียและภูมิภาคอื่นๆ ทั่วโลก

คุณชาติศิริ โสภณพนิช
กรรมการผู้จัดการใหญ่
ธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน)



พัฒนาขนส่งข้ามพรมแดน ปลดล็อก SMEs เต็มโต ในอาเซียน

ธุรกิจวิสาหกิจขนาดกลาง ขนาดย่อย และขนาดเล็ก (MSME) จำนวน 71 ล้านแห่ง คิดเป็นสัดส่วน 97% ของบริษัททั้งหมด ซึ่งตั้งอยู่ในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ และสะท้อนถึง 85% ของจำนวนแรงงาน โดยคิดเป็นประมาณมากกว่า 67% ของประชากรที่ทำงาน นอกจากนั้น ธุรกิจเหล่านี้ยังมีส่วนสนับสนุนอยู่ใน GDP ของภูมิภาคประมาณ 60% และขับเคลื่อนการส่งออกของภูมิภาคราว 20% ซึ่งแม้ว่า รายงานต่าง ๆ จะบ่งชี้ว่าภูมิภาคแห่งนี้จะมีโอกาสการเติบโตด้านการค้าข้ามพรมแดนมากที่สุดในแถบเอเชีย-แปซิฟิก แต่จากธุรกิจ MSME ทั้ง 71 ล้านแห่ง มีธุรกิจเพียงจำนวนน้อยกว่า 20% หรือเพียงแค่ 13 ล้านแห่งที่ถูกจัดตั้งอย่างเป็นทางการ





ภาพเศรษฐกิจมหภาคของภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ในปัจจุบันสะท้อนให้เห็นได้ดี จากการที่จีนส่งออกมายังภูมิภาคแห่งนี้มากกว่าสหรัฐอเมริกาเป็นครั้งแรก โดยจะสังเกตได้จาก 80% ของยอดขายสินค้าออนไลน์รวมถูกนำเข้ามาจากภายนอกภูมิภาค ซึ่งส่วนใหญ่มาจากจีน

ทั้งนี้ การที่จะปลดล็อก MSME อย่างเต็มศักยภาพในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ คือ การจัดเตรียมการเข้าถึงอย่างยุติธรรมสู่ผู้บริโภคทั่วทั้งภูมิภาคให้ผ่านระบบโลจิสติกส์ข้ามพรมแดนที่ดีขึ้น โดยรูปแบบการดำเนินงานที่เหมาะสมก็มีความเป็นไปได้ที่จะให้การขนส่งข้ามพรมแดนภายในภูมิภาคสามารถทำได้เร็ว ไม่แพงและน่าไว้วางใจได้ในแบบที่ทุก ๆ คนในห่วงโซ่อุปทานจะได้รับประโยชน์ ซึ่งวิธีการที่ถูกต้องจะต้องเริ่มด้วยการทำให้สามารถเข้าถึงเครือข่ายที่ถูกต้องได้

ภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้นั้นประกอบด้วยหมู่เกาะขนาดใหญ่มากมาย ซึ่งไม่สามารถเชื่อมโยงได้ง่าย ๆ ด้วยทางถนน ทางรถไฟหรือทางทะเล แต่หากเป็นทางอากาศก็ถือว่าเป็นเส้นทางที่มีประสิทธิภาพและรวดเร็วซึ่งการจะหาเครื่องบินบรรทุกสินค้ามาให้บริการในตลาดนี้ก็มีต้นทุนที่สูงเกินไป

อย่างไรก็ดี ปัจจุบันความสามารถของการขนส่งทางอากาศนั้นมีพอเพียงในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ โดยส่วนใหญ่รูปแบบสายการบินในภูมิภาคนี้เป็นแบบต้นทุนต่ำ และความสามารถในการขนส่งสินค้ายังไม่ถูกใช้ถึง 70% ทั้งนี้ หากตั้งเป้าหมายให้เกิดการขยายเครือข่ายโลจิสติกส์ทางอากาศในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้จะต้องมุ่งเน้นไปที่การทำงานร่วมกันของทุกสายการบิน โดยการใช้อุปกรณ์ขนส่งสินค้าที่มีอยู่ให้ได้ประโยชน์สูงสุดจะช่วยให้ SMEs ทุกรูปแบบมีความสามารถในการจ่ายค่าขนส่งได้

ขณะที่มีการคาดการณ์ว่าการส่งออกจะเพิ่มขึ้นเป็น 2 เท่าในอีก 6 ปีข้างหน้า ดังนั้นโอกาสอันแท้จริงที่ควรจะมีมุ่งเน้น คือ การปลดล็อกศักยภาพของ SMEs จำนวนหลายสิบล้านรายที่ยังไม่ได้ถูกทำให้เป็นทางการ เพื่อให้สามารถเข้าถึงความสามารถทางดิจิทัล เงินทุนสาธารณะและโครงสร้างพื้นฐานต่าง ๆ ได้อีกทั้ง MSMEs จำนวนมากกว่า 80% เห็นพ้องว่าบริษัทต่าง ๆ จะสามารถเข้าถึงฐานลูกค้าที่กว้างขึ้นได้ผ่านบรรดาแพลตฟอร์มดิจิทัล จึงจำเป็นอย่างยิ่งที่ควรจะต้องเปิดการเข้าถึงเครือข่ายทางอากาศนี้ ซึ่งแม้แต่ SMEs ที่ได้รับความช่วยเหลือน้อยยังสามารถไว้วางใจได้และเพื่อสนับสนุนเครือข่ายที่ถูกต้องจึงจำเป็นต้องใช้เทคโนโลยีและความเป็นหุ้นส่วนที่เหมาะสมซึ่งการเข้าถึงเทคโนโลยีที่เหมาะสมนั้นพุดง่ายกว่าทำแต่รัฐบาลของประเทศสมาชิกบางประเทศของภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ก็แสดงให้เห็นว่ามีความเป็นไปได้



ขณะที่ มีการพูดถึงการปรับปรุงประสิทธิภาพและเชื่อมต่อความสามารถทางภาษีศุลกากรข้ามพรมแดนให้ดีขึ้นมาเป็นเวลาหลายปีแล้ว อาเซียนก็กำลังดำเนินการอย่างดีที่สุดที่จะนำแต่ละประเทศสมาชิกและบริษัทเอกชนมาร่วมสร้างนโยบายและเทคโนโลยีต่าง ๆ ที่จะทำให้เกิดเศรษฐกิจดิจิทัลที่สอดคล้องกันภายใต้กรอบความตกลงเศรษฐกิจดิจิทัลอาเซียน

สิ่งที่เราต้องการขณะนี้สำหรับระบบภาษีต่าง ๆ คือการสื่อสารกันผ่านแพลตฟอร์มร่วมแบบไร้รอยต่อที่ช่วยให้ธุรกิจต่าง ๆ สามารถทำการค้าข้ามพรมแดนได้เร็วขึ้น ไม่ใช่กระดาษ โปร่งใส และโดยภาพรวมมีประสิทธิภาพมากขึ้น

อย่างไรก็ดี วิทยาลัยที่เกี่ยวกับการทำให้ภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้มีการผสมผสานเชื่อมโยงและมีประสิทธิภาพมากขึ้นไม่เพียงแต่เป็นเป็นสิ่งที่จำเป็นทางเศรษฐกิจ แต่ยังนำไปสู่การเรียกร้องให้เกิดอนาคตที่สดใสและมั่นคงมากขึ้นสำหรับทุกคน ซึ่งหากเราวาดฝันและมองเห็นภาพการค้าของธุรกิจตั้งแต่ขนาดเล็กไปจนถึงขนาดใหญ่จะสามารถเชื่อมโยงกันอย่างไร้รอยต่อโดยปราศจากอุปสรรคต่าง ๆ ที่ไม่จำเป็น สิ่งเหล่านี้จะส่งผลให้ธุรกิจที่อยู่ในภูมิภาคนี้สามารถจัดการกับสินค้าปริมาณที่มากขึ้นจากจีนได้และอำนวยความสะดวกให้สินค้าสามารถไหลเข้าสู่ทั่วภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้อย่างรวดเร็ว รวมถึงภูมิภาคที่อยู่ไกลออกไป เช่น โอเชียเนีย ตะวันออกกลาง ยุโรปและสหรัฐอเมริกา

ทั้งนี้ การส่งเสริมการเชื่อมโยงและปรับปรุงโลจิสติกส์ให้ดีขึ้นจะช่วยยกระดับความสามารถทางการแข่งขันระดับภูมิภาค และช่วยให้ธุรกิจต่าง ๆ สามารถเติบโตได้อย่างรวดเร็วและขนส่งข้ามพรมแดนได้ในราคาที่เหมาะสม

ที่มา : <https://www.weforum.org/agenda/2024/06/southeast-asia-asean-affordable-cross-border-delivery-service/>

EU ปรับความปลอดภัยอาหาร กระทบอาหารเกษตรเวียดนาม

เมื่อวันที่ 11 มิถุนายน ที่ผ่านมา สหภาพยุโรป (EU) ได้ออกระเบียบ Commission Implementing Regulation 2024/1662 ที่รวมถึงการยกเว้นบะหมี่สำเร็จรูปของเวียดนามจากการควบคุมความปลอดภัยอาหารที่เข้มงวด โดยก่อนหน้านี้ EU ได้จัดให้บะหมี่สำเร็จรูปของเวียดนามอยู่ภายใต้การควบคุมความปลอดภัยอาหารด้วยอัตราความถี่การตรวจสินค้าขาเข้า 20% เนื่องจากพบสารเอทิลีนออกไซด์ตกค้างในสินค้าปริมาณเกินกว่าที่กฎของ EU กำหนด

นอกจากนี้ EU ยังได้ปรับกฎระเบียบการตรวจสอบสำหรับผลผลิตการเกษตรอื่น ๆ จากเวียดนาม ดังนี้



แก้วมังกร: อัตราความถี่ของการตรวจสอบ ณ ชายแดน เพิ่มจาก 20% เป็น 30%



พริกไทย: อัตราความถี่ของการตรวจสอบคงเดิมที่ 50% แต่จำเป็นต้องมีใบรับรองความปลอดภัยอาหารและผลการทดสอบยาฆ่าแมลงที่ตกค้างในผลิตภัณฑ์



กระเจี๊ยบ: อัตราความถี่ของการตรวจสอบยังอยู่ที่ระดับ 50% และต้องมีใบรับรองความปลอดภัยอาหารและผลการทดสอบยาฆ่าแมลงที่ตกค้างในผลิตภัณฑ์



ทุเรียน: อัตราความถี่ของการตรวจสอบยังอยู่ที่ระดับ 10%

การส่งออกสินค้าเกษตรไปยังตลาดที่มีมาตรฐานสูงอย่าง EU อาจเป็นความท้าทายสำหรับบริษัทต่าง ๆ โดยเฉพาะอย่างยิ่งหากต้องการขยายไปยังตลาดที่มีมูลค่าสูงขึ้น ดังนั้นการติดตามข่าวสารเกี่ยวกับกฎระเบียบใหม่ๆ อยู่เป็นประจำนั้นมีความสำคัญสำหรับธุรกิจอาหารเกษตร เพื่อรักษาคุณค่าแบรนด์ของบริษัท อีกทั้งการประสบความสำเร็จที่ได้อาจยอมรับตามมาตรฐานของตลาดเหล่านี้ยังส่งผลดีต่อการรับรู้ของผู้บริโภคจากประเทศผู้ผลิตสินค้าด้วย



ทั้งนี้ ตลาด EU มีความสำคัญอย่างมากต่อการส่งออกของเวียดนาม โดยเฉพาะอย่างยิ่งในภาคเกษตรกรรมและอาหาร โดยการส่งออกภาคการเกษตรไปยังตลาด EU อยู่ที่ราว 5,500 ล้านดอลลาร์สหรัฐต่อปี คิดเป็น 15% ของมูลค่ารวมของสินค้าการเกษตรของเวียดนามทั้งหมด โดยตลาด EU เป็นตลาดที่ใหญ่เป็นอันดับที่ 3 ที่เวียดนามส่งออกสินค้าการเกษตร รองจากประเทศจีนและสหรัฐฯ

แม้ว่าการค้าระหว่างกันจะเติบโตไม่ก็ปีที่ผ่านมา สินค้าจากเวียดนามมีสัดส่วนเพียงแค่ 4% ของการนำเข้าสินค้าการเกษตรของ EU ซึ่งการนำเข้าสินค้าทางการเกษตรของ EU มีมูลค่าประมาณ 160,000 ล้านดอลลาร์สหรัฐต่อปี ถือว่าเป็นโอกาสทางธุรกิจอันมหาศาลของผู้ส่งออกอาหารเกษตรของเวียดนาม

ทั้งนี้หลังจากความตกลงการค้าเสรีสหภาพยุโรป-เวียดนาม มีผลบังคับใช้ในวันที่ 1 สิงหาคม ปี 2563 โดย EU ได้ยกเว้นภาษีนำเข้าสินค้าแก่เวียดนามเป็นสัดส่วน 94% ของรายการสินค้าที่มีการค้าระหว่างกันทั้งสิ้น 547 รายการ สำหรับผักและผลไม้สดและแปรรูปจากเวียดนามซึ่งทำให้เวียดนามได้เปรียบทางการแข่งขันด้านการส่งออกเมื่อเปรียบเทียบกับประเทศเพื่อนบ้าน เช่น ประเทศไทยและจีน เนื่องจากทั้ง 2 ประเทศไม่มีความตกลงการค้าเสรีกับ EU

'อาเซียน'

เนื้อหอม ทำเลทองลงทุนเทคโนโลยี

เหล่าผู้นำในอุตสาหกรรมเทคโนโลยีหลายราย ไม่ว่าจะเป็น CEO ของ Apple, Microsoft และ Nvidia ต่างตบเท้าเดินทางเข้ามาในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้เมื่อกลางปีที่ผ่านมา และให้คำมั่นว่าจะเข้ามาลงทุนด้วยมูลค่ากว่าหลายพันล้านดอลลาร์สหรัฐในภูมิภาค พร้อมยื่นข้อเสนออันยั่วชวนต่อผู้นำประเทศทั้งหลาย

จากที่ภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ซึ่งมีประชากรอยู่ราว 675 ล้านคน ได้เดินตามหลังจีนและญี่ปุ่นมานานหลายทศวรรษ ภูมิภาคแห่งนี้ก็ได้ผงาดขึ้นมาดึงดูดการลงทุนด้านเทคโนโลยีมากกว่าที่เคยในช่วงที่ผ่านมา และหากกล่าวถึง Data Center เพียงอย่างเดียว บริษัทยักษ์ใหญ่ระดับโลกหลายบริษัทก็ตั้งเป้าที่จะทุ่มเงินลงทุนรวมสูงถึง 6 หมื่นล้านดอลลาร์สหรัฐเข้ามาในอีกไม่กี่ปีข้างหน้า เพราะเห็นว่าประชากรวัยหนุ่มสาวในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้หันมาใช้วิดีโอสตรีมมิ่ง การช้อปปิ้งออนไลน์ และ Generative AI กันอย่างล้นหลาม

อย่างไรก็ดี การลงทุนจากชาติตะวันตกได้ทะลักเข้ามาในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ หลังจากจีนเกิดความขัดแย้งกับสหรัฐอเมริกา และด้านการเมืองของอินเดียก็ยังคงเข้มงวดกว่า

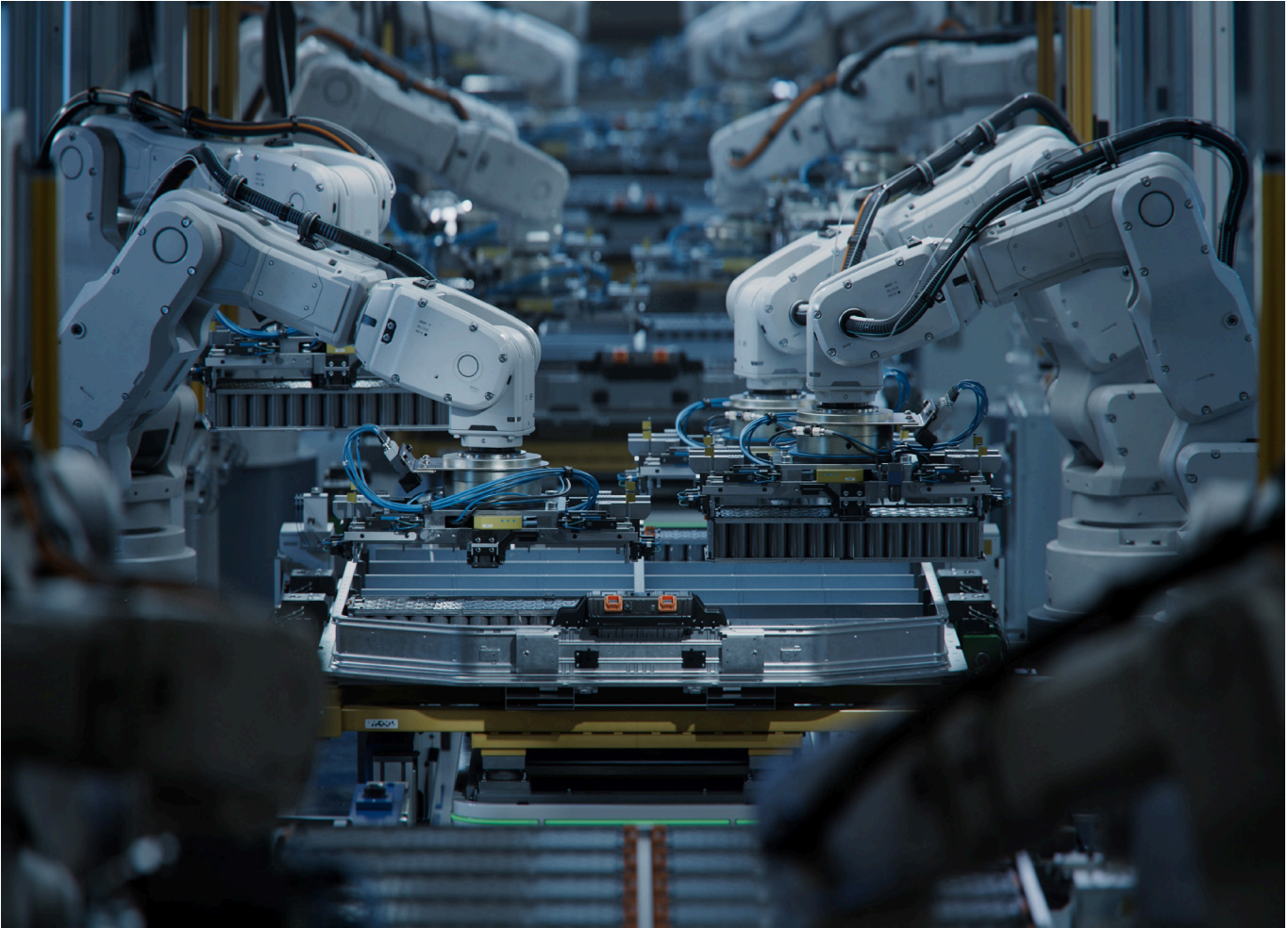
นาย Tim Cook และนาย Satya Nadella ประธานเจ้าหน้าที่บริหารบริษัท Apple และบริษัท Microsoft ได้ออกเดินทางทั่วภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ครั้งใหญ่ที่สุดในรอบหลายปี และให้คำมั่นว่าจะช่วยให้ภูมิภาคนี้กลายเป็นสมรภูมิหลักสำหรับบริษัทเทคโนโลยีอย่าง Amazon, Microsoft และ Google ในอุตสาหกรรมแห่งอนาคตอย่าง AI และระบบคลาวด์ ด้วย

นอกจากนี้ จากจำนวนแรงงานที่กำลังขยายตัวก็เป็นส่วนหนึ่งที่ทำให้ภูมิภาคนี้กลายเป็นตัวเลือกที่มีศักยภาพแทนจีน ในฐานะศูนย์กลางผู้มีความสามารถที่จะสนับสนุนการทำงานของบริษัทต่างๆ ทั่วโลกได้ ขณะที่รัฐบาลก็ผลักดันให้มีการปรับปรุงการศึกษาและโครงสร้างพื้นฐาน เพื่อให้ภูมิภาคนี้กลายเป็นทำเลที่น่าดึงดูดใจในทุกแง่มุม ตั้งแต่การผลิต การตั้ง Data Center ไปจนถึงการทำวิจัยและการออกแบบ

ภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ได้กลายเป็นตลาดขนาดใหญ่สำหรับอุปกรณ์ทันสมัยและบริการออนไลน์ต่างๆ โดยจากการคาดการณ์ของรัฐบาลสิงคโปร์พบว่า 65% ของประชากรในภูมิภาคดังกล่าวจะกลายเป็นชนชั้นกลางที่มีกำลังซื้อมากขึ้นภายในปี 2573 ซึ่งจะช่วยให้ตลาดบริการออนไลน์ในภูมิภาคขยายตัวมากกว่า 2 เท่า เป็น 6 แสนล้านดอลลาร์สหรัฐ ตามประมาณการของ Google, Temasek Holdings และ Bain & Co.

Apple บริษัทผู้ผลิตอุปกรณ์ทันสมัยราคาแพงก็กำลังขยายจำนวนร้านค้าในภูมิภาค โดยนาย Cook ได้เดินทางไปเยือนเวียดนาม อินโดนีเซีย และสิงคโปร์ในช่วงปลายเดือนเมษายนที่ผ่านมา เพื่อพบกับผู้นำของแต่ละประเทศและประกาศการลงทุนใหม่ซึ่งบริษัทฯ กำลังมองหาภูมิภาคใหม่ที่มีการเติบโตนอกจากจีน

นอกจากนี้ ความเนื้อหอมของภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ยังเด่นชัดมากขึ้น เมื่อพิจารณารายได้ที่ชะลอตัวลงใน Silicon Valley ซึ่งขณะนี้กำลังประสบปัญหาในการพัฒนา AI ซึ่งเป็นเทคโนโลยีสำคัญที่คาดว่าจะเป็นตัวกำหนดอุตสาหกรรมในอนาคต



สำหรับตัวเร่งสำคัญของบริษัทเทคโนโลยีคือ Generative AI ซึ่งมีบริการอย่าง ChatGPT ที่กำลังมีผู้ใช้เพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็ว โดยจากรายงานของบริษัทที่ปรึกษา Kearney พบว่า การนำ AI มาใช้อย่างรวดเร็วของภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ มีศักยภาพมากพอที่จะสร้างมูลค่าให้แก่เศรษฐกิจของภูมิภาคเพิ่มขึ้นสูงถึงประมาณ 1 ล้านล้านดอลลาร์สหรัฐภายในปี 2573 เพียงทีเดียว

นั่นหมายความว่าจำเป็นต้องมี Data Center เพิ่มมากขึ้นเพื่อจัดเก็บและประมวลผลข้อมูลจำนวนมหาศาลที่ส่งเข้ามา ระหว่างผู้สร้างคอนเทนต์ บริษัท และลูกค้า โดยจากข้อมูลของ Cushman & Wakefield คาดว่า อุปสงค์ของ Data Center ในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้และเอเชียเหนือจะขยายตัวประมาณ 25% ต่อปี ไปจนถึงปี 2571 โดยเมื่อเทียบกับสหรัฐฯ จะอยู่ที่ 14% ต่อปี ทั้งนี้ภายในปี 2571 ภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้จะกลายเป็นแหล่งรายได้ Data Center ที่ใหญ่ที่สุดเป็นอันดับ 2 ของโลกที่อยู่นอกสหรัฐฯ

นอกจากนี้อีกหนึ่งทำเลทองในภูมิภาคคือ เมืองยะโฮร์บาห์รู ซึ่งตั้งอยู่ทางตอนใต้ของมาเลเซีย เป็นเมืองที่ Nvidia ได้ร่วมมือกับบริษัทสาธารณูปโภคท้องถิ่นเพื่อแผนการสร้างสวน Data Center สำหรับ AI เป็นมูลค่ากว่า 4.3 พันล้านดอลลาร์สหรัฐเมื่อปีที่ผ่านมานอกจากนี้ Nvidia ยังตั้งเป้าไปที่เวียดนามด้วย โดยพิจารณาจากฐานรอย นครโฮจิมินห์ และนครดานัง ให้เป็นทำเลที่มีศักยภาพสำหรับการลงทุนอีกด้วย

บริษัทเทคโนโลยียักษ์ใหญ่หลายแห่งกำลังเปิดรับข้อได้เปรียบของภูมิภาคนี้ในหลายๆ ด้าน เช่น ด้านต้นทุนแรงงานที่เกี่ยวข้องที่อยู่ในระดับต่ำ แต่แรงงานกลับมีทักษะสูง ซึ่งจะเป็นประโยชน์ต่อการสร้างเทคโนโลยีที่มีมูลค่าสูง เช่น Language Model ขนาดใหญ่ที่ไม่ได้ใช้แค่เงินจำนวนมาก แต่ยังคงใช้วิศวกรที่มีทักษะอีกด้วย นอกจากนี้ บริษัทเทคโนโลยีจากสหรัฐฯ ส่วนใหญ่ก็ได้ประกาศเกี่ยวกับการอบรมทรัพยากรบุคคลกับรัฐบาลในท้องถิ่นนั้นๆ เช่นกัน ยกตัวอย่าง Microsoft ที่ได้ให้สัญญาว่าจะจัดการฝึกอบรมทักษะด้าน AI ให้กับประชากรในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้รวมทั้งสิ้น 2.5 ล้านคน ภายในปี 2568

ที่มา : Tech giants start to treat Southeast Asia like the next big thing, Olivia Poh and Suvashree Ghosh, Bloomberg
<https://www.japantimes.co.jp/business/2024/05/11/tech/tech-giants-southeast-asia/>

รุกอาเซียน เล็งตั้งศูนย์ AI ใน 'อินโดฯ'

Nvidia วางแผนสร้างศูนย์ปัญญาประดิษฐ์ (AI) มูลค่า 200 ล้านดอลลาร์สหรัฐในอินโดนีเซีย โดยร่วมมือกับบริษัทโทรคมนาคมยักษ์ใหญ่อันดับที่ 2 ในประเทศอย่าง Indosat Ooredoo Hutchison ท่ามกลางความพยายามในการรุกเข้าสู่ภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้

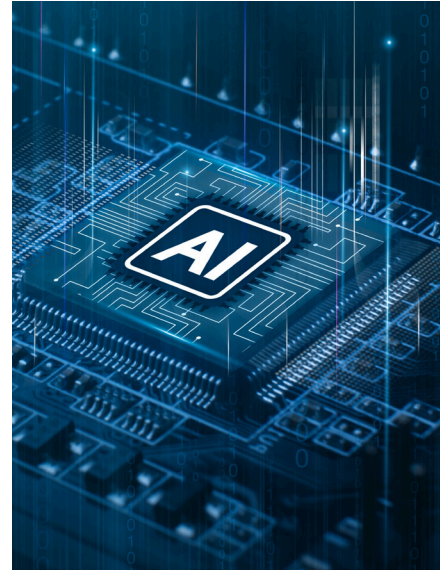
นาย Budi Arie Setiadi รัฐมนตรีว่าการกระทรวงการสื่อสารและเทคโนโลยีสารสนเทศของอินโดนีเซียระบุว่า ศูนย์ AI นี้จะตั้งอยู่ที่เมืองสุราการ์ตาในจังหวัดชวากลาง ซึ่งจะช่วยส่งเสริมโครงสร้างพื้นฐานด้านโทรคมนาคมทรัพยากรมนุษย์ และความสามารถด้านดิจิทัลของคนในท้องถิ่น

เมื่อเดือนที่ผ่านมา Indosat ประกาศว่าบริษัทพร้อมจะผสานรวม Blackwell ซึ่งเป็นสถาปัตยกรรมชิปรุ่นใหม่ของ Nvidia เข้ากับโครงสร้างพื้นฐานของตนเอง โดยมีเป้าหมายเพื่อขับเคลื่อนอินโดนีเซียเข้าสู่ยุคใหม่ของ AI และความก้าวหน้าทางเทคโนโลยี

ทั้งนี้ การมีบทบาทมากขึ้นของ Nvidia ในอินโดนีเซีย แสดงให้เห็นถึงการผลักดันเข้าสู่ภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้มากขึ้นในปีนี้อย่างมาก เนื่องจากความต้องการข้อมูลในภูมิภาคที่เพิ่มขึ้นตามการเติบโตของเศรษฐกิจดิจิทัล

ขณะที่ เมื่อเดือนมกราคมที่ผ่านมา Singtel ผู้ให้บริการด้านโทรคมนาคมของสิงคโปร์จับมือกับ Nvidia เพื่อปรับใช้ความสามารถด้าน AI ในศูนย์ข้อมูลทั่วภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ โดยแนวคิดริเริ่มดังกล่าวจะช่วยให้ธุรกิจในภูมิภาคสามารถเข้าถึงเทคโนโลยีการประมวลผล AI ที่ล้ำสมัยได้ภายในปีนี้โดยไม่ต้องให้ลูกค้าลงทุนและจัดการโครงสร้างพื้นฐานศูนย์ข้อมูลที่มีราคาแพงด้วยตนเอง

ทั้งนี้ ภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ได้พิสูจน์แล้วว่าเป็น 1 ในแหล่งรายได้สำคัญสำหรับ Nvidia โดยรายได้ราว 15% ของบริษัทมาจากสิงคโปร์ ซึ่งคิดเป็นมูลค่า 2.7 พันล้าน



ดอลลาร์สหรัฐในไตรมาสที่สิ้นสุดลงในเดือนตุลาคมปีที่แล้ว

นอกจากนี้ รายได้จากสิงคโปร์ในไตรมาสเดียวกันนี้ เพิ่มขึ้น 404.1% จาก 562 ล้านดอลลาร์สหรัฐในช่วงเดียวกันของปีก่อนหน้า และขึ้นแท่นเป็นตลาดที่ใหญ่ที่สุดเป็นอันดับที่ 4 ของ Nvidia ด้วย

ที่มา: <https://www.cnn.com/2024/04/05/nvidia-to-build-a-200-million-ai-center-in-indonesia-amid-southeast-asia-push.html>

'เวียดนาม' เหนือปลูก 'ทุเรียน' ดันราคากาแฟพุ่ง



ราคากาแฟโรบัสต้าทั่วโลกพุ่งแตะระดับสูงสุดเป็นประวัติการณ์เมื่อเดือนที่แล้ว เนื่องจากเวียดนาม ซึ่งเป็นผู้ผลิตกาแฟรายใหญ่กำลังต่อสู้กับภัยแล้งรวมถึงการที่เกษตรกรหันมาปลูกทุเรียนแทน

ตามข้อมูลของ Barchart ระบุว่า จนถึงตอนนี้ราคากาแฟปรับตัวขึ้นอย่างรวดเร็ว โดยในเดือนกรกฎาคมที่จะถึงนี้ ราคากาแฟโรบัสต้าจะแตะระดับสูงสุดที่มากกว่า 4,200 ดอลลาร์สหรัฐ

ขณะที่ 1 ในปัจจัยหลักเบื้องหลังราคากาแฟทั่วโลกที่พุ่งสูงขึ้นคือ อุปทานโรบัสต้าของเวียดนามที่มีจำกัด ซึ่งลดน้อยลงเนื่องจากภัยแล้งและการที่เกษตรกรจำนวนมากในประเทศเปลี่ยนจากปลูกกาแฟมาปลูกทุเรียนแทน โดยได้รับแรงหนุนจากความนิยมที่เพิ่มขึ้นของผลไม้ชนิดนี้ในจีน ซึ่งเวียดนามจัดเป็นผู้ส่งออกอันดับต้นๆ

ทั้งนี้ การส่งออกทุเรียนของเวียดนามมีมูลค่ารวม 2.3 พันล้านดอลลาร์สหรัฐในปีที่แล้ว โดย 87% เป็นการส่งออกไปจีน และคาดว่ามูลค่าการส่งออกจะสูงถึง 3.5 พันล้านดอลลาร์สหรัฐในปีนี้

การเปลี่ยนไปปลูกทุเรียนควบคู่ไปกับความพยายามในการควบคุมการตัดไม้ทำลายป่าในประเทศ ทำให้เป็นเรื่องท้าทายสำหรับเวียดนามที่จะหาพื้นที่ที่เหมาะสมสำหรับการปลูกกาแฟ ซึ่งส่งผลต่ออุปทาน

นอกจากนี้ การปลูกกาแฟของเวียดนามกำลังเผชิญกับภัยแล้งจากปรากฏการณ์เอลนีโญ โดยเมื่อเดือนมีนาคม สมีาคมกาแฟและโกโก้ของเวียดนามเดือนว่าการส่งออกกาแฟในช่วง 12 เดือนก่อนถึงเดือนกันยายนอาจลดลงถึง 20% จากปีก่อน รวมถึงอีกปัจจัยหนึ่งที่ส่งผลให้ราคากาแฟสูงขึ้นคือ ความต้องการบริโภคที่สูงขึ้นในประเทศแถบเอเชีย

ทั้งนี้ การบริโภคกาแฟในภูมิภาคเอเชียแปซิฟิกเพิ่มขึ้นเป็น 44.5 ล้านถุงตั้งแต่เดือนตุลาคม 2565 ถึงกันยายน 2566 เพิ่มขึ้น 12% จาก 4 ปีก่อนหน้า และคิดเป็นสัดส่วนมากกว่า 25% ของการบริโภคกาแฟทั่วโลก ขณะที่การบริโภคกาแฟทั้งหมดของโลกมีการเติบโตเพียง 1% เท่านั้น

ที่มา: <https://e.vnexpress.net/news/business/economy/farmers-shift-to-durian-pushes-up-coffee-prices-4743144.html>

'กัมพูชา' ขุดคลองใหม่ จ่อลดขนส่งผ่าน 'เวียดนาม'

กัมพูชาวางแผนลดการขนส่งผ่านท่าเรือเวียดนามลงถึง 70% เนื่องจากจะมีการขุดคลองเชื่อมกลุ่มแม่น้ำโขงแห่งใหม่ หรือที่เรียกว่าคลองฟูนัน เตโช เข้ากับชายฝั่งกัมพูชา ซึ่งได้รับการลงทุนจากจีนเป็นมูลค่าสูงถึง 1.7 พันล้านดอลลาร์สหรัฐ

รองนายกรัฐมนตรี Sun Chanthol ได้ปฏิเสธความกังวลด้านสิ่งแวดล้อมเกี่ยวกับคลองดังกล่าว และคาดว่าจะเริ่มสร้างในสิ้นปีนี้ พร้อมระบุว่าความคิดเรื่องเรือรบจีนอาจใช้คลองนี้เพื่อเข้าถึงต้นน้ำนั้นไม่มีมูลความจริง

นอกจากนี้ โครงการดังกล่าวที่จะสร้างแล้วเสร็จภายในปี 2571 อาจเป็นชนวนเหตุของความขัดแย้งระหว่างเวียดนามและกัมพูชาได้ ซึ่งนักอนุรักษนิยมชาตินิยมและรัฐบาลเวียดนามได้แสดงความกังวลเกี่ยวกับภัยคุกคามที่อาจเกิดขึ้นกับพื้นที่ดินดอนสามเหลี่ยมปากแม่น้ำโขงที่มีความเปราะบางอยู่แล้ว และเป็นพื้นที่ขนาดใหญ่สำหรับการเพาะปลูกข้าวที่ใช้ในการประท้วงชีวิตผู้คนหลายล้านคนที่อาศัยอยู่บริเวณปลายน้ำในเวียดนาม

อย่างไรก็ดี นาย Chanthol กล่าวว่า ในปัจจุบันประมาณ 33% ของสินค้านำเข้า-ส่งออกจากทั่วโลกของกัมพูชาจะใช้ท่าเรือเวียดนามในการขนส่งผ่านแม่น้ำโขง ซึ่งคลองที่จะขยายออกมามีเป้าหมายเพื่อปลดปล่อยส่วนดังกล่าวลงเหลือ 10% ซึ่งหมายถึงลดปริมาณการขนส่งในปัจจุบันลงถึง 70%

ที่มา: <https://stratnewsglobal.com/world-news/cambodia-to-cut-shipping-through-vietnam-by-70-via-new-mekong-canal/>

ขีดความสามารถการแข่งขัน 'ไทย' แซง 'มาเลเซีย'

สถาบันการพัฒนากิจการนนานาชาติ (IMD) ได้เปิดเผยรายงานการจัดอันดับขีดความสามารถในการแข่งขันโลก ประจำปี 2567 ระบุว่า สิงคโปร์คว้าอันดับ 1 ในฐานะประเทศที่มีขีดความสามารถในการแข่งขันสูงที่สุดในโลก จากการจัดอันดับทั้งหมด 67 เขตเศรษฐกิจทั่วโลก ตามด้วยสวีเดนเซอร์แลนด์ และเดนมาร์ก

สำหรับตัวชี้วัดที่นำมาพิจารณาในการจัดอันดับดังกล่าว ได้แก่ สมรรถนะทางเศรษฐกิจ ประสิทธิภาพภาครัฐ และโครงสร้างพื้นฐาน

ขณะที่อันดับของไทยปรับดีขึ้น 5 อันดับ จากอันดับที่ 30 ในปีที่แล้ว เป็นอันดับที่ 25 แซงมาเลเซียขึ้นเป็นที่ 2 ของอาเซียน โดยสมรรถนะทางเศรษฐกิจของไทยดีขึ้นถึง 11 อันดับ จากอันดับที่ 16 มาเป็นอันดับที่ 5 ส่วนหนึ่งมาจากการค้าระหว่างประเทศและดุลบัญชีเดินสะพัดที่ดีขึ้นเมื่อเทียบกับปีที่แล้ว

อันดับอาเซียน	อันดับโลก	ประเทศ	อันดับเปลี่ยนแปลงจากปี 2566
1	1	สิงคโปร์	+3
2	25	ไทย	+5
3	27	อินโดนีเซีย	+7
4	34	มาเลเซีย	-7
5	52	ฟิลิปปินส์	ไม่เปลี่ยนแปลง

ที่มา: International Institute for Management Development

https://www.imd.org/centers/wcc/world-competitiveness-center/rankings/world-competitiveness-ranking/rankings/wcr-rankings/#_tab_Rank

<https://thethaiger.com/news/national/thailand-surpasses-malaysia-in-global-competitiveness>

โอกาสใหม่การค้า เวียดนาม-รัสเซีย

ประธานาธิบดีวลาดิมีร์ ปูตินของรัสเซีย เดินทางเยือนเวียดนามอย่างเป็นทางการ ในวันที่ 20 มิถุนายนที่ผ่านมา คาดว่าจะทำให้เกิดโอกาสใหม่ ๆ ระหว่างทั้ง 2 ประเทศ โดยมุ่งหวังสู่การพัฒนาที่เจริญรุ่งเรืองของทั้งสองฝ่าย

เวียดนามและรัสเซียได้ริเริ่มความสัมพันธ์ทางการทูตในปี 2493 และได้ยกระดับเป็นหุ้นส่วนแบบยุทธศาสตร์รอบด้านในปี 2564 และเวียดนามได้ลงนามความตกลงการค้าเสรีกับสหภาพเศรษฐกิจยูเรเชีย (Eurasian Economic Union: EAEU) ที่ประกอบด้วย 5 ประเทศ ได้แก่ 1) สหพันธรัฐรัสเซีย 2) สาธารณรัฐเบลารุส 3) สาธารณรัฐคาซัคสถาน 4) สาธารณรัฐอาร์เมเนีย 5) สาธารณรัฐคีร์กีซสถาน

สำหรับการค้าระหว่างเวียดนามและรัสเซีย ในช่วงเวลา 5 เดือนแรกของปี 2567 เท่านั้น มีมูลค่า 1,960 ล้านดอลลาร์สหรัฐ เพิ่มขึ้น 51.4% เมื่อเทียบกับปีที่แล้ว ขณะที่ การส่งออกสู่รัสเซียและนำเข้าจากรัสเซียของเวียดนามมีมูลค่า 955.6 ล้านดอลลาร์สหรัฐ และ 1,000 ล้านดอลลาร์สหรัฐ ตามลำดับ และเพิ่มขึ้นต่อปีที่ 44.7% และ 58.4%

ทั้งนี้ เป็นที่น่าสังเกตอย่างยิ่งว่า มูลค่าของอาหารทะเล, มะม่วงหิมพานต์, พริกไทย, เครื่องนุ่งห่มและอุปกรณ์เครื่องจักรที่ส่งไปยังประเทศคู่ค้ายูเรเชีย เพิ่มขึ้นระหว่าง 87% และกว่า 100% โดยมูลค่าแตะ 76.4 ล้านดอลลาร์สหรัฐ, 28 ล้านดอลลาร์สหรัฐ, 12.5 ล้านดอลลาร์สหรัฐ, 320.8 ล้านดอลลาร์สหรัฐ และ 90.1 ล้านดอลลาร์สหรัฐ ตามลำดับ

สำนักงานการค้าของเวียดนามในรัสเซียระบุว่า จากความพยายามเมื่อเร็ว ๆ นี้ ได้เชื่อมต่อผู้ส่งออกสินค้าเกษตรกรรมของเวียดนามกับผู้จัดหาสินค้าสำหรับซูเปอร์มาร์เก็ตในรัสเซีย อย่างไรก็ตาม เพื่อให้เกิดการขนส่งที่ยั่งยืนสู่รัสเซีย บรรดาบริษัทของเวียดนามต้องการการวางแผนเชิงยุทธศาสตร์เพื่อพัฒนาระบบการจัดหาในรัสเซีย นอกจากนี้ การเข้าร่วมในงานนิทรรศการและงานแสดงสินค้ายังมีความสำคัญอย่างมากที่จะช่วยให้เกษตรกรของเวียดนามเข้าใจตลาดรัสเซียได้มากขึ้นและเพิ่มโอกาสในการหาคู่ค้าด้วย

ที่มา: <https://en.vietnamplus.vn/new-opportunities-for-vietnam-russia-trade-post288748.vn>

Vision of Beyond

“กลยุทธ์การรักษา ความได้เปรียบ ทางการแข่งขันด้วย Transformation”

ท่ามกลางสภาพแวดล้อมทางธุรกิจที่มีการเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา ธุรกิจไทยหลายบริษัทต้องปรับตัวและมองหากลยุทธ์ที่ใช้ เพื่อรักษาความได้เปรียบทางการแข่งขันไว้ ดังนั้น 'Transformation' จึงกลายเป็นหนึ่งในกุญแจสำคัญที่ปลดล็อกศักยภาพธุรกิจไทย ให้สามารถแข่งขันในระดับภูมิภาคและระดับโลกได้

Vision of Beyond ฉบับนี้จึงได้ถอดเนื้อหาจากการบรรยายพิเศษของ ดร. บุรณิน รัตนสมบัติ ประธานเจ้าหน้าที่ปฏิบัติการกลุ่มธุรกิจใหม่และโครงสร้างพื้นฐาน บริษัท ปตท. จำกัด (มหาชน) ในหัวข้อ “กลยุทธ์การรักษาความได้เปรียบทางการแข่งขันด้วย Transformation” เสริมสร้างความรู้ให้กับนักธุรกิจไทยในฐานะผู้ที่มีประสบการณ์อย่างกว้างขวางในการทำธุรกิจในต่างประเทศมาอย่างยาวนาน

ดร. บุรณิน ได้เล่าให้ฟังว่า ปตท. ก็เป็นหนึ่งในบริษัทที่ตั้งใจจะนำสถานีบริการน้ำมันไปต่างประเทศในช่วงปี 2554 ซึ่งเมื่อมองภาพรวมในแต่ละประเทศอย่างเช่น เวียดนาม พบว่าตอนนั้นค่าเงินดองอ่อนค่า แต่เมื่อเทียบกับตอนนี้ก็ดีขึ้นอย่างมาก หรือเมียนมาในช่วงเปิดประเทศแรก ๆ ก็มีเข้าไปประมูลจะทำบริการเติมน้ำมันอากาศยานที่สนามบินย่างกุ้ง ช่วงนั้นเมียนมาโตเร็วมาก จากที่มีแค่สายการบินราคาประหยัด ก็มีสายการบินญี่ปุ่น ANA หรือสายการบินเอมิเรตส์ไปลง ซึ่งตอนนี้อาจจะซบเซา แต่ก็ยังมองว่าเป็นโอกาสของ SMEs เพราะมีทรัพยากรมากอยู่ หรือกัมพูชาที่ใช้สกุลเงินดอลลาร์สหรัฐ นับว่าเป็นสวรรค์ของนักลงทุนเพราะไม่ต้องห่วงเรื่องค่าเงินผันผวน ขณะที่สปป. ลาว เราก็นำร้าน Café Amazon

เข้าไปจนประสบความสำเร็จ และใช้แหล่งวัตถุดิบจากตอนใต้ของประเทศ ซึ่งมีกาแฟอาราบิก้าที่สมบูรณ์มาก ๆ สิ่งเหล่านี้ทำให้เห็นถึงช่วงแรก ๆ ที่ ปตท. มีการขยายจากในประเทศไปสู่ต่างประเทศ และก็เป็นส่วนหนึ่งในการ Transformation ด้วย

ทำไมเราต้อง transform?

เมื่อพูดถึงความได้เปรียบทางการแข่งขัน ประเด็นแรกก็ต้องดูว่าเรากำลังเปรียบเทียบกับใคร โดย ดร. บุรณิน แนะนำให้แบ่งออกเป็น 4 คำถาม คือ

1. ไทยได้เปรียบไหม เมื่อเทียบกับโลก
2. เอเชียได้เปรียบไหม เมื่อเทียบกับโลก
3. อาเซียนได้เปรียบไหม เมื่อเทียบกับเอเชีย
4. ไทยแข่งกับอาเซียนได้ไหม

คำถามเหล่านี้เป็นโจทย์ที่อยาก จะจุดประกายให้ทุกคนคิดว่า ‘ทำไมเราต้อง transform?’ ซึ่งยังต้องมีการเปรียบเทียบในอีกหลายมิติ ไม่ว่าจะเป็นด้านการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจ ด้านแพลตฟอร์มเทคโนโลยี ด้านประชากร ด้านทรัพยากรและพลังงาน และด้านการลงทุน

ประเทศที่ transform แล้วเป็นอย่างไร?

เมื่อถามว่าประเทศที่ transform แล้วเป็นอย่างไร ขอยกตัวอย่างจากจีนในเรื่องอุตสาหกรรมยานยนต์ ซึ่งเมื่อก่อนจีนไม่น่าจะเข้ามาอยู่ใน Ranking ได้เลย เพราะมีทั้งรถยนต์ยุโรปและรถญี่ปุ่น แต่ทุกวันนี้ ถึงแม้จะมีคนพูดว่าเศรษฐกิจจีนไม่ค่อยดี แต่รถแบรนด์หรูอย่าง BMW ก็เพิ่งประกาศลงทุนเพิ่มในจีน ซึ่งเวลาเขาตัดสินใจ เขาดูจากอะไรบ้าง

1. ค่าแรงจีน ซึ่งถ้าดูเป็นรายได้ต่อชั่วโมงก็ถือว่าแพง แต่ BMW มองว่าค่าแรงจีนไม่แพงเมื่อเทียบกับคุณภาพของแรงงาน

2. การผลิตรถยนต์เป็นอุตสาหกรรมที่ใช้เงินทุนสูงมาก แต่ Industrial Support ที่ดูตั้งแต่ต้นน้ำไปจนถึงปลายน้ำพบว่าจีนมีทุกอย่างครบ เช่น รถ EV จีนก็จะมีตั้งแต่แร่ ไปจนถึงแบตเตอรี่และโรงงานประกอบรถยนต์ รวมถึงตลาดด้วยเพราะจีนมีประชากรกว่าพันล้านคน

3. ปัญหาบางอย่าง เช่น ปัญหาฟองสบู่ในอสังหาริมทรัพย์เป็นแค่ปัญหาในระยะสั้น แต่ในระยะยาว ด้วยพื้นฐานเทคโนโลยีที่จีนมีอยู่ ยังคงถือว่าดี

ทั้งนี้ เมื่อพูดถึงการเปลี่ยนผ่านเข้าสู่ยุคดิจิทัลของจีน ดร. บุรณิน มองว่าจีนมีศักยภาพที่จะขยายไปทั่วโลกได้ เพราะโรงงานเกือบทั้งหมดเป็น Digital Twin และรัฐบาลก็เป็น Digital Government ด้วย ซึ่งสิ่งที่น่าแปลกใจไม่ใช่แค่เรื่องเทคโนโลยีอย่างเดียว แต่เขาสามารถส่งข้อมูลให้กับเจ้าหน้าที่ที่อยู่หน้างานให้สามารถตัดสินใจได้เลย สิ่งนี้ ดร. บุรณิน มองว่ามันยากกว่าการวางระบบ ซึ่งนี่คือประเทศที่ 20 ปีก่อนเป็นคนป่วยของเอเชีย แล้ว transform มาเป็นเบอร์ 2 ของโลก และเบียดหายใจรดต้นคอสหรัฐอเมริกาอยู่ตอนนี้



ภาพรวม เศรษฐกิจไทย 'ทำไมเราไม่โต?'

สำหรับประเทศไทยตอนนี้เราเป็น Aging Population Country ตามญี่ปุ่น และเกาหลีใต้ไปติด ๆ คือมีประชากรสูงวัย เยอะขึ้น แต่ประชากรวัยหนุ่มสาวลดลง ซึ่งหมายความว่าคนที่จ่ายภาษีมาเลี้ยงคน กลุ่มนี้มีลดลง ขณะที่สวัสดิการกลับเพิ่มขึ้นเรื่อย ๆ ทุกปี ซึ่งถ้าเราไม่เปลี่ยน กระบวนการคิดหรือกระบวนการทำธุรกิจ มันอาจจะทำให้เรามีความเสี่ยง หรือถ้าจะ ทำจริงๆ แล้วโครงสร้างพื้นฐานเราไม่ได้ ก็ อาจจะต้องไปลงทุนต่างประเทศที่เป็น Emerging Market เพิ่มเติมเป็นอีกทางเลือกหนึ่ง

เมื่อกลับมาที่คำถามว่า 'ทำไมเราไม่โต?' ที่เราไม่โตเพราะเราไม่ลงทุน ในช่วงที่เราจะเป็นเสี้ยวตัวที่ 5 เรามี Investment per GDP อยู่ที่ประมาณ 40% วันนี้เราเหลืออยู่ประมาณ 20% ซึ่งก็ถือว่าลงไม่เยอะ เพราะเราเน้นเปลี่ยนโมเดลไปสู่การท่องเที่ยวบ้าง ไปภาคบริการบ้าง แต่ตัว Capital Investment ที่จะช่วยสร้าง GDP เรากลับ มีไม่มาก เราเลยพยายามลดต้นทุนด้วยการไม่ใช้เทคโนโลยี หันไปเอาค่าแรงถูก หรือยังอยู่ในอุตสาหกรรมเดิม ซึ่งปรากฏว่าสิ่งที่ตามมา โดยเฉพาะแรงงานที่มีทักษะสูง คือเขาไม่มีแรงจูงใจที่จะทำงาน เพราะเฉลี่ยแล้วค่าแรงเขาไม่ได้ต่างจาก แรงงานทั่วๆ ไปมากนัก ซึ่งอันนี้ก็เป็นโจทย์ ที่น่ากลัว เพราะคนที่มีความสามารถอาจ จะไม่อยู่เมืองไทย แล้วจะทำให้เราไปกันลำบาก

ส่วนอุตสาหกรรมที่เราแข่งขันได้อย่าง อาหารทะเลแปรรูป แอร์ พลาสติก หรือยางรถยนต์ ดร. บุรณิน มองว่าก็อาจจะแข่งขันได้ไม่นาน เพราะมันกำลังเปลี่ยนเข้าไปสู่อีกยุคหนึ่ง เช่น ถ้าเป็นแอร์ ก็ต้องเป็นแอร์ ประหยัดพลังงาน เป็นมิตรต่อโลก ต้องใส่ เซมิคอนดักเตอร์ต่างๆ เข้าไป อันนี้ก็เป็น

โจทย์ที่ต้องบอกว่า 'ประเทศไทยจำเป็นต้องอย่างยิ่งที่ต้อง transform' ไม่ว่าจะ เป็นการเปลี่ยนผ่านโดยการใช้นวัตกรรม หรือเปลี่ยนตลาด หรือเปลี่ยนภูมิศาสตร์ ที่ไม่ได้โฟกัสแค่ตลาดในประเทศเพียงอย่างเดียว

ก้าวสำคัญ ปตท. เปลี่ยนวิสัยทัศน์

เมื่อไล่แบบสั้นๆ คือปตท. เปลี่ยนมาแล้ว ประมาณ 5 ยุค โดยสิ่งที่ทำให้เราโตมาจนถึงทุกวันนี้คือ 'เราเปลี่ยน' ทำในสิ่งที่เราไม่เคยทำมาโดยตลอด ซึ่งล่าสุดเมื่อประมาณปี 2565 ปตท. เพิ่งเปลี่ยนวิสัยทัศน์ เป็น "ขับเคลื่อนทุกชีวิต ด้วยพลังแห่งอนาคต" (Powering Life with Future Energy and Beyond) โดยภายใต้ วิสัยทัศน์ใหม่แบ่งได้เป็น

Future Energy Business

ธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับพลังงานแห่งอนาคต

1. Renewable พลังงานหมุนเวียน
2. Energy Storage and System Related ระบบเก็บกักพลังงาน
3. Electricity Value Chain ห่วงโซ่ธุรกิจไฟฟ้า
4. Hydrogen พลังงานรูปแบบใหม่ เช่น ไฮโดรเจน

Beyond Business

ธุรกิจใหม่ที่ไกลกว่าพลังงาน

1. Life Science กลุ่มธุรกิจด้านวิทยาศาสตร์เพื่อชีวิต
2. Mobility and Lifestyle กลุ่มธุรกิจระบบนิเวศด้านการเคลื่อนที่ และวิถีการดำรงชีวิต
3. High Value Business กลุ่มธุรกิจเคมีภัณฑ์มูลค่าสูง
4. Logistics and Infrastructure กลุ่มธุรกิจโลจิสติกส์และโครงสร้างพื้นฐาน
5. AI, Robotics and Digitalization กลุ่มธุรกิจเทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์ หุ่นยนต์และดิจิทัล

ธุรกิจเหล่านี้ เป็นสิ่งที่เรามุ่งหวังว่าจะ เป็น Transformation ให้กับ ปตท. และ ประเทศไทย

หลังเปลี่ยน วิสัยทัศน์แล้ว เกิดอะไรขึ้นบ้าง

หากถามว่าทำไปถึงไหนแล้วเมื่อ 2-3 ปี ที่ผ่านมา ถ้าเรื่องพลังงานสะอาดในประเทศก็ค่อยๆ เปิดประมูลรับซื้อไฟจาก พลังงานหมุนเวียนเพิ่มขึ้นทีละประมาณ 5 กิกะวัตต์ ดังนั้นนอกเหนือจากการลงทุนในประเทศแล้วก็มีไปลงทุนในอินเดียและไต้หวัน ซึ่งทำให้ไฟฟ้าจากพลังงานหมุนเวียน จากเดิมที่มีแค่ 0.5 กิกะวัตต์ ตอนนี้ก็มีโครงการในมืออยู่ประมาณ 10 กิกะวัตต์ และประธานาธิบดีอินเดียก็ตั้งเป้าจะสร้าง 500 กิกะวัตต์ในประเทศ ซึ่งจะเห็นว่าการ transform ถ้าเราจะรอแค่โอกาสในประเทศบางทีก็ไม่ได้

ต่อมาเรื่อง EV Value Chain เราก็ทำทั้ง ห่วงโซ่อุปทานเลย ตั้งแต่เอาวัตถุดิบมา ป้อนโรงงานผลิตรถยนต์ การทำแบตเตอรี่ หรือรถ EV คนไม่กล้าใช้เราก็มีบริการให้ เช่า มีบริการ Swapping Battery และ เปลี่ยนสถานีบริการน้ำมันให้มีที่ชาร์จไฟได้ แต่ธุรกิจ EV ก็ค่อนข้างปราบเซียน เพราะ เปลี่ยนจากตลาดที่เป็น Blue Ocean เป็น Red Ocean ในระยะเวลาที่สั้นมาก ซึ่งการ เปลี่ยนไปสู่เทคโนโลยีเป็นเรื่องดี แต่ก็ต้อง บริหารจัดการให้ดี เพราะเมื่อเราตัดสินใจ ทำธุรกิจเกี่ยวกับเทคโนโลยีแล้ว สิ่งที่ยาก ที่สุดคือตอนอนุมัติโครงการ แต่หลังจาก นั้นยากตลอด เพราะต้องวิ่งและแข่งขัน ตลอดเวลา

อีกธุรกิจหนึ่งที่หลายคนน่าจะแปลกใจ คือการไปทำบริษัทฯ จากการเข้าสู่สังคม ผู้สูงอายุ เราจึงได้ไปตั้งบริษัท Innobic Asia แต่เนื่องจากเราไม่มีความชำนาญ บอร์ดบริหารจำนวน 7 ใน 9 ท่านจึงมาจาก สายงานด้านการแพทย์ และเราก็ไปซื้อ

บริษัทฯ ในได้หวั่นในช่วงโควิด 19 ที่ผ่าน
มาด้วย ซึ่งตอนนี้มูลค่าและกำไรบริษัทนั้น
ก็โตขึ้นประมาณ 3 เท่า อย่างไรก็ตาม In-
nobic ปีแรกขาดทุนที่ประมาณ 20-30
ล้าน ปีที่ 2 กำไร 600 ล้าน ปีที่ผ่านมากำไร
พันกว่าล้าน ก็ถือว่าเป็นบริษัทที่สร้างความ
มั่นใจให้เราเวลาไปลงทุนทำธุรกิจใหม่
เพราะฉะนั้นตอนที่ไปทำธุรกิจใหม่เราไม่
จำเป็นต้องเริ่มจากศูนย์ สามารถไปร่วมทุน
หรือไปซื้อก็ได้ เพราะบางทีคนของเราความ
รู้ไม่พอก็หันไปเรียนรู้ที่จะอยู่กับเขาแทน

ขอฝาก '4S' คอนเซ็ปต์ สำหรับ Transformation

สุดท้ายนี้อยากจะขอฝากคอนเซ็ปต์
'4S' สำหรับการ Transformation เอาไว้
ซึ่งประกอบด้วย

1. Speed
2. Scale
3. Solution
4. Spin-off

ในช่วงแรกคือ Speed ซึ่งต้องตั้ง
ความเร็วเพราะเรื่องพวกนี้จำเป็นต้อง
แข่งขัน ส่วนที่ 2 คือ Scale ซึ่งในช่วงแรก
ทุกอย่างดูน่าทำไปหมดแต่ Scale
ไม่ได้ก็มี แล้วถ้าจะให้ยั่งยืนก็ต้องไม่เสนอ
แค่ตัวผลิตภัณฑ์ แต่ต้องเสนอเป็น
Solution และสุดท้ายก็ควรจะได้เงินคืน
มาบ้างจึงต้องทำการ Spin-off ซึ่งจริงๆ
แล้วก็มีอีกอย่างหนึ่งที่ละไว้ในฐานที่เข้าใจ
คือถ้าเรา Speed, Scale, Solution แล้วมัน
ยังไม่ได้ เราก็ต้อง 'Stop' แต่ไม่ใช่ว่า
ไล่คนออก เราก็แค่ย้ายคนไปทำอย่างอื่น
ไปทำสิ่งที่เทียบเคียงแล้วมันดีกว่า
เท่านั้นเอง ซึ่งการ Transform คงไม่จบแค่นั้น
คงต้องมีการปรับปรุงเปลี่ยนแปลง
อยู่เสมอตามบริบทภายนอกและวิสัยทัศน์
องค์กรที่เปลี่ยนแปลงไปตามแต่ละยุค
แต่ละสมัย ☺



'กัมพูชา' ต้องปรับ เพื่อยกระดับ ประเทศด้วย 'FDI'

เศรษฐกิจกัมพูชาโดดเด่นอย่างมากในช่วง 2 ทศวรรษที่ผ่านมา ในช่วงก่อนการแพร่ระบาดของโรคโควิด 19 ด้วย GDP ที่เติบโตเฉลี่ยถึง 7.8% ต่อปีระหว่างปี 2553-2562 ขณะเดียวกัน อัตราความยากจนของกัมพูชาก็ลดลงจาก 33.8% ในปี 2552 มาอยู่ที่ 17.8% ในปี 2562-2563

นอกจากนี้ จากข้อมูลของกองทุนการเงินระหว่างประเทศ หรือ IMF พบว่า กัมพูชาจะเติบโตที่ 6% ในปีนี้ และ 6.1% ในปีหน้า ซึ่งเมื่อเทียบกับประเทศต่างๆ ในอาเซียนจะตามหลังแค่ฟิลิปปินส์ที่คาดว่าจะเติบโตที่ 6.2% ในทั้ง 2 ปี



อย่างไรก็ดี การหลุดพ้นจากสถานะ Least Developed Country (LDC) หรือสถานะกลุ่มประเทศพัฒนาน้อยที่สุด ซึ่งจัดโดยสหประชาชาติตามรายได้ประชาชาติต่อหัว ดัชนีทุนมนุษย์ และดัชนีความเปราะบางทางเศรษฐกิจ ของกัมพูชาที่กำลังจะเกิดขึ้นภายในปี 2572 มาพร้อมความท้าทายใหม่ๆ หลายอย่าง เช่น ความจำเป็นในการกระจายความเสี่ยงทางเศรษฐกิจจากเพียงแค่อุตสาหกรรมเสื้อผ้า รองเท้า และสินค้าเดินทาง (GFT) แบบเดิมๆ ไปอุตสาหกรรมอื่น และการดึงดูดการลงทุนโดยตรงจากต่างประเทศ (FDI) ให้มากขึ้น

จากการศึกษาล่าสุดของโครงการพัฒนาแห่งสหประชาชาติ (UNDP) ระบุว่า การยกสถานะของประเทศของกัมพูชาจะทำให้ GDP ในรูปแบบตัวเงินของกัมพูชาลดลง 2.94 พันล้านดอลลาร์สหรัฐภายในช่วง 4 ปี ตั้งแต่ปี 2570-2573 (หากกัมพูชาสามารถยกระดับประเทศได้ในปี 2570 ตามกำหนดการที่ UN คาดการณ์ไว้ก่อนหน้านี้)

ทั้งนี้ การชะลอตัวที่อาจเกิดขึ้นส่วนใหญ่อาจมาจากการยกเลิกภาษีการค้าพิเศษของสินค้ากัมพูชาในฐานะประเทศ LDC ที่ได้รับการสนับสนุนจากสหภาพยุโรปและสหรัฐฯ ซึ่งหมายความว่า กัมพูชาจำเป็นต้องมองให้ไกลกว่าเพียงแค่อุตสาหกรรม GFT และสร้างความหลากหลายด้านการส่งออกและเศรษฐกิจให้มากขึ้น

อย่างไรก็ดี เพื่อให้เกิดการเปลี่ยนผ่านสถานะ LDC ได้อย่างมีประสิทธิภาพ ธนาคารพัฒนาเอเชีย (ADB) ก็ได้เน้นย้ำผ่านรายงานการวิเคราะห์แนวโน้มเศรษฐกิจในภูมิภาคเอเชีย (Asian Development Outlook: ADO) ฉบับเดือนเมษายน ประจำปี 2567 ว่า กัมพูชาต้องพัฒนาเรื่องการรวมกลุ่มทางเศรษฐกิจในระดับโลก กระจายความเสี่ยงตลาด ให้ความสำคัญกับสินค้าที่มีมูลค่าเพิ่มสูง ลงทุนในโครงสร้างพื้นฐานและทุนมนุษย์อย่างยั่งยืน และเสริมสร้างการระดมทรัพยากรในประเทศ

ถึงแม้สื่อระดับโลกบางสื่อจะยกให้กัมพูชาเป็นตลาดเกิดใหม่ที่ดีที่สุดในปีนี้ แต่ก็ยังมีข้อจำกัดบางอย่าง โดย นาย Anthony Galliano ประธานเจ้าหน้าที่บริหารของ

Cambodian Investment Management กล่าวว่า ข้อจำกัดที่สำคัญคือกัมพูชาไม่ได้เป็นผู้รับผลประโยชน์หลักจากการแสวงหาการลงทุนขนาดใหญ่ในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ของสหรัฐฯ และสหภาพยุโรป

ยกตัวอย่างเช่น การลงทุนจากบริษัทสหรัฐฯ อย่าง Amazon Web Services (AWS) ที่ลงทุนในสิงคโปร์เพิ่มอีก 9 พันล้านดอลลาร์สหรัฐฯ เพื่อขยายโครงสร้างพื้นฐานระบบคลาวด์ จากการลงทุนเดิมที่ 8.5 พันล้านดอลลาร์สหรัฐฯ นอกจากนี้ยังวางแผนลงทุนในมาเลเซีย 6 พันล้านดอลลาร์สหรัฐฯ รวมถึงไทยและอินโดนีเซียอีกประเทศละ 5 พันล้านดอลลาร์สหรัฐฯ

ขณะเดียวกัน Microsoft ก็เดิมพันในภูมิภาคนี้เช่นกัน โดยเตรียมลงทุน 250 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ ในสิงคโปร์ 1.7 พันล้านดอลลาร์สหรัฐฯ ในอินโดนีเซียเพื่อสร้างโครงสร้างพื้นฐานคลาวด์และ AI และ 2.2 พันล้านดอลลาร์สหรัฐฯ ในมาเลเซียเพื่อลงทุนในด้านดังกล่าวเช่นกัน

นาย Anthony ยังย้ำว่า แม้แต่ Nvidia บริษัทที่เติบโตเร็วที่สุดในสหรัฐฯ ก็วางแผนลงทุน 200 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ เพื่อสร้างศูนย์ AI ในอินโดนีเซีย และเตรียมขยายการลงทุนในเวียดนามผ่านบริษัท IT ยักษ์ใหญ่ออย่าง FPT Corp เป็นมูลค่า 200 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ เพื่อสร้างโรงงาน AI สำหรับการพัฒนาเทคโนโลยีเช่นกัน

ดังนั้นจะเห็นได้ว่าหากกัมพูชาต้องการที่จะลงนามแข่งขันในภูมิภาค กัมพูชาจำเป็นต้องยกระดับเศรษฐกิจครั้งใหญ่ด้วยนวัตกรรมขนาดใหญ่ด้านเทคโนโลยี โดยเฉพาะเรื่อง AI เรื่องการเปลี่ยนเข้าสู่ยุคดิจิทัล และเรื่องข้อมูล ซึ่งเสาหลักทางเศรษฐกิจของประเทศในตอนนี้ยังคงเปราะบาง ท่ามกลางเศรษฐกิจโลกที่มีเทคโนโลยีดิจิทัลและเทคโนโลยีขั้นสูงเพิ่มมากขึ้น โดยอุตสาหกรรมเสื้อผ้ากำลังถูกมองว่าเป็น 'อุตสาหกรรมใกล้ดับขบพ้า' หรือมีแนวโน้มได้รับความนิยมลดลง ส่วนอุตสาหกรรมท่องเที่ยวก็มีการแข่งขันที่รุนแรงมากขึ้น และอุตสาหกรรมอสังหาริมทรัพย์และการก่อสร้างก็เป็นอุตสาหกรรมที่ผันแปรตามวัฏจักรธุรกิจสูง



ที่มา : Indonesia's Electric Battery Industrial Strategy, Ayman Falak Medina, ASEAN Briefing
<https://www.khmertimeskh.com/501503058/cambodia-must-diversify-attract-fdi-to-realize-economic-goals/>

ทำไม 'TikTok' ชนระใจ Gen Z ในอาเซียน

สำหรับชาวเอเชียตะวันออกเฉียงใต้นั้น TikTok ไม่ได้เป็นเพียงแค่แพลตฟอร์ม แต่ยังเป็นพื้นที่สำหรับการแสดงออกถึงวัฒนธรรมและความคิดสร้างสรรค์ โดยในปี 2565 TikTok เป็นแอปพลิเคชันโซเชียลมีเดียที่มีการดาวน์โหลดมากที่สุดในอินโดนีเซีย มาเลเซีย และไทย โดยมีทั้งผู้ใช้และธุรกิจหลายร้อยล้านรายที่ใช้งานเป็นประจำทุกเดือน

วัฒนธรรมที่เต็มไปด้วยพลังของภูมิภาคนี้ได้เปลี่ยน TikTok จากแพลตฟอร์มโซเชียลมีเดียให้กลายเป็นปรากฏการณ์ทางวัฒนธรรมที่ผสมผสานเข้ากับความเป็นจริงในโลกดิจิทัลของ

กลุ่มคน Gen Z ได้อย่างไร้รอยต่อ และสำหรับ 1 ใน 5 ของชาวเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ที่เป็นคนรุ่นนี้ถือว่า TikTok เป็นช่องทางในการสร้างการเชื่อมต่อ เรียนรู้สิ่งใหม่ๆ และสื่อสารกับเหล่าครีเอเตอร์และแบรนด์ที่ตนเองชื่นชอบได้โดยตรง

และนี่คือเหตุผลที่ TikTok กลายมาเป็นโซเชียลมีเดียแห่งภูมิภาคนี้ในช่วงไม่กี่ปีที่ผ่านมา โดย TikTok ได้ทุ่มเงินลงทุนหลายล้านดอลลาร์สหรัฐในการฝึกอบรมและโฆษณาให้กับธุรกิจขนาดเล็กและขนาดกลาง หรือ SMB (Small and Medium-Sized Business) และต่อยอดความสำเร็จด้วยการเติบโตของ TikTok Shop

แต่อะไรละ เป็นสิ่งที่ แต่ละธุรกิจ ต้องรู้เกี่ยวกับ กลุ่มคน Gen Z ในอาเซียน?



พวกเขาของโลกผ่านเลนส์นาโน

ชาวอาเซียนกว่า 500 ล้านคนใช้เวลาถึง 10 ชั่วโมงต่อสัปดาห์บนโซเชียลมีเดีย โดยบรรดาอินฟลูเอนเซอร์คือผู้ทรงอิทธิพลที่มีความสำคัญสูงสุด และยามที่กลุ่มคน Gen Z ต้องการจะซื้อสินค้าสักชิ้นก็ต่างต้องพึ่งพาพลังของ TikTok และ Instagram

ทั้งนี้ Andrea Penaranda ผู้เชี่ยวชาญด้านโซเชียลมีเดียได้ให้ความเห็นว่า บัญชีของบรรดาแบรนด์และคนดังที่มีชื่อเสียงนั้นไม่ค่อยมีผลต่อการตัดสินใจซื้อของคนกลุ่มนี้ เนื้อหาใดๆ ที่โพสต์โดยบุคคลที่มีชื่อเสียงมักจะถูกมองว่าเป็นการโฆษณาโดยใช้เงินซื้อสื่อเพื่อทำการประชาสัมพันธ์ ต่างจากพวกอินฟลูเอนเซอร์ที่สร้างการรับรู้ถึงแบรนด์ขึ้นมาด้วยตนเองไม่ได้เสียค่าใช้จ่าย

อย่างไรก็ตาม ‘ขนาด’ มีความสำคัญต่ออินฟลูเอนเซอร์ ซึ่งหมายความว่า ยิ่งเล็กยิ่งดี โดยอินฟลูเอนเซอร์ระดับนาโนและไมโครที่มีผู้ติดตามอยู่ที่หลักพันถึงหมื่นจะถูกมองว่ามีความน่าเชื่อถือมากกว่าผู้ที่มีผู้ติดตามเกิน 50,000 คน ตัวอย่างเช่น Linh Truong อินฟลูเอนเซอร์สายความงามชาวเวียดนาม ซึ่งมียอดวิวแต่ละครั้งล้านในแต่ละคลิป มีผู้ติดตามใน TikTok เพียงแค่ 19,000 คนเท่านั้น

นอกจากนี้ การรีวิวที่ตรงไปตรงมาของอินฟลูเอนเซอร์ระดับนาโนเป็นเหตุผลที่แบรนด์ต่างๆ ในสิงคโปร์หันมาใช้คนกลุ่มนี้ในการทำกลยุทธ์โซเชียลมีเดียมากขึ้นเรื่อยๆ จาก 62% ในปี 2563 เป็น 77% ในปี 2565

ขณะที่ Shopee ได้ก้าวล้ำไปอีกขั้น เพราะไม่เพียงแค่นำอินฟลูเอนเซอร์มาใช้เท่านั้น แต่ยังสนับสนุนเนื้อหาทุกประเภทที่ถูกสร้างขึ้นโดยผู้ใช้และลูกค้า หรือ UGC (User-Generated Content) อีกด้วย ซึ่งนำไปสู่ #ShopeeFinds และ #Budofinds ที่ได้รับการสนับสนุนจาก Shopee และมียอดวิวบน TikTok รวมกันถึง 1.64 หมื่นล้านครั้ง

พวกเขาชื่นชอบการซื้อสินค้าแบบมีส่วนร่วม

ความสะดวกสบายไม่ใช่สิ่งเดียวที่ทำให้ชาวอาเซียนเลือกที่จะชอปปิงออนไลน์ แต่ยังเป็นเพราะความสนุกสนานในการเลือกซื้อสินค้าผ่าน ‘Livestreaming’ หรือ Live สดบนแพลตฟอร์มโซเชียลมีเดีย ซึ่งประกอบไปด้วย ข้อเสนอลดราคา การแสดงสินค้าตามความต้องการ การถาม-ตอบแบบเรียลไทม์ ทำให้การขายสินค้าแบบนี้เป็นที่นิยมมากสำหรับกลุ่มคน Gen Z

พวกเขาใช้คอนเทนต์แบบสั้นเป็นช่องทางสู่การติดตามแบบหยุดไม่ได้

TikTok ได้สร้างความแตกต่างระหว่างแพลตฟอร์มของอาเซียนและแพลตฟอร์มสตรีมมิ่งอื่นๆ แม้ว่า YouTube จะยังคงได้รับความนิยมมากที่สุดตามกฎหมายภาคนี้ แต่ TikTok ก็ตามมาติดๆ อย่างรวดเร็วด้วยจำนวนนาที่สตรีมมิ่งที่เพิ่มขึ้น 70% ตั้งแต่ปี 2564-2566 ซึ่งในความเป็นจริงแล้ว แอปพลิเคชันโซเชียลมีเดียดังกล่าวทำให้แพลตฟอร์มสตรีมมิ่งในภูมิภาคนี้ไม่มีการเติบโตเลย

บน TikTok มีภาพยนตร์แบบเต็มเรื่องและซีรีส์แบ่งเป็นตอนๆ ให้รับชมฟรี ขณะที่ชาวเอเชียถึง 81% ถูกกระตุ้นด้วยบริการสตรีมมิ่งแบบเก็บค่าสมาชิกที่มีอยู่จำนวนมากในตลาด ดังนั้น 82% ของชาวอินโดนีเซียจึงตัดสินใจหยุดจ่ายค่าสมาชิกทั้งหมด ส่งผลให้กลุ่มคน Gen Z ในภูมิภาคอาเซียนรับชมโทรทัศน์และใช้บริการสตรีมมิ่งน้อยลง แล้วหันมาให้ความสนใจกับ TikTok ที่ให้เข้าถึงวิดีโอต่างๆ แบบจุใจได้แบบไม่เสียค่าใช้จ่าย

ทั้งนี้ TikTok ได้สังเกตเห็นเทรนด์ดังกล่าวนี้ของกลุ่มคน Gen Z จึงนำไปสู่การเปิดตัวแอปพลิเคชัน TikTok TV โดยคาดหวังว่าจะสามารถเข้าถึงและดึงดูดความสนใจกลุ่มคนรุ่นอื่นๆ ที่อาจจะนั่งรับชมร่วมกับคนกลุ่มนี้ในช่วงเวลาสำหรับครอบครัวได้อีกด้วย 📺

ที่มา : <https://www.marketing-interactive.com/tiktok-is-gen-z-s-cultural-playground-in-southeast-asia>



ระบบบำเหน็จบำนาญ 'อินโดฯ' ผลักคนหนุ่มสาวไปอยู่บนปากเหว

อินโดนีเซียกำลังได้ประโยชน์จากการปันผลทางประชากร (Demographic Dividend) ด้วยการศึกษาระดับชั้นและโอกาสในการทำงานที่เพิ่มขึ้นสำหรับคนรุ่นใหม่ แต่ประชากรสูงอายุของประเทศกลับขาดความมั่นคงทางการเงิน อันเนื่องมาจากความเข้าใจในโครงการคุ้มครองรายได้ที่ต่ำ และความยากจนของผู้สูงอายุที่เพิ่มมากขึ้น เพื่อต่อสู้กับปัญหาเหล่านี้ รัฐบาลควรรวมแรงงานนอกระบบเข้าในโครงการบำเหน็จบำนาญ เสนอเงินอุดหนุนให้กับผู้ที่ต้องการความช่วยเหลือ และเพิ่มกฎระเบียบอย่างเร่งด่วนเกี่ยวกับการจัดการกองทุนบำเหน็จบำนาญ สิ่งนี้จะช่วยฟื้นฟูความเชื่อมั่นของสังคมและเสริมสร้างเสถียรภาพทางเศรษฐกิจภายหลังการปันผลทางประชากรหมดลง

ทั้งนี้ อินโดนีเซียมุ่งที่จะใช้ประโยชน์จากการปันผลทางประชากรด้วยการขยายโอกาสทางการศึกษา พัฒนาทักษะต่างๆ ที่

ใช้เทคโนโลยีเป็นพื้นฐานพร้อมทั้งสร้างงานสำหรับประชากรในวัยหนุ่มสาวให้มากขึ้น แต่การปันผลทางประชากรนี้คาดว่าจะมีอายุถึงปี 2588 ขณะที่มีการเตรียมตัวเพียงเล็กน้อยในการรับมือกับการเพิ่มขึ้นของประชากรสูงอายุที่ใกล้เข้ามา จากการที่ประชากรในวัยทำงานกำลังขาดความมั่นคงด้านรายได้เมื่อถึงวัยชรา ทำให้ข้อกังวลต่างๆ ได้รับการหยิบยกขึ้นมาในประเด็นเกี่ยวกับความยั่งยืนของการปันผลทางประชากร

ข้อมูลจากสำนักงานคณะกรรมการประกันสังคมแห่งชาติของอินโดนีเซียเปิดเผยว่า ในปี 2566 มีประชากรในวัยทำงานของอินโดนีเซียเพียง 35.8 ล้านคนจากจำนวนทั้งสิ้น 146.6 ล้านคนที่ลงทะเบียนเข้าร่วมโครงการประกันรายได้ได้ยามเกษียณและน้อยกว่า 15% ของประชากรในวัยทำงานที่มีการเตรียมตัวสำหรับการเกษียณนี้

การที่ประชากรสนใจน้อยในการที่จะเข้าร่วมโครงการประกันการจ้างงานยามชรา

ทำให้ความยากจนในหมู่ผู้สูงวัยพุ่งสูงขึ้น โดยปัจจุบันกว่า 40% ของประชากรผู้สูงอายุในอินโดนีเซียมีความเป็นอยู่ที่ยากจน และจากผลการศึกษาของ the PRAKARSA ยังพบว่าสินทรัพย์หลักของผู้สูงอายุก็คือบ้านพักอาศัย ซึ่งมักจะเป็นเรื่องยากในการแปลงให้เป็นรายได้โดยทันที

นอกจากนี้ยังมีการคาดการณ์ว่าสัดส่วนของประชากรอินโดนีเซียที่มีอายุตั้งแต่ 60 ปีขึ้นไป จะเพิ่มขึ้นจาก 11.8% (33.7 ล้านคน) ในปี 2568 เป็น 15.8% (48.2 ล้านคน) ในปี 2578 ความคาดหวังในชีวิตที่เพิ่มขึ้นพร้อมกับจำนวนประชากรบ่งบอกถึงความจำเป็นอันเร่งด่วนที่จะจัดการปัญหาความเปราะบางด้านการเงินของผู้สูงอายุหลังการปันผลทางประชากรสิ้นสุดลง ปัญหาต่างๆ เหล่านี้ล้วนเป็นเรื่องที่สำคัญและควรค่าแก่ความสนใจเพื่อให้มั่นใจได้ว่าประชากรที่กำลังเข้าสู่วัยชราในอีกไม่กี่ปีข้างหน้าจะมีชีวิตความเป็นอยู่ที่ดีต่อไป

ในความเป็นจริงแล้ว ช่วง 2 ทศวรรษที่ผ่านมา อินโดนีเซียได้ปรับปรุงการเข้าถึงโครงการหลายโครงการที่เกี่ยวข้องกับการประกันรายได้ของผู้สูงอายุ โดยในปี 2547 มีการบังคับใช้กฎหมาย มาตรการ 40 ว่าด้วยระบบประกันสังคมแห่งชาติ และได้จัดตั้งกรอบการทำงานเพื่อบริหารการประกันสังคม คณะกรรมการบริหาร โครงการต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง และการบริหารจัดการกองทุนประกันสังคม กฎหมายฉบับนี้ยังใช้บังคับอีก 2 โครงการที่เกี่ยวข้องกับผู้สูงอายุโดยตรง ได้แก่ Jaminan Hari Tua (เงินออมผู้สูงอายุ) และ Jaminan Pensiun (บำนาญบำนาญ) โครงการเหล่านี้ดูแลโดย BPJS Ketenagakerjaan (คณะกรรมการบริหารประกันสังคมเพื่อการจ้างงาน) ตั้งแต่ปี 2558

อย่างไรก็ตาม โครงการประกันรายได้คนชราทั้ง 2 โครงการนี้กำลังเผชิญกับหลากหลายความท้าทายที่ยากจะรับมือ เนื่องจากจำนวนผู้เข้าร่วมโครงการที่เพิ่มขึ้นซ้ำตลอดจนความเสี่ยงที่เงินทุนสนับสนุนจะไม่มีที่ยืน ระหว่างปี 2558-2565 จำนวนคนที่เข้าร่วมในโครงการ Jaminan Hari Tua และ Jaminan Pensiun เพิ่มขึ้นจาก 13.1 เป็น 17.8 ล้านคน และจาก 6.48 เป็น 14 ล้านคนตามลำดับ จากตัวเลขดังกล่าว แม้จะแสดงถึงการเติบโต แต่สัดส่วนของผู้เข้าร่วมโครงการที่มีประสิทธิภาพยังคงมีตัวเลขที่ต่ำกว่า 20% ของจำนวนประชากรในวัยทำงานทั้งหมดของอินโดนีเซียในปี 2565

ในการที่จะรับมือกับความท้าทายต่างๆ เหล่านี้ รัฐบาลอินโดนีเซียได้ออกแบบโครงการประกันสังคมเพื่อการจ้างงาน ซึ่งมีความคืบหน้าอย่างมาก โดยจะขยายขอบเขตการประกันสำหรับผู้สูงอายุให้ครอบคลุมถึงอุบัติเหตุและการเสียชีวิตจากการทำงาน ตลอดจนสิทธิประโยชน์ที่เพิ่งจัดให้ก็คือเงินสงเคราะห์คนว่างงาน ขณะเดียวกัน ทั้งรัฐบาลกลางและองค์การปกครองส่วนท้องถิ่นต่างก็ร่วมมือกันที่จะเพิ่มยอดสมาชิก รวมถึงยังช่วยจ่ายค่าธรรมเนียมให้กับแรงงานนอกระบบอีกด้วย แม้จะมีความพยายามเหล่านี้ แต่โครงการบำนาญบำนาญของอินโดนีเซียก็ยังคงเผชิญกับความท้าทายอย่างใหญ่หลวง นั่นคืออำนาจที่มีจำกัดในการขยายจำนวนสมาชิก ภายใต้กฎหมาย SJSN ลูกจ้างที่ได้รับการว่าจ้างจากรัฐกิจในระบบเท่านั้นจึงจะเป็นสมาชิกได้ อย่างน้อยกฎหมายนี้มีผลบังคับใช้จนถึงปี 2572 ขณะที่โครงสร้างตลาดแรงงานของอินโดนีเซียนั้นผูกติดอยู่กับธุรกิจนอกระบบ คิดเป็น 58% ของแรงงานทั้งหมดในปี 2564

ปัญหาที่เห็นได้ชัดอันเนื่องมาจากอัตราการเข้าร่วมโครงการต่ำ อย่างแรกก็คือความสามารถของโครงการในการให้ความช่วยเหลือสมาชิกเมื่อเข้าสู่วัยชราถูกบั่นทอนลง เนื่องจากจำนวนผู้รับผลประโยชน์เพิ่มขึ้น แต่จำนวนผู้สนับสนุนมีจำนวนน้อย โดยเฉพาะอย่างยิ่ง Jaminan Hari Tua ซึ่งส่วนใหญ่มีการเคลมเงินเนื่องจากการลาออกเป็น

จำนวนมาก คิดเป็น 57% ของการเคลมทั้งหมด แสดงให้เห็นว่า Jaminan Hari Tua ไม่สามารถที่จะให้หลักประกันทางการเงินกับสมาชิกในยามชราได้ โดยเงินทุนที่มีอยู่มักถูกมองว่าเป็นเงินออมระยะสั้น นี่เองเป็นสิ่งที่สร้างความเสียหายให้กับความยั่งยืนทางการเงินของระบบประกันสังคมสำหรับผู้สูงอายุ อย่างไรก็ตาม การรับมือกับปัญหาเหล่านี้ รัฐบาลจะต้องทำให้ชาวอินโดนีเซียทุกคนเข้าไปอยู่ในระบบโดยรวมเอาแรงงานนอกระบบเข้าไปด้วย โดยเฉพาะ Jaminan Pensiun แล้วให้เงินช่วยเหลือกับผู้ที่มีความจำเป็นต้องใช้

เชื่อว่าโครงการเหล่านี้ยิ่งประชาชนมีส่วนร่วมเท่าไรก็ยิ่งดี โดยเฉพาะอย่างยิ่งหากพิจารณาว่าสมาชิกหนึ่งคนจะต้องจ่ายเงินสนับสนุนเป็นเวลาอย่างน้อย 15 ปี ก่อนที่จะสามารถรับผลประโยชน์จากบำนาญรายเดือนได้จากการคาดการณ์ขององค์การแรงงานระหว่างประเทศพบว่า Jaminan Pensiun มีความสามารถในการชำระหนี้ได้จนถึงปี 2586 เท่านั้น หลังจากนั้นแล้ว เงินทุนน่าจะมีปัญหา และภายในปี 2593 คาดว่ารายรับประจำปี ผลตอบแทนจากการลงทุน และแหล่งรายได้อื่นๆ รวมกันแล้วจะไม่เพียงพอที่จะครอบคลุมค่าใช้จ่ายของโครงการได้

ดังนั้น รัฐบาลอินโดนีเซียจึงจำเป็นต้องเร่งดำเนินการควบคุมการจัดการกองทุนบำนาญบำนาญเพื่อแก้ไขปัญหาต่างๆ เช่น การฉ้อโกงและความเสี่ยงที่จะล้มเหลวในการจ่ายเงินสวัสดิการ อย่างไรก็ตามคือข้อจรรยาบรรณของสองบริษัทประกันภัยยักษ์ใหญ่อย่าง Jiwasraya และ Bumiputera ส่งผลให้ความไม่ไว้วางใจของประชาชนชาวอินโดนีเซียต่อบริษัทประกันภัยเพิ่มสูงขึ้น

ขณะที่อินโดนีเซียจัดตั้งคณะรัฐมนตรีชุดใหม่ ประเด็นการปฏิรูปเงินบำนาญบำนาญควรเป็นหัวข้อสำคัญลำดับต้นๆ ในวาระการประชุม การให้ความสำคัญกับการปฏิรูปเงินบำนาญบำนาญไม่เพียงส่งผลดีต่อฐานะทางการเงินของประชากรสูงอายุเท่านั้น แต่ยังเป็นเหมือนขั้นตอนนี้สำคัญในการรักษาเสถียรภาพทางเศรษฐกิจในยุคหลังการปันผลทางประชากรอีกด้วย



ที่มา : <https://eastasiaforum.org/2024/06/06/indonesias-pension-system-leaves-younger-generations-at-risk/>

สูตรสำเร็จ 'Ya Kun' ที่เป็นมากกว่า ร้านกาแฟและ ขนมปัง



จะรักษาธุรกิจที่เป็นมรดกตกทอดนี้เอาไว้ได้อย่างไร? เป็นโจทย์ใหญ่ที่ Jeshier Loi ทายาทรุ่นที่ 3 ของร้าน 'Ya Kun' ครุ่นคิดระหว่างที่แบรนด์กำลังเฉลิมฉลองครบรอบ 80 ปี อะไรบ้างที่เป็นองค์ประกอบที่สำคัญและจำเป็นในการทำให้ธุรกิจนี้ประสบความสำเร็จอย่างต่อเนื่องสำหรับทายาทรุ่นต่อไป

Jeshier Loi เชื่อในแนวคิดที่ว่ามนุษย์เราต้องเดินไปตามเส้นทางชีวิตของตนเอง ซึ่งเส้นทางของเขาเริ่มต้นด้วยการทำตามความฝันด้านดนตรี ก่อนที่จะเข้ามาดูแลธุรกิจร้าน "Ya Kun Kaya Toast" ร้านกาแฟ ขนมปังปิ้งสังขยา และอาหารเช้าชื่อดังของสิงคโปร์ ที่คุณปู่ของเขา Loi Ah Koon เป็นผู้ก่อตั้งในช่วงทศวรรษ 1940

Loi เติบโตขึ้นมากับการเล่นไวโอลินและมีความหลงใหลในดนตรีมาโดยตลอด แต่สุดท้ายแล้วก็ถึงเวลาที่ต้องทำหน้าที่ของตนเอง โดยในเวลานั้น พ่อแม่ของเขาดำเนินธุรกิจร่วมกับลุง แต่ก็เริ่มไม่ค่อยมีเวลามากนัก จึงต้องการให้ลูกชายกลับมาช่วยดูแลแม่ทั้งคู่เข้าใจความรักด้านดนตรีของเขาเป็นอย่างดี ดังนั้น Loi จึงตัดสินใจกลับมาช่วยธุรกิจครอบครัว ภายใต้เงื่อนไขที่เขาจะต้องได้ทำงานด้านดนตรีควบคู่ไปด้วย โดยเขาเข้ามาบริหารกิจการร้าน Ya Kun ในปี 2553 และปัจจุบันเป็นผู้อำนวยการฝ่ายการสร้างแบรนด์และพัฒนาตลาด ซึ่งเป็นบทบาทที่เขาต้องจัดสรรเวลาให้ดี โดยนอกจากธุรกิจของครอบครัวแล้ว เขายังเป็นโค้ชของวงเครื่องสายระดับเยาวชนของโรงเรียนสองแห่ง ซึ่งเขายอมรับว่าเป็นเรื่องที่พิเศษมากที่เขาสามารถทำทั้งงานที่รักและงานของครอบครัวไปพร้อมๆ กันได้

อย่างไรก็ตาม การรับช่วงต่อธุรกิจของครอบครัวเป็นความรับผิดชอบอันใหญ่หลวง ยิ่งชื่อ Ya Kun นั้นมาจากชื่อของปู่ และยังได้เห็นที่ผ่านมา ทั้งรุ่นปู่และรุ่นพ่อทำอะไรมากมายเพื่อสร้างแบรนด์นี้ขึ้นมา เขายังมีหน้าที่ต้องพาธุรกิจนี้ให้ก้าวไปข้างหน้าได้อย่างมั่นคง



การผสมผสานระหว่างความดั้งเดิมและความทันสมัย

แม้ว่าปู่ของ Loi จะเป็นผู้ก่อตั้งร้าน Ya Kun ขึ้นมา แต่เป็นรุ่นพ่อแม่ของเขาที่ขยายธุรกิจออกไป และทำให้ธุรกิจนี้เป็นที่รู้จักของทุกคนในเมืองสิงคโปร์ ปัจจุบันร้าน Ya Kun มีสาขาทั้งหมด 83 แห่งในประเทศ รวมถึงยังมีร้านแฟรนไชส์ในอีกหลายประเทศ เช่น จีน สหรัฐอาหรับเอมิเรตส์ เมียนมา ฟิลิปปินส์ และอีกมากมาย

ต่อให้เข้ามาดูแลธุรกิจนี้แล้ว แต่เขาก็ยอมรับว่าเดิมทีเขาไม่ได้ตั้งใจจะทำงานนี้นานนัก เพราะมองไม่เห็นภาพตัวเองจะทำสิ่งเดิม ๆ เป็นเวลา 30-40 ปีได้อย่างไร แต่พอรู้ตัวอีกทีก็ผ่านมา 14 ปีแล้วนับตั้งแต่ที่เขาตัดสินใจเข้ามารับช่วงต่อธุรกิจนี้ โดยเขาต้องการที่จะสร้างความน่าเชื่อถือให้ตัวเองมากกว่าการเป็นลูกชายเจ้าของ (พ่อของเขาคือ Adrin Loi ปัจจุบันดำรงตำแหน่งประธานกรรมการบริหารของ Ya Kun) โดยในช่วงแรก เขายอมรับว่าไม่ได้มีความรู้เกี่ยวกับธุรกิจเลย แต่ก็พยายามอย่างหนักและทำให้แน่ใจว่าแต่ละไอเดี่ยหรือข้อเสนอแนะที่นำเสนอออกไปนั้นเป็นประโยชน์ เพื่อให้ทุกคนไม่ได้เคารพเขาเพียงแค่ว่าเขาเป็นใคร

สำหรับการเปลี่ยนแปลงบางอย่างที่ Loi นำมาใช้กับธุรกิจนั้น เกี่ยวข้องกับการเปลี่ยนแปลงไปสู่ความเป็นดิจิทัล โดยในปี 2561 Ya Kun ได้เปิดตัวแอปพลิเคชันชำระเงินของตนเอง ซึ่งช่วยให้ลูกค้าสามารถชำระเงินและสะสมคะแนนได้ โดย Loi ยอมรับว่าการนำการเปลี่ยนแปลงต่างๆ มาใช้กับธุรกิจเก่าแก่ที่เป็นมรดกตกทอดนั้นไม่ใช่เรื่องง่าย เพราะบางครั้งจะรู้สึกว่าการก้าวข้ามมันคงแล้ว แต่เมื่อต้องเปลี่ยนทิศทาง จึงต้องคอยผลักดันอย่างต่อเนื่องก่อนที่ทุกอย่างจะเริ่มเดินหน้า

แต่การรักษาสมดุลระหว่างความดั้งเดิมและความทันสมัยนั้น เป็นสิ่งที่ละเอียดอ่อน โดย Loi อยากที่จะคงเอกลักษณ์แบบฉบับของ Ya Kun เอาไว้ให้ได้ ส่วนการมุ่งเน้นความเป็นดิจิทัลมากขึ้นนั้น ความยากอยู่ที่ว่าจะไปได้ไกลแค่ไหน และจะไปได้เร็วเท่าไร

ตัวอย่างเช่น ในช่วงแรกที่ร้านนำเครื่องเรียกคิวมาใช้ เขารู้สึกไม่พอใจนัก แม้จะเป็นไปได้ดีในทางปฏิบัติ เพราะต้องการให้ความสำคัญกับการให้บริการลูกค้า และในอดีตปู่ของเขาจะเดินไปถามลูกค้าด้วยตนเอง และพนักงานจะตะโกนบอกออเดอร์กันไปตามในครัว แต่เมื่อจำนวนสาขาเพิ่มมากขึ้นและขนาดของธุรกิจเติบโตขึ้น ก็ไม่สามารถทำแบบนั้นได้อีกต่อไป

ดังนั้นจึงเป็นสิ่งจำเป็นในการจัดการว่าสิ่งไหนที่ถึงเวลาต้องปรับเปลี่ยนแล้ว หรือสิ่งไหนที่ยังทำต่อไปได้ เช่น การที่ลูกค้าได้เห็นการชงกาแฟแบบสดๆ ต่อหน้า หรือการที่ลูกค้ามองว่าร้านเป็นพื้นที่สำหรับนั่งจิบกาแฟกินขนมปัง สิ่งเหล่านี้คือประสบการณ์ที่ Ya Kun จะคงเอาไว้ให้ได้มากที่สุด

สูตรแห่งความสำเร็จ

การดำเนินธุรกิจมายาวนานถึง 80 ปี ถือเป็นก้าวสำคัญที่กระตุ้นให้เกิดคำถามว่า อะไรคือสูตรลับที่อยู่เบื้องหลังความสำเร็จอันยืนยาวของ Ya Kun ตลอดหลายทศวรรษที่ผ่านมา?

เมื่อว่ากันตามตรงแล้ว Ya Kun ก็ขายอาหารธรรมดาๆ ไม่ได้ซับซ้อนอะไร ทุกคนสามารถหาขนมปังปังสังขยา กาแฟ และไข่มุกได้ในร้านกาแฟต่างๆ ที่เปิดอยู่มากมาย แต่ Loi มองว่า จริงๆ แล้ว ความสำเร็จในช่วงแรกของ Ya Kun นั้นเกิดจากจังหวะเวลา โดยร้านได้ขยายธุรกิจในช่วงเวลาที่เหมาะสม ซึ่งเป็นช่วงที่ธุรกิจอาหารและเครื่องดื่มในท้องถิ่นกำลังมาแรง ไม่ว่าจะเป็นร้าน Old Chang Kee หรือร้านชาไข่มุกที่ในขณะนั้นเริ่มเปิดมากมาย ซึ่ง Ya Kun ก็คว้าโอกาสนั้นได้เช่นกัน นอกจากนี้ วัฒนธรรมยังเป็นตัวกำหนดทิศทางของธุรกิจอีกด้วย โดย Ya Kun มีวัฒนธรรมแห่งความเป็นเลิศ ไม่ยอมให้คุณค่าของสินค้าและบริการด้อยลงแม้แต่น้อย และพยายามอย่างเต็มที่เพื่อให้ความสำคัญกับลูกค้าเป็นอันดับแรก

ขณะที่วิสัยทัศน์ของ Loi สำหรับ Ya Kun นั้นยังคงชัดเจน โดยเฉพาะความท้าทายที่จะเกิดขึ้นในอนาคต ซึ่งหมายถึงรวมถึงความท้าทายที่เกิดขึ้นอุตสาหกรรมต่างๆ เป็นวงกว้าง เช่น ต้นทุนวัตถุดิบที่สูงขึ้น ซึ่งเป็นสิ่งที่อยู่เหนือการควบคุม แต่ก็สร้างความกังวลให้กับผู้ประกอบการได้ไม่น้อย แต่ Ya Kun ยังคงมุ่งมั่นที่จะอนุรักษ์และคงสูตรอาหารดั้งเดิมเอาไว้จากรุ่นสู่รุ่น เพื่อให้ขนมปังปังสังขยามีหน้าตาและกรรมวิธีการทำแบบเดียวกัน เพื่อที่จะได้รสชาติที่เหมือนกัน

แม้ธุรกิจจะดำเนินมาถึง 80 ปีแล้ว แต่ Loi มองว่านั่นเป็นเพียงตัวเลขเท่านั้น เพราะสิ่งที่สำคัญมากกว่า คือธุรกิจจะก้าวไปสู่จุดใดต่อไป โดยได้พยายามปรับเปลี่ยนธุรกิจให้เข้ากับยุคสมัย ตลอดจนเป็นสะพานเชื่อมที่ดี และเตรียมพร้อมธุรกิจเพื่อส่งต่อไปกับทายาทรุ่นต่อ ๆ ไป ในแบบที่ยังคงคุณภาพและมาตรฐานเดิมไว้ ไม่เปลี่ยนแปลง 🍷

ที่มา: <https://cna.luxury.channelnewsasia.com/people/ya-kun-kaya-toast-jesher-loi-third-generation-245276>



สัมผัสเสน่ห์ กาแฟอินโดฯ ผ่านคาเฟ่ เจ้าดัง ใน 'จาการ์ตา'

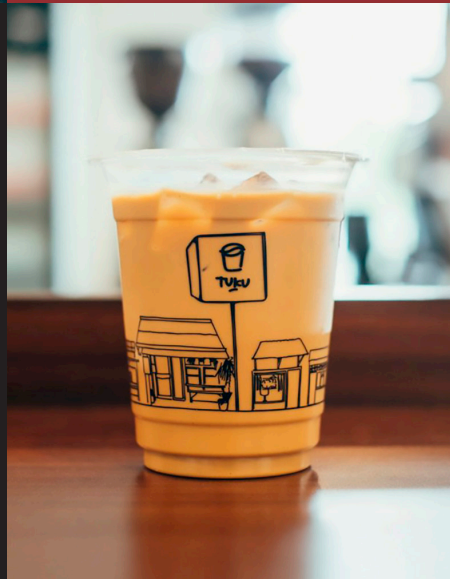
'จาการ์ตา' มหานครอันคึกคักที่หลอมรวมเข้ากับวัฒนธรรมด้านกาแฟอันมีเสน่ห์ของอินโดนีเซียได้อย่างลงตัว ด้วยการผสมผสานระหว่าง 'Kopi Warung' หรือร้านกาแฟแบบดั้งเดิมและร้านกาแฟสมัยใหม่ที่ทันสมัย ทำให้จาการ์ตาได้มอบประสบการณ์ในด้านกาแฟที่มีเอกลักษณ์ให้กับเหล่าคอกาแฟ ประวัติศาสตร์ของเมืองที่เป็นศูนย์กลางการค้าได้ก่อให้เกิดวัฒนธรรมการดื่มกาแฟที่เข้มข้น ซึ่งได้นำความเป็นดั้งเดิมแบบท้องถิ่นมาปรับให้เข้ากับรสชาติกาแฟที่อยู่ในเทรนด์ของโลกได้อย่างไรก็ดี ที่นี้ ทุกครั้งของการจิบกาแฟจะสามารถบอกเล่าถึงเรื่องราวของเมล็ดกาแฟในท้องถิ่นที่ถูกเก็บเกี่ยวและคั่วอย่างพิถีพิถันเพื่อให้ได้กาแฟที่ถูกต้องอย่างสมบูรณ์แบบ

สำหรับคาเฟ่ชื่อดัง 4 แห่ง ที่ใช้ ความพิถีพิถันตั้งแต่ การคัดเลือกเมล็ดกาแฟ ตลอดจนการรังสรรค์ เมนูอันโดดเด่นที่คอกาแฟ ไม่ควรพลาดไปลิ้มลอง เมื่อไปเยือน จาการ์ตา ได้แก่



1. Giyanti Coffee Roastery

ร้าน Giyanti Coffee Roastery ได้สร้างมาตรฐานให้กับกาแฟชนิดพิเศษ (Specialty Coffee) ในกรุงจาการ์ตา ขึ้นชื่อเรื่องการคัดเลือกเมล็ดกาแฟอย่างพิถีพิถันและความละเอียดในการชงกาแฟ คาเฟ่แห่งนี้จึงเป็นสถานที่ที่ผู้รักกาแฟสามารถชมศิลปะการชงกาแฟได้ นอกจากนี้ บรรยากาศสบายๆ ของร้านที่อบอวลไปด้วยกลิ่นหอมๆ ของเมล็ดกาแฟคั่วสด ทำให้สถานที่แห่งนี้เป็นที่ตั้งสวรรค์สำหรับผู้ที่ต้องการพักผ่อนหรือหามุมสงบๆ ในการนั่งทำงาน



2. One Fifteenth (1/15) Coffee

ร้าน One Fifteenth Coffee มีชื่อเสียงในด้านการนำเสนอความเข้ากันระหว่างกาแฟท้องถิ่นและกาแฟนานาชาติอย่างสร้างสรรค์ รวมถึงลาเต้อาร์ตสุดพิเศษ คาเฟ่แห่งนี้มีความภาคภูมิใจในการแสดงให้เห็นถึงรากเหง้าของอินโดนีเซีย โดยใช้เมล็ดกาแฟท้องถิ่นควบคู่ไปกับเมล็ดกาแฟนานาชาติยอดนิยม รังสรรค์เป็นกาแฟที่มีรสชาติลงตัวระหว่างความดั้งเดิมและความทันสมัย ภายในร้านเป็นพื้นที่เปิดโล่งและโปร่งสบาย เชิญชวนให้ลูกค้านั่งจิบกาแฟแบบยาวๆ สนทนากันอย่างออกรส หรือแม้กระทั่งดื่มด่ำไปกับหนังสือดีๆ สักเล่ม

3. Anomali Coffee

ร้าน Anomali Coffee เป็นข้อพิสูจน์ถึงมรดกตกทอดทางกาแฟอันยิ่งใหญ่ของอินโดนีเซีย โดยมีการคัดสรรเมล็ดกาแฟแบบ Single Origin หรือกาแฟที่มาจากสายพันธุ์เดียวกันและแหล่งปลูกเดียวกันจากทั่วทั้งหมู่เกาะ ดังนั้นการดื่มกาแฟแต่ละถ้วยจึงเปรียบเสมือนการเดินทางไปสัมผัสกับแต่ละพื้นที่ของอินโดนีเซีย โดยเน้นรสชาติที่เป็นเอกลักษณ์ และเรื่องราวที่บอกเล่าถึงแหล่งกำเนิด คาเฟ่แห่งนี้ยังมีคลาสสอนชงกาแฟด้วยทำให้ที่นี่เป็นสถานที่ยอดนิยมสำหรับผู้ที่ต้องการเรียนรู้เรื่องกาแฟแบบเจาะลึก

4. Tuku Kopi

Tuku Kopi ไม่ได้เป็นเพียงแค่อารมณ์กาแฟ แต่เป็นปรากฏการณ์ทางวัฒนธรรมที่ทำให้ 'Kopi Susu Tetangga' หรือ 'กาแฟใส่นม' กลายเป็นที่นิยมในกรุงจาการ์ตา คาเฟ่ติดเทรนด์แห่งนี้เป็นการผลิตผสมผสานรสชาติดั้งเดิมของกาแฟอินโดนีเซียกับวัฒนธรรมกาแฟสมัยใหม่ สร้างสรรค์กาแฟที่มีรสชาติดีจริงใจ ทั้งชาวอินโดนีเซียเองและนักท่องเที่ยวจากทั่วโลก ☺

ที่มา : <https://www.agoda.com/travel-guides/indonesia/jakarta/jakartas-unexplored-coffee-corners-discover-your-nearest-cafe-gem/?cid=-218>



AEC CONNECT

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