

BANGKOK BANK

AEC**CON**NECT

THIRD ISSUE / 2019



ASEAN'S

INDO-PACIFIC
VISION



ในช่วงเดือนมิถุนายนที่ผ่านมาเป็นที่น่าสนใจที่การประชุมสุดยอดอาเซียนลู่ทางไปได้ด้วยดีและประสบความสำเร็จในการผลักดันความร่วมมือต่างๆ อย่างเป็นรูปธรรม เพื่อเสริมสร้างความเข้มแข็งให้อาเซียน อาทิ การรับรองเอกสารมุมมองของอาเซียนต่อแนวคิดอินโด-แปซิฟิก และความคืบหน้าการเจรจา RCEP ซึ่งคาดว่าจะสามารถสรุปผลการเจรจาในช่วงการประชุมสุดยอดในเดือน พ.ย. นี้ ได้

ข้อตกลงต่างๆ ที่ผู้นำ 10 ประเทศ เห็นพ้องร่วมกัน ภายใต้หลักการอาเซียนที่ 'ไม่ทิ้งใครไว้ข้างหลัง' ในการประชุมสุดยอดอาเซียนครั้งที่ 34 นี้ ยิ่งสะท้อนให้เห็นทิศทางการพัฒนาอาเซียนที่ชัดเจนยิ่งขึ้นซึ่งนับเป็นสัญญาณที่ดีสำหรับนักธุรกิจที่ต้องการทำการค้าและการลงทุนภายในอาเซียน

ธนาคารกรุงเทพเล็งเห็นโอกาสทางธุรกิจภายในอาเซียนตลอดมา และสนับสนุนนักธุรกิจไทยขยายธุรกิจสู่ตลาดอาเซียนอย่างต่อเนื่อง ล่าสุด ธนาคารซึ่งมีสาขารอบคลุม 9 ประเทศ จาก 10 ประเทศในอาเซียน ประสบความสำเร็จในการจัดอบรมให้ความรู้เชิงปฏิบัติการด้านการค้าและการลงทุนในอาเซียนให้นักธุรกิจไทยผ่านโครงการ AEC Business Leader รุ่นที่ 4 ซึ่งได้รับผลตอบรับจากผู้เข้าอบรมอย่างดียิ่ง นอกจากการอบรมแล้ว ธนาคารยังยึดมั่นในแนวคิดการเป็น 'มิตรคู่บ้าน' ที่พร้อมให้คำปรึกษาด้านการค้าการลงทุนในอาเซียนอย่างเต็มที่เพื่อช่วยให้นักธุรกิจไทยเปิดประตูสู่ตลาดต่างประเทศได้อย่างมั่นใจ

“ธนาคารกรุงเทพ เพื่อนคู่คิด มิตรคู่เอเชีย”

ไชยฤทธิ์ อนุชิตวรวงศ์
รองผู้จัดการใหญ่ ธนาคารกรุงเทพ
บรรณาธิการบริหาร

CONTENT



04

Exclusive Dinner Talk
ถอดรหัสความสำเร็จ
ธุรกิจไทยใน CLMV



08

ธนาคารกรุงเทพประกาศความสำเร็จ AEC Business Leader รุ่นที่ 4



16

**10 ประเทศร่วมวางรากฐาน
สู่อนาคต 50 ปี**



22

**มนต์เสน่ห์แห่ง Jewel
สวนธรรมชาติสุดหรูใน Changi Airport**



06

**2 นักธุรกิจแฮร์ประสบความสำเร็จ
พลิกมุมมอง ตัดปีกความสำเร็จ**



14

**จาก Trade War สู่ Tech War
สงครามการค้าส่งผลกระทบ
2 ชาติอาเซียน**



18

**10 นักธุรกิจหญิง
ผู้ทรงอิทธิพลแห่งอาเซียน**

President message

ท่ามกลางภาวะเศรษฐกิจโลกที่เติบโตช้าและสงครามการค้าระหว่างประเทศมหาอำนาจ เศรษฐกิจของอาเซียนยังคงขับเคลื่อนและขยายตัวได้พอสมควร เนื่องจากมีความร่วมมือและการเชื่อมโยงที่เข้มแข็ง ปัจจุบันอาเซียนยังคงดำเนินการยกระดับการเชื่อมโยงในมิติต่างๆ อย่างต่อเนื่อง เช่น โครงสร้างพื้นฐานและระบบการชำระเงินเพื่อก้าวสู่การเป็น ‘อาเซียนที่ไร้รอยต่อ’ ซึ่งจะส่งเสริมการค้าการลงทุนในอาเซียนให้เติบโตยิ่งขึ้นและลดทอนผลกระทบจากปัจจัยภายในและภายนอก

ทุกวันนี้อาจมองได้ว่าเป็นยุคทองของเอเชีย และอาเซียนเองก็ยังคงเป็นภูมิภาคที่มีศักยภาพ โดยปัจจัยหลัก 3 ข้อที่ทำให้อาเซียนเติบโตและมีแนวโน้มที่จะเติบโตอย่างรวดเร็วในอนาคต คือ 1. การเป็นเศรษฐกิจที่ใหญ่เป็นอันดับ 5 ของโลก 2. การเป็นตลาดขนาดใหญ่ที่มีประชากรมากกว่า 640 ล้านคน และ 3. มีภูมิศาสตร์อยู่กึ่งกลางระหว่างจีนและอินเดีย

ธนาคารกรุงเทพในฐานะหนึ่งในธนาคารชั้นนำในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้และเป็น ‘มิตรคู่บ้าน’ ยังคงมุ่งมั่นที่จะเชื่อมโยงลูกค้ากับโอกาสการค้าการลงทุนที่มีอยู่มากและพร้อมสนับสนุนให้ลูกค้าสามารถขยายธุรกิจสู่ตลาดอาเซียนได้อย่างแข็งแกร่งและยั่งยืน

คุณชาติศิริ โสภณพนิช
กรรมการผู้จัดการใหญ่
ธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน)



Vision of beyond

Exclusive Dinner Talk

ถอดรหัสความสำเร็จ ธุรกิจไทยใน CLMV

สร้างฐานลูกค้า

ก่อนทุนจีนกรีทาทัพ

ตลาดกลุ่มประเทศ CLMV คือโอกาสที่น่าสนใจที่สุดของ
การลงทุนขณะนี้ ธนาคารกรุงเทพ จึงจัดฟอร์รัมพิเศษ
'ถอดรหัสความสำเร็จ AEC Business Leader'
สะท้อนมุมมองและประสบการณ์ความสำเร็จใน
เวียดนามและกัมพูชา ณ โรงแรมบันยันทรี กรุงเทพฯ

คุณมงคล บัณฑิตรุ่งโรจน์ กรรมการผู้จัดการ บริษัท
ไทยคอร์ป อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด ผู้ผลิตปลา
กระป๋องภายใต้แบรนด์ชื่อดัง 'สามแม่ครัว' บอกเล่า
ประสบการณ์ทำธุรกิจตลอด 26 ปีในเวียดนาม เริ่มจากเลี้ยงเห็น
โอกาสและทดลองทำธุรกิจ แต่ก็ประสบผลขาดทุนในช่วง
10 ปีแรก. จวบจนวันที่เวียดนามเปิดตัวเองสู่โลกการค้าเสรี
บริษัทจึงดำเนินการเห็นผลกำไรมาอย่างต่อเนื่อง

แบรนด์สามแม่ครัว ได้นำเสนอตัวเองผ่านงานแสดงสินค้า
(Exhibition and Marketing Activity) พยายามสร้างแคมเปญ
ให้หน้าประทับใจ มีของแจก ของแถม กระจายสินค้าสู่ชั้นวางของ
ซูเปอร์มาร์เก็ตและร้านค้าโชห่วยทั่วไปในเวลาต่อมา ปัจจุบันได้
ขยายโรงงานอีก 5 แห่งในปีนี ทำยอดขายได้ปีละกว่า 45 ล้าน
ดอลลาร์สหรัฐ มีส่วนแบ่งการตลาดร้อยละ 80 ของปลากระป๋อง
ที่จำหน่ายในเวียดนามทั้งหมดและส่งออกไปทั่วโลก





คนไทยไม่ค่อยออกไปลงทุนนอกประเทศ โดย **CLMV** มีโอกาสมากมายให้นักธุรกิจไทยแสดงศักยภาพ ภูมิภาคนี้คือที่ๆ เราเก่งและเด่นได้ เมื่อเทียบกับภูมิภาคอื่นอย่างอาเซียนตอนใต้

ธุรกิจอาหารและเครื่องดื่ม ยังมีโอกาสเติบโตได้อีกมาก เพราะร้านอาหารไทยในกัมพูชา มีน้อย แต่ต้องทำงานหนัก เพื่อให้เข้าใจตลาด เข้าใจผู้บริโภค และบริหารงานอย่างระมัดระวัง

มงคล ภัทรรุ่งโรจน์

กรรมการผู้จัดการ บริษัท ไทยคอร์ป อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด

วิฑูร ศิลลาอ่อน

กรรมการผู้จัดการใหญ่ สายปฏิบัติการและบุคคล บริษัท เอส แอนด์ พี ซินดิเคท จำกัด (มหาชน)

เวียดนามทะยานอย่างน่าสนใจ

ศักยภาพและโอกาสของเวียดนามในขณะนี้ คุณมงคล มองว่า กำลังซ่อสูง เงินสะพัด ค่าแรงในอุตสาหกรรมอาหารยังถูกถ้าเทียบกับไทยซึ่งอยู่ที่ 400 กว่าบาทและทิศทางอาจสูงขึ้นไปอีก ตรงนี้ช่วยลดต้นทุนรวมได้มาก “ตั้งนั้นถ้าคนไทยยังลังเลไม่รีบขยายกิจการไปตั้งแต่ตอนนี้ อีกไม่นานจะต้องเจอคู่แข่งอย่างจีน ซึ่งกำลังไหลทะลักเข้ามา”

คนเวียดนามลงทุนเรื่องการศึกษามาก คุณภาพและทักษะของแรงงานอยู่ในขั้นดี พูดภาษาอังกฤษกันเก่ง จึงอาจเป็นฐานการผลิตที่สำคัญในเอเชียอาคเนย์หน้าไทยในสักวัน เห็นได้ชัดในอุตสาหกรรมอิเล็กทรอนิกส์ ซึ่งเป็นแหล่งสร้างรายได้หลักกำลังขยายตัวอย่างไม่หยุดยั้ง แต่อุปสรรคในการบริหารธุรกิจที่เวียดนามคือการหาผู้บริหารระดับสูงที่เป็นคนท้องถิ่น ประสบการณ์บนโลกธุรกิจยังมีจำกัดเพราะเพิ่งเปิดตัวเองสู่ตลาดโลกได้ไม่นาน บางบริษัทต้องซื้อตัวหรือนำไปจากประเทศไทย

คุณวิฑูร ศิลลาอ่อน กรรมการผู้จัดการใหญ่ สายปฏิบัติการและบุคคล บริษัท เอส แอนด์ พี ซินดิเคท จำกัด (มหาชน) นำเสนอแนวทางและประสบการณ์ความสำเร็จ ภายใต้แบรนด์ “S&P” ที่คนไทยรู้จักกันดีในฐานะร้านเบเกอรี่ยอดนิยม ขณะที่ในกัมพูชาเรารู้ว่า S&P เป็นร้านอาหารไทยชั้นดี จากเริ่มแรกเข้าไปลงทุนในกัมพูชาเมื่อ 5 ปีที่แล้วด้วยเงิน 15 ล้านบาท จวบจนวันนี้เราขยายกิจการออกไป 5 สาขา มีรายได้ 150 ล้านบาทต่อปี

เคล็ดลับความสำเร็จของ S&P กัมพูชา

คุณวิฑูร เล่าว่า เลือกที่จะไปกัมพูชาเพราะอยู่ใกล้ จึงง่ายต่อการขนส่งและกำกับดูแล อีกทั้งยังได้ทำเลที่ดีโดยเปิดสาขาใน AEON Mall ซึ่งเป็นห้างสรรพสินค้าขนาดใหญ่ในพื้นที่ที่คนมีกำลังซื้อสูง การที่ร้านอาหารตั้งอยู่ในห้าง สามารถบริหารต้นทุนได้ง่ายและยังมีที่จอดรถสะดวก คนกัมพูชานิยมชมชอบสินค้า อาหารไทย และมีทัศนคติที่ดีต่อเมืองไทย จากการสำรวจพบว่าในกัมพูชายัง

ไม่มีร้านอาหารไทยดีๆ สำหรับกลุ่มคนชั้นกลางค่อนข้างสูง (Upper Middle Class) จึงเป็นโอกาสวาง position ของตัวเองให้ชัดเจนและโดดเด่น ส่งผลให้ร้าน S&P ได้รับความนิยมมาก

คุณวิฑูร เล่าว่า คนกัมพูชานั่นเรื่องความคุ้มค่า แม้ราคาอาหารของ S&P จะแพงกว่าในไทย แต่เป็นเลิศด้านคุณภาพ บรรยากาศ และการบริการที่อยู่ในระดับพรีเมียม โดยได้ศึกษาวิจัยอย่างเป็นระบบเพื่อค้นหารสชาติที่คนกัมพูชาชื่นชอบ เครื่องดื่มยอดนิยม ตลอดจนไลฟ์สไตล์ เพื่อนำเสนอบริการได้ตรงจุด

“คนกัมพูชานิยมการสังสรรค์ เรามีห้องจัดเลี้ยง กัมพูชาเป็นสังคมที่ประชากรอายุเฉลี่ยยังน้อย เราก็เน้นช่องทาง Social Media มีเพจ Facebook ที่ได้รับความนิยม มียอดติดตามและกดไลค์จำนวนมากกว่าของไทยในเชิงเปรียบเทียบ นอกจากนี้เราปรับเมนูอาหารปีละ 5-6 ครั้ง เพื่อตอบสนองกับความต้องการของลูกค้าให้ได้มากที่สุด”



AEC Business Leader#4

2 นักธุรกิจแชร์ประสบการณ์ พลิกมุมมอง ตัดปีกความสำเร็จ

คุณวรวุฒิ อุ๋นใจ ประธานเจ้าหน้าที่บริหาร บริษัท ซีไอแอล จำกัด (มหาชน) เจ้าของตำนานธุรกิจจำหน่ายเครื่องเขียนและอุปกรณ์สำนักงาน ภายใต้ชื่อ “ออฟฟิศเมท - OFFICEMATE” และ คุณทรงพล ชัยยุทธกรกิจ ประธานเจ้าหน้าที่บริหาร บริษัท ทิว ไดเร็ค จำกัด (มหาชน) นักธุรกิจรุ่นใหม่ ผู้บุกเบิกธุรกิจขายตรงผ่านโทรศัพท์ มาถ่ายทอดประสบการณ์ธุรกิจท่ามกลางการเปลี่ยนแปลงให้ผู้เข้าร่วม โครงการผู้นำธุรกิจแห่งอาเซียน (AEC Business Leader Program)

คุณวรวุฒิ อุ๋นใจ ประธานเจ้าหน้าที่บริหาร บริษัท ซีไอแอล จำกัด (มหาชน) เล่าว่า “ออฟฟิศเมท” เริ่มต้นจาก ยี่ปี่ชาปี่ขายอุปกรณ์เครื่องเขียน เป็นแค่ธุรกิจครอบครัว ช่วงปี 2526 เกิดเหตุน้ำท่วมใหญ่ สินค้าเสียหายจำนวนมาก ขายของไม่ได้นานนับเดือนจนเกือบเลิกกิจการ จึงระดมความคิดกับครอบครัวว่าทำอย่างไรให้กิจการอยู่รอดได้ การขายของหน้าร้านไม่ใช่คำตอบ จึงร่วม

กันจัดทำแค็ตตาล็อกรายการสินค้าที่มีอยู่แยกเป็นประเภท ใช้เวลาประมาณ 3-4 เดือนสามารถรวบรวมได้ 800 รายการ นำไปพิมพ์และตระเวนแจกไปตามสำนักงานออฟฟิศต่างๆ มือเดออร์เข้ามายอดขายเติบโตจากเดือนละ 2 ล้าน เป็นเดือนละ 10 ล้านบาท จากห้องแถวก็ขยายกิจการให้ ‘ออฟฟิศเมท’ เป็นศูนย์รวมสินค้าเครื่องเขียน อุปกรณ์สำนักงานอย่างครบครัน

คุณวรวุฒิ ระบุว่า 4 หัวใจความสำเร็จของออฟฟิศเมท คือ 1. เรื่องของมีเดีย บริษัทมีการจัดทำแค็ตตาล็อกที่ให้ข้อมูลสินค้าครบถ้วน เปิดเว็บไซต์ให้ลูกค้าสามารถซื้อออนไลน์ได้ ซึ่งขณะนั้น น่าจะเป็นเว็บไซต์แรกของไทยที่สามารถซื้อสินค้าผ่านบัตรเครดิตได้ ทั้งที่ขณะนั้น อินเทอร์เน็ตยังไม่เร็วเท่าปัจจุบัน 2. ทีมขายที่มีความรู้ในสินค้า ซึ่งแบ่งเป็น 2 ส่วน คือ call center ที่ให้ข้อมูลเบื้องต้นกับลูกค้า และพนักงานขายที่แนะนำรายละเอียดของสินค้า

3. ระบบโลจิสติกส์มีประสิทธิภาพ ส่งสินค้าให้ลูกค้าตามต้องการ เก็บสต็อกสินค้าน้อยเท่าที่ลูกค้าสั่ง มีความรวดเร็วในการส่ง กำหนด KPI ว่าถ้าลูกค้าสั่งสินค้า 100 รายการ ลูกค้าต้องได้รับสินค้าไม่ต่ำกว่า 99 รายการ และต้องส่งทันตามกำหนดเวลา สร้างความน่าเชื่อถือให้กับลูกค้า และ 4. IT system มีการจัดเก็บข้อมูลลูกค้า เพื่ออำนวยความสะดวกในการสั่งซื้อในครั้งต่อไปและเพิ่มโอกาสในการนำเสนอสินค้ารายการใหม่

“บางบริษัทอาจไม่วิกฤต แต่ไม่กำไรมากนักก็ไม่ได้เห็นความจำเป็นที่ต้องเปลี่ยน ดังนั้นการเปลี่ยนต้องมีความรู้สึกมี passion ที่อยากจะเปลี่ยนแปลงเพราะโลกทุกวันนี้ถ้าไม่เปลี่ยน ธุรกิจเราจะถูกเปลี่ยนแปลงไปโดยปริยาย”

ปัจจุบันธุรกิจของออฟฟิศเมทมีอัตราเติบโตร้อยละ 5-6 ต่อปี ยอดขายราว 8,000 ล้านบาท เข้าจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ MAI และได้



การลงทุนในวันนี้อาจถูกแต่
ในอนาคตอาจจะผิดพลาด
เราต้องมีหลัก มีจุดยืน
กำหนดทิศทางชัด
ไม่ใช่แค่แบบรีทิคทางและ
ปรับตัวให้ทันสถานการณ์

ทรงพล ชัญมาตรกิจ
ประธานเจ้าหน้าที่บริหาร
บริษัท ทีวี ไตรีค จำกัด (มหาชน)



การทำธุรกิจมีปัจจัยทำให้
เกิดความเปลี่ยนแปลงได้
ตลอดเวลา **สำคัญคือ**
เราต้องพลิกมุมมอง
ปรับเปลี่ยนตัวเอง
ให้เร็วที่สุด

วรวัฑฒ์ อุ๋นใจ
ประธานเจ้าหน้าที่บริหาร
บริษัท ซีโอแอล จำกัด (มหาชน)



ร่วมทุนกับเซ็นทรัลกรุ๊ปในการบริหารร้าน B2S และร้านออฟฟิศ ดีโป ร้านหนังสือ และร้านเครื่องเขียน อุปกรณ์สำนักงานที่มีสาขาอยู่ทั่วประเทศ

ด้าน คุณทรงพล ชัญมาตรกิจ ประธานเจ้าหน้าที่บริหาร บริษัท ทีวี ไตรีค จำกัด (มหาชน) กล่าวว่า ธุรกิจทีวีไตรีคเจอปัญหามาทุกรูปแบบ ทั้งพฤติกรรมผู้บริโภค การแข่งขัน บุคลากร บริษัทได้เรียนรู้สาเหตุของปัญหา และตั้งหลักเพื่อแก้ปัญหาที่เกิดขึ้น 5 ส่วน คือ 1. Exponential การเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วของเทคโนโลยีและพฤติกรรมของผู้บริโภค ดังเช่นการซื้อขายบน

แพลตฟอร์ม Facebook ปัจจุบันมี 2,000 ล้านรายการ บางธุรกิจที่คิดว่าเป็นไปไม่ได้ กลับพลิกเติบโตอย่างไม่คาดคิด

2. VUCA หลักพื้นฐานที่ใช้อธิบายสถานการณ์ที่เกิดขึ้นทางการทหารของสหรัฐฯ สู่การอธิบายปรากฏการณ์ทางธุรกิจที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วชนิดคาดไม่ถึง ไม่แน่นอน ซับซ้อน ซึ่งต้องสร้างด้วยความรู้ ความเข้าใจ แยกส่วนปัญหา รวบรวมให้เป็นระบบและแก้ไขอย่างเป็นขั้นตอน

3. การใช้หลัก Start Less Finish More กลยุทธ์ธุรกิจบางอย่างใช้ได้ในช่วงแรก แต่การใช้ KPI มาทำการวัดผลสัมฤทธิ์ แม้ทำให้ออดขยายเพิ่มแต่เกิดการแข่งขัน มีปัญหาขัดแย้งกันภายในองค์กร จึงได้ปรับมาใช้ OKR วัดผลสัมฤทธิ์การทำงานตามวัตถุประสงค์จากคนทำงานระดับล่างสู่บน ได้เห็นปัญหาที่แท้จริง ร่วมกันคิดและลงมือแก้ไข ทันต่อสภาพแวดล้อมทางธุรกิจที่เปลี่ยนไป

4. Disrupting World ปัจจัยของการเปลี่ยนแปลงมีหลายระดับ เช่น Viability เปลี่ยนแปลงรวดเร็ว เช่น ซอฟต์แวร์ สื่อสิ่งพิมพ์ เครื่องจักรกล หรือ Vulnerability อ่อนแอต่อการเปลี่ยนแปลง เช่น ธุรกิจด้านพลังงาน ประกันภัย ธุรกิจด้านสุขภาพ ต้องสร้างความปราดเปรียว

5. Why you have to dare? ทุกครั้งที่มีการเปลี่ยนแปลง จะเกิดช่องว่างแห่งโอกาส เป็นเรื่องที่ต้องกล้าในการก้าวออกไปลงทุนต่างประเทศ พยายามทดสอบและพิสูจน์ความผิดพลาด

ปัจจุบัน บริษัท ทีวี ไตรีค จำกัด (มหาชน) มีบริษัทย่อยอยู่ในประเทศไทย 19 บริษัท เดิมมีแนวคิดขยายลงทุนในกลุ่มอาเซียน แต่เนื่องจากคู่แข่งค่อนข้างมากโดยเฉพาะจากประเทศจีน จึงมีนโยบายตั้งมั่นการลงทุนในประเทศให้มีความแข็งแกร่งเพียงพอเสียก่อน ที่จะออกไปลงทุนในต่างประเทศ



ธนาคารกรุงเทพ ตัดปีกนักธุรกิจ ไทยบุกตลาดอาเซียน ประกาศความสำเร็จ หลักสูตรอบรม AEC Business Leader ปี 4

ธนาคารกรุงเทพพร้อมเสริมเชี่ยวชาญเอสเอ็มอี ปั้นนักธุรกิจไทยพร้อมบุกตลาดอาเซียน ผ่านหลักสูตร AEC Business Leader ประสบความสำเร็จต่อเนื่องเป็นปีที่ 4 ค้นศักยภาพผู้ประกอบการไทย สร้างความเชื่อมั่นพร้อมเปิดประตูสู่ตลาดต่างประเทศ

โอกาสนี้ คุณชาติศิริ โสภณพนิช กรรมการผู้จัดการใหญ่ ธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) เป็นประธานในพิธีปิดโครงการอบรมหลักสูตร “ผู้นำธุรกิจแห่งอาเซียน” (AEC Business Leader) รุ่นที่ 4 พร้อมกล่าวแสดงความยินดีและขอบคุณผู้ประกอบการเข้าร่วมอบรมฯ จำนวน 38 คน ที่ได้ให้เกียรติและเสียสละเวลาเข้าร่วมอบรมกับหลักสูตร AEC Business Leader ซึ่งเป็นโครงการที่ธนาคารได้ดำเนินการต่อเนื่องเพื่อช่วยส่งเสริมศักยภาพและสนับสนุนผู้ประกอบการให้สามารถขยายธุรกิจสู่ตลาดอาเซียนได้อย่างแข็งแกร่ง โดยธนาคารพร้อมอำนวยความสะดวกและเป็น “เพื่อนคู่คิด” ของนักธุรกิจไทยมุ่งสู่การเป็นความจริงทางธุรกิจในภูมิภาคอาเซียน โดยมี คุณจิรวุฒิ สุวรรณอาจ อัครราชทูตที่ปรึกษาฝ่ายการพาณิชย์ สถานทูตไทย กรุงเทพมหานคร ประเทศกัมพูชา คุณวีระศักดิ์ สุตันทวีบูลย์ รองผู้จัดการใหญ่ สายลูกค้าธุรกิจรายกลาง คุณไชยฤทธิ์ อนุชิตวรวงศ์ รองผู้จัดการใหญ่

กิจการธนาคารต่างประเทศ คุณกนกศักดิ์ โมกขมรรคกุล ผู้ช่วยผู้จัดการใหญ่ ผู้อำนวยการลูกค้าธุรกิจรายกลาง นครหลวง ร่วมด้วย ที่แกรนด์ ไฮแอท เอราวัณ กรุงเทพฯ เมื่อเร็วๆ นี้

คุณไชยฤทธิ์ อนุชิตวรวงศ์ รองผู้จัดการใหญ่ ธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) และผู้อำนวยการหลักสูตรอบรมผู้นำธุรกิจแห่งอาเซียน (AEC Business Leader) เปิดเผยว่า ธนาคารได้ร่วมสนับสนุนผู้ประกอบการธุรกิจเอสเอ็มอีไทยให้มีศักยภาพและความพร้อมที่จะเปิดตลาดสู่ต่างประเทศได้อย่างเข้มแข็ง โดยเฉพาะกลุ่มประเทศอาเซียนที่กำลังเติบโตและถือเป็นโอกาสที่ดีสำหรับธุรกิจไทยที่มีความใกล้ชิดกันอยู่แล้ว จึงได้พัฒนาหลักสูตรอบรม “ผู้นำธุรกิจแห่งอาเซียน” AEC Business Leader ต่อเนื่องมาเป็นปีที่ 4

หลักสูตรดังกล่าว จะมุ่งเน้นการนำเสนอความรู้เชิงวิชาการ ทั้งด้านการตลาด กฎหมายและภาษี และการวิเคราะห์แผนธุรกิจ ควบคู่กับการถ่ายทอดแลกเปลี่ยนประสบการณ์ตรงจากผู้เชี่ยวชาญในหลากหลายธุรกิจ โดยเฉพาะผู้ประกอบการไทยที่ประสบความสำเร็จในการขยายตลาดไปยังอาเซียน นักธุรกิจในพื้นที่ทำการค้ากับไทย คำแนะนำจากนักวิเคราะห์เศรษฐกิจระดับประเทศ คำแนะนำจากตัวแทนสำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน (บีโอไอ) และคำแนะนำด้านผลิตภัณฑ์และบริการด้านการเงินจากธนาคารกรุงเทพที่สนับสนุนการทำธุรกิจในอาเซียน ตลอดจนการพบปะผู้จัดการสาขาธนาคารกรุงเทพในอาเซียนที่มาให้คำปรึกษาและแบ่งปันประสบการณ์ที่สั่งสมมายาวนาน

นอกจากนี้ ผู้เข้าอบรมยังได้รับประสบการณ์ตรงจากการร่วมเดินทางศึกษาดูงานและสำรวจโอกาสทางธุรกิจจากผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จในประเทศกัมพูชา รวมถึงได้เข้าประกวดแผนธุรกิจเพื่อเสริมทักษะให้ผู้ร่วมอบรมสามารถนำความรู้และประสบการณ์ที่ได้รับมาคิดต่อยอด และพัฒนาขึ้นเป็นแผนธุรกิจที่ทำได้จริงในอาเซียนอีกด้วย

“ทีมที่ชนะเลิศในการอบรมรุ่นล่าสุด ได้นำเสนอแผนธุรกิจบริษัทพัฒนาทรัพยากรบุคคลในกัมพูชา ‘Talent Acquisition Platform’ ที่สามารถสร้างสรรค์แผนธุรกิจที่มีความโดดเด่น เหมาะสมกับประเทศที่จะลงทุน โครงการมีความแปลกใหม่ และสามารถนำนวัตกรรมมาปรับใช้เข้ากับธุรกิจได้อย่างลงตัว ซึ่งเป็นผลสัมฤทธิ์ของโครงการอันน่าภูมิใจที่หลักสูตรนี้สามารถช่วยดึงศักยภาพของนักธุรกิจไทยออกมาได้อย่างชัดเจน และยังช่วยสร้างความเชื่อมั่นให้แก่ผู้ประกอบการไทยในการเปิดตลาดสู่อาเซียน ทั้งจะมีธนาคารกรุงเทพที่พร้อมอำนวยความสะดวกและเป็น ‘เพื่อนคู่คิด’ ของนักธุรกิจไทยอยู่เสมอ”

คุณไชยฤทธิ์ กล่าวอีกว่า นอกจากความรู้และประสบการณ์ที่ได้รับจากหลักสูตร AEC Business Leader แล้ว การเข้าร่วมอบรมดังกล่าว ยังเปิดโอกาสให้ผู้ประกอบการได้สร้างเครือข่ายทางธุรกิจระหว่างผู้เข้าอบรมในรุ่นเดียวกันและรุ่นก่อนหน้า ซึ่งอาจพัฒนาไปสู่ความร่วมมือทางธุรกิจในอนาคตได้เช่นกัน ทั้งยังได้รับสิทธิประโยชน์ต่างๆ จากธนาคารกรุงเทพ เช่น การรับคำปรึกษาจาก



ผู้จัดการสาขาในต่างประเทศเป็นการส่วนตัว ทั้งด้านธุรกิจ กฎหมาย สิทธิประโยชน์ หรือโอกาสทางธุรกิจ การจองสิทธิ์เข้าร่วมงาน Business Matching ที่ธนาคารจัดขึ้น การจองสิทธิ์และสำรองที่นั่ง VIP ได้ก่อนใคร สำหรับงานสัมมนาที่ธนาคารจัดขึ้นในอนาคต รวมถึงรับคู่มือและข้อมูลที่เป็นประโยชน์เกี่ยวกับการลงทุนในอาเซียนที่จัดทำขึ้นโดยธนาคาร เป็นต้น

ด้าน คุณวรพจน์ ลาภวัฒน์มงคล กรรมการ บริษัท ฟรินดิง โซลูชั่น จำกัด หนึ่งในสมาชิกทีมชนะเลิศ กล่าวขอบคุณสำหรับรางวัลชนะเลิศ Business plan ในครั้งนี้ และรู้สึกคุ้มค่ากับการทำงานอย่างหนักของทีมตลอดการอบรมในช่วง 3 เดือน กระทั่งกลายเป็นผลงาน MAP platform ที่ทีมร่วมกันสร้างขึ้น ซึ่งล้วนได้จากการเก็บเกี่ยวความรู้จากคอร์ส AEC Business Leader โดยทำให้เกิดการปรับเปลี่ยนวิธีคิดเพื่อกำหนดแผนธุรกิจให้สามารถนำไปใช้งานได้จริงและมีประสิทธิภาพสมบูรณ์แบบยิ่งขึ้น



ทีม Talent Acquisition Platform นำเสนอแผนธุรกิจบริษัทพัฒนาทรัพยากรบุคคลในกัมพูชาคว้ารางวัล Voucher ห้องพักโรงแรม InterContinental Hua Hin Resort มูลค่า 100,000 บาท



คณะกรรมการตัดสินประกอบด้วย

- **คุณจิรวุฒิ สุวรรณอาจ**
อธิการบดีที่ปรึกษาฝ่ายการพาณิชย์ สถานทูตไทย
กรุงเทพมหานคร ประเทศไทย
- **คุณวิระศักดิ์ สุดตันทวีบูลย์**
รองผู้จัดการใหญ่สายลูกค้าธุรกิจรายกลาง
ธนาคารกรุงเทพ
- **คุณวรทัศน์ ตันติมงคลสุข**
กรรมการผู้จัดการ บริษัท โลจิสติกส์ วัน จำกัด
และเลขาธิการสภาธุรกิจไทย-กัมพูชา
- **คุณไชยฤทธิ์ อนุชิตวรวงศ์**
รองผู้จัดการใหญ่ กิจการธนาคารต่างประเทศ
- **คุณเยี่ยมศรี อุบลพงษ์**
AVP ผู้จัดการสาขากัมพูชา ธนาคารกรุงเทพ



บรรยากาศการนำเสนอแผนธุรกิจเต็มไปด้วยความเข้มข้นและได้รับคำแนะนำจากกรรมการที่เป็นประโยชน์สามารถนำไปต่อยอดธุรกิจได้อีกด้วย



ขณะที่ คุณนักรบ เนียมนามธรรม CEO & Founder บริษัท เอ็นฟอร์ซ ซีเคียว จำกัด ซึ่งเป็นอีกหนึ่งในสมาชิกทีมชนะเลิศ ให้ความเห็นว่า หลักสูตรอบรมโครงการ AEC Business Leader ที่ธนาคารกรุงเทพ ได้จัดขึ้นนี้ เป็นโครงการที่ดีมากอีกโครงการหนึ่ง ผู้เข้าร่วมอบรมจะได้รับความรู้เพิ่มเติมมากมาย ทั้งการแชร์ประสบการณ์ตรงจากวิทยากรนักธุรกิจตัวจริง ซึ่งไม่มีในตำราเรียน และหาอ่านที่ไหนไม่ได้ และเป็นการจุดประกายให้ทีมมองเห็นโอกาสธุรกิจผนวกกับข้อมูลของประเทศกัมพูชาที่ได้ไปลงพื้นที่และสัมผัสกับนักลงทุน นำไปสู่ผลงาน Business Plan ที่ได้รับรางวัลชนะเลิศในครั้งนี นอกจากนี้ยังได้รับมิตรภาพดีจากเพื่อนภายในรุ่น 4 ตลอดจนได้ทำความรู้จักรุ่นพี่ ในโครงการ AEC Business Leader ที่ได้เข้าอบรมก่อนหน้านี้อีกด้วย



ทั้งนี้ AEC Business Leader คือหลักสูตรอบรมผู้บริหารระดับสูงแบบเข้มข้นที่ธนาคารกรุงเทพ จัดขึ้น เพื่อตอบโจทย์การสนับสนุนให้ธุรกิจไทยสามารถเติบโตสู่ตลาดในภูมิภาคอาเซียนได้อย่างมีประสิทธิภาพและยั่งยืน โดยผสมผสานองค์ความรู้ของธนาคาร และประสบการณ์จากนักธุรกิจชั้นนำในภูมิภาคอาเซียนที่ประสบความสำเร็จ



ผู้สนใจหลักสูตร AEC Business Leader สามารถติดตามความเคลื่อนไหว และรายละเอียดเพิ่มเติมได้ทางเว็บไซต์ของธนาคารกรุงเทพ หรือติดต่อศูนย์ AEC Connect โทรศัพท์ 02-2302758 และ 02-2301507 หรืออีเมล AECconnect@bangkokbank.com

THAILAND

เกาหลีใต้เพิ่มเงิน กองทุนประเทศ ลุ่มน้ำโขง



▶ นายดอน ปรมดีถวินัย รมว. ต่างประเทศของไทย เป็นประธาน การประชุมรัฐมนตรีต่างประเทศ กรอบความร่วมมือลุ่มน้ำโขง - สาธารณรัฐเกาหลี ครั้งที่ 9 (9th Mekong - ROK Foreign Ministers- Meeting) ร่วมกับนาง คยอง-ฮวา รัฐมนตรีว่าการ กระทรวงการต่างประเทศ สาธารณรัฐเกาหลี โดยได้รับทราบ ผลการดำเนินโครงการภายใต้ กองทุนความร่วมมือ Mekong - ROK Cooperation Funds ประจำปี 2562 สอดคล้องกับนโยบาย New Southern Policy ทาง รัฐบาลเกาหลีใต้จึงได้เพิ่มเงินใน กองทุนจาก 1 ล้านดอลลาร์สหรัฐ เป็น 2 ล้านดอลลาร์สหรัฐในปีนี้และมี แผนเพิ่มเป็น 3 ล้านดอลลาร์สหรัฐ ในปี 2563 พร้อมกับประกาศเป็น ACMECS Development Partner

ที่มา : สำนักข่าวไทย

VIETNAM

เวียดนามขึ้น ชั้นประเทศ นวัตกรรมโลก

▶ องค์การทรัพย์สินทางปัญญา แห่งโลก (WIPO) ซึ่งเป็นองค์การ เฉพาะทางของสหประชาชาติ จัดอันดับดัชนีนวัตกรรมโลกหรือ Global Innovation Index (GII) ประจำปี 2562 ปรากฏว่าประเทศ ที่มีผลงานด้านนวัตกรรมอันดับที่ 1 คือประเทศสวีเดนแลนด์ ได้ คะแนน 67.24 สำหรับประเทศใน เอเชียที่มีอันดับสูงสุดคือสิงคโปร์ 58.37 คะแนน อยู่อันดับที่ 8 ของ โลกและเวียดนามก้าวขึ้นมาอยู่ใน อันดับที่ 42 แซงหน้าไทยที่อันดับ 43 เพราะนโยบายของเวียดนาม เน้นหนักด้านเทคโนโลยีอย่างมาก เปลี่ยนโมเดลการเติบโตมาอยู่ที่ ด้านเทคโนโลยีและนวัตกรรม ทำให้ Sacha Wunsch Vincent แห่ง WIPO ผู้ร่วมจัดทำการจัดอันดับ ยกย่องเวียดนามว่าเป็นตัวอย่างของ ประเทศต่างๆ ในด้านนวัตกรรมใน ช่วง 3 ปีที่ผ่านมา

ที่มา : www.prachachat.net

SINGAPORE

สิงคโปร์รุก ยานยนต์ไร้คนขับ



▶ หลังจากสิงคโปร์ประกาศ เป้าหมายพัฒนาสู่ 'ศูนย์กลาง การพัฒนายานยนต์ไร้คนขับเต็ม รูปแบบ' หวังเป็นชาติแรกในเอเชีย ที่ใช้รถยนต์ไร้คนขับบนท้องถนน และได้เริ่มทดลองมาตั้งแต่ปี 2559 นั้น ล่าสุดสตาร์ทอัพทั่วโลกได้มา รวมตัวกันที่ศูนย์เทคโนโลยียานยนต์ ไร้คนขับของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยี นินยางของสิงคโปร์ เพื่อพัฒนา และทดสอบการใช้งานยานยนต์ไร้ คนขับที่ศูนย์นี้ซึ่งมีจุดเด่นเรื่อง สภาพแวดล้อมเสมือนจริงและมี ขนาดกว่า 5 เอเคอร์ ถือเป็นสนาม ทดสอบระบบที่ดีที่สุดในเอเชีย นอกจากนี้ มหาวิทยาลัยร่วมมือกับ วอลโว่ ผู้ผลิตรถยนต์รายใหญ่ของ สวีเดน พัฒนารถโดยสารประจำทาง ไร้คนขับพลังงานไฟฟ้า มีเป้าหมาย เปิดให้บริการได้ในปี 2019

ที่มา : www.prachachat.net

MALAYSIA

ยกเครื่องสายการบิน มาเลเซียแอร์ไลน์ส



▶ ดร.มหาธีร์ โมฮัมหมัด นายกรัฐมนตรีมาเลเซีย กล่าวต่อรัฐสภา เกี่ยวกับแผนพิจารณาการจัดการ กับสายการบินมาเลเซียแอร์ไลน์ส ทั้งศึกษาความเป็นไปได้ที่จะปิด กิจการ, ขายกิจการทิ้ง หรือการ อนุมัติให้ปรับโครงสร้างหนี้ ทั้งนี้ สายการบินดังกล่าวเป็นรัฐวิสาหกิจ ที่รัฐบาลมาเลเซียถือหุ้นร้อยละ 100 ผ่านกองทุนความมั่งคั่งแห่งชาติ Khazanah Nasional เคยเผชิญ วิกฤตเครื่องบินตกถึง 2 ครั้ง ประสบ ปัญหาขาดทุนตั้งแต่ปี 2554-2557 จนเกือบล้มละลาย ท่ามกลางการ แข่งขันที่รุนแรงในธุรกิจการบิน กระทั่งต้องให้กองทุนดังกล่าวมาถือ หุ้นและได้ทุ่มเงินไปแล้วกว่า 6,000 ล้านดอลลาร์ เพื่อพยุงกิจการตามแผน ฟันฟูระยะ 5 ปี (ปี 2557-2561) แต่ก็ยังขาดทุนเพิ่มขึ้นต่อเนื่อง จาก ปัญหาเงินริงกิตอ่อนจนต้องแบก รับผิดชอบราคาน้ำมันที่สูงขึ้น ซึ่ง ขณะนี้กำลังรอสายการบินยื่นแผน ยุทธศาสตร์ฉบับใหม่เพื่อให้รัฐบาล พิจารณาอีกครั้ง

ที่มา : www.prachachat.net



OPENING CEREMONY
34th ASEAN SUMMIT
Bangkok, Thailand



ASEAN Outlook on the Indo-Pacific

มุมมองอาเซียนต่อยุทธศาสตร์อินโด-แปซิฟิก

ภูมิภาคอาเซียนตั้งอยู่ตรงกลางระหว่างมหาสมุทรอินเดียและมหาสมุทรแปซิฟิก ปัจจุบันเกิดการเชื่อมโยงมากขึ้นระหว่าง 2 มหาสมุทร แนวคิดอินโด-แปซิฟิกจะส่งเสริมความสัมพันธ์อาเซียนกับภูมิภาคอื่นและรับมือกับความท้าทายต่างๆ ของโลกได้ดียิ่งขึ้น (ที่มา: สำนักเลขาธิการอาเซียนแห่งชาติ)

หลักการ 3 M



การไว้เนื้อเชื่อใจซึ่งกันและกัน
(Mutual trust)



ผลประโยชน์ร่วมกัน
(Mutual benefit)



ความเคารพซึ่งกันและกัน
(Mutual respect)

ความร่วมมือ 4 สาขา



ความมั่นคงทางทะเล



บูรณาการกลไกทุกระดับในภูมิภาค



เป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืนของ UN ปี 2573



ความร่วมมือด้านเศรษฐกิจ

- ความร่วมมือเพื่อการพัฒนายั่งยืน
- การอำนวยความสะดวกการค้าและบริการ
- โครงสร้างพื้นฐานด้านโลจิสติกส์
- มุ่งสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน 2025

- เศรษฐกิจดิจิทัล
- ธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม
- การวิจัยและพัฒนาวิทยาศาสตร์เทคโนโลยี
- พร้อมรับมือการปฏิวัติทางอุตสาหกรรมครั้งที่ 4

- การเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศและลดความเสี่ยงภัยพิบัติ
- ยกระดับประชาชนสูงวัยในโลกดิจิทัล
- สร้างความมั่นคงทางการเงิน



ศึก 2 มหาอำนาจทางเศรษฐกิจระหว่างสหรัฐฯ และจีน ทำให้โลกใบนี้ต้องสิ้นสะเทือน จากมาตรการขึ้นภาษีตอบโต้ทางการค้าไปถึงการใช้บริษัทเอกชนเป็นเครื่องมือห้าพันกันอย่างหนัก...จากจบของยกแรกบนโต๊ะเจรจาเฟื่องไว้ด้วย 69,928 ความคลุมเครือว่าปัญหาจะยืดเยื้อหรือไม่

จาก Trade War สู่ Tech War

สงครามการค้าส่งผลกระทบ 2 ชาติอาเซียน

เมื่อลำดับเหตุการณ์สงครามการค้าระหว่างรัฐบาลของ นายโดนัลด์ ทรัมป์ ประธานาธิบดีสหรัฐฯ และ นายสี จิ้นผิง ผู้นำทรจอำนาจของรัฐบาลจีน ต้องบอกว่าเป็นไปแบบ ‘ตาต่อตาฟันต่อฟัน’

วันที่ 10 พฤษภาคม 2562 รัฐบาลสหรัฐฯ ประกาศเพิ่มอัตราจัดเก็บภาษีสินค้านำเข้าจากจีน 200,000 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ หรือราว 6.3 ล้านล้านบาท จากเดิมร้อยละ 10 เป็นร้อยละ 25 อ้างเรื่องการขาดดุลการค้าและมาตรการที่ไม่เป็นธรรมด้านการลงทุน

กระทรวงการคลังแดนมังกรยอมไม่ได้ ตอบโต้ทันทีประกาศขึ้นภาษีร้อยละ 5-25 วันที่ 14 พฤษภาคม 2562 ส่งผลกระทบต่อสินค้าที่นำเข้าจากสหรัฐฯ 5,140 รายการ มูลค่า 6 หมื่นล้านดอลลาร์สหรัฐฯ โดยจีนอ้างว่าเป็นมาตรการปกป้องผลประโยชน์ด้านการค้าและการปฏิบัติแต่เพียงฝ่ายเดียวของสหรัฐฯ

จากนั้นเกิดควั่นหลงตามมาเป็นระลอก โดยต่อมาเพียงไม่กี่วันรัฐบาลจีนยกเลิกคำสั่งซื้อเนื้อหมูจากสหรัฐฯ 3,247 ตัน สะเทือนตลาดส่งออกเนื้อหมู

ของสหรัฐฯ ที่มีมูลค่า 6,500 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ สะท้อนถึงเกษตรกรฟาร์มปศุสัตว์ทันที

นอกจากนี้ Trade War ยังลามสู่ Tech War เมื่อบริษัท Huawei ถูกรัฐบาลนายทรัมป์สั่งขึ้น ‘บัญชีดำ’ ด้วยข้อกล่าวหาว่าเป็นภัยต่อความมั่นคงแห่งชาติ ห้ามบริษัทของสหรัฐฯ ทำธุรกิจกับบริษัท Huawei และเวลาต่อมามีข่าวว่าทาง Google อาจระงับการอัปเดตระบบแอนดรอยด์บนสมาร์ตโฟนของบริษัท Huawei ทุกรุ่น ทำให้ยอดขายหน่วยผลิตภัณฑ์ทั่วโลกของบริษัท Huawei ลดลง สะท้อนความไม่แน่นอนที่เกิดขึ้นทันที

ท่ามกลางสงครามการค้าระหว่างสหรัฐฯ และจีนที่ทวีความรุนแรงมากขึ้น มีคำถามตีกลับไปยังประธานาธิบดีโดนัลด์ ทรัมป์ ว่าสหรัฐฯ ไม่ใช่ผู้นำการเปิดเสรีทางการค้าเหมือนเดิมอีกต่อไปแล้ว..ใช่หรือไม่?

อีกประเด็นที่สำคัญ คือ ผลกระทบจากมาตรการที่ออกมาทั้งหมด กลับตกไปอยู่ที่ผู้บริโภคและ

บริษัทคู่สัญญาผลิตภัณฑ์และซอฟต์แวร์ของสหรัฐอเมริกา ที่ขายส่วนประกอบให้กับบริษัท Huawei มูลค่าถึง 11,000 ล้านดอลลาร์สหรัฐ หรือราว 352,000 ล้านบาท ส่วนผู้บริโภคก็มีต้นทุนการใช้ชีวิตที่สูงขึ้นหาใช้บริษัทของจีนไม่

ผลการศึกษาจาก 3 หน่วยงาน พุ่งเป้าตรงกันถึงผลเสียของมหากาพย์ทางเศรษฐกิจครั้งนี้ เริ่มจาก **นายคริสตอฟ บอนดี** นายความบริษัทกฎหมายระหว่างประเทศ Cooley LLP ผู้เชี่ยวชาญการค้าเสรี ชี้ว่ามาตรการขึ้นภาษีนำเข้าได้ถูกส่งต่อไปยังผู้บริโภคชาวสหรัฐฯ ในรูปแบบของราคาสินค้าที่เพิ่มสูงขึ้น และทำให้ **‘ห่วงโซ่อุปทาน’** หรือกระบวนการผลิตต่างๆ ได้รับผลกระทบไปหมด

ขณะที่ **ธนาคารกลางสหรัฐฯ (FED)** มหาวิทยาลัย **พริન્ซ์ตัน** และมหาวิทยาลัย **โคลัมเบีย** ระบุตรงกันว่า ภาษีที่สูงขึ้นตั้งแต่เหล็กไปจนถึงเครื่องซักผ้าจากจีนล้วนสร้างความเสียหายให้บริษัทสหรัฐฯ และผู้บริโภคกว่า 3,000 ล้านดอลลาร์สหรัฐต่อเดือน และความต้องการสินค้าก็ลดลงไปถึง 1,400 ล้านดอลลาร์สหรัฐ

สุดท้ายรายงานของธนาคารโลกย้ำว่า ผลของการขึ้นภาษีปกป้องตลาดสหรัฐฯ ทำให้เกิดมาตรการตอบโต้จากประเทศอื่นๆ ตามมา ผู้ที่ตกเป็นเหยื่อมากที่สุด คือ ชาวไร่ชาวนาและกลุ่มแรงงานในพื้นที่ที่ลงคะแนนเสียงให้นายทรัมป์ชนะการเลือกตั้งเมื่อปี 2559

จีนนับเป็นมหาอำนาจด้านการผลิตมากกว่าสิบปีหลังเข้าเป็นสมาชิกของ **องค์การการค้าโลก (WTO)** จนยากที่จะหาใครมาทดแทนห่วงโซ่อุปทานนี้ได้อย่างรวดเร็วเหมือนที่ประธานาธิบดีทรัมป์ ของสหรัฐฯ คิดง่ายๆ ว่าเมื่อขึ้นภาษีแล้วจะมีโรงงานเครื่องไฟฟ้า โรงงานรถยนต์ โรงงานเหล็ก โรงงานขึ้นส่วนด้านเทคโนโลยีกลับมาตั้งในสหรัฐฯ เป็นร้อยเป็นพันแห่ง

ย้อนกลับไปในปี 2552 **นายบารัค โอบามา อดีตประธานาธิบดีสหรัฐฯ** ก็เคยตั้งกำแพงภาษีนำเข้าจากจีนถึงร้อยละ 35 แก้ปัญหาชาวอเมริกันตกงาน ทว่าผลการวิจัยของสถาบันเศรษฐศาสตร์ระหว่างประเทศ ปีเตอร์สัน ในปี 2555 กลับพบ



ว่าผู้บริโภคชาวอเมริกันเสียหายจากราคาที่สูงขึ้น 1,100 ล้านดอลลาร์สหรัฐ ในปี 2554 แม้มาตรการนี้จะช่วยให้แรงงาน 1,200 ตำแหน่งมีงานทำต่อไป แต่ราคาของผู้บริโภคสหรัฐฯ ต้องจ่ายเพิ่ม ไปลดกำลังการใช้จ่ายสินค้าปลีกอื่นๆ ทางอ้อม ทำให้การจ้างงานในอุตสาหกรรมสินค้าปลีกลดลงแทน

ในส่วนของกลุ่มประเทศอาเซียน มีการประเมินว่าชาติที่จะได้รับผลบวกจากสงครามการค้าของ 2 ประเทศมหาอำนาจครั้งนี้คือ **‘เวียดนาม’** ซึ่งเป็นแหล่งผลิตสินค้าอุปโภคบริโภคขนาดใหญ่ที่มีต้นทุนต่ำเช่นเดียวกับประเทศจีน สินค้าที่ได้ประโยชน์มากคือกลุ่มชิ้นส่วนประกอบโทรศัพท์ **เฟอร์นิเจอร์** **อุปกรณ์ประมวลผลข้อมูลอัตโนมัติ** และ **‘มาเลเซีย’** จะได้ประโยชน์จากการส่งออกแผงวงจรไฟฟ้า อุปกรณ์เซมิคอนดักเตอร์ เป็นต้น ส่วนประเทศไทยได้อานิสงค์ทั้งผลบวกและลบ โดยสินค้าประเภทวัตถุดิบหรือชิ้นส่วนอิเล็กทรอนิกส์บางรายการที่เคยส่งออกไปจีนเพื่อให้จีนส่งออกไปสหรัฐฯ จะได้รับผลกระทบค่อนข้างมาก เช่น **ฮาร์ดดิสก์และวงจรรวม** สำหรับผลด้านดีคือ ไทยจะส่งออกสินค้าเกษตร ชิ้นส่วนยานยนต์ ชิ้นส่วนอิเล็กทรอนิกส์ให้กับจีนและสหรัฐฯ ได้มากขึ้น

ภาพรวมการลงทุนในกลุ่มประเทศอาเซียนจะได้ประโยชน์ เพราะนักลงทุนต่างชาติทั้งจากจีนและสหรัฐฯ ล้วนมองหาแหล่งลงทุนใหม่ๆ ที่ทางไกล

จากวิกฤตสงครามการค้า **ลดความเสี่ยง** ที่จะตามมาในอนาคต ซึ่งไม่มีอะไรแน่นอนว่าจะมีสงครามรอบใหม่หรือไม่ โดยเฉพาะหากนายโดนัลด์ ทรัมป์ ได้รับเลือกกลับมาเป็นประธานาธิบดีสหรัฐฯ อีกครั้งในปี 2563

ยกแรกของมหาสงครามครั้งนี้ จบลงที่ **เวทีการประชุมสุดยอดผู้นำกลุ่มประเทศ G20** ณ นครโอซากะ ประเทศญี่ปุ่น โดยการเจรจากรอบระหว่างนายโดนัลด์ ทรัมป์ ประธานาธิบดีสหรัฐฯ และนายสี จิ้นผิง ประธานาธิบดีของจีน เมื่อวันที่ 29 มิถุนายน 2562 ทั้งคู่ตกลงที่จะยุติสงครามการค้าระหว่างกันโดยรัฐบาลสหรัฐฯ จะไม่ขึ้นภาษีสินค้านำเข้าจากจีนครั้งใหม่ ขณะที่จีนจะซื้อผลิตภัณฑ์ทางการเกษตรจากสหรัฐฯ มากขึ้น

แม้สหรัฐฯ และจีนจะตกลงยุติสงครามการค้า แต่นักเศรษฐศาสตร์ประเมินว่าสงครามการค้าส่งผลกระทบต่อ GDP ของสหรัฐฯ ราวร้อยละ 0.5-0.8 ขณะที่จีนได้รับกระทบมากกว่าถึงร้อยละ 0.7-0.9 อย่างไรก็ตาม นี่นับเป็นสัญญาณที่ดีที่ทั้ง 2 ชาติเห็นพ้องต้องกันทำให้เริ่มการหารือด้านเศรษฐกิจและการค้าใหม่อีกครั้ง **“บนพื้นฐานของความเท่าเทียมและการเคารพซึ่งกันและกัน”** ขณะเดียวกันผู้เชี่ยวชาญด้านประเด็นต่างๆ ระหว่างสหรัฐฯ และจีนได้คาดการณ์ว่าสงครามการค้าจะยืดเยื้อต่อไปไม่ต่ำกว่า 10 ปี ซึ่งหมายความว่าทั่วโลกยังคงต้องจับตามองสงครามการค้าต่อไป

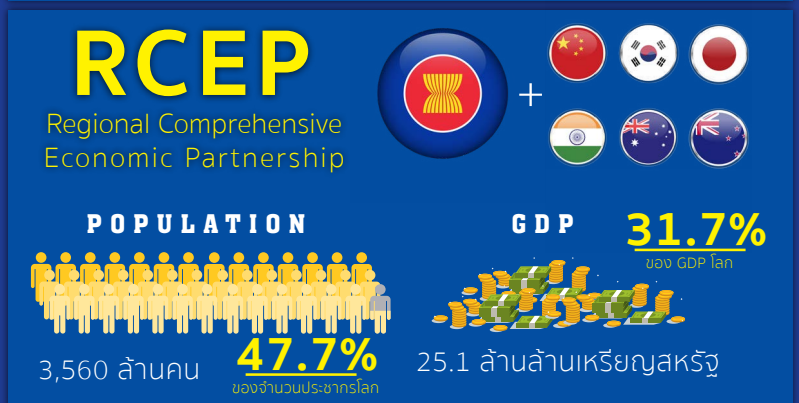
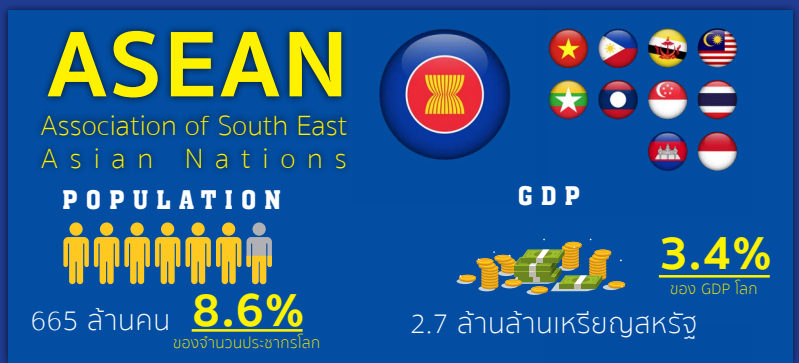
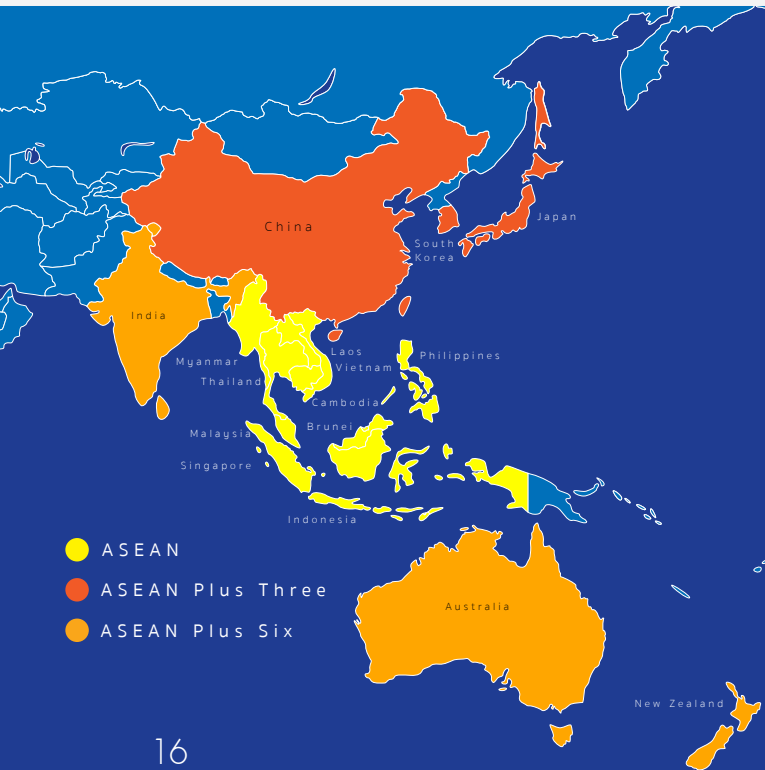
การประชุมสุดยอดอาเซียน

10 ประเทศร่วมวางรากฐาน สู่อนาคต 50 ปี



แหล่งข้อมูล <https://www.asean2019.go.th>

ความตกลงหุ้นส่วนทางเศรษฐกิจระดับภูมิภาค



“ดอกไม้” ซึ่งนำมาร้อยเรียงเป็น ‘พวงมาลัย’ สื่อถึงประชาชนใน 10 ประเทศที่มีความกลมเกลียวกัน สัญลักษณ์ของ การประชุมสุดยอดอาเซียน (ASEAN Summit) ครั้งที่ 34 วันที่ 20-23 มิถุนายน ที่ผ่านมา ภายใต้แนวคิด Advancing Partnership for Sustainability หรือ ‘ร่วมมือ ร่วมใจ ก้าวไกล ยั่งยืน’ โดยประเทศไทยในฐานะประธานอาเซียน เป็นเจ้าภาพในการจัดประชุมครั้งนี้

การประชุมเปิดโอกาสให้ผู้นำสมาชิกอาเซียนได้พบปะหารือกันอย่างใกล้ชิด แลกเปลี่ยนความคิดเห็นเกี่ยวกับสถานการณ์สำคัญภายในภูมิภาคและระดับโลก พร้อมกำหนดทิศทางประชาคมอาเซียนปี 2568 หรือ ASEAN Community Vision 2025 เชื่อมโยงเส้นทางคมนาคมแบบไร้รอยต่อตลอดจนวางรากฐานสู่อนาคตในอีก 50 ปีข้างหน้าให้กับประชาชนอยู่อย่างสงบสุขและยั่งยืนในทุกมิติ ทั้งความมั่นคงด้านการเมือง เศรษฐกิจ สังคม และวัฒนธรรม

เวทีการประชุมกลุ่มต่างๆ ก็มีบทบาทในการผลักดันให้ความร่วมมือเป็นไปตามข้อตกลง กติกา สร้างความสะดวกและความปลอดภัยให้กับกลุ่มประเทศอาเซียน อาทิ รัฐมนตรีด้านเศรษฐกิจ กลุ่มสมาชิกอาเซียน อาเซียน กลุ่มผู้นำเยาวชนอาเซียน และกลุ่มสภาที่ปรึกษาทางธุรกิจอาเซียน (ASEAN-BAC) มีตัวแทนนักธุรกิจ สภาหอการค้าและสภาอุตสาหกรรมแต่ละประเทศเข้าร่วม

โดยข้อสรุปของการประชุมสุดยอดอาเซียน ครั้งที่ 34 ประกอบด้วย 7 ประเด็นหลัก คือ 1. ที่ประชุมได้แสดงเจตนารมณ์ร่วมกันผ่านแถลงการณ์ ‘วิสัยทัศน์ผู้นำอาเซียนว่าด้วยความเป็นหุ้นส่วนเพื่อความยั่งยืน’ (ASEAN Leaders’ Vision Statement on Partnership of Sustainability) มีประชาชนเป็นศูนย์กลาง ไม่ทิ้งใครไว้ข้างหลัง และก้าวไปสู่อนาคต

2. อาเซียน 10 ประเทศเห็นพ้องว่า ปัญหาขยะทางทะเลสร้างผลกระทบในวงกว้างต่อชีวิตความเป็นอยู่และสุขอนามัยของประชาชน รวมทั้งส่งผลกระทบต่อสัตว์น้ำและทรัพยากรทางทะเล จึงได้รับรอง ปฏิญญากรุงเทพฯ ว่าด้วยการต่อต้านขยะทะเลในภูมิภาคอาเซียน แสดงเจตนารมณ์มุ่งมั่นที่จะแก้ไขปัญหาขยะทะเลอย่างจริงจังและยั่งยืน โดยสนับสนุนนวัตกรรม แนวคิด รวมทั้งเสริมสร้างศักยภาพด้านการวิจัย การประยุกต์ใช้ความรู้ทางวิทยาศาสตร์

3. ผู้นำอาเซียนร่วมกันเปิดตัว ‘ศูนย์เดลซา (DELISA)’ หรือคลังเก็บสิ่งของช่วยเหลือทางไกลของอาเซียน มีระบบโลจิสติกส์ถูกฉนวนกันความร้อนเกิดภัยพิบัติของอาเซียนที่จังหวัดชัยนาท พร้อมยกระดับ ‘ศูนย์แพทย์ทหารอาเซียน (ASEAN Center of Military Medicine: ACMM)’ เป็นองค์กรของอาเซียนอย่างเป็นทางการ เพื่อเตรียมการรับมือกับเหตุการณ์ที่ไม่คาดฝันและภัยพิบัติ ซึ่งทั้ง 2 แห่งตั้งอยู่ในประเทศไทย

4. เห็นพ้องให้การเจรจา ความตกลงหุ้นส่วนทางเศรษฐกิจระดับภูมิภาค (RCEP) แล้วเสร็จในปีนี้เป็นความตกลงเขตการค้าเสรี ระหว่าง 10 ประเทศอาเซียน กับ 6 ชาติคู่เจรจา คือ จีน ญี่ปุ่น เกาหลีใต้ อินเดีย ออสเตรเลีย และนิวซีแลนด์ เสริมสร้างความเข้มแข็งของเศรษฐกิจระดับภูมิภาค การค้า การลงทุนระหว่างกันให้ขยายตัวมากขึ้น เพราะ RCEP จะเป็นตลาดการค้าและการลงทุนที่ใหญ่ที่สุดในโลก ครอบคลุม 1 ใน 3 ของเศรษฐกิจโลก มีประชากรรวมกันกว่า 3,500 ล้านคน ผลิตผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศกว่า 23 ล้านล้านดอลลาร์สหรัฐ

5. ที่ประชุมได้รับรองแถลงการณ์ประกาศให้ปี 2562 เป็นปีแห่งวัฒนธรรมอาเซียน โดยให้ความสำคัญกับการเสริมสร้างความตระหนักรู้และอัตลักษณ์ของอาเซียนในระดับประชาชน ตั้งเป้าหมายเพื่อเสริมสร้างความเข้มแข็งรวบรวมความร่วมมือภายในภูมิภาค ส่งเสริมให้พลเมืองอาเซียนตระหนักถึงคุณค่าของวัฒนธรรมอาเซียน ภายใต้อัตลักษณ์อาเซียนและการเคารพกันบนพื้นฐานของความแตกต่างหลากหลาย ซึ่งจะดำเนินการจัดกิจกรรมตลอดทั้งปี รวมถึงการจัดตั้งเครือข่ายสมาคมอาเซียนในประเทศสมาชิก

6. ผู้นำอาเซียนได้สนับสนุนให้อาเซียนร่วมมือกัน เสนอตัวเป็นเจ้าภาพจัดการแข่งขันฟุตบอลโลก (FIFA World Cup) ปี 2034 หรืออีก 15 ปีข้างหน้า ที่ประชุมจึงอยากเชิญชวนให้พลเมืองอาเซียนทุกคนสนับสนุนสมาคมฟุตบอลในแต่ละประเทศสมาชิก เพื่อบรรลุเป้าหมายนี้ด้วยกัน

และ 7. ที่ประชุมเห็นพ้องกับประเทศไทย การส่งเสริมบทบาทของอาเซียนในการดำเนินความสัมพันธ์กับประเทศต่างๆ ในภูมิภาค เป็นความร่วมมือในกรอบ ‘อินโด-แปซิฟิก’ ที่ตั้งอยู่บนพื้นฐานของความเป็นแกนกลางของอาเซียน สร้างการมีส่วนร่วมของทุกฝ่าย เคารพซึ่งกันและกัน เกื้อกูลบนกรอบความร่วมมือต่างๆ ที่มีอยู่แล้วในภูมิภาคและอนุภูมิภาค และสร้างผลประโยชน์ที่เป็นรูปธรรมแก่ประชาชนเป็นสำคัญ ตลอดจนสนับสนุนหลักการที่บรรจุอยู่ในสนธิสัญญาไมตรีและความร่วมมือแห่งอาเซียนหรือ TAC

นับได้ว่าการประชุมสุดยอดอาเซียน (ASEAN Summit) ครั้งที่ 34 ผ่านพ้นไปได้ด้วยดี เต็มไปด้วยบรรยากาศความเป็นมิตรของประเทศสมาชิก พร้อมร่วมแรงร่วมใจกันผลักดันสู่เป้าหมาย และยั่งยืนในมิติหลัก ความมั่นคงทางการเมือง เศรษฐกิจ และวัฒนธรรม โดยประเทศไทยจะเป็นเจ้าภาพจัดการประชุมอีกครั้งสำหรับ การประชุมสุดยอดอาเซียนครั้งที่ 35 ที่จะมีขึ้นระหว่างวันที่ 31 ตุลาคม - 4 พฤศจิกายน 2562 นี้ ณ กรุงเทพมหานคร

01 ความคืบหน้า

สรุปการเจรจาได้ 7 บท จากทั้งหมด 20 บท ได้แก่ บทเกี่ยวกับมาตรการสุขอนามัยพืชและสัตว์ กฎระเบียบทางเทคนิค สถาบัน พิธีการศุลกากรและการอำนวยความสะดวกทางการค้า และการจัดซื้อจัดจ้างโดยรัฐ ความร่วมมือทางเศรษฐกิจและวิชาการ และวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

02 เป้าหมาย

ตั้งเป้าให้สรุปผลการเจรจาทุกเรื่องในปี 2562

ที่มา : กรมเจรจาการค้าระหว่างประเทศ



ปัจจุบันเป็นยุคที่ 'ผู้หญิง' เริ่มมีบทบาททางสังคมมากขึ้น นอกเหนือจากภารกิจดูแลครอบครัว 'ผู้หญิง' ยังสามารถผลักดันตัวเองก้าวสู่ 'แถวหน้า' ขององค์กร ธุรกิจขนาดใหญ่ หรือแม้กระทั่งระดับประเทศ

เราอาจได้ยินชื่อของผู้มีระดับโลกที่เป็นสุภาพสตรีมากมาย แต่หลายคนอาจไม่ทราบว่าอาเซียนก็มีผู้หญิงเก่ง มีความสามารถเป็นผู้นำทางธุรกิจอีกหลายคน โดยเมื่อเร็วๆ นี้ นิตยสาร Forbes ได้รวบรวมผู้หญิงเก่งและนักบริหารที่ทรงอิทธิพลต่อภูมิภาคเอาไว้ ดังนี้

HO CHING

66 years old



นอกจากเป็นภริยาของนาย ลี เซียน ลุง นายกรัฐมนตรีสิงคโปร์แล้ว ยังดำรงตำแหน่งประธานกรรมการและประธานเจ้าหน้าที่บริหาร เทมาเส็กโฮลดิ้งส์ บริษัทการลงทุนแห่งชาติสิงคโปร์ โดยตลอดระยะเวลากว่า 10 ปี มีบทบาทสำคัญ คือนำกองทุนเข้าลงทุนในกิจการต่างๆ ทั่วโลก สร้างการเติบโตให้กับบริษัทอย่างต่อเนื่องถึงปัจจุบัน มีสินทรัพย์ 3 แสนล้านดอลลาร์สหรัฐ และขณะนี้เธอได้ส่งไม้ต่อตำแหน่งให้กับผู้บริหารท่านอื่นเพื่อสานต่อผลงานต่อไป

DANG MINH PHUONG

48 years old



ผู้ก่อตั้งและประธาน Minh Phuong Logistics (MP Logistics) ผู้นำธุรกิจโลจิสติกส์ของเวียดนาม เริ่มต้นด้วยเงินลงทุนเพียง 10,000 ดอลลาร์สหรัฐ ล้มลุกคลุกคลาน พัฒนาขยายธุรกิจจนมียานพาหนะขนส่งมากกว่า 1,000 คัน สร้างคลังสินค้าเป็นของตัวเอง ได้รับสัมปทานการขนส่งหลายแบรนด์ตั้ง โดยเฉพาะแบรนด์ญี่ปุ่นและเกาหลีใต้ ล่าสุดบริษัท MP Logistics ได้ร่วมเป็นพันธมิตรกับซัมซุงของเกาหลีใต้

TAN SU SHAN

51 years old



กรรมการผู้จัดการและหัวหน้ากลุ่มการธนาคารลูกค้าและการบริหารความมั่งคั่ง ธนาคาร DBS ประเทศสิงคโปร์ นับจากที่เธอเข้ามาในธนาคารตั้งแต่ 2553 สินทรัพย์ความมั่งคั่งเติบโตขึ้นปีละร้อยละ 20 ตอกย้ำการขยายตัวอย่างต่อเนื่อง หลังจากเข้ารับตำแหน่งในปี 2556 แผนกของเธอมีรายรับถึง 3.53 พันล้านดอลลาร์สหรัฐ ทำให้ DBS เป็นหนึ่งในธนาคารที่มีความมั่งคั่งเป็นอันดับต้นๆ ของภูมิภาค

ESTINA ANG

65 years old



ผู้ก่อตั้งและประธานเจ้าหน้าที่บริหารกลุ่ม Ghim Li ประเทศสิงคโปร์ จากเงินทุน 3,000 ดอลลาร์สหรัฐ จักรเย็บผ้า 6 เครื่อง ระยะเวลาเกือบ 50 ปี เธอได้พัฒนาและขยายธุรกิจ จนเป็นผู้ผลิตสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มที่ใหญ่ที่สุดในเอเชีย ผลิตได้ปีละประมาณ 60 ล้านชิ้นส่งออกจำหน่ายไปทั่วโลก

JOANNE KUA

34 years old



ประธานเจ้าหน้าที่บริหารและกรรมการบริหาร/กรรมการผู้จัดการกลุ่มบริษัท KSK ของมาเลเซีย จากธุรกิจประกันภัยและการเงินของครอบครัว เธอพัฒนาต่อยอดสู่ธุรกิจอสังหาริมทรัพย์และการลงทุนด้านเทคโนโลยี เติบโตจากพนักงานประมาณ 500 คน เพิ่มขึ้นเป็น 700 คน สินทรัพย์ของกลุ่มทั้งหมดในปัจจุบันมีมูลค่าอยู่ที่ 410 ล้านดอลลาร์สหรัฐ

ARINI SARASWATI SUBIANTO

48 years old



ประธานกรรมการกลุ่มบริษัทร่วมทุน Persada Capital Investama ของอินโดนีเซีย ผู้รับไม่ต่อธุรกิจจากบิดาที่ล่วงลับ มีบทบาทในหลายธุรกิจทั้งไม้แปรรูป น้ำมันปาล์ม ยางพารา อสังหาริมทรัพย์ และสุขภาพ มีหุ้นส่วนในบริษัท Adaro Energyยักษ์ใหญ่ด้านพลังงานของอินโดนีเซียถึงร้อยละ 12

สุภามาส ตรีวิศวะเกย์

44 years old



ประธานกลุ่มบริษัท ช.การช่าง ผู้นำธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ของไทย ตั้งแต่เข้ารับตำแหน่งในปี 2558 เธอมีบทบาทการเข้าประมูลได้รับสัมปทานโครงการก่อสร้างหลายโครงการ อาทิ เครือข่ายทางรถไฟและถนนกรุงเทพฯ โรงไฟฟ้าพลังงานแสงอาทิตย์ในประเทศไทย โรงไฟฟ้าพลังน้ำในสปป.ลาว เป็นต้น มูลค่ารวมกว่าหมื่นล้านบาท

LORRAINE BELO-CINCOCHAN

40 years old



CEO และประธานกลุ่มบริษัท Wilcon Depot ประเทศฟิลิปปินส์ ผู้นำห้างค้าปลีกด้านวัสดุก่อสร้างและของตกแต่งบ้าน จากธุรกิจเล็กๆ ของครอบครัว เธอได้ปรับกลยุทธ์การตลาดส่งข้อมูลเข้าถึงลูกค้า และการจับจ่ายใช้สอยที่สะดวกสบาย จนทำให้ธุรกิจเติบโตต่อเนื่อง ตอกย้ำด้วยการจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์เมื่อปี 2560 กลุ่มบริษัท Wilcon Depot ยิ่งเติบโตอย่างก้าวกระโดด ปัจจุบันมีมูลค่าทางการตลาดถึง 887 ล้านดอลลาร์สหรัฐ

NURHAYATI SUBAKAT

68 years old



ผู้ร่วมก่อตั้งและประธานเจ้าหน้าที่บริหารกลุ่ม Paragon Technology & Innovation ผู้ผลิตผลิตภัณฑ์เสริมความงามชั้นนำจากอินโดนีเซีย กว่า 30 ปี นับตั้งแต่ก่อตั้งธุรกิจด้วยการผลิตผลิตภัณฑ์ดูแลเส้นผมในราคาจับต้องได้ เป็นที่ชื่นชอบของตลาด ขยายสู่ผลิตภัณฑ์เสริมความงามภายใต้แบรนด์ตั้ง 'Wardah' มีพนักงานกว่า 8,300 คน

ศุภลักษณ์ อัมพข

63 years old



ประธานกรรมการบริหาร บริษัท เดอะมอลล์ กรุ๊ป ตลอด 3 ทศวรรษของการบริหารงานเธอได้สร้างเครือข่ายค้าปลีกใหญ่เป็นอันดับสองของประเทศไทย มีสินทรัพย์เกือบ 2 พันล้านดอลลาร์สหรัฐ พร้อมกับมีนโยบายที่จะพัฒนาเครือข่ายห้างสรรพสินค้าต่อเนื่อง เป้าหมายคือการเปลี่ยนกรุงเทพฯ ให้เป็นศูนย์กลางด้านเอ็นเตอร์เทนเมนต์ แข่งเทียบขั้นกับนครเซี่ยงไฮ้ กรุงปักกิ่ง กรุงปารีส และกรุงลอนดอน

คิด คลิก ขาย! ค้าออนไลน์ในอาเซียน



กระแสดิจิทัลเทคโนโลยี ส่งผลให้รูปแบบการค้า และพฤติกรรมผู้บริโภคเปลี่ยนแปลงไปสู่ถนนอี-คอมเมิร์ซมากขึ้น อัตราเติบโตโดยเฉพาะกลุ่มอาเซียนซึ่งปริมาณประชากรถึง 600 ล้านคน สูงกว่าสหรัฐอเมริกา 2 เท่า ถือเป็นแหล่งใหญ่ที่ทุกเว็บไซต์เชิงยูทิลิตี้ให้คนควักกระเป๋าสตางค์ซื้อสินค้าออนไลน์

Priceza ผู้นำธุรกิจเปรียบเทียบราคาสินค้าระบบออนไลน์ รวบรวมสถิติพบว่า ประชากรในอาเซียนที่เข้าถึงอินเทอร์เน็ต 330 ล้านคน ซึ่งในอนาคตปี 2020 จะเติบโตถึง 500 ล้านคน

เช่นเดียวกับประเทศไทยซึ่งมีประชากร 68 ล้านคน การเข้าถึงอินเทอร์เน็ตเติบโตขึ้นทุกปี เฉลี่ยร้อยละ 9 มีการใช้อินเทอร์เน็ตมากที่สุดในโลกเฉลี่ย 4.2 ชั่วโมง/วัน รองมาคืออินโดนีเซีย 3.9 ชั่วโมง/วัน ขณะที่สหรัฐอเมริกาอยู่ที่ 2 ชั่วโมงต่อวัน ตัวเลขดังกล่าวแสดงให้เห็นการเติบโตของธุรกิจอี-คอมเมิร์ซทั้งตลาดไทยและอาเซียน

สถิติผู้ใช้สมาร์ทโฟนสั่งซื้อสินค้าในฝั่งตะวันตกเริ่มน้อยลง โดยหันมาใช้คอมพิวเตอร์ส่วนตัวหรือ PC แทน โดยผ่าน 3 ช่องทางหลักคือกลุ่มมาร์เก็ตเพลส เช่น Lazada Shopee Amazon Alibaba เป็นต้น รวมถึงกลุ่ม Online Retailer และกลุ่มโซเชียล

ความน่าสนใจอีกประการของพฤติกรรมผู้บริโภคในอาเซียน คือช่วงเวลาซื้อสินค้าออนไลน์ โดยบริษัท iPrice ได้ศึกษาสภาพตลาดอี-คอมเมิร์ซ 6 ประเทศอาเซียนจากงานวิจัยชื่อว่า “State of E-Commerce” วิเคราะห์ข้อมูลร้านค้าพันธมิตรกว่า 1,000 แห่ง พบคนอาเซียนนิยมซื้อออนไลน์ในช่วงเวลาทำงาน ก่อนพักเที่ยงประมาณ 11.00 น. ถือว่าได้รับความนิยมสูงสุด คนเวียดนามซื้อออนไลน์สูงกว่าปกติร้อยละ 89 และคนไทยซื้อออนไลน์ช่วงเวลาดังกล่าวสูงกว่าปกติร้อยละ 53

ช่วงเวลาที่ได้รับความนิยมในการซื้อออนไลน์ของคนไทยพุ่งสูงสุดเป็นช่วง 15.00 น. หรือช่วงเตรียมตัวก่อนกลับบ้าน สั่งซื้อสูงกว่าปกติถึงร้อยละ 69 ส่วนอีก 5 ประเทศยอดการสั่งซื้อจะลดต่ำลงใน

เวลา 16.00 - 19.00 น. และซื้อออนไลน์อีกครั้งช่วงกลางคืนเวลา 21.00 น. ซึ่งคนไทยสั่งซื้อสูงกว่าปกติร้อยละ 34

สำหรับวันที่นิยมสั่งซื้อสินค้าส่วนใหญ่จะเป็น “วันพุธ” มียอดการสั่งซื้อออนไลน์มากที่สุด สันนิษฐานว่าวันพุธเป็นวันกลางสัปดาห์ที่คนไม่แอคทีฟกับการทำงาน พยายามดำเนินกิจกรรมของตนเองอย่างต่อเนื่องจากวันจันทร์ ที่มีการลาโหมของงานหลัก พฤติกรรมคนจึงแก้เบื่อในวันอังคาร และพุธซื้อสินค้าออนไลน์

นอกเหนือจากความสะดวกสบาย มีผลิตภัณฑ์ให้เลือกหลากหลาย ยังมีปัจจัยของส่วนลด บริการจัดส่งรวดเร็ว น่าพอใจมาก บางร้านค้าจัดส่งฟรี มีการรับประกันสินค้าโดยไม่เสียค่าใช้จ่ายด้วย

เหล่านี้เป็นเกร็ดเล็กเกร็ดน้อยบางส่วนของพฤติกรรมผู้บริโภคในอาเซียน กระตุ้นให้ผู้ประกอบการเลือกช่วงเวลาโปรโมชั่นกลุ่มลูกค้าตัดสินใจสั่งซื้อสินค้าต่างๆ ได้ง่ายขึ้นนั่นเอง

หอมกรุ่นทุกจาน...อาหารฟิลิปปินส์

มีการเปรียบเทียบกันมานานแล้วว่าชาวฟิลิปปินส์หน้าตาเหมือนคนไทยมาก แม้จะอยู่ห่างไกลข้ามน้ำข้ามมหาสมุทรร้อยพันไมล์...อะไรคือสิ่งที่เชื่อมโยงสองประเทศนี้ไว้ด้วยกัน

สิ่งหนึ่งที่มีความโดดเด่น คือ เรื่องอาหารการกิน อาหารฟิลิปปินส์นั้นมีเสน่ห์เฉพาะตัวแม้จะไม่ได้ได้รับความนิยมมากเท่ากับอาหารไทย แต่วัตถุดิบหลายๆ อย่างคล้ายคลึงบ้านเรามาก ใช้กระเทียม หอมใหญ่ พริกไทย กะปิ ในการปรุงอาหารให้หอมอร่อย และรูปลักษณะก็คล้ายกัน ทั้งรสชาติเปรี้ยว เค็ม หวาน ยกเว้นความเผ็ดแบบจัดจ้าน ทานกับข้าวสวยร้อนๆ ล้อมวงกันในครอบครัว เพื่อนสนิทมิตรสหายสบายๆ ตามด้วยของว่าง ของหวาน

ใครที่ติดตามวีรวิหาอาหารฟิลิปปินส์จะทราบว่า มีสูตรเด็ดที่ได้รับอิทธิพลมาจากหลายชาติตั้งแต่จีน สเปน โปรตุเกส เม็กซิโก และอเมริกัน ผสานผสมจนเข้ากับเอกลักษณ์ในท้องถิ่นซึ่งเป็นเกาะเขตร้อน มีเครื่องปรุงให้เลือกหลากหลายกลายเป็นอาหารเฉพาะตัวกรุ่นกลิ่นอายแบบสากลนิดๆ สไตล์อเมริกาได้

โรมิ โปลิโต้ และเดเลีย ซาลา เจ้าของร้าน New Mabuhay ร้านอาหารฟิลิปปินส์ชื่อดังในกรุงเทพมหานครบอกว่า อาหารฟิลิปปินส์ทำไม่ยากและสามารถใช้วัตถุดิบในเมืองไทยได้เลย ลูกค้าแต่ละวันมีมากไม่เฉพาะคนฟิลิปปินส์ที่อยู่ในเมืองไทยเท่านั้นแต่ยังมีนักท่องเที่ยวต่างชาติที่ได้รับคำแนะนำแบบปากต่อปากหรือทางเว็บไซต์ออนไลน์ต่างๆ ก็เข้ามาลองลิ้มชิมรสกันอย่างไม่ขาดสายทั้งมาเลเซีย สิงคโปร์ ยุโรป สหรัฐฯ

“เมนูอาหารที่เป็นที่นิยมมากของทางร้าน มีซูปเนื้อวัว ขาหมูทอด อโดโบโก และซินิกัน เราซื้อวัตถุดิบในไทยได้ในราคาไม่แพงยกเว้นกะปิที่ใช้ผลิตภัณฑ์ของฟิลิปปินส์”

อาหารฟิลิปปินส์ส่วนใหญ่ทำค่อนข้างง่ายไปจนถึงอาหารที่มีรายละเอียด ยิบย่อย รายการยอดนิยมที่คนไทยไปมะนิลาแล้วต้องสั่ง เจอร้านอาหารฟิลิปปินส์ที่ไหนก็ต้องมองหา ก็คือเมนูที่ชื่อว่า อโดโบ (adobo) จะใช้ไก่หรือหมูต้มในกระเทียม น้ำมันสลายชูและซอสถั่วเหลือง เคี่ยวจนแห้งหรือมีน้ำซอสรสเข้มข้นหนอยทานกับข้าวสวยอร่อยมาก

ซินิกัน (Sinigang) คล้ายๆ ต้มยำกุ้งหรือพวกแกงส้มบ้านเรา เพราะเป็นซุปรสเปรี้ยวๆ ใส่ปลา กุ้งและเนื้อมาปรุงสุกใส่คู่กับมะขามและผัก โดยชาวฟิลิปปินส์มักรับประทานร่วมกับบอดโบ

นอกจากนั้น ยังนิยมใช้เนื้อไก่หรือหมูไปหมักและย่างให้หอมกรุ่น เช่น Sisig งานตั้งที่นำหัวหมูหรือเนื้อไก่ไปต้มกับเครื่องเทศจนเปื่อย แล้วนำมาหั่นเป็นชิ้นเล็กๆ ผัดกับเครื่องปรุงต่างๆ เช่น คาลามันซี พริกไทย น้ำมันสลายชู มายองเนส ออกรสเปรี้ยวๆ โปะด้วยไข่ดาวยางมะตูม

อีกเมนูคือไก่ย่าง Innasal หมักไก่ด้วยเครื่องเทศ ค่อยๆ ย่างจนหนังไม่มีสีน้ำตาลเข้มแต่เนื้อนุ่มอร่อย รับประทานเปล่าๆ ก็ได้ หรือจะทานกับข้าวสวยก็เข้ากันดี

เสน่ห์ของอาหารฟิลิปปินส์ยังมีอีกมากที่อยากให้ทุกคนได้สัมผัส ลิ้มลอง เพื่อสร้างความเข้าใจในวัฒนธรรมและวิถีชีวิตที่หลากหลายของเพื่อนบ้านในอาเซียน



ซินิกัน (Sinigang)

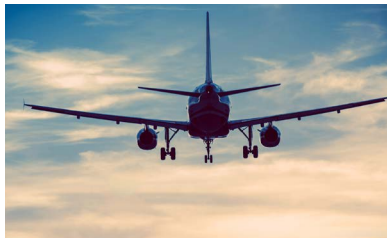


อโดโบ (adobo)

มนต์เสน่ห์แห่ง 'Jewel' สวนธรรมชาติสุดหรูใน Changi Airport

”

สนามบินสิงคโปร์ต้องครองความเป็น
'เบอร์หนึ่ง' ในฐานะศูนย์กลางทาง
การบินที่ยอดเยี่ยม และขยายเพื่อรองรับ
ผู้โดยสารที่จะเพิ่มขึ้นสองเท่าในปี 2020



คำประกาศของ “ลี เซียน ลุง” ผู้นำสิงคโปร์ ในช่วงวันชาติปี 2013 ปีแรกที่ Changi Airport ได้ถูกจัดอันดับเป็นสนามบินที่ดีที่สุดในโลก (World Airport Awards) โดย Skytrax บริษัทที่ปรึกษาด้านธุรกิจการบินและสนามบิน รวมถึงจัดอันดับสายการบินระหว่างประเทศ

ด้วยตัวอาคารภายในสนามบินสะอาด สิ่งอำนวยความสะดวกครบครัน การบริหารจัดการที่เป็นระบบ ทันสมัย แซมด้วยกลิ่นอายของศิลปวัฒนธรรม ควบคู่กับบรรยากาศสวนสวย ธรรมชาติให้ผู้มาใช้บริการรู้สึกผ่อนคลาย ส่งผลให้ Changi Airport ครองแชมป์สนามบินที่ดีที่สุดในโลกต่อเนื่องถึงปัจจุบันเป็นปีที่ 7

การพัฒนาสนามบิน Changi Airport ยังคงเดินหน้าตามคำประกาศของผู้นำสิงคโปร์อย่างต่อเนื่อง ในปี 2017 สิงคโปร์เริ่มเปิดตัว Terminal 4 อาคารผู้โดยสารแห่งใหม่สุดไฮเทคใช้ระบบ FAST (Fast and Seamless Travel) มาบริหารจัดการ ตั้งแต่จุดเช็คอินอัตโนมัติ เพื่อรับ Boarding Pass และติด tag กระเป๋า จุดฝากกระเป๋า (Drop-bag) อัตโนมัติ หากในกระเป๋ามีของอันตรายหรือผิดระเบียบ เครื่องก็จะแจ้งเตือนให้เจ้าหน้าที่มาตรวจสอบ ถ้าผ่านก็ไหลด์เข้าระบบทันที ยังมีการนำระบบจดจำใบหน้า จุดผ่านขึ้นเครื่องอัตโนมัติ ระบบไอทีที่เพิ่มความสะดวก รวดเร็ว ปลอดภัย และลดจำนวนพนักงานลงไปได้มาก

กระทั่งล่าสุดสิงคโปร์เปิดตัวโครงการ Jewel Changi Airport อย่างเป็นทางการเมื่อเดือนเมษายนที่ผ่านมา เนรมิตพื้นที่ลานจอดรถกว่า 135,700 ตารางเมตร สร้างอาคารโดมแก้วรูปทรงโดนัทสูงราว 10 ชั้น (อยู่ชั้นใต้ดิน 5 ชั้น) ด้วยงบประมาณราว 1,700 ล้านดอลลาร์สิงคโปร์ หรือประมาณ 4 หมื่นล้านบาท (อัตราแลกเปลี่ยน 23.5 บาทต่อ 1 ดอลลาร์สิงคโปร์) เป็นการร่วมทุนระหว่าง Changi Airport Group กับ Capital Land ออกแบบโดย Moshe Safdie สถาปนิกชื่อดังระดับโลกผู้ออกแบบ Marina Bay Sands

อาคารโดมแก้วที่เชื่อมโยงกับอาคารผู้โดยสารทั้ง 4 แห่งของสนามบิน นอกจากจะเป็นสถานที่พักผ่อนสำหรับผู้โดยสารที่ต่อรอไฟล์ท์บินแล้ว ยังเป็นสถานที่ท่องเที่ยวแห่งใหม่ของทั้งชาวต่างชาติและชาวสิงคโปร์ ด้วยความอลังการเต็มไปด้วยความอบอุ่นชุ่มชื้นของสวนป่าขนาดใหญ่ (Canopy Park) มีต้นไม้และต้นปาล์มกว่า



2,000 ต้น พร้อมด้วยพุ่มไม้ใหญ่กว่า 100,000 พุ่ม เป็นพืชพรรณแตกต่างกันถึง 120 สายพันธุ์ นำเข้าจากหลากหลายประเทศ อาทิ ไทย มาเลเซีย จีน ออสเตรเลีย สเปน และสหรัฐอเมริกา ที่ใช้เวลาดูแลปรับสภาพให้เข้ากับอากาศภายในโดมธรรมชาติแห่งนี้เกือบ 3 ปี

ภายในอาคารยังมีโรงหนังกว่า 10 โรง ร้านอาหาร ให้เลือกชิม เลือกซื้อครบครัน หากผู้โดยสารต้องรอไฟลท์นาน ก็มีโรงแรมให้บริการเข้าพักระหว่างวัน

ไฮไลต์ของอาคารแห่งนี้คือ “The Rain Vortex” น้ำตกในร่มที่สูง 40 เมตร เป็นน้ำตกในร่มที่สูงที่สุดในโลก ปริมาณน้ำประมาณ 10,000 แกลลอนต่อนาที ใช้เทคโนโลยีกักเก็บไว้ในช่วงเวลาที่ไม่ฝนตก แล้วใช้ระบบการปั้มน้ำจากถังเก็บใต้อาคาร สูดขึ้นไปปล่อยเป็นน้ำตกจากหลังคาของตัวอาคาร พิเศษด้วยในช่วงค่ำจะมีการแสดง

แสงสีเสียงประกอบการยิงเลเซอร์บนม่านน้ำตกอลังการ สวยงามระยิบ

นอกจากร้านค้า ร้านอาหารที่หลากหลายให้ความเพลิดเพลิน ช้อป ชิม ขึ้นชมกับวิวสวยธรรมชาติและความอลังการของน้ำตกที่สูงที่สุดในโลกแล้ว ยังมีอีก 5 จุดในอาคารที่นักท่องเที่ยวไม่ควรพลาด ได้แก่ Sky Nets เป็นทางเดินตาข่ายท่ามกลางสวนป่าระยะทางยาว 50 เมตร สูงจากพื้นดิน 25 เมตร ให้ความรู้สึกตื่นเต้น สนุกสนาน และประสบการณ์ที่น่าประทับใจ Canopy Mazes เขาวงกตสูง 1.8 เมตร บนพื้นที่ 500 ตารางเมตรเพิ่มความท้าทายด้วยกระจกเงา ออกแบบโดยผู้ก่อตั้งและประธานแห่ง Adrian Fisher Design บริษัทที่สร้างเขาวงกตที่ใหญ่ที่สุดในโลก

Discovery Slides สไลเดอร์ 4 ทิศทางตัวสไลด์ถูกออกแบบโดยบริษัทจากเนเธอร์แลนด์ให้ดูเหมือนผลงานประติมากรรมที่มีขนาดใหญ่

มีความสูงที่แตกต่างกันไปในแต่ละสไลด์ สร้างความสนุกให้กับทั้งเด็กและผู้ใหญ่

Foggy Bowls สวนหมอกออกแบบโดย The Exploratorium จากซาน ฟรานซิสโก เป็นพื้นที่ที่เด็กๆ จะได้สนุกกับหมอกและจินตนาการราวกับวิ่งอยู่บนก้อนเมฆ และ Canopy Bridge สะพานกระจกใสวิวแบบพาโนรามาที่สูงจากพื้น 23 เมตร ความยาว 50 เมตร พร้อมด้วยหมอกต่างๆ รอบสะพาน

สิ่งต่างๆ เหล่านี้ แสดงให้เห็นว่าสิงคโปร์ประเทศเล็กๆ ที่มีประชากรเพียง 5 ล้านกว่าคน สามารถพัฒนาสนามบินจนเป็นศูนย์กลางการบินในภูมิภาครองรับผู้โดยสารได้ 65.6 ล้านคนต่อปี การบริหารจัดการที่เป็นระบบ สะดวกสบาย ทันสมัย พิถีพิถันสร้างความประทับใจให้กับผู้โดยสารจากทั่วโลก เป็นการการันตีถึงนิยามความเป็น “เบอร์หนึ่ง” สนามบินที่ดีที่สุดในโลกอย่างไม่ต้องสงสัย



BANGKOK BANK

AECCONNECT

ธนาคารกรุงเทพ สำนักงานใหญ่ (สีลม) ชั้น 2

อีเมล : aecconnect@bangkokbank.com

โทรศัพท์ : (66) 2230-2758