

# สถานการณ์เมียนมา ณ 18 ก.พ. 64



## ข้อเท็จจริง/สถานการณ์

- ยังคงมีการประท้วงของประชาชนเมียนมาในเมืองใหญ่ต่างๆต่อเนื่อง และยังคงมีการหยุดงานประท้วง (Civil Disobedience Movement) ของกลุ่มอาชีพต่างๆ
- ยังคงมีการตัดสัญญาณอินเทอร์เน็ตในเมืองใหญ่ทั่วประเทศในเวลา 01.00-09.00 น.
- มีกำลังทหารและรถหุ้มเกราะเข้าประจำการในเมืองต่างๆรวมถึงเมืองย่างกุ้ง และมีรายงานการปะทะกันของกำลังตำรวจและทหารกับพนักงานรถไฟที่ประท้วงหยุดงานในเมืองมณฑลพะเย่ทางภาคกลางของเมียนมา
- ผู้ประท้วงได้รวมตัวประท้วงหน้าสถานทูตจีนเพื่อกดดันไม่ให้ประเทศจีนสนับสนุนและช่วยเหลือรัฐบาลที่มาจากแต่งตั้งของสภาบริหารแห่งรัฐ (State Administration Council) ของเมียนมาในขณะที่สถานทูตจีนได้ออกแถลงการณ์ปฏิเสธการให้ความช่วยเหลือในการนำเจ้าหน้าที่ IT จากจีนมายังเมียนมาเพื่อทำระบบ Great Firewall และสายการบิน MAI ของเมียนมาได้ออกแถลงการณ์ว่าไม่เคยมีการนำเจ้าหน้าที่ IT จากจีนมาพร้อมกับเที่ยวบินใดๆ
- ที่ปรึกษาแห่งรัฐ (นางอองซาน ซูจี) และประธานาธิบดี (อู วิน มิน) ถูกนำขึ้นศาลผ่านทาง Video Conference โดยที่ปรึกษาแห่งรัฐ (นางอองซาน ซูจี) ถูกตั้งข้อหาว่าครอบครองเครื่องมือสื่อสารผิดกฎหมายและฝ่าฝืนมาตรการควบคุมโควิด-19 อีกข้อหาหนึ่ง ส่วนประธานาธิบดี (อู วิน มิน) ถูกตั้งข้อหาว่าฝ่าฝืนมาตรการควบคุมโควิด-19 ซึ่งจะมีกำหนดไต่สวนในชั้นศาลอีกครั้งในวันที่ 1 มี.ค. 64

## วิเคราะห์การค้า/ตลาด

**ผลกระทบ:** ด้านชายแดนไทย-เมียนมา ยังสามารถเปิดทำการได้ตามปกติ อย่างไรก็ตามก็มีการตั้งด่านเพื่อตรวจสอบสินค้า คน และอาวุธ รวมถึงการหยุดงานประท้วงของภาคธุรกิจขนส่ง ส่งผลให้อาจเกิดความล่าช้าในการขนส่งสินค้าภายในประเทศเมียนมาได้

จากความตึงเครียดของผู้ประท้วงเมียนมาที่มีต่อจีนและกองทัพเมียนมา ส่งผลต่อภาพลักษณ์ของสินค้าจีนในตลาดเมียนมา รวมถึงมีรายงานว่าสินค้าที่เกี่ยวข้องกับบริษัทที่กองทัพเมียนมาถือหุ้นหรือเป็นเจ้าของที่มีทั้งเครื่องดื่มที่มีและไม่มีแอลกอฮอล์ กาแฟ ชา ยาสีฟัน สบู่ น้ำตาล นมข้นหวาน ปุ๋ย และปูนซีเมนต์ มียอดขายที่ลดลงต่อเนื่อง

**ข้อเสนอแนะ:** สินค้าไทยยังคงเป็นสินค้าที่ได้รับความนิยมในตลาดเมียนมา และยังคงเป็นทางเลือกต้นๆที่ผู้บริโภคเมียนมานิยมเลือกซื้อใช้ โดยเฉพาะความตึงเครียดของผู้ประท้วงเมียนมาที่มีต่อจีนและกองทัพเมียนมา ในวิกฤตนี้อาจเป็นโอกาสทำให้ผู้บริโภคเมียนมาหันมาเลือกซื้อสินค้าจากประเทศอื่นรวมถึงประเทศไทยแทนการใช้สินค้าจากประเทศจีนและสินค้าที่เกี่ยวข้องกับกองทัพเมียนมามากขึ้น ซึ่ง สคต. อย่างกึ่งจะได้ส่งเสริมและประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อ การทำ online business matching การจัดงาน Top Thai Brands การจัดงาน Mini Thailand Week และการส่งเสริมการขายร่วมกับห้างสรรพสินค้า เช่น ห้าง Makro ในเมียนมาต่อไป