

AEC CONNECT

FIRST ISSUE / 2024



BDMS

กับการยกระดับธุรกิจ
สุขภาพภูมิภาคอาเซียน



Editor's Talk



คุยกับบรรณาธิการ

สวัสดีครับผู้อ่านทุกท่าน ในปี 2567 นี้ การดำเนินธุรกิจต่างประเทศ ธนาคารยังคงเดินหน้าเติบโตและสนับสนุนลูกค้าอย่างต่อเนื่อง โดยการเติบโตหลักจะมาจากประเทศอินโดนีเซีย และเวียดนาม ขณะที่จีนนั้น แม้ว่าจะมีปัญหาในเรื่องภาคอสังหาริมทรัพย์ ซึ่งส่งผลกระทบต่อความเชื่อมั่นของผู้บริโภค แต่พื้นฐานทางเศรษฐกิจของจีนยังคงมีความสามารถทางการแข่งขันด้านประชากรและภาคการผลิตเป็นปัจจัยสนับสนุน

สัญญาณการลงทุนโดยตรงจากต่างประเทศ (FDI) ในอินโดนีเซีย และเวียดนามเติบโตค่อนข้างดี แม้ว่าเวียดนามอาจจะเป็บบางช่วงที่มีความผันผวนทางเศรษฐกิจและการเงิน แต่ก็สามารถกลับมาเติบโตได้ที่ 5.66% โดยเป็นประเทศที่มีศักยภาพในการผลิตทั้งผลิตเพื่อขายในประเทศและส่งออก ขณะที่อินโดนีเซียมีการบริโภคภายในประเทศที่ค่อนข้างดี และรัฐบาลลงทุนในโครงสร้างพื้นฐานต่อเนื่อง การเลือกตั้งที่ผ่านมาได้มีการเปลี่ยนผ่านรัฐบาลอย่างราบรื่น จึงทำให้ Growth Momentum ของเศรษฐกิจเป็นไปอย่างต่อเนื่อง

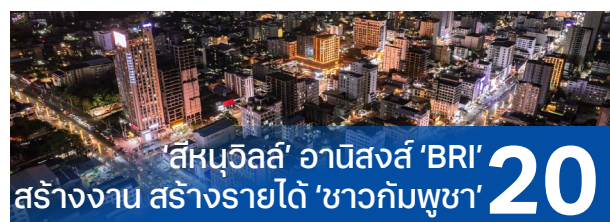
อย่างไรก็ดี ในปีนี้ธนาคารเชื่อมั่นว่าอาเซียนยังคงเป็นเขตเศรษฐกิจที่เติบโตและมีศักยภาพในการดึงดูด FDI ที่งาน AEC Connect Newsletter จึงได้รวบรวมข่าวสารความเคลื่อนไหวใหม่ๆ ในภูมิภาค และวิสัยทัศน์การบริหารองค์กรของนักธุรกิจชั้นนำ ซึ่งแพทย์หญิงปรมาภรณ์ ปราสาททองโอสถ กรรมการผู้อำนวยการใหญ่ บริษัท กรุงเทพดุสิตเวชการ จำกัด (มหาชน) จะช่วยให้ทุกท่านได้เปิดมุมมองใหม่ๆ ให้เราารู้จักกับ 'BDMS' มากขึ้น ในฐานะผู้นำในกลุ่มธุรกิจบริการด้านสุขภาพแบบครบวงจรที่พร้อมขับเคลื่อนองค์กรด้วย Medical Sustainability สุดท้ายนี้ผมหวังเป็นอย่างยิ่งว่าบทความเหล่านี้จะเป็นประโยชน์และช่วยให้ทุกท่านสามารถนำไปต่อยอดกับธุรกิจได้นะครับ

“ธนาคารกรุงเทพ เพื่อนคู่คิด มิตรคู่เออีซี”

เจริญลาภ ธรรมนิษานนท์

ผู้ช่วยผู้จัดการใหญ่ ธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน)
บรรณาธิการบริหาร

In This Issue



President Message

ยุทธศาสตร์สำคัญประการหนึ่งที่ธนาคารมุ่งเน้นในช่วงทศวรรษที่ผ่านมา คือ การสนับสนุนการค้าและการลงทุนระหว่างประเทศทั่วทั้งภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ ซึ่งเป็นตลาดที่มีโอกาสเติบโตอย่างแข็งแกร่งสำหรับหลายภาคอุตสาหกรรม ท่ามกลางเศรษฐกิจโลกที่ยังชะลอตัวลงจากปัญหาทางการเมืองระหว่างประเทศ การหยุดชะงักของห่วงโซ่อุปทาน การเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ และปัจจัยอื่นๆ

การดำเนินยุทธศาสตร์ Connecting ASEAN หรือเชื่อมโยงอาเซียน ของธนาคาร มุ่งสนับสนุนการเติบโตของเศรษฐกิจไทย โดยชูบทบาทโดดเด่นของของไทยในฐานะสะพานสำคัญที่จะช่วยเชื่อมโยงอาเซียนกับนักธุรกิจและนักลงทุนจากทั่วทวีปเอเชียและภูมิภาคอื่นๆ ทั่วโลก

คุณชาติศิริ โสภณพนิช
กรรมการผู้จัดการใหญ่
ธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน)



Connecting ASEAN

เสริมแกร่งธุรกิจ
คว้าโอกาสใหม่

เจริญลาภ ธรรมาณีชานนท์

ผู้ช่วยผู้จัดการใหญ่ รับผิดชอบกิจการธนาคารต่างประเทศ

ในช่วงทศวรรษที่ผ่านมา ธนาคารมุ่งเน้นการดำเนินยุทธศาสตร์ 'Connecting ASEAN' หรือ 'เชื่อมโยงอาเซียน' ด้วยการสนับสนุนการค้าและการลงทุนระหว่างประเทศทั่วทั้งภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ซึ่งเป็นตลาดที่มีโอกาสเติบโตอย่างแข็งแกร่งสำหรับหลายภาคอุตสาหกรรมท่ามกลางเศรษฐกิจโลกที่ยังชะลอตัวลง

AEC Connect: ธนาคารกรุงเทพเป็นธนาคารแรกๆที่เปิดตลาดต่างประเทศนับเป็นข้อได้เปรียบอย่างไร?

ธนาคารกรุงเทพเป็นธนาคารรอบ 80 ปี และสำหรับกิจการธนาคารต่างประเทศก็ครบรอบ 70 ปี นั่นหมายความว่า 10 ปีให้หลังจากการก่อตั้งธนาคารเราก็ได้เปิดสาขาต่างประเทศสาขาแรก คือ ส่องกงเรามี 25 สาขา ใน 13 เขตเศรษฐกิจ ซึ่งไม่รวมอีกราว 200 สาขา ของธนาคารเพอร์มาตาในประเทศอินโดนีเซีย

ในด้านธนาคารต่างประเทศถือว่าเรามีสาขาต่างประเทศมากที่สุดในบรรดาธนาคารไทยและถ้าพูดถึงในอาเซียนคือครอบคลุมที่สุด มีอยู่ในทุกประเทศ ยกเว้นบรูไน การที่เรามีสาขาในอาเซียนครบและนอกเหนือจากนั้นก็ยังมีที่ประเทศจีน ไต้หวัน ญี่ปุ่น อเมริกาและอังกฤษทำให้เราสามารถให้บริการข้ามแดนแก่ลูกค้าของธนาคารทั้งที่เป็นลูกค้าไทยและต่างชาติได้อย่างครบถ้วน มีเครือข่ายที่จะให้บริการได้หากมีแผนที่ต้องการลงทุน

การที่เรามีสาขาอยู่ในต่างประเทศมานานถึง 70 ปี เราสั่งสมประสบการณ์ความรู้ในกฎระเบียบ สภาพแวดล้อมตลาด เครือข่ายธุรกิจ ในแต่ละประเทศ ทำให้ธนาคารกรุงเทพมีองค์ความรู้ที่สามารถให้คำแนะนำกับนักธุรกิจที่มีความสนใจที่จะลงทุนในประเทศต่างๆ ได้เป็นอย่างดีจริงๆ แล้ว ถ้าพูดถึง 70 ปี ก็ผ่านวัฏจักรของ

เศรษฐกิจมามากแล้ว ดังนั้นประสบการณ์ที่เราทำงานร่วมกับลูกค้าของเราอย่างยาวนานในหลายอุตสาหกรรม ทำให้เราเห็นวิธีการในการที่จะจัดการตัวธุรกิจทั้งในช่วงภาวะขาขึ้นและขาลงได้เป็นอย่างดี ผมถือว่าเป็นจุดแข็งที่สำคัญที่เครือข่ายสาขาต่างประเทศมีส่วนร่วมสนับสนุนธนาคารกรุงเทพ

AEC Connect: กิจการธนาคารต่างประเทศมีบทบาทช่วยเหลือลูกค้าอย่างไร?

จากประสบการณ์ส่วนตัวที่ผมไปประจำที่สาขาสิงคโปร์เป็นเวลา 8 ปี จะขอยกตัวอย่างสิงคโปร์ซึ่งเป็นศูนย์กลางทางการเงินที่เอาไว้สนับสนุนการลงทุน ความต้องการเงินทุน และสินเชื่อสำหรับบริษัทที่ดำเนินงานในภูมิภาค ดังนั้นผมใช้สิงคโปร์เป็นตัวช่วยเหลือลูกค้า โดยปกติแล้วบริษัทที่อยากจะลงทุนในอาเซียนจะมาจัดตั้งออฟฟิศในสิงคโปร์ก่อนจะย้ายไปในประเทศต่างๆ ดังนั้นเราก็ใช้สาขาสิงคโปร์ในการสนับสนุน จากประสบการณ์นอกเหนือจากอาเซียนแล้ว สาขาสิงคโปร์ก็สามารถที่จะสนับสนุนลูกค้าที่ไปลงทุนในโครงการในประเทศที่เราไม่มีสาขาได้ เช่น ตอนที่ผมอยู่ที่สิงคโปร์เราก็ได้สนับสนุนลูกค้าที่มีการลงทุนในประเทศออสเตรเลีย ซึ่งเราไม่มีสาขา จริงๆ การดำเนินงานของธนาคารกรุงเทพในทุกที่เป็น Full Banking License ที่สามารถให้บริการทางการเงินได้อย่างเต็มรูปแบบ เพราะฉะนั้นเรามีความสามารถในการจัดการกับสกุลเงินท้องถิ่นได้ เช่น จีน เราก็สามารถดูแลเกี่ยวกับสกุลเงินหยวนได้ ทำธุรกรรมการเงินด้วยสกุลเงินหยวนได้ มีความสามารถเข้าถึงตลาดการเงินท้องถิ่นได้ หรือถ้าลูกค้าไปจัดตั้งธุรกิจอินโดนีเซียและมีความต้องการทำธุรกรรมท้องถิ่นที่ใช้สกุลเงินรูเปียห์ ก่อนหน้านี่ที่เป็นธนาคารกรุงเทพ

เราก็สามารถดูแลเงินทองถิ่นได้อยู่แล้ว และยิ่งทุกวันนี้เป็นธนาคารเพอร์มาตาก็ยิ่งมีศักยภาพในการจัดการและให้บริการเกี่ยวกับสกุลเงินท้องถิ่นได้มากขึ้น

AEC Connect: ยุทธศาสตร์ Connecting ASEAN มีความสำคัญอย่างไร?

Connecting ASEAN มีอยู่ 3 ข้อหลัก ได้แก่ 1. การสร้างพันธมิตร 2. ผลักดันการค้าและการลงทุน และ 3. ความยั่งยืนในการสร้างพันธมิตรเกิดมาจากเรา มีความพร้อม มีประสบการณ์ เครือข่ายโครงสร้างพื้นฐาน พนักงานในท้องถิ่น เราต้องการนำเสนอศักยภาพส่วนนี้เพื่อ

เป็นพันธมิตรกับลูกค้าของธนาคารที่ต้องการขยายและลงทุนในอาเซียน ข้อที่ 2 คือ เรามองภาพรวมแล้วเห็นว่าอาเซียนเป็นเขตเศรษฐกิจที่เติบโต มีศักยภาพที่จะดึงดูด

การลงทุนโดยตรงจากต่างประเทศเข้ามาจากนักลงทุนที่อยู่นอกอาเซียน รวมถึงการค้าและการลงทุนที่เกิดขึ้นระหว่างประเทศอาเซียนด้วยกัน เพราะฉะนั้นเราเห็นตรงกันว่า การลงทุนมาแนวๆ เราคงทราบกันอยู่แล้ว ไทย อินโดนีเซียและเวียดนามได้รับอานิสงส์จากการลงทุนในช่วงนี้ค่อนข้างมาก บวกกับประชากรในอาเซียนไม่ว่าจะเป็นฟิลิปปินส์ อินโดนีเซีย เวียดนามที่ประชากรมีอัตราการเติบโตสูง และยังมีอายุเฉลี่ยค่อนข้างน้อยเมื่อเทียบกับเศรษฐกิจประเทศอื่น เพราะฉะนั้นการค้าระหว่างประเทศในอาเซียนก็จะเพิ่มขึ้นมาด้วย เพราะประชากรวัยหนุ่มสาวในประเทศเหล่านี้ก็จะต้องมีการบริโภคภายในประเทศที่เพิ่มขึ้น ส่วนข้อที่ 3 คือ ความยั่งยืน เรามองว่าทุกประเทศในโลกจะต้อง Go Green หรือมองในด้านการพัฒนาอย่างยั่งยืน ด้วยอาเซียนเองยังต้องมีการพึ่งพาเชื้อเพลิงฟอสซิลพอสมควร เพราะฉะนั้นต่อจากนี้ไปจะเป็นเรื่องของ ‘การเปลี่ยนผ่านด้านพลังงาน’ ที่จะต้อง

ค่อยๆ เริ่มลงทุนในเรื่องของพลังงานหมุนเวียน ขณะที่ ธนาคารกรุงเทพนั้นก็ผู้นำในด้านการให้โซลูชันทางการเงินสำหรับโครงการพลังงานหมุนเวียนในภูมิภาค ซึ่งในข้อนี้เราต้องการเน้นให้เห็นว่าการลงทุนในพลังงานหมุนเวียนนี้เรามีประสบการณ์อย่างยาวนาน โดยเราได้ช่วยทั้งลูกค้าไทยและลูกค้าต่างชาติที่ลงทุนด้านนี้ไม่ว่าจะเป็นในอินโดนีเซีย เวียดนาม สปป. ลาว เมียนมา และกัมพูชา และนอกจากอาเซียนแล้วเรายังได้สนับสนุนลูกค้าทำโครงการพลังงานหมุนเวียนในประเทศจีน ญี่ปุ่น เพิ่มขึ้นด้วย ไม่ว่าจะเป็นพลังงานแสงอาทิตย์ พลังงานลม พลังงานความร้อนใต้พิภพ

ศักยภาพของธนาคารกรุงเทพ เราเชื่อมั่นว่าเราสามารถให้ความรู้คำแนะนำเป็น ‘เพื่อนคู่คิด มิตรคู่บ้าน’ ให้แก่นักลงทุนได้

— เจริญลาภ ธรรมาณิชานท์

AEC Connect: ข้อเสนอแนะสำหรับนักลงทุนไทยในด้านการลงทุนในต่างประเทศ

ข้อเสนอแนะที่สำคัญที่สุดสำหรับนักลงทุนไทยที่ต้องการไปลงทุนหรือศึกษาการลงทุนในต่างประเทศ คือ ต้องมีธนาคารกรุงเทพเป็นพันธมิตร อย่างที่กล่าวไว้เบื้องต้นว่าเรามีประสบการณ์ในการให้บริการและสนับสนุนนักลงทุนมาอย่างยาวนานตั้งแต่เปิดสาขาฮ่องกงสาขาแรกก็ 70 ปีมาแล้ว เพราะฉะนั้นศักยภาพของธนาคารกรุงเทพเราเชื่อมั่นว่าเราสามารถให้ความรู้คำแนะนำ เป็น ‘เพื่อนคู่คิด มิตรคู่บ้าน’ ให้แก่นักลงทุนได้ ส่วนด้านอื่นการลงทุนในต่างประเทศ เนื่องจากการเปิดตลาดใหม่และเป็นกฎระเบียบอาจจะไม่เหมือนกัน การศึกษาด้านสภาพตลาด กฎระเบียบ รวมถึงอุปสงค์-อุปทานในประเทศที่จะไปลงทุนก็ควรจะต้องทำอย่างดีอีกทั้งสิ่งที่นักลงทุนจะต้องพิจารณา คือ ศักยภาพของสินค้าหรือการให้บริการของเราที่มีอยู่มีความเหมาะสม

กับตลาดที่เราต้องการจะขยายออกไปหรือไม่ เช่นนี้แล้วนักลงทุนจำเป็นต้องทำการบ้าน ผมคิดว่าการออกไปแสวงหาโอกาสในการทำธุรกิจต่างประเทศเป็นสิ่งที่นักธุรกิจไทยเมื่อเติบโตในระดับหนึ่งในตลาดในประเทศก็ต้องขยายธุรกิจออกไป

ส่วนสถานการณ์เศรษฐกิจ หรือจะพูดถึงปัญหาภูมิรัฐศาสตร์ในปัจจุบัน มีความซับซ้อนค่อนข้างมาก ผมคงไม่สามารถพูดได้ว่าจะมีทางแก้ปัญหาเดียวที่ใช้ได้กับทุกๆ ธุรกิจ ซึ่งลักษณะการให้การสนับสนุนและทำงานกับลูกค้าของเราคงให้คำแนะนำแล้วแต่ลักษณะทางธุรกิจหรือประเด็นของลูกค้ามากกว่า ส่วนมากจะแนะนำลูกค้าว่าสถานการณ์เศรษฐกิจ

ในปัจจุบัน การป้องกันความเสี่ยงเป็นสิ่งสำคัญ ไม่ว่าจะเป็นเรื่องอัตราแลกเปลี่ยน อัตราดอกเบี้ย ทางธนาคารก็มีความสามารถมีศักยภาพในการให้บริการให้แก่ลูกค้าของเราเพื่อป้องกันความเสี่ยงที่อาจจะเกิดขึ้นได้ในภาวะตลาดที่ผันผวนในปัจจุบันนี้ครับ

สุดท้ายนี้ ผมรู้สึกภูมิใจที่ได้มีโอกาสเป็นส่วนร่วมกับกิจการธนาคารต่างประเทศของธนาคารกรุงเทพและมีความเชื่อมั่นในศักยภาพและทิศทางในการพัฒนาของเศรษฐกิจในอาเซียนซึ่งต้องบอกตรงๆ ว่าน่าจะได้รับประโยชน์จากสถานการณ์การเปลี่ยนแปลง ไม่ว่าจะเป็นการหยุดชะงักทางห่วงโซ่อุปทาน China plus one ปัญหาภูมิรัฐศาสตร์ จะทำให้อาเซียนเป็นเขตเศรษฐกิจที่น่าจะมีการเติบโตทางการค้าและการลงทุนที่สูง เพราะฉะนั้นกิจการธนาคารต่างประเทศเองก็คาดหวังว่าจะสามารถสร้างการเติบโตให้กับธนาคารกรุงเทพได้ให้สมอย่างที่คุณภาพที่อาเซียนต้องมี และเป็น ‘เพื่อนคู่คิด มิตรคู่บ้าน’ เชื่อมโยงอาเซียนให้กับลูกค้าของเรา และเป็นหนึ่งใน ‘แหล่งที่มาของความเติบโต’ ให้กับลูกค้าต่อไปในอนาคตครับ 📌



ก้าวทัน ภาษีเวียดนาม 2567

Policy Watch

ในปี 2567 มีการเปลี่ยนแปลงเรื่องภาษีหลายประเภทในเวียดนาม เพื่อกระตุ้นเศรษฐกิจและปรับตัวให้สอดคล้องกับภาษีระหว่างประเทศ โดยภาษีหลักๆ ที่มีการปรับเปลี่ยนที่บริษัทต่างชาติควรรู้มีดังนี้

1

การจัดเก็บภาษีเพิ่มเติม (Top-up tax)



สภาแห่งชาติเวียดนามอนุมัติการจัดเก็บภาษีเพิ่มเติม หรือ Top-up tax เพื่อชดเชยการปรับลดภาษีรูปแบบใหม่ คือ อัตราภาษีเงินได้นิติบุคคลขั้นต่ำทั่วโลก หรือ Global Minimum Tax (GMT) ตามที่องค์การเพื่อความร่วมมือทางเศรษฐกิจและการพัฒนา (OECD) นำเสนอ โดยบริษัทที่จ่ายภาษีน้อยกว่า 15% จำเป็นต้องจ่ายภาษีเพิ่มเติมเพื่อให้ถึงขั้นต่ำ 15% ในปีนี้

ก่อนหน้านี้ เวียดนามค่อนข้างนำเสนอการลดหย่อนภาษีให้บริษัทต่างชาติอย่างมาก เพื่อดึงดูดให้บริษัทเหล่านี้มาเปิดโรงงานในประเทศ ส่งผลให้เวียดนามได้ครองตำแหน่งสำคัญในห่วงโซ่อุปทานโลกและกลายเป็นศูนย์กลางการผลิตที่สำคัญของโลก

2

ภาษีสิ่งแวดล้อม (Environmental Protection Tax)



นับตั้งแต่ปี 2553 ภาษีสิ่งแวดล้อมถือเป็นเสาหลักของการเปลี่ยนผ่านสู่เศรษฐกิจสีเขียวของเวียดนาม โดยในเดือนเมษายน ปี 2566 เพื่อตอบสนองต่อความท้าทายต่างๆ จึงมีการลดภาษีสิ่งแวดล้อมต่อน้ำมันเชื้อเพลิงและน้ำมันหล่อลื่น เพื่อกระตุ้นเศรษฐกิจซึ่งจะมีการขยายการลดภาษีไปจนถึงสิ้นปี 2567 ทั้งนี้ มีการคาดการณ์ว่าการลดภาษีสิ่งแวดล้อมจะทำให้รายได้จากภาษีลดลงประมาณ 1,760 ล้านดอลลาร์สหรัฐ

3



ภาษีมูลค่าเพิ่ม (VAT tax)

โดยปกติแล้วเวียดนามจัดเก็บภาษีมูลค่าเพิ่มที่ 10% แต่ปรับลดเหลือ 8% ตั้งแต่วันที่ 1 กรกฎาคม 2566

และได้ขยายเวลาไปจนถึงวันที่ 30 มิถุนายน 2567 ซึ่งการลดภาษีมูลค่าเพิ่มจะนำมาใช้กับเกือบทุกอุตสาหกรรม ยกเว้น โทรคมนาคม, เทคโนโลยีสารสนเทศ (IT), การเงิน, การธนาคาร, หลักทรัพย์, การประกันภัย, อสังหาริมทรัพย์, โลหะและผลิตภัณฑ์ที่เกี่ยวข้องกับโลหะ, การทำเหมือง, การกลั่นปิโตรเลียม, เคมี และสิ่งของที่อยู่ภายใต้ภาษีสรรพสามิต

4

ค่าธรรมเนียมการจดทะเบียนรถยนต์

เวียดนามลดค่าธรรมเนียมการจดทะเบียนรถยนต์ในเดือนกรกฎาคมปี 2566 เพื่อทดสอบและกระตุ้นอุตสาหกรรมการผลิตรถยนต์ในท้องถิ่น โดยลดค่าใช้จ่ายการจดทะเบียนลงครึ่งหนึ่งสำหรับรถยนต์, รถเทรลเลอร์, รถกึ่งพ่วง ที่ประกอบในเวียดนาม แต่ในวันที่ 1 มกราคม 2567 การลดค่าธรรมเนียมการจดทะเบียนรถยนต์ได้สิ้นสุดลงและเจ้าของยานยนต์ต่างๆ จำเป็นต้องจ่ายค่าธรรมเนียมการจดทะเบียนรถยนต์แบบเต็มจำนวน



ASEAN's GREEN REVOLUTION



**ปฏิวัติพลังงานสีเขียว
'อาเซียน' เล็งดัน 'โซลาร์เซลล์-รถไฟฟ้า'**

เมื่อพูดถึงการขับเคลื่อนเข้าสู่การใช้พลังงานหมุนเวียนก็มักจะเห็นภาพของโซลาร์ฟาร์มขนาดใหญ่หรือกังหันลมสูงชะลูด แต่สิ่งที่เป็นตัวพลิกสถานการณ์ในการต่อสู้กับการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ที่แท้จริงอาจเป็นเพียงแหล่งผลิตไฟฟ้าแบบกระจายศูนย์ (Distributed Energy Resources: DER) อย่างแผงโซลาร์ติดหลังคาและบรรดารถยนต์ไฟฟ้า

ดร. Gabrielle Kuiper ผู้เชี่ยวชาญด้านแหล่งผลิตไฟฟ้าแบบกระจายศูนย์และเป็นผู้เขียนบทความจาก Institute for Energy Economics and Financial Analysis (IEEFA) กล่าวว่า ในท้ายที่สุดแล้วแหล่งผลิตไฟฟ้าแบบดังกล่าวอาจมีสัดส่วนถึงครึ่งหนึ่งของพลังงานหมุนเวียนทั้งหมดในภูมิภาคหากมีการใช้นโยบายที่เหมาะสม

DER คือแหล่งให้กำเนิดพลังงานขนาดเล็กหรือเทคโนโลยีการกักเก็บพลังงานใดๆ ที่ทำงานเชื่อมกับโครงข่ายการกระจายศูนย์ท้องถิ่นหรือแบบ off-grid ที่ไม่ต้องเชื่อมโครงข่ายก็ได้ ซึ่งระบบ DER จะต้องได้รับการจัดการด้านพลังงานอย่างใกล้ชิดหรือตรงวัตถุประสงค์เท่านั้น ซึ่งผู้เชี่ยวชาญด้านพลังงานหลายคนกล่าวว่าสิ่งนี้จะช่วยเพิ่มความยืดหยุ่นและประสิทธิภาพได้มากขึ้น

นอกจากนี้ ดร. Kuiper ยังกล่าวว่า ระบบ DER อาจช่วยให้ภูมิภาคเอเชีย

ตะวันออกเฉียงใต้สามารถปลดล็อกศักยภาพด้านพลังงานหมุนเวียนได้เป็นมูลค่าหลายพันล้านดอลลาร์สหรัฐ อีกทั้งยังช่วยเร่งให้สามารถบรรลุเป้าหมายในการเป็นศูนย์กลางด้านพลังงานสะอาดของโลกได้

สำหรับประโยชน์อีกหนึ่งอย่างของ DER คือการที่ระบบดังกล่าวมีความยืดหยุ่นต่อการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ ซึ่ง ดร. Kuiper ได้ยกตัวอย่างพลเมืองออสเตรเลียที่ใช้ในบ้านตัวเองและแบตเตอรี่ EV มาช่วยประชาชนในช่วงเวลาที่เกิดไฟป่าเมื่อไม่นานมานี้ รวมถึงยังใช้ช่วยเก็บความเย็นให้อาหารไม่เน่าเสีย หลังหลายครัวเรือนไม่สามารถเข้าถึงแหล่งพลังงานต่างๆ ได้

อย่างไรก็ดี นาย Tim Buckley ประธาน Climate Energy Finance think tank ในออสเตรเลียกล่าวว่า ถึงแม้ว่าเอเชียอาจจะยังไม่ใช้สถานที่หลักสำหรับโครงการ DER ต่างๆ ในตอนนี้ แต่การขยายการเติบโตเป็นสิ่งที่อาจเกิดขึ้นได้เร็วกว่าเมื่อเทียบกับพวกโรงไฟฟ้าขนาดใหญ่

นาย Buckley ยังเสริมว่า ระบบ DER จะปลดความจำเป็นในการลงทุนในโครงข่ายไฟฟ้าขนาดใหญ่ เนื่องจากระบบนี้จะเข้าไปทดแทนโครงข่ายไฟฟ้าเดิมได้ ซึ่งจะช่วยร่นระยะเวลาในการก่อสร้างได้อย่างมีประสิทธิภาพถึง 10 ปี

อย่างไรก็ดี การปฏิรูปกฎเกณฑ์นับเป็นสิ่งจำเป็นในการขับเคลื่อนให้เกิดการ

ใช้ DER แต่ในบางครั้งผู้ออกกฎเกณฑ์ก็ต้องนำผลประโยชน์ที่ผู้บริหารโครงข่ายหรือโรงไฟฟ้าจะได้รับมาพิจารณาด้วยเช่นกัน

‘การเปลี่ยนแปลง’ ต้องถูกส่งเสริมด้วยนโยบาย

ดร. Kuiper กล่าวว่า หากต้องการให้ระบบ DER มีประสิทธิภาพสูงสุด การเปลี่ยนแปลงความคิดในบรรดาผู้ดำเนินการหรือผู้กำหนดระบบไฟฟ้านับเป็นสิ่งจำเป็น โดยผู้ออกนโยบายควรให้ความสำคัญกับการเปลี่ยนแปลงเข้าสู่การใช้พลังงานสะอาดและระบบการสร้างและส่งไฟฟ้าขนาดอย่างเท่าเทียมกัน

ขณะที่นาย Tristan Pheh นักวิเคราะห์จาก Rystad Energy กล่าวว่า ภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้เป็นภูมิภาคที่ผู้บริโภคมีความอ่อนไหวด้านราคา ดังนั้นผู้บริโภคจะยินดีรับนโยบายใดๆ ที่จะทำให้ต้นทุนต่ำลง ทั้งการให้เงินอุดหนุน การลดภาษี ดอกเบี้ยถูก หรือให้มีการขายไฟฟ้ากลับไปให้โครงข่ายได้

อย่างไรก็ดี นอกจากความท้าทายทางด้านกฎเกณฑ์แล้ว ภูมิภาคอาจต้องเผชิญกับปัญหาที่ดินขาดแคลน ปัญหาด้านการเงิน และปัญหาโครงสร้างพื้นฐานโครงข่ายไฟฟ้าที่ทันสมัย ในการเข้าถึงเป้าหมายการนำ DER มาใช้เพื่อรองรับความต้องการพลังงานสีเขียวด้วยเช่นกัน

ที่มา : Is Southeast Asia set for a green energy revolution powered by small solar panels and EVs?, Biman Mukherji, South China Morning Post

'แบงก์ชาตลาว' ออกกฎให้ นักลงทุนต่างชาติต้องเปิด บัญชีธนาคาร

ธนาคารแห่งชาติ สปป. ลาว ออกกฎเกณฑ์ด้านเงินตราต่างประเทศ โดยให้นักลงทุนต่างชาติต้องเปิดบัญชีธนาคารใน สปป. ลาว สำหรับการดำเนินการทางการเงินต่างๆ จากรายงานของสำนักข่าว Vientiane Times ระบุว่า กฎเกณฑ์ดังกล่าวเกิดขึ้นหลังจากที่รัฐบาลพบว่าเงินทุนไหลเข้าของการลงทุนจากต่างประเทศที่ถูกบันทึกในระบบธนาคารต่ำกว่ามูลค่าเงินลงทุนที่ตกลงกันไว้อย่างมาก การเคลื่อนไหวของธนาคารกลางในครั้งนี้จึงเป็นส่วนหนึ่งของความพยายามของรัฐบาลในการรับประกันว่าเงินตราต่างประเทศจะเข้าระบบธนาคารมากขึ้น รวมถึงเป็นอีกหนึ่งสิ่งที่จะช่วยแก้ปัญหาการขาดแคลนดุลการชำระเงินทั้งหมด ซึ่งเชื่อว่าการรักษาเสถียรภาพของมูลค่าเงินก็จะช่วยแก้ปัญหาด้านการเงินของประเทศที่กำลังเผชิญอยู่ได้ นักลงทุนต่างชาติจึงจำเป็นต้องเปิดบัญชีธนาคารในสกุลเงินกีบและสกุลเงินตราต่างประเทศกับธนาคารพาณิชย์ใน สปป. ลาว ภายใน 15 วันทำการหลังจากที่ได้รับใบอนุญาตประกอบธุรกิจหรือเมื่อข้อเสนอขอลงทุนได้รับการอนุมัติเรียบร้อยแล้ว 📌

ที่มา : <https://www.thestar.com.my/aseanplus/aseanplus-news/2024/01/14/foreign-investors-are-now-required-to-open-bank-accounts-in-laos-says-central-bank>

VIETNAM

'เวียดนาม' ถึงจุดการลงทุน สู่ 'นิคมฯ ไฮเทค'

สำนักข่าว Vietnam News รายงานว่า รัฐบาลเวียดนามได้เสนอสิทธิประโยชน์ต่างๆ ด้านภาษี เพื่อดึงดูดการลงทุนในการพัฒนาบรรดา นิคมอุตสาหกรรมไฮเทค โดยการลงทุนดังกล่าวจะเสียภาษีเงินได้นิติบุคคลในอัตราเพียง 10% ต่อปีเป็นระยะเวลา 15 ปี ซึ่งจะได้รับยกเว้นในช่วง 4 ปีแรก และลดหย่อน 50% เป็นเวลา 9 ปีติดต่อกัน ปัจจุบัน เวียดนามมีนิคมอุตสาหกรรมไฮเทคอยู่ทั้งหมด 3 แห่ง ได้แก่ ทินครโฮจิมินห์ ที่เขต Hoa Lac ทางตะวันตกเฉียงใต้ของกรุงฮานอย และที่เมืองดานัง ขณะที่คณะกรรมการบริหารของนิคมอุตสาหกรรมไฮเทค Hoa Lac ระบุว่า การมีนโยบายต่างๆ ที่เป็นประโยชน์เกี่ยวกับภาษีเงินได้นิติบุคคลธรรมดา และวิสัยระยะยาวสำหรับบรรดาผู้เชี่ยวชาญที่ทำงานในนิคมอุตสาหกรรมไฮเทคนั้นก็สิ่งจำเป็น ด้านคณะกรรมการบริหารของนิคมอุตสาหกรรมไฮเทคที่นครดานังระบุเพิ่มเติมว่า ในระยะยาว กฎหมายที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมไฮเทคควรแยกออกมาต่างหากเพื่อความสะดวกในการพัฒนา 📌

ที่มา : <https://english.news.cn/20240206/a76498e4f09a4a6a927ac6302a3df883/c.html>



ASEAN+3

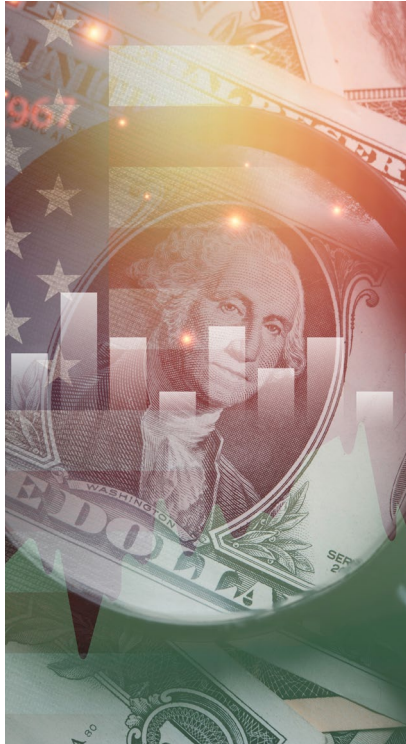
เศรษฐกิจ 'ASEAN+3' ปีโตแรง

ด้วยอุปสงค์ภายในประเทศที่แข็งแกร่ง อัตราเงินเฟ้อระดับปานกลาง และการค้าที่มีการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง ทำให้คาดการณ์ว่า ภูมิภาคอาเซียน+3 ซึ่งประกอบด้วยสมาชิก 10 ประเทศ ร่วมกับจีน ญี่ปุ่น และเกาหลีใต้ จะยังคงรักษาการเติบโตทางเศรษฐกิจที่แข็งแกร่งในปีนี้ได้ แม้ว่าแนวโน้มเศรษฐกิจโลกในภาพรวมจะมีความไม่แน่นอนก็ตาม โดยสำนักงานวิจัยเศรษฐกิจมหภาคแห่งภูมิภาคอาเซียน+3 (AMRO) ได้คาดการณ์การเติบโตทางเศรษฐกิจของภูมิภาคดังกล่าวไว้ที่ 4.5% นอกจากนี้ AMRO ยังตั้งข้อสังเกตว่ามีแรงกดดันเพื่อให้ราคาสินค้าลดลงอย่างต่อเนื่องทั่วทั้งกลุ่มประเทศสมาชิก สะท้อนให้เห็นถึงแนวโน้มของราคาสินค้าโภคภัณฑ์ทั่วโลก นอกจากนี้ อัตราเงินเฟ้อในปีใหม่ของภูมิภาคอาเซียน+3 ไม่รวม สปป. ลาว และเมียนมา ได้รับการคาดการณ์ว่าจะอยู่ในระดับปานกลางที่ 2.6% จากเดิมประมาณ 2.8% ในปี 2566 อย่างไรก็ตาม AMRO เน้นย้ำว่ายังคงมีความเสี่ยงที่อัตราเงินเฟ้อจะเพิ่มสูงขึ้นอย่างมีนัยสำคัญและอัตราเงินเฟ้อพื้นฐานในหลายประเทศยังคงอยู่ในระดับสูง ขณะที่ Hoe Ee Khor หัวหน้านักเศรษฐศาสตร์ของ AMRO เปิดเผยว่า การฟื้นตัวของเทคโนโลยีทั่วโลกสามารถรับรู้ได้โดยดูจากประสิทธิภาพการส่งออกในภูมิภาคที่ดีขึ้น โดยเฉพาะอย่างยิ่งอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ แต่การส่งออกที่ไม่เกี่ยวข้องกับเทคโนโลยีนั้น การฟื้นตัวยังคงเป็นไปอย่างช้าๆ ซึ่งเป็นเหตุผลว่าทำไมการสำรวจความเชื่อมั่นด้านการผลิตเมื่อเร็วๆ นี้จึงได้รับคำตอบที่ค่อนข้างหลากหลาย 📌

<https://www.phnompenhpost.com/business/robust-growth-predicted-for-asean-3>

รายได้ต่อหัวของ 'กัมพูชา' ทะลุ 2,000 ดอลลาร์ปีนี้

จากข้อมูลงบประมาณโดยสังเขปของกระทรวงเศรษฐกิจและการคลังประจำปีงบประมาณ 2567 ของกัมพูชา พบว่า รายได้ต่อหัว (PCI) ของชาวกัมพูชาในปี 2567 คาดว่าจะเกิน 2,000 ดอลลาร์สหรัฐ เพิ่มขึ้นมากกว่า 8% เมื่อเทียบกับปี 2566 และคาดการณ์ว่าการเติบโตทางเศรษฐกิจจะสูงถึงประมาณ 6.6% ซึ่งจะส่งผลให้ผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศ (GDP) ในปีปัจจุบันเพิ่มขึ้นเป็นราว 142.96 ล้านล้านเรียล (3.492 หมื่นล้านดอลลาร์สหรัฐ) นอกจากนี้ GDP ต่อหัวก็คาดว่าจะเพิ่มขึ้นเป็น 2,071 ดอลลาร์สหรัฐในปีนี้ เพิ่มขึ้นจากประมาณ



ที่มา <https://www.thestar.com.my/aseanplus/aseanplus-news/2024/01/08/cambodia039s-per-capita-income-tipped-to-pass-rm9300-in-2024>

1,917 ดอลลาร์สหรัฐในปีที่ผ่านมา และ 1,784 ดอลลาร์สหรัฐในปี 2565 ขณะที่ Hong Vanak ผู้อำนวยการฝ่ายเศรษฐศาสตร์ระหว่างประเทศ จาก Royal Academy of Cambodia เปิดเผยว่าปัจจุบัน มีการลงทุนหลังไหลเข้ากัมพูชาอย่างมีนัยสำคัญในทุกภาคส่วนของประเทศ โดยจะสังเกตเห็นว่าในขณะนี้กิจกรรมทางเศรษฐกิจและสังคมในท้องถิ่นมีความก้าวหน้า ระดับรายได้ต่อหัวก็เพิ่มขึ้นด้วยตามลำดับ นอกจากนี้ Vanak ยังตั้งข้อสังเกตว่าการส่งออกของกัมพูชาไปยังตลาดต่างประเทศในปีที่ผ่านมา มีแนวโน้มเชิงบวก แม้ว่าเศรษฐกิจโลกจะชะงักก็ตาม ทั้งนี้ เขาได้สนับสนุนให้ทั้งภาครัฐและภาคเอกชนเพิ่มความพยายามที่จะบรรลุเป้าหมายในการยกระดับกัมพูชาให้เป็นประเทศที่มีรายได้ปานกลางระดับสูงให้ได้ภายในปี 2573 และวางรากฐานสำหรับการเป็นเศรษฐกิจที่มีรายได้สูง ภายในปี 2593 ให้ได้รวดเร็วยิ่งขึ้น



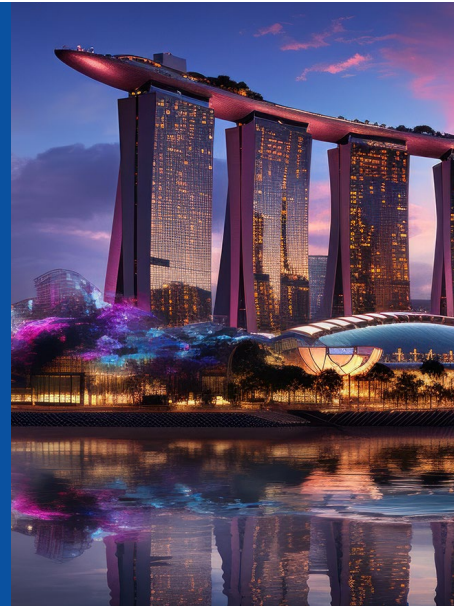
'สิงคโปร์' จ่อปรับเกณฑ์ รายได้ขั้นต่ำต่างชาติ

รัฐบาลสิงคโปร์เตรียมปรับฐานเงินเดือนของชาวต่างชาติที่จะขอใบอนุญาตทำงานประเภท Employment Pass (EP) มีผลบังคับใช้สำหรับบริษัทที่จะจ้างงานใหม่ตั้งแต่เดือนมกราคมปี 2568 เป็นต้นไป โดยแรงงานต่างชาติต้องได้รับเงินเดือน 5,600 ดอลลาร์สิงคโปร์ต่อเดือนหรือมากกว่า จากเดิมที่ได้รับเงินเดือน 5,000 ดอลลาร์สิงคโปร์ ถึงจะมีสิทธิได้รับใบอนุญาตทำงานประเภทนี้ ซึ่งจะออกให้แก่ผู้มีความสามารถในระดับวิชาชีพ (Professional) และระดับบริหาร (Executive) ที่เงินเดือนสูงเท่านั้น กระทรวงแรงงานสิงคโปร์ยังระบุว่า ผู้ที่อยู่ในภาคการเงินจะต้องได้รับเงินเดือนเพิ่มขึ้นเป็น 6,200 ดอลลาร์สิงคโปร์ จากเดิม 5,500 ดอลลาร์สิงคโปร์ โดยการปรับฐานเงินเดือนนี้ก็เพื่อให้แน่ใจว่าผู้ที่ได้รับใบอนุญาตทำงานประเภท

Employment Pass นั้นมีคุณภาพสูง และเพื่อรักษาระดับการแข่งขันสำหรับคนในท้องถิ่นเองด้วย ทั้งนี้ สิงคโปร์เป็นจุดหมายปลายทางยอดนิยมสำหรับบรรดาบริษัทต่างชาติที่เข้ามาตั้งสำนักงานใหญ่ประจำภูมิภาค ขณะที่แรงงานต่างชาติได้กลายเป็นปัญหายุ่งยากสำหรับชาวสิงคโปร์ที่ต้องต่อสู้แข่งขันเพื่อโอกาสในการจ้างงาน

ณ เดือนมิถุนายนปีที่แล้ว สิงคโปร์มีแรงงานต่างชาติที่มีใบอนุญาตทำงานในระดับวิชาชีพและระดับบริหารอยู่ 197,300 คน จากแรงงานต่างชาติทั้งหมด 1.5 ล้านคน และประเทศมีประชากรทั้งสิ้น 5.9 ล้านคน

อย่างไรก็ตาม นับตั้งแต่เกิดการแพร่ระบาดของโรคโควิด 19 ในปี 2563 รัฐบาลได้ปรับ



ฐานเงินเดือนสำหรับการออกใบอนุญาตทำงานประเภทดังกล่าวให้แก่ชาวต่างชาติขึ้น 3 ครั้งแล้ว โดยการปรับขึ้นครั้งล่าสุดมีผลบังคับใช้เมื่อเดือนกันยายนปี 2566 จาก 4,500 ดอลลาร์สิงคโปร์ เป็น 5,000 ดอลลาร์สิงคโปร์

ที่มา : <https://e.vnexpress.net/news/business/companies/singapore-increases-minimum-salary-requirements-for-foreign-professionals-4718378.html>

Member of
**Dow Jones
Sustainability Indices**
Powered by the S&P Global CSA



Bangkok Dusit Medical Services

ยกระดับธุรกิจสุขภาพ ภูมิภาอาเซียน

ปัจจุบันที่ผู้คนทั่วโลกหันมาให้ความสนใจกับการรักษาสุขภาพมากขึ้นจนเกิดเป็น
เทรนด์ด้านสุขภาพใหม่ๆ ที่เกิดขึ้นตามมามากมาย เช่น เทรนด์ Medical Wellness
หรือการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ซึ่งรัฐบาลได้ออกนโยบายสนับสนุนเพื่อผลักดันให้
‘ไทย’ เป็นจุดหมายปลายทางด้านสุขภาพในอนาคต

Vision of Beyond ฉบับนี้จะพาทุกท่านไปทำความรู้จักกับ ‘BDMS’ ผู้นำในกลุ่มธุรกิจบริการ
ด้านสุขภาพแบบครบวงจร ที่พร้อมขับเคลื่อนองค์กรด้วย Medical Sustainability
ผ่านบทสัมภาษณ์พิเศษของ ‘แพทย์หญิง ปรมาภรณ์ ปราสาททองโอสถ’
กรรมการผู้อำนวยการใหญ่ บริษัท กรุงเทพดุสิตเวชการ จำกัด (มหาชน)
ที่จะช่วยให้ทุกท่านได้เปิดมุมมองใหม่ๆ เกี่ยวกับ ‘ความยั่งยืนทางการแพทย์’





พญ.ปรมาภรณ์ ปราสาททองโอสถ
กรรมการผู้อำนวยการใหญ่
บริษัท กรุงเทพดุสิตเวชการ จำกัด (มหาชน)

AEC TAKE-OFF: สำหรับการเป็นผู้นำกลุ่ม Healthcare ในภูมิภาค บริษัทฯ มีทิศทางอย่างไรบ้างคะ โดยเฉพาะในเรื่องของ Medical Sustainability

พญ. ประมาภรณ์: องค์การของเราเริ่มมาจากการเป็นโรงพยาบาล มีการขยายจำนวนโรงพยาบาลเพิ่มขึ้นเรื่อยๆ และขยายไปในธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับทางการแพทย์อื่นๆ ซึ่งในปัจจุบันมีโรงพยาบาลกว่า 50 แห่ง มีเครือข่ายร้านขายยา โรงงานผลิตยา และน้ำเกลือ รวมถึงธุรกิจห้องปฏิบัติการทางการแพทย์ (Lab) และล่าสุดมีธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการดูแลสุขภาพป้องกัน (Medical Wellness) ซึ่งก็น่าจะครบทั้ง Ecosystem ของการดูแลสุขภาพแล้ว

หลังจากนี้ เราจะทำอย่างไรให้ธุรกิจเราเติบโตได้อย่างยั่งยืน ก็จะทำเรื่อง Sustainability มาใช้เป็นแกนปฏิบัติ ซึ่งจะมีทั้งจากที่ประกาศโดย THSI (Thailand Sustainability Investment) ของประเทศไทย และ DJSI (Dow Jones Sustainability Index) ของระดับโลก

AEC TAKE-OFF: ซึ่ง BDMS เพิ่งได้รับรางวัลไปในปีที่ผ่านมาด้วย

พญ. ประมาภรณ์: ใช่ค่ะ เราเริ่มทำมาประมาณ 3-4 ปี ความยากในตอนนั้นคือเราพยายามหาต้นแบบของธุรกิจสุขภาพในภูมิภาค แต่ไม่มี และในปัจจุบันเราน่าจะยังเป็นกลุ่มเดียวในเอเชีย-แปซิฟิกของสายสุขภาพที่ดำเนินธุรกิจตามแนวความยั่งยืนนี้ ทั้งนี้เมื่อเลือกทำก็ต้องให้คนในองค์กรรับรู้รับทราบ ต้องทำความเข้าใจกันก่อนว่าเราจะทำเรื่องนี้เพื่ออะไร

AEC TAKE-OFF: การสร้างบุคลากรให้มีความเข้าใจในเรื่องของ Sustainability เริ่มต้นอย่างไรบ้างคะ

พญ. ประมาภรณ์: ต้องเริ่มต้นที่ตัวเราเองก่อน ในฐานะผู้นำองค์กร เราต้องไปทำความเข้าใจและตกลงใจที่จะเป็นคน

Lead เรื่องนี้เอง เราตั้งคณะกรรมการขึ้นมาโดยให้ตัวเองเป็นประธาน เริ่มศึกษารายละเอียดของข้อกำหนดต่างๆ และทบทวนสิ่งที่เราทำอยู่แล้ว อย่างที่เรียนมันก็จะ

E - Environment
S - Social
G - Governance และด้านเศรษฐกิจ รวมอยู่ด้วยกัน

ตัว Social เราทำอยู่เป็นประจำ ไม่ว่าจะเป็นการดูแลสุขภาพความเป็นอยู่ของพนักงาน ของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย รวมถึงสิ่งที่ให้กับสังคม ในสายสุขภาพอาจจะเรียกได้ว่ามีข้อได้เปรียบ เนื่องจากลักษณะธุรกิจมันตรงกับทางนี้อยู่แล้ว สิ่งที่ยากคือ Environment เพราะว่าไม่ใช่ความรู้ที่อยู่ในองค์กร ส่วนเศรษฐกิจหรือ Governance ก็จะเป็นเรื่องของความมีประสิทธิภาพ การดำเนินงาน ความโปร่งใสในองค์กร ซึ่งอันนั้นมันเป็นมาตรฐานปกติ

AEC TAKE-OFF: บริษัทฯ มีมุมมองเรื่องการพัฒนาเทคโนโลยีและนวัตกรรมอย่างไรคะ

พญ. ประมาภรณ์: นวัตกรรมคือเครื่องมือสำคัญที่จะเอามาช่วยเรื่อง Sustainability ไม่ว่าจะเป็นวิธีการ เครื่องมือ หรือความรู้ใหม่ๆ ยกตัวอย่างเรื่อง Environment เราทำโซลาร์ได้ ดูแลเรื่องขยะได้ แต่ถ้าเราจะทำให้มากกว่านั้นคือจะจัดการอย่างไรกับขยะติดเชื้อในโรงพยาบาลที่ต้องเอาไปเผาแล้วเกิดเป็นก๊าซอันตราย ซึ่งเราจะต้องนำนวัตกรรมไปเปลี่ยนกระบวนการเดิม เพราะฉะนั้นไม่ว่าจะเป็น E, S, G ถ้ามีนวัตกรรมเข้าไปใส่มันก็จะทำให้พัฒนาไปต่อได้

AEC TAKE-OFF: คุณหมอช่วยยกตัวอย่างนวัตกรรมเล็กๆ ที่น่าสนใจได้ไหมคะ

พญ. ประมาภรณ์: ได้ค่ะ ตัวอย่างนี้ก็จะ เป็นสตาร์ทอัพที่อยู่ในประเทศไทยพัฒนาเป็น AI มาช่วยอ่านผล X-ray ซึ่งมีประสิทธิภาพ

สูงและสามารถพัฒนาร่วมกันไปได้ โดย ณ วันนี้ก็ยังใช้กับเขาอยู่ รวมถึงเข้าไปลงทุนด้วย

ส่วนอีกอันหนึ่งที่เรารับรางวัลจากตลาดหลักทรัพย์เมื่อปีที่แล้ว คือเมื่อ 7-8 ปีก่อนโรงพยาบาลได้ส่งคุณหมอท่านหนึ่งไปเรียนเทคนิคการผ่าตัดข้อสะโพกในต่างประเทศ ไปเรียนวิธีการผ่าตัดเข้าทางด้านหน้าของลำตัว โดยไม่ต้องตัดกล้ามเนื้อ เพราะฉะนั้นจะใช้เวลาในการฟื้นตัวดีขึ้น กลับมาเดินได้เร็วขึ้น ซึ่งก็นำวิธีการนี้ไปสอนไปโรงพยาบาลหลายแห่งทั้งในประเทศและในภูมิภาค ซึ่งตอนที่เขาไปเรียนพบว่าเตียงผ่าตัดมันต้องใช้เตียงพิเศษ โดยค่าเตียงก็ราคาหลายล้าน ซึ่งถ้าเราไปสอนแล้วต้องให้ซื้อเตียงด้วย สุดท้ายเขาก็อาจจะไม่ทำ ทีมของคุณหมอท่านนี้ก็ใช้วิธีเอาเตียงธรรมดามาปรับเทคนิคแทน โดยในปัจจุบัน การผ่าตัดแบบนี้ก็สามารถทำในเตียงทั่วไปที่โรงพยาบาลทุกที่มี อันนี้ก็เลยเป็นเรื่องจากนวัตกรรมไปถึง Sustainability

AEC TAKE-OFF: ในฐานะที่เป็นผู้นำธุรกิจ Healthcare ในระดับประเทศและภูมิภาค คุณหมอมองว่า Megatrend ที่นอกเหนือจากเรื่อง Sustainability แล้วมีอะไรเพิ่มเติมอีกบ้าง

พญ. ประมาภรณ์: สิ่งที่คุณให้ความสำคัญตอนนี้คงไม่ใช่แค่อายุให้ป่วย เพราะว่ารอให้ป่วยก็จะมีความเสี่ยงสูง รวมถึงค่าใช้จ่ายในการดูแลสุขภาพก็มีแนวโน้มว่าจะสูงขึ้นเรื่อยๆ ไม่ว่าจะเป็นค่ายา ค่าผ่าตัด ค่าฉายแสง และอื่นๆ ดังนั้นคนจะหันมาดูแลสุขภาพก่อนป่วย เมื่ออายุยืนขึ้นก็ต้องมีสุขภาพดีขึ้น ซึ่งในภาพรวมการดูแลสุขภาพดีกว่าการรอให้ป่วยอยู่แล้ว เพราะฉะนั้น เรื่องของสุขภาพเชิงป้องกันจึงเป็นตลาดหรือเป็นสิ่งที่คนให้ความสนใจ

AEC TAKE-OFF: มีความท้าทายหรือมีอุปสรรคที่อยากแบ่งปันหรือไม่คะ



ในมุมมองของไทย เรายังเป็น Medical Hub ของ AEC หรือ เอเชีย-แปซิฟิก ซึ่งครอบคลุมทั้งเรื่อง ของ Wellness เรื่องของโรงพยาบาล เรื่องของการดูแลรักษาพยาบาล... ในอีก 10 ปีข้างหน้า ก็ยังเป็นโอกาสของ ธุรกิจสายสุขภาพ โดยเฉพาะกลุ่มโรง พยาบาลในประเทศไทยที่ยังเติบโตได้

— พญ.ปรมาภรณ์ ปราสาททองโอสถ

พญ. ปรมาภรณ์: ความท้าทายทางการแพทย์ในเรื่องความรู้ใหม่ๆ จะมีการเปลี่ยนแปลงตลอดเวลา มีวิธีการรักษาโรคใหม่ วิธีการดูแลสุขภาพใหม่ๆ ที่มีประสิทธิภาพสูงขึ้น ซึ่งมันเป็นทั้งข้อดีของธุรกิจและเป็นความท้าทายด้วย ถ้าเราไม่ติดตามเรื่องเหล่านี้ก็จะทำให้เราล้าหลังจะไม่ได้ประสิทธิภาพที่ดีที่สุดอย่างที่เราตั้งใจ

เรื่องที่ 2 น่าจะเป็นเรื่องบุคลากรซึ่งบุคลากรทางการแพทย์มีจำกัด เพราะฉะนั้นต้องให้ความสำคัญเราจะทำอย่างไรให้เขาอยากอยู่กับเรา อยู่กับเราแล้วมีความสุข และต้องให้เขาได้พัฒนาความรู้ความสามารถไปเรื่อยๆ ด้วย ซึ่ง 2 เรื่องนี้น่าจะเป็นเรื่องหลักที่ต้องทำตลอดเวลา

AEC TAKE-OFF: คุณหมอมองโอกาสในการทำธุรกิจในฐานะภาคอาเซียนไว้อย่างไรบ้างคะ ในระยะยาวมีกลยุทธ์ เป้าหมายในการดำเนินธุรกิจส่วนนี้อย่างไรบ้าง

พญ. ปรมาภรณ์: ในมุมมองของไทย เรายังเป็น Medical Hub ของ AEC หรือเอเชีย-แปซิฟิก ซึ่งครอบคลุมทั้งเรื่องของ Wellness เรื่องของโรงพยาบาล เรื่องของการดูแลรักษาพยาบาล ที่เรามีลูกค้าที่อยู่ในโซน AEC ไม่ว่าจะเป็นกัมพูชา สปป. ลาว เมียนมา ที่มารับการรักษาพยาบาลในเมืองไทย แล้วเราก็กังมองว่าในอนาคตอันใกล้ โอกาสที่ประเทศเหล่านี้จะพัฒนาการรักษาพยาบาลน่าจะใช้เวลาเป็น 10 ปี เพราะฉะนั้น ในอีก 10 ปีข้างหน้า ก็ยังเป็นโอกาสของธุรกิจสายสุขภาพ โดยเฉพาะกลุ่มโรงพยาบาลในประเทศไทยที่ยังเติบโตได้อยู่

เรื่องที่ 2 ที่รัฐบาลพยายามจะสนับสนุนมากขึ้นก็คือ Medical Wellness อันนี้อาจขยายตลาดออกไปได้อีก ซึ่งข้อดีที่เมืองไทยมีอยู่ ประกอบกับส่วนที่เป็นการดูแลสุขภาพเข้าไป ก็จะทำให้คนที่เข้ามาในประเทศไทยได้ใช้เงินในก้อนที่ใหญ่ขึ้น

AEC TAKE-OFF: คุณหมอมองมีวิสัยทัศน์ในการเพิ่มการลงทุนไปยังประเทศต่างๆ อย่างไรบ้างคะ

พญ. ปรมาภรณ์: ปัจจุบันการลงทุนในต่างประเทศของ BDMS มีโรงพยาบาลอยู่ 2 แห่ง ในพม่าและกัมพูชา ซึ่งการลงทุนในลักษณะที่เป็นการสร้างโรงพยาบาลหรือไปร่วมทุนในโรงพยาบาลในต่างประเทศ ต้องบอกว่ายาก เนื่องจากกฎระเบียบด้านการแพทย์ของแต่ละประเทศจะแตกต่างกัน รวมถึงการโยกย้ายบุคลากรไปทำงานในต่างประเทศก็ยากเหมือนกัน เพราะฉะนั้น ณ จุดนี้เรายังยืนยันและตั้งใจว่าจะทำโรงพยาบาลในประเทศไทยให้ดี และรับคนจากต่างประเทศ มากกว่าการไปมีหน่วยในต่างประเทศ ซึ่งโรงพยาบาลที่เรามีอยู่ในกรุงเทพฯ ก็มีหลายแบรนด์ ไม่ว่าจะเป็นกรุงเทพ สมิติเวช ญาไท เปาโล แต่ถ้าจะรับชาวต่างชาติ ไม่ว่าจะเป็นภูเก็ต พัทยา เชียงใหม่ หรืออุดรธานี อันนี้ก็จะ เป็นลักษณะที่อยู่นอกกรุงเทพฯ แต่ดูแลคนต่างชาติ

AEC TAKE-OFF: Business Model เหมือนกันไหมคะ

พญ. ปรมาภรณ์: ไม่เหมือนค่ะ จะเหมือนกันตรงที่เราทำ Center of Excellence คือให้มีความเก่งเป็นเลิศในกลุ่มโรคหลักๆ ไม่ว่าจะเป็นโรคมะเร็ง โรคสมอง โรคหัวใจ กระดูกและข้อ อุบัติเหตุ เพราะคนมักจะป่วยโรคนี้และต้องการการดูแลที่ดี ขณะที่ในหัวเมืองที่ดูแลนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ หรือคนที่ข้ามฝั่งมา ก็จะต้องมีความเก่งในกลุ่มโรคเหล่านี้ซึ่ง ณ วันนี้เรามีโรงพยาบาล 13 แห่งที่เป็น Center of Excellence

ข้อคิดที่ พญ. ปรมาภรณ์ ได้กล่าวไว้ทำให้เราตระหนักว่าแม้ว่าโลกจะมีการเปลี่ยนแปลงไป เราก็จำเป็นต้องคว้าโอกาสที่จะเกิดขึ้นในธุรกิจ รวมถึงการดูแลบุคลากรและองค์กรให้ก้าวหน้าและอัปเดตเทรนด์ใหม่ๆ อยู่เสมอ

เจาะกลยุทธ์ อุตสาหกรรม แบตเตอรี่ EV อินโดนีเซีย

อินโดนีเซียกำลังอยู่ระหว่างการพัฒนาห่วงโซ่อุปทานรถยนต์ไฟฟ้า (EV) แบบบูรณาการ และมีเป้าหมายจะขึ้นเป็นหนึ่งในผู้ผลิตแบตเตอรี่รถ EV รายใหญ่ที่สุด 3 อันดับแรกของโลกภายในปี 2570 ซึ่งอินโดนีเซียกำลังหาทางใช้ประโยชน์จากความอุดมสมบูรณ์ของทรัพยากรธรรมชาติ โดยเฉพาะ ‘นิเกิล’ เพื่อสร้างตลาดรถ EV ภายในประเทศ

นอกจากนี้ อินโดนีเซียยังตั้งเป้าผลิตแบตเตอรี่รถ EV รวมให้ได้ 140 กิกะวัตต์-ชั่วโมงต่อปีภายในปี 2573 ซึ่งจะคิดเป็นสัดส่วนประมาณ 4-9% ของอุปสงค์ทั่วโลก อีกทั้งอินโดนีเซียยังวางแผนให้มีจำนวนผู้ใช้รถ EV แต่ละระดับ 2.5 ล้านคนภายในปี 2568 อีกด้วย

ภูมิภาคที่มีการผลิตนิกเกิลในอินโดนีเซีย



ที่มา : Channel News Asia

'สำรองนิกเกิล' ของอินโดนีเซีย

อินโดนีเซียเป็นประเทศที่มีสำรองนิกเกิลมากที่สุดในโลกประมาณ 21 ล้านตัน ซึ่งคิดคร่าวๆ เป็นสัดส่วนประมาณ 22% ของสำรองนิกเกิลทั่วโลก นอกจากนี้ อินโดนีเซียยังเป็นประเทศผู้ผลิตโลหะหายากที่สุดของโลกด้วยจำนวนการผลิต 1 ล้านตันในปี 2564

อย่างไรก็ดี ถึงแม้ว่า 70% ของการใช้ นิกเกิลทั้งหมดจะอยู่ในอุตสาหกรรมเหล็กกล้าไร้สนิม แต่อุปสงค์ในอุตสาหกรรม การผลิตแบตเตอรี่ EV ก็เพิ่มมากขึ้น เช่นกัน โดยอุปสงค์ของการผลิตแบตเตอรี่ EV คาดว่าจะเพิ่มเป็น 1 ใน 3 ของอุปสงค์ นิกเกิลทั้งหมดภายในปี 2567 โดยเฉพาะ เมื่อหลายประเทศทั่วโลกได้ให้ความสนใจ กับการลดการปล่อยก๊าซคาร์บอนเพื่อให้ บรรลุเป้าหมายการปล่อยก๊าซเรือนกระจก เป็นศูนย์มากขึ้น

ด้วยเหตุนี้เองทำให้อินโดนีเซีย ตระหนักถึงโอกาสทางเศรษฐกิจที่มีอยู่ มหาศาล และหันไปมุ่งเน้นการเพิ่มกำลัง การผลิตและห่วงโซ่อุปทาน พร้อมทั้งตั้ง เป้าเป็นศูนย์กลางการผลิตแบตเตอรี่ EV

อินโดฯ สร้าง 'ห้ามส่งออกนิกเกิล'

อินโดนีเซียออกกฎหมายห้ามการส่งออก แร่ นิกเกิล ครั้งแรกในปี 2557 และระบุข้อ กำหนดให้ผู้ผลิตสกัดนิกเกิลให้บริสุทธิ์ ภายในประเทศก่อนทำการส่งออก อย่างไรก็ดี หลังจากขาดดุลงบประมาณในปี 2559 และจากการผลิตนิกเกิลที่ลดลง รัฐบาล จึงได้ผ่อนคลายนโยบายการลงบางส่วนในปี 2560 ซึ่งในเวลานั้นอินโดนีเซียได้สร้าง โรงถลุงแร่ นิกเกิล แห่งใหม่เพิ่มอีก 9 แห่ง และในท้ายที่สุดแล้วรัฐบาลได้กลับมาใช้ มาตรการดังกล่าวอีกครั้งเดือนมกราคม 2563

นักลงทุนต่างชาติ ซึ่งส่วนใหญ่มา จากจีน เริ่มลงทุนในห่วงโซ่อุปทานนิกเกิล ในอินโดนีเซีย โดยเฉพาะการสร้างโรงถลุง แร่ ซึ่งอินโดนีเซียมีโรงถลุงแร่มากกว่า 60 แห่งในปี 2566 เพิ่มขึ้นอย่างก้าวกระโดด จากเพียงแค่ 2 แห่งในปี 2559 สำหรับการ ส่งออกนิกเกิลแปรรูปแต่ละมูลค่าประมาณ 3 หมื่นล้านดอลลาร์สหรัฐในปี 2565 เพิ่มขึ้นอย่างมหาศาลจากแค่ 1 พันล้าน ดอลลาร์สหรัฐในปี 2558 โดยอินโดนีเซีย คาดว่าจะเพิ่มสัดส่วนให้ได้ครึ่งหนึ่งของ การผลิตนิกเกิลทั่วโลกภายในปี 2568



สร้าง 'ห่วงโซ่อุปทาน' แบตเตอรี่ EV

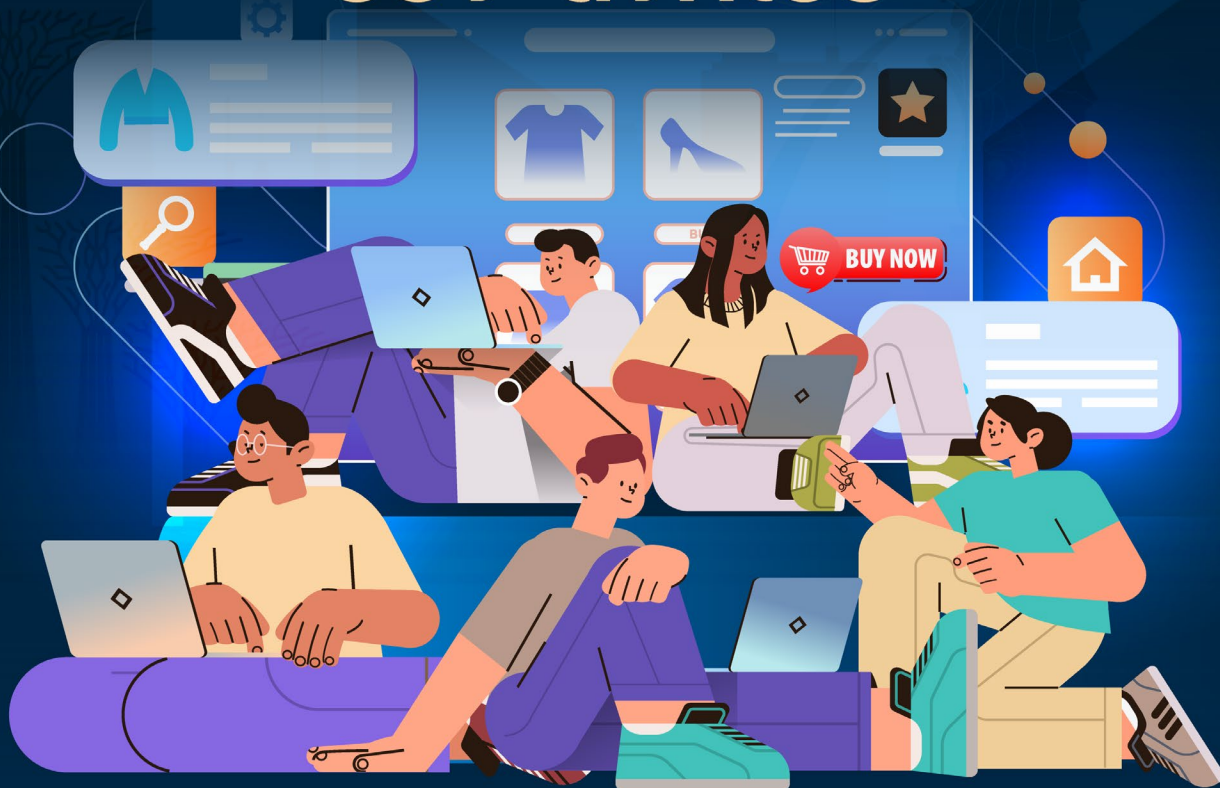
ผู้ผลิตรถ EV ระดับโลก ซึ่งรวมถึง Tesla จากสหรัฐอเมริกาและ BYD จากจีน กำลังอยู่ระหว่างการสรุปข้อตกลงเข้าไป ลงทุนในอินโดนีเซีย นอกจากนี้ เพื่อยก ระดับอุตสาหกรรมแบตเตอรี่แบบนิกเกิล อินโดนีเซียจึงกำลังพัฒนาโรงกลั่นลิเทียม และโรงงานผลิตวัสดุแอโนดอีกด้วย

นอกจากนี้ อินโดนีเซียยังวางแผน จะนำเข้าลิเทียมจำนวน 60,000 ตันจาก ออสเตรเลียในปีนี้ ซึ่งออสเตรเลียที่เป็น ผู้ส่งออกลิเทียมประมาณครึ่งหนึ่งของ ลิเทียมทั่วโลก โดยลิเทียมดังกล่าวจะถูก นำมาแปรรูปในจังหวัดสุลาเวสีกลาง ซึ่งเป็นพื้นที่ที่รัฐบาลไปจัดตั้งโรงงานผลิต นิกเกิล-ศิลาแลง

ที่มา : Indonesia's Electric Battery Industrial Strategy, Ayman Falak Medina, ASEAN Briefing

GEN Z

ผู้นำวงการช้อปปิ้งออนไลน์ ของ 'สิงคโปร์'



ในขณะที่ธุรกิจจำนวนมากหันมาใช้โซเชียลมีเดียเพื่อขายสินค้า บรรดา นักช้อปปิ้งออนไลน์ในสิงคโปร์ต่างก็กำลังมองหาประสบการณ์การซื้อใหม่ๆ และกลุ่มผู้บริโภค Gen Z ก็เป็นผู้นำในวงการนี้

จากรายงานเกี่ยวกับภาพรวมผู้บริโภคดิจิทัลในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ประจำปี 2566 ของ Meta and Bain & Company พบว่า 72% ของกลุ่มคน Gen Z ในสิงคโปร์ชอบซื้อสินค้าออนไลน์ โดยกลุ่มคน Gen Z ซึ่งคือผู้ที่เกิดระหว่างปี 2540-2555 กำลังเป็นผู้นำคนรุ่นอื่นๆ ในการประเมินและเลือกซื้อสินค้าผ่านทางช่องทางออนไลน์ โดยมีจำนวนถึง 45% ที่มีพฤติกรรมเช่นนั้นผ่านโซเชียลมีเดีย ทั้งนี้ โซเชียลมีเดียหลายรายได้เปิดตัวฟีเจอร์อีคอมเมิร์ซบนแพลตฟอร์ม

ของตนเอง เพื่อเป็นทางเลือกให้แก่ผู้บริโภคแทนเว็บไซต์ขายสินค้าออนไลน์ ยอดนิยมอย่าง Lazada และ Shopee เช่น ผู้ใช้สามารถซื้อสินค้าได้โดยตรงจาก TikTok Shop หรือ Facebook Marketplace โดยไม่ต้องออกจากแอปพลิเคชัน

นอกจากนี้ การซื้อสินค้าบนโซเชียลมีเดียมีส่วนช่วยในอุตสาหกรรม Social Commerce ซึ่งมีแนวโน้มที่จะเติบโตอย่างมากในสิงคโปร์ในอีก 5 ปีข้างหน้า และคาดว่าจะมีมูลค่าสูงถึง 6.99 พันล้านดอลลาร์สหรัฐภายในปี 2571

แรงจูงใจจากโซเชียลมีเดีย

จากการสำรวจเมื่อปี 2566 โดย YouGov บริษัทวิเคราะห์ของอังกฤษแสดงให้เห็นว่า กลุ่มคน Gen Z ชอบซื้อสินค้าบน TikTok และ Instagram แทนที่จะเป็น Facebook ซึ่งได้รับความนิยมมากกว่าในกลุ่มคนรุ่นเก่า โดยในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ มีธุรกิจมากกว่า 15 ล้านรายใช้ TikTok เพื่อโปรโมตงานของตนเองต่อผู้ชมจำนวน 325 ล้านคนต่อเดือน

ขณะที่วิดีโอที่ใช้ความบันเทิงและมูลค่าของข้อมูลเพื่อกระตุ้นการซื้อออนไลน์หรือที่เรียกว่า ‘Shoppertainment’ ได้สร้างตลาดบนแพลตฟอร์มมูลค่า 500 พันล้านดอลลาร์สหรัฐในปัจจุบันซึ่งกลยุทธ์ดังกล่าวช่วยให้ธุรกิจสามารถดึงดูดผู้ซื้อด้วยการสร้างเนื้อหาที่สนุกสนานน่าเชื่อถือและเนื้อหาที่สร้างแรงบันดาลใจตอบสนองอารมณ์ร่วมของลูกค้า

Lawrence Loh ศาสตราจารย์ด้านกลยุทธ์และนโยบายของมหาวิทยาลัยแห่งชาติสิงคโปร์ (NUS) ได้อธิบายให้ชัดเจนขึ้นว่า การมีส่วนร่วมทางอารมณ์ของ Shoppertainment สามารถจูงใจกลุ่ม Gen Z ได้ เนื่องจากพวกเขาอยากซื้อสินค้าจากผู้สร้างเนื้อหาที่ให้มีมิติของที่น่าเชื่อถือแก่ผลิตภัณฑ์ เมื่อเทียบกับคนอื่น ๆ พวกเขาต้องการทราบข้อเท็จจริงเกี่ยวกับสิ่งที่ซื้อ

นอกจากนี้สิ่งที่ช่วยจูงใจกลุ่ม Gen Z ในด้านความน่าเชื่อถือได้อีกอย่างคือการใช้ฟังก์ชัน ‘Livestreaming’ หรือ Live สดบนแพลตฟอร์มโซเชียลมีเดีย ซึ่งจะต่างจากประสบการณ์การซื้อสินค้าแบบปกติทั่วไปของเว็บไซต์อีคอมเมิร์ซอย่าง Lazada หรือ Taobao ของจีน โดย Live สดของ TikTok จะมีการพูดคุยกับผู้ที่รับชมเป็นเวลา 3-4 ชั่วโมงต่อครั้ง ช่วยให้ผู้ใช้รู้สึกเหมือนได้รับคำแนะนำจากเพื่อน สร้างความน่าเชื่อถือได้มากกว่าตัวแบรนด์เอง โดยเฉพาะอย่างยิ่งกับ

ผลิตภัณฑ์ส่วนบุคคล เช่น เครื่องสำอางหรือสินค้าเกี่ยวกับสุขภาพ

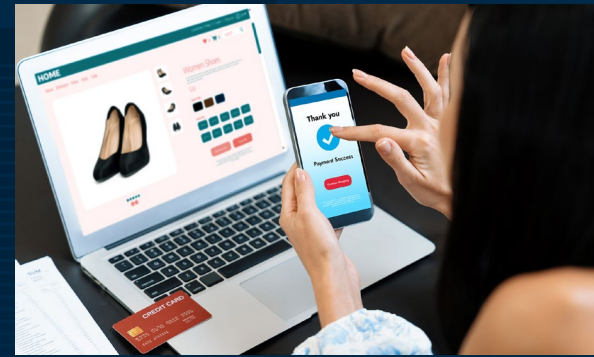
การซื้อสินค้าแบบเบ็ดเสร็จ ณ จุดเดียว

ตามฐานข้อมูลอีคอมเมิร์ซของ Statista ระบุว่า อินฟลูเอนเซอร์ที่มีผู้ติดตาม 1,000-10,000 คนหรือที่เรียกว่า ‘นาโนอินฟลูเอนเซอร์’ มีจุดเด่นด้านการเป็นตัวแทนผู้บริโภค สร้างคอนเทนต์จากประสบการณ์จริงนั้น มีส่วนแบ่งมากที่สุดบน TikTok และ Instagram เนื่องจากกลุ่ม Gen Z เป็นพวกชอบดิจิทัล มีความรู้ด้านเทคโนโลยี พวกเขาจึงพึ่งพานาโนอินฟลูเอนเซอร์ในโซเชียลมีเดียเป็นอย่างมากเพื่อใช้เป็นแนวทางในการตัดสินใจซื้อสินค้า โดยต้องการค้นหาสิ่งที่สอดคล้องกับทัศนคติและความชอบของตนเองในทางตรงกันข้าม คนรุ่นมิลเลนเนียลที่เกิดระหว่างปี 2524-2539 มักจะชอบแบรนด์ใหญ่ๆ หรืออินฟลูเอนเซอร์ระดับมหภาค เช่น คนดัง หรือบุคคลในวงการกีฬามากกว่า

อย่างไรก็ตาม บรรดาอีคอมเมิร์ซแบบดั้งเดิมเริ่มเลียนแบบโซเชียลมีเดียด้วยการขยายขอบเขตของอินฟลูเอนเซอร์ใช้อินฟลูเอนเซอร์ที่เป็นรายย่อย ไม่ได้โด่งดังมาก เพื่อดึงดูดกลุ่ม Gen Z เช่น Shopee ใช้ศิลปินอายุน้อยในท้องถิ่นแทนนักกีฬาดังอย่าง Cristiano Ronaldo สำหรับแคมเปญในสิงคโปร์มากขึ้น

นอกจากนี้ การขายของบนโซเชียลมีเดียยังมีวิธีการเพื่อช่วยให้กลุ่ม Gen Z สามารถซื้อสินค้าได้ง่ายขึ้นกว่าเดิมด้วยการเพิ่มฟีเจอร์ ‘Shoppable Posts’ ของ Instagram ช่วยให้ธุรกิจสามารถแท็กผลิตภัณฑ์ของตนได้โดยตรงในโพสต์รูปภาพหรือวิดีโอ ซึ่งผู้ใช้งานก็จะสามารถกดซื้อสินค้าจากรูปหรือวิดีโอที่กำลังดูอยู่ได้ทันที นี่ถือเป็นร้านค้าครบวงจรสำหรับคน Gen Z โดยไม่จำเป็นต้องไปที่แพลตฟอร์มอื่นๆ เพิ่มเติมเลย ถือคิดว่า

ยิ่งขั้นตอนน้อยลงเท่าใด โอกาสที่จะทำการขายก็มากขึ้นเท่านั้น



ทำไมกลุ่มคน Gen Z ถึงสำคัญ

ตามรายงานผู้บริโภคในยุคดิจิทัลของ Meta ระบุว่า Gen Z เป็นกลุ่มผู้บริโภคที่มีความสำคัญมากขึ้นเรื่อยๆ เนื่องจากอำนาจการใช้จ่ายของคนกลุ่มนี้เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องในช่วงทศวรรษที่ผ่านมา โดยในปี 2565 เงินเดือนของผู้สำเร็จการศึกษาเฉลี่ยของสิงคโปร์อยู่ที่ 4,200 ดอลลาร์สิงคโปร์ (3,181 ดอลลาร์สหรัฐ) เพิ่มขึ้นจาก 3,700 ดอลลาร์สิงคโปร์ในปี 2563 ดังนั้น นักชอปปรัณเยาว์กลุ่มนี้มีรายได้ที่นำไปใช้จ่ายใช้สอยได้เพิ่มขึ้นและไม่มีความกังวลใจในการใช้จ่ายไปกับสินค้าบางอย่างถึงแม้ว่ารายได้อาจจะยังไม่สูงมาก แต่ก็มียศภภาพที่ดี และในอีก 2-3 ปีข้างหน้ารายได้ของพวกเขาจะเพิ่มมากขึ้นอีก

กลุ่มคน Gen Z ไม่เพียงแต่มีเงินเท่านั้น แต่ยังมีอิทธิพลทางสังคมที่มีอำนาจในการโน้มน้าวการตัดสินใจซื้อของคนรุ่นอื่นๆ อีกด้วย เนื่องจากกลุ่มคน Gen Z มีความชัดเจนและทำหน้าที่เป็นผู้นำทางความคิด หลายคนมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมกรซื้อของและรูปแบบการใช้ชีวิตของพ่อแม่หรือปู่ย่าตายาย โดยชาวสิงคโปร์ที่มีอายุน้อยกว่าหลายคนถึงกับเริ่มใช้แพลตฟอร์มเดียวกับที่ลูกหลานชาว Gen Z ใช้ในการเลือกซื้อสินค้า

ที่มา : <https://www.cnn.com/2024/01/15/gen-zs-lead-the-way-in-singapores-online-shopping-space.html>



'สี่หมุวิลล์' อานิสงส์ 'BRI' สร้างงาน สร้างรายได้ 'ชาวกัมพูชา'

'กรอบข้อริเริ่มสายแถบและเส้นทาง' (BRI) ซึ่งเป็นโครงการเชื่อมต่อโครงสร้างพื้นฐานและการพัฒนาที่ยิ่งใหญ่ที่สุดเท่าที่เคยมีมาได้รับการนำเสนอเมื่อทศวรรษที่ผ่านมา แนวคิดดังกล่าวเป็นการเชื่อมโยง 150 ประเทศในทวีปเอเชีย ยุโรป แอฟริกา และอเมริกาใต้ ผ่านเครือข่ายการลงทุนด้านโครงสร้างพื้นฐาน ขั้วกลางทางการค้า และการแลกเปลี่ยนทางวัฒนธรรม โดยกัมพูชาเป็นหนึ่งในประเทศที่ได้รับประโยชน์มากที่สุดจากโครงการนี้ในด้านโครงสร้างพื้นฐาน เศรษฐกิจ และภูมิทัศน์ทางวัฒนธรรม

ทั้งนี้ ด้วยที่ตั้งทางยุทธศาสตร์ของกัมพูชาบนแม่น้ำโขงทางตอนใต้ของ สปป.ลาว และอยู่ระหว่างไทยกับเวียดนามบนอ่าวไทย ทำให้กัมพูชาเป็นศูนย์กลางการค้าและจุดเชื่อมโยงที่สำคัญในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ อีกทั้งการลงทุนของจีนในกัมพูชาได้กระตุ้นให้เกิดการเปลี่ยนผ่านทางโครงสร้างพื้นฐานอันโดดเด่น

มีการสร้างทางหลวง ทางรถไฟ ท่าเรือ และสนามบินหลายแห่ง เพื่ออำนวยความสะดวกในการขนส่งสินค้าและการเดินทางของประชาชนทั้งภายในประเทศกัมพูชาเองและต่างประเทศอย่างมีประสิทธิภาพ โครงสร้างพื้นฐานเหล่านี้เชื่อมต่อกับเขตการค้าเสรี (FTZ) และเขตเศรษฐกิจพิเศษ (SEZ) ต่างๆ ที่ได้รับการปรับปรุงการเชื่อมต่อในระดับภูมิภาคอำนวยความสะดวกทางการค้า และดึงดูดการลงทุนจากต่างประเทศ ในขณะที่เดียวกันก็ช่วยส่งเสริมการเติบโตทางเศรษฐกิจของกัมพูชา และสร้างโอกาสการจ้างงานให้กับคนในท้องถิ่นอีกด้วย

นอกจากนี้ กรอบข้อริเริ่มสายแถบและเส้นทางยังมีบทบาทสำคัญในการกระชับความสัมพันธ์ทางการค้าระหว่างจีนและกัมพูชา ด้วยโครงสร้างพื้นฐานและความสามารถในการขนส่งที่ได้รับการปรับปรุงให้ดีขึ้น ตลอดจนข้อตกลงการค้าเสรีฉบับใหม่ระหว่างทั้งสองประเทศ ทำให้กัมพูชากลายเป็นจุดหมายปลายทางที่น่าดึงดูดสำหรับบรรดานักลงทุนต่างชาติและธุรกิจที่ต้องการขยายการดำเนินงานในภูมิภาคนี้ ปริมาณการค้าที่เพิ่มขึ้นส่งผลให้เศรษฐกิจมีความหลากหลายมากขึ้น และช่วยให้กัมพูชาพัฒนาภาคธุรกิจต่างๆ ทั้งพลังงาน โทรคมนาคม การเงิน การขนส่ง การท่องเที่ยว และเกษตรกรรม

ผลลัพธ์ที่สำคัญที่สุดประการหนึ่งของกรอบข้อริเริ่มสายแถบและเส้นทางในกัมพูชา คือการก่อสร้างเขตเศรษฐกิจพิเศษสีหนุวิลล์ (SSEZ) ในปี 2551 ซึ่งดึงดูดการลงทุนจากต่างประเทศและส่งเสริมภาคการผลิตของกัมพูชา นำไปสู่การสร้างงานและการส่งออกที่เพิ่มขึ้น ด้วยความร่วมมือกับนักลงทุนในเขตเศรษฐกิจพิเศษสีหนุวิลล์และพนมเปญ ปัจจุบันกัมพูชากำลังแปรรูปยางให้เป็นยางรถยนต์ และกลายเป็นผู้ส่งออกชั้นนำของผลิตภัณฑ์ที่มีมูลค่าเพิ่มอื่นๆ เช่น ชิ้นส่วนรถยนต์และจักรยาน

ทั้งนี้ เขตเศรษฐกิจพิเศษสีหนุวิลล์ ซึ่งเป็นเขตอุตสาหกรรมที่ใหญ่ที่สุดในกัมพูชา เป็นการร่วมทุน



สีหนุวิลล์
(Sihanoukville)
เมืองริสอร์ทริม
ทะเลอ่าวไทย
และเมืองท่า
สำคัญที่สุด
ของกัมพูชา
ไผ่ยามค่ำคืน
สว่างไสวไม่ต่าง
จากมหานคร
ใหญ่ทั่วโลก
แต่กัมพูชา
ยังต้องเผชิญ
ความท้าทาย
อีกมาก เพื่อให้
เมืองสีหนุวิลล์
เจริญรุ่งเรือง
และสร้างความ
เติบโตทาง
เศรษฐกิจให้
กัมพูชาอีกครั้ง

ระหว่างบริษัทของจีนและกัมพูชา ตั้งอยู่ทางตะวันตกเฉียงใต้ของกัมพูชา ห่างจากท่าเรือน้ำลึกสีหนุวิลล์ไปทางตะวันออกเฉียงเหนือประมาณ 20 กิโลเมตร มีพื้นที่ 11 ตารางกิโลเมตร ปัจจุบันเป็นที่ตั้งของโรงงาน 175 แห่งจากจีน ยุโรป สหรัฐฯ ประเทศในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ และประเทศจากภูมิภาคอื่นๆ สร้างงานในท้องถิ่นประมาณ 30,000 ตำแหน่ง รวมถึงมีส่วนสำคัญอย่างยิ่งต่อการเติบโตทางเศรษฐกิจของประเทศ

บรรดาพนักงานชาวกัมพูชาที่ทำงานในเขตเศรษฐกิจพิเศษต่างพูดเป็นเสียงเดียวกันว่า การทำงานที่โรงงานนั้นช่วยยกระดับคุณภาพชีวิต ทั้งรายได้ที่ดีราว 600-700 ดอลลาร์สหรัฐต่อเดือน และมีโอกาสได้พัฒนาทักษะเฉพาะด้าน รวมถึงความสามารถทางภาษาจีน โดยเขตเศรษฐกิจพิเศษแห่งนี้ได้เปลี่ยนอดีตหมู่บ้านชาวประมงให้กลายเป็นเมืองที่คึกคักเต็มไปด้วยโครงสร้างพื้นฐานที่ดี ปิมน้ำมัน ตลาดร้านอาหาร และที่สำคัญคือเป็นแหล่งงานที่มั่นคงสำหรับคนในท้องถิ่น เพราะนอกจากค่าจ้างที่ดีแล้ว ยังมีที่พักและอาหารอีกด้วย ทำให้สามารถเก็บเงินไว้ใช้จ่ายดูแลครอบครัวได้

ขณะที่ มูลค่าการนำเข้าและส่งออกที่ผ่านเขตเศรษฐกิจพิเศษดังกล่าวเพิ่มขึ้นเป็น 2.7 พันล้านดอลลาร์สหรัฐในช่วง 10 เดือนแรกของปี 2566 เพิ่มขึ้น 33% เมื่อเทียบกับปีต่อปี และมูลค่านี้นคิดเป็น 7.13% ของมูลค่าการค้าทั้งหมดของกัมพูชา ซึ่งนาย Chen Jiangang ประธานเขตเศรษฐกิจพิเศษสีหนุวิลล์ มองว่าความสำเร็จครั้งนี้น่าทึ่งมาก และคาดว่าในปีต่อไป จะรองรับโรงงานของบริษัทต่างๆ ได้มากถึง 300 แห่ง พร้อมทั้งสร้างงานได้มากถึง 100,000 ตำแหน่งอีกด้วย

ที่มา : • <https://www.khmertimeskh.com/501396724/bri-backed-economic-zone-in-cambodia-benefits-local-peoples-lives-economy/>
• <https://www.chinadaily.com.cn/a/202308/08/WS64d16b4aa31035260b81ac36.html>



MR.D.I.Y.

'อาณาจักรสินค้าเบ็ดเตล็ด' แห่งอาเซียน



R. D.I.Y. แปรนตร์ร้านค้าปลีกขายสินค้าเบ็ดเตล็ดสี่เหลืงสดใส ที่มาพร้อมโลโก้รูปค้อนยกนิ้วโป้งจากมาเลเซีย เป็นที่คุ้นตาคนไทยเป็นอย่างดี เพราะมีสาขามากมาย และเพียงแค่คุณแวะเข้าไป รับรองว่าต้องได้ของซักชิ้นติดไม้ติดมือกลับมาด้วยแน่นอน แต่เบื้องหลังความสำเร็จของธุรกิจนั้นกลับมาจากจุดเริ่มต้นอันแสนธรรมดาของพี่น้องที่ยึดมั่นในสิ่งที่ตนเองต้องการจะทำอย่างแน่วแน่และลงมือทำได้ดีที่สุด

ย้อนกลับไปเมื่อปี 2548 สองพี่น้องชาวมาเลเซีย Tan Yu Yeh และ Tan Yu Wei ร่วมกันเปิดร้านขายอุปกรณ์ซ่อมแซมบ้านแห่งแรกที Jalan Tuanku Abdul Rahman ในกรุงกัวลาลัมเปอร์ ภายใต้ชื่อ 'Mr. D.I.Y.' ทั้งที่ทั้งคู่ไม่มีประสบการณ์เกี่ยวกับธุรกิจค้าปลีกมาก่อน โดย Tan Yu Yeh เป็นวิศวกรและโบรเกอร์หุ้น ก่อนริเริ่มเปิดร้านขายอุปกรณ์เครื่องใช้ต่างๆ และร้านแห่งแรกนี้เป็นเพียงตึกแถวซึ่งแตกต่างจากร้านที่เราเห็นในปัจจุบันอย่างสิ้นเชิง

Tan Yu Yeh & Yu Wei



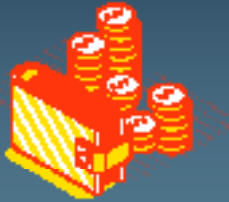
แม้ว่าสภาพร้านจะดูไม่ได้สะอาดสะอ้านหรือสะดวกสบาย แต่ปรากฏว่า Mr. D.I.Y. ได้รับการตอบรับจากผู้บริโภคชาวมาเลเซียเป็นอย่างดี ทำให้ภายในปีเดียว สามารถเปิดสาขาได้อีก 2 สาขา พร้อม 3 สาขาย่อย และค่อยๆ ขยายจำนวนสาขาเพิ่มอีกเรื่อยๆ ในช่วงปี 2548-2551 ในรูปแบบ Stand Alone โดยในช่วงแรกๆ ร้านจะเน้นขายสินค้าพวกฮาร์ดแวร์อย่างเดียว เช่น อุปกรณ์ซ่อมแซมบ้าน และอุปกรณ์ไฟฟ้าขนาดเล็ก แต่เมื่อได้เสียงตอบรับที่ดีจากลูกค้ากลุ่มพ่อบ้านแม่บ้าน จึงได้เพิ่มหมวดสินค้าให้มีความหลากหลายมากขึ้น

ทั้งนี้ ในปี 2551 บริษัทได้ปรับเปลี่ยนแนวคิดจากการเปิดร้านในรูปแบบ Stand Alone อย่างเดียว ไปเปิดสาขาในห้างสรรพสินค้าเป็นครั้งแรกที่ AEON และหลังจากนั้นไม่นาน ก็ได้จับมือกับพันธมิตรชั้นนำอื่นๆ เช่น Tesco และ Giant พร้อมทั้งปรับโฉมร้านให้ทันสมัยขึ้น ซึ่ง MR. D.I.Y. มองว่าการผนึกกำลังกับธุรกิจศูนย์การค้า และไฮเปอร์มาร์เก็ตนั้น จะช่วยเติมเต็มความครบวงจรซึ่งกันและกัน มากกว่าเป็นคู่แข่งกัน เพราะ MR. D.I.Y. มีความครบวงจรด้านสินค้าของใช้ต่างๆ ภายในบ้าน ขณะที่ไฮเปอร์มาร์เก็ต และศูนย์การค้าจะตอบโจทย์ด้านสินค้าอุปโภคบริโภค

นับตั้งแต่ปี 2557 เป็นต้นมา MR. D.I.Y. รุกขยายสาขาอย่างรวดเร็วในมาเลเซีย โดยมี 100 สาขานับตั้งแต่เริ่มดำเนินการใช้เวลาเพียง 9 ปีเท่านั้น นอกจากนี้ เพื่อสร้างการเติบโตที่เพิ่มขึ้น MR. D.I.Y. ยังตัดสินใจขยายการลงทุนออกนอกมาเลเซียใน

3 กลยุทธ์ด้าน **MR.D.I.Y.** โตเร็ว Always Low Prices

ราคาสินค้า



Tagline ที่ว่า 'Always Low Prices' แสดงให้เห็นว่าสินค้าของ MR. D.I.Y. ราคาไม่แพงและจับต้องได้ โดยซื้อได้เปรียบด้านราคาในมาจากการมีสาขาที่เยอะ ทำให้สามารถต่อรองกับซัพพลายเออร์ได้ด้วยการซื้อสินค้าเป็นจำนวนมากในแต่ละครั้ง จึงได้สินค้ามาในราคาที่ถูกลง และตั้งราคาขายกับลูกค้าในราคาที่ต่ำได้

ความสะดวกสบาย



MR. D.I.Y. มีสาขาทั้งในศูนย์การค้า ไฮเปอร์มาร์เก็ต และ Stand Alone รวมถึงการเปิดตัวธุรกิจอีคอมเมิร์ซ ในปี 2560 นำความสะดวกสบายมาสู่ลูกค้ามากยิ่งขึ้น โดยลูกค้าสามารถรับสินค้าที่จัดส่งถึงบ้านได้ภายใน 2-5 วัน หรือมารับเองที่ร้านในรูปแบบ Click-and-Collect

ความหลากหลายของสินค้า



MR. D.I.Y. มีสินค้ามากกว่า 18,000 รายการ ครอบคลุมหลายหมวดหมู่ ได้แก่ ฮาร์ดแวร์ เครื่องใช้ในครัวเรือน เครื่องใช้ไฟฟ้า อุปกรณ์ตกแต่งบ้าน เครื่องเขียน และอุปกรณ์กีฬา เป็นต้น



ปี 2559 โดยไทยเป็นประเทศแรกที่บริษัทเข้าไปทำตลาด ซึ่งสาขาแรกอยู่ที่ห้างสรรพสินค้าซีคอนบางแค และเสียงตอบรับในไทยก็ไม่แพ้ประเทศบ้านเกิดอย่างมาเลเซียเลย เพราะภายในปีสามารถขยายสาขาไปได้ถึง 50 สาขา และปัจจุบันมีกว่า 700 สาขาทั่วประเทศ พร้อมทั้งได้ขยายไปยังประเทศอื่นๆ อีกมากมาย เช่น สิงคโปร์ บรูไน อินโดนีเซีย ฟิลิปปินส์ กัมพูชา และไนจีเรีย และแม้ว่าปี 2563 จะเป็นปีที่ทั่วโลกประสบกับวิกฤติโควิด 19 แต่บริษัทยังสามารถเติบโตสวนกระแสได้อย่างงดงาม เป็นผลมาจากการขยายสาขาเพิ่มในประเทศต่างๆ และผู้คนอยู่บ้านกันมากขึ้นซึ่งจำเป็นต้องซื้ออุปกรณ์ตกแต่งบ้าน ซ่อมบ้าน และเครื่องใช้ในครัวเรือน

จะเห็นได้ว่า MR. D.I.Y. เป็นอีกตัวอย่างหนึ่งของความสำเร็จธุรกิจที่มาจากแนวคิดธรรมดาๆ แต่จริงจัง คือ เน้นขายอุปกรณ์ซ่อมแซมบ้านในราคาที่จับต้องได้ นำไปสู่ผลลัพธ์ยิ่งใหญ่ เปลี่ยนให้ธุรกิจเล็กๆ ให้สามารถแตกกิ่งก้านเติบโตเป็น 'อาณาจักรร้านค้าปลีกสินค้าเบ็ดเตล็ดของมาเลเซีย' ที่มีมูลค่า 5.6 พันล้านดอลลาร์สหรัฐ และเป็นหนึ่งในเซนใหญ่ของภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ ทำให้ 2 พี่น้องผู้ก่อตั้งติดอันดับมหาเศรษฐีผู้มั่งคั่งของนิตยสาร Forbes

ที่มา :

- <https://macro-ops.com/mr-diy-how-two-brothers-turned-one-store-into-a-5b-empire/>
- <https://hype.my/2022/298122/mr-diy-evolved-hardware-store-empire/>
- <https://www.mrdiy.com/who-we-are>

Bleisure

Phu Quoc

‘ฟูโก๊ควั๊ก’

**เกาะสวรรค์
แห่งเวียดนามใต้
ที่ใครไปก็ต้องหลงรัก**



3 เดือนแรกของปี 2567 เรียกได้ว่าเป็นความสำเร็จอันยิ่งใหญ่สำหรับการท่องเที่ยว ‘ฟูโก๊วก’ (Phu Quoc) จากการจัดอันดับต่างๆ ของสื่อต่างประเทศ ไม่ว่าจะเป็น DestinAsian นิตยสารท่องเที่ยวและไลฟ์สไตล์ชื่อดังสำหรับผู้ชื่นชอบการเดินทางทั่วโลก ที่ยกให้เกาะฟูโก๊วก ติด 1 ใน 10 ชายหาดที่สวยงามที่สุดในเอเชีย ขณะที่ Tatler Asia ยกย่องสถานที่แห่งนี้ว่าเป็นความภาคภูมิใจของเวียดนาม และเป็นทางเลือกใหม่นอกเหนือจากจุดหมายปลายทางที่คุ้นเคย เช่น กระบี่ หรือเกาะบาหลี่

แม้ว่าจะจะเป็นจุดหมายปลายทางที่เพิ่งเริ่มมีชื่อเสียง แต่เกาะฟูโก๊วกกลับได้รับการจัดอันดับให้อยู่ในระดับเดียวกับเกาะสวรรค์ชื่อดังอื่นๆ เช่น เกาะมัลดีฟส์ เกาะบาหลี่ในอินโดนีเซีย หรือเกาะโบราไกในฟิลิปปินส์

หนึ่งในเหตุผลที่เกาะฟูโก๊วกได้รับความนิยมจากสื่อหลายสำนักและนักท่องเที่ยวทั่วโลก คือชายหาดที่น่าทึ่ง ซึ่งมีทรายขาวละเอียด น้ำทะเลใสดูคริสตัล ตลอดจนภูมิประเทศชายฝั่งที่มีความหลากหลายให้นักเดินทางได้สำรวจ เหมาะอย่างยิ่งที่จะเป็นสถานที่สำหรับการพักผ่อนและเติมพลัง

ทั้งนี้ ‘ฟูโก๊วก’ เกาะสวยในอ่าวไทยซึ่งอยู่ทางตอนใต้ของเวียดนาม ใกล้ชายแดนกัมพูชา เป็นเกาะที่ใหญ่ที่สุดของเวียดนาม ประกอบไปด้วยเกาะน้อยใหญ่อีก 22 เกาะ งดงามจนได้รับสมญานามว่าเป็น ‘ไข่มุกแห่งเวียดนามใต้’

อย่างไรก็ตาม ความสวยงามไม่ใช่เหตุผลเดียวที่ทำให้เกาะฟูโก๊วกอยู่ในระดับทัดเทียมกับเกาะสวรรค์ที่มีชื่อเสียงระดับโลกอื่นๆ แต่เพราะเกาะฟูโก๊วกเป็นจุดหมายปลายทางที่เดินทางไปได้สะดวก เพียงพร้อมด้วยวีซ่าหรือวีซ่าฟรีมากมาย และที่สำคัญคือมีประสบการณ์อันหลากหลายที่รอให้ผู้มาเยือนได้เพลิดเพลิน

เกาะฟูโก๊วกวางแผนที่จะเป็นศูนย์กลางด้านการท่องเที่ยวและรีสอร์ทคุณภาพสูง มีโครงสร้างพื้นฐานด้านการคมนาคมที่สะดวกสบายด้วยสนามบินนานาชาติ ท่าเรือ สามารถเดินทางได้ง่ายดายจากเมืองหลัก เช่น กรุงฮานอย และนครโฮจิมินห์ ในช่วงครึ่งหลังของปี 2566 และเมื่อต้นปี 2567 ทางกรมเวียดนามได้เริ่มดำเนินการเชิงรุกด้วยการเปิดเที่ยวบินตรงจากประเทศที่เป็นตลาดหลัก เช่น เกาหลีใต้ ไต้หวัน และอินเดีย

นอกจากนี้ เกาะฟูโก๊วกยังมีโครงสร้างพื้นฐานของรีสอร์ทที่ครอบคลุมทอดยาวจากเหนือจรดใต้ มีที่พักหลากหลายตั้งแต่ราคาไม่แพงไปจนถึงระดับไฮเอนด์ และที่ไม่พูดถึงไม่ได้คือการเป็นศูนย์รวมความบันเทิงขั้นสุด อีกทั้งยังเป็นจุดหมายปลายทางสำหรับการแลกเปลี่ยนวัฒนธรรม โดยปกติแล้ว ในช่วงเทศกาล

ปลายปี 2566 จะมีการเฉลิมฉลอง Sunset Town เมืองน่ารักบนเกาะเพื่อสร้างประสบการณ์ทางวัฒนธรรมและศิลปะใหม่ๆ อย่างต่อเนื่อง

เริ่มต้นที่ ‘Kiss Bridge’ หรือสะพานจูมพิต แหล่งท่องเที่ยวอันเป็นเอกลักษณ์แห่งใหม่ล่าสุดของเวียดนาม โดยงานสถาปัตยกรรมชิ้นนี้มีความยาว 800 เมตร ประกอบด้วยสะพาน 2 เส้นที่สร้างขึ้นในทิศตรงข้ามกัน โดยมีจุดที่ใกล้จะบรรจบกันด้วยระยะห่างเพียง 30 เซนติเมตร ซึ่งเป็นระยะที่ทั้ง 2 ฝ่ายสามารถเอื้อมถึงกันได้ไม่ว่าจะเพื่อจับมือ กอด หรือจูมพิต รวมถึงสามารถรับชมวิวพระอาทิตย์ตกดินแบบพาโนรามาได้อีกด้วย

ถัดมาคือ ตลาดกลางคืนริมทะเล ‘Vui Phet’ หรือ VuiFest Bazaar ซึ่งไม่ได้เป็นเพียงพื้นที่สำหรับช้อปปิ้งที่ให้ผู้มาเยือนได้เลือกซื้อสินค้าและชิมอาหารที่อร่อยและราคาถูกเท่านั้น แต่ทุกคืนจะมีการแสดงดนตรีริมถนนที่ชื่อว่า Loang Xoang และ Tinh Tuom ซึ่งมีความสร้างสรรค์และน่าสนใจ ตามมาด้วยการแสดงทางน้ำอันน่าตื่นตาตื่นใจอย่าง ‘Kiss of the Sea’ ที่ผสมผสานแสงสี กายกรรม และพลุที่ใหญ่ที่สุดในโลก ตลอดจน ‘Love Hurricane’ การแสดงศิลปะกึ่งฟ้าผาดโผนโดยใช้เจ็ตสกีและฟลายบอร์ด

ขณะที่ไฮไลท์ที่ห้ามพลาดเลยคือ การแสดงหุ่นกระบอกกิมชายหาด จัดแสดงโดยโรงละครหุ่นกระบอกแห่งชาติเวียดนาม ซึ่งหลังการแสดงแต่ละครั้ง ผู้เยี่ยมชมจะมีโอกาสสัมผัสหุ่นกระบอก พูดคุยกับศิลปิน และเรียนรู้เพิ่มเติมเกี่ยวกับศิลปะการแสดงอันเป็นเอกลักษณ์นี้ด้วย

จากทั้งหมดที่กล่าวมานี้ ได้พิสูจน์ให้เห็นถึงเสน่ห์อันน่าหลงใหลของเกาะฟูโก๊วกได้อย่างน่าทึ่ง ไม่แปลกใจเลยว่าทำไมสื่อต่างประเทศถึงมอบตำแหน่งต่างๆ ให้ อย่างไรก็ตาม รัฐบาลยังคงไม่หยุดนิ่งที่จะสร้างชื่อเสียงให้เกาะสวรรค์แห่งนี้เป็นหนึ่งในจุดหมายปลายทางด้านรีสอร์ท ความบันเทิง และการพักผ่อนชั้นนำในภูมิภาค 🌊



ที่มา : <https://vietnamnews.vn/brandinfo/1652189/phu-quoc-among-top-beach-destinations-in-asia.html>



AEC
CONNECT

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