

Marketeer

Marketeer
Circulation: 200,000
Ad Rate: 64,000

Section: -/-

วันที่: จันทร์ 1 - อังคาร 30 มิถุนายน 2558

ปีที่: 16

ฉบับที่: 184

หน้า: 136(เต็มหน้า), 137

จำนวนหน้า: 2

Ad Value: 128,000

PRValue (x3): 384,000

คลิ๊ป: สีสี่

คอลัมน์: @Differentiate Dimension: โฟกัสตลาดอาเซียน โอกาสของผู้ประกอบการไทย

@Differentiate
Dimension



โฟกัสตลาดอาเซียน โอกาสทองของผู้ประกอบการไทย

การลงทุนในกลุ่มประเทศเพื่อนบ้านแถบอาเซียนกำลังเป็นที่น่าจับตามองเป็นอย่างยิ่งในขณะนี้ เนื่องจากอีกไม่กี่เดือนจะถึงเวลาเปิดประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนแล้ว ภาคธุรกิจต่างๆ จึงต้องเร่งศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภครวมทั้งแนวทางในการทำตลาด เพื่อต้องการบุกตลาดดังกล่าวได้อย่างมั่นใจยิ่งขึ้น ในฐานะที่ดิฉันเป็นส่วนหนึ่ง ในการร่วมเสวนาในหัวข้อ "Last Call to AEC" ซึ่งจัดโดยสถาบันบัณฑิตบริหารธุรกิจ ศศินทร์ แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัยไปเมื่อไม่นานมานี้

ผศ.ดร.
กฤษฎิกา คงสมพงษ์



อาจารย์ประจำสาขาการตลาด
สถาบันบัณฑิตบริหารธุรกิจ ศศินทร์ แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
ประสบการณ์การบริหารการตลาดกว่า 15 ปี
ทั้งใน และต่างประเทศในธุรกิจวิจัยพฤติกรรมผู้บริโภค
และธุรกิจด้านบริการ เป็นผู้บุกเบิกธุรกิจการประมูลในประเทศไทย
ปัจจุบันเป็นนักวิชาการและทำงานเพื่อสังคม

จึงขอนำเอาเกร็ดเล็กเกร็ดน้อยที่มีความ
จำเป็นต่อการดำเนินธุรกิจในกลุ่มประเทศ
อาเซียนมาฝากผู้อ่าน เนื่องจากงานดังกล่าวได้
เชิญผู้ประกอบการซึ่งเป็นธุรกิจขนาดใหญ่ที่ได้
เดินทางไปลงทุน เปิดตลาดในประเทศดังกล่าว
มาก่อนหน้านี้แล้ว ดังนั้น ผู้ที่กำลังจะเดินทาง
ไปที่ควรจะต้องเปิดใจรับฟังคำเตือนและข้อแนะนำ
ต่างๆ ไว้เป็นแนวทางในการลงทุนก็น่าจะดีไม่
น้อยเลยทีเดียว

เริ่มจากกลุ่มประเทศที่เรียกว่า ซีแอลเอ็ม
วี ซึ่งประกอบด้วยประเทศกัมพูชา สปป.ลาว
เมียนมาร์ และเวียดนาม ซึ่งประเทศเหล่านี้
อยู่ในระหว่างการพัฒนาในด้านต่างๆ ที่สำคัญ
ซีแอลเอ็มวีเป็นตลาดขนาดใหญ่ มีประชากร
รวมกว่า 170 ล้านคน และที่น่าสนใจเป็นอย่าง
ยิ่งก็คือ ผู้บริโภคในประเทศเหล่านี้ส่วนใหญ่นิยม
สินค้าจากประเทศไทยมาก ดังนั้น ผู้ประกอบการ
จากประเทศไทยจึงมีความได้เปรียบชาติอื่นๆ

ที่กำลังจะเข้าไปลงทุน อย่างไรก็ตาม การเข้าไป
ทำการค้าในกลุ่มประเทศนี้ผู้ประกอบการต้อง
ศึกษาและเข้าใจยุทธศาสตร์ของแต่ละประเทศ
โดยเฉพาะเรื่องพฤติกรรมผู้บริโภคต้องรู้ว่า
ประชาชนมีความต้องการสินค้าและบริการอะไร
ที่สำคัญควรเลือกพันธมิตรท้องถิ่นที่มีความ
เชี่ยวชาญ

อย่างไรก็ตาม เส้นหนึ่งของกลุ่มประเทศซีแอล
เอ็มวีที่ดึงดูดนักลงทุนจากทั่วโลกคือ ดันทุนด้าน
แรงงานค่อนข้างต่ำ และมีอัตราการเติบโตทาง
เศรษฐกิจสูง จึงเหมาะที่จะเข้าไปลงทุนในธุรกิจ
ที่เกี่ยวข้องกับทรัพยากรธรรมชาติ เช่น พลังงาน
ปิโตรเคมี หรือธุรกิจอื่นๆ ที่ใช้แรงงานจำนวนมาก
นอกจากนี้แล้วยังเหมาะสำหรับธุรกิจเกษตร
และเกษตรแปรรูป ยานยนต์และชิ้นส่วน บริการ
และท่องเที่ยว สินค้าอุปโภคบริโภค อสังหาริมทรัพย์
ก่อสร้าง พลังงานทดแทน เป็นต้น มาดูกันต่อว่า
แต่ละประเทศนั้นมีควมน่าสนใจอย่างไรบ้าง

Marketeer
1 3 6

รหัสข่าว: C-150601045067 (13 ก.ค. 58/16:51)

หน้า: 1/2

Marketeer

Marketeer
Circulation: 200,000
Ad Rate: 64,000

Section: -/-

วันที่: จันทร์ 1 - อังคาร 30 มิถุนายน 2558

ปีที่: 16

ฉบับที่: 184

หน้า: 136(เต็มหน้า), 137

จำนวนหน้า: 2

Ad Value: 128,000

PRValue (x3): 384,000

คลิก: สีสี่

คอลัมน์: @Differentiate Dimension: โฟกัสตลาดอาเซียน โอกาสของผู้ประกอบการไทย



ประเทศกัมพูชา

มีความโดดเด่นด้านการส่งเสริมการลงทุน ที่ให้สิทธิประโยชน์มาก มีสถานที่ท่องเที่ยวที่จะดึงดูดนักท่องเที่ยว และภาวะเศรษฐกิจมีโอกาสขยายตัวได้ค่อนข้างดี นอกจากนี้แล้วกัมพูชายังมีข้อดีในเรื่องการเมืองนิ่ง และการเคลื่อนย้ายเงินเข้า-ออกประเทศสะดวก ที่สำคัญธุรกิจที่จะบุกประเทศนี้ต้องรู้ว่าพฤติกรรมของผู้บริโภคในกัมพูชานั้นคนส่วนใหญ่กล้าใช้เงิน และตัดสินใจซื้อสินค้าและบริการต่างๆ อย่างเต็มที่ ทั้งนี้ มีข้อเสนอแนะจากผู้ที่มีประสบการณ์ในประเทศนี้ว่า การเริ่มต้นทำธุรกิจควรเริ่มจากการส่งออกสินค้าไปยังกัมพูชา หากคิดจะไปตั้งโรงงานยังไม่เหมาะสม เนื่องจากเป็นประเทศที่ขาดแคลนเรื่องอุตสาหกรรมต้นน้ำ ดังนั้น วัตถุประสงค์ต่างๆ ยังต้องนำเข้าจากประเทศอื่น



ประเทศ สปป.ลาว

นักลงทุนส่วนใหญ่คิดว่าประเทศลาวมีประชากรน้อย จึงไม่เหมาะที่จะเข้าไปลงทุนในธุรกิจต่างๆ แต่ประเทศลาวก็มีจุดเด่นในเรื่องทรัพยากรธรรมชาติและมีที่ดินจำนวนมาก หากมองในอีกมุมจะพบว่าผู้ประกอบการที่เข้าไปลงทุนในลาวน่าจะมีโอกาสได้ใช้ทรัพยากรเหล่านี้ได้ อย่างไรก็ตาม สิ่งที่น่าสนใจอีกอย่างหนึ่งของผู้บริโภคในประเทศลาวก็คือ ประชาชนชาวลาวยังมีกำลังซื้อ เห็นได้จากคนลาวนิยมข้ามฝั่งมาซื้อสินค้าอุปโภคบริโภคจากห้างค้าปลีกในประเทศไทย นี่เป็นเพียงภาพในปัจจุบัน แต่สำหรับอนาคตนั้นน่าจะมีการเปลี่ยนแปลงเนื่องจากขณะนี้ประเทศลาวมีนักลงทุนจากจีนและเวียดนามเข้าไปลงทุนในธุรกิจห้างค้าปลีกถึง 8 แห่งด้วยกัน เชื่อว่าในอนาคตน่าจะช่วยให้ยอดขายจากการค้าแนวชายแดน และห้างค้าปลีกบริเวณชายแดนของไทยลดลงอย่างแน่นอน ดังนั้น การเข้าไปลงทุนในลาวก็ยังคงน่าสนใจไม่น้อยเลยทีเดียว



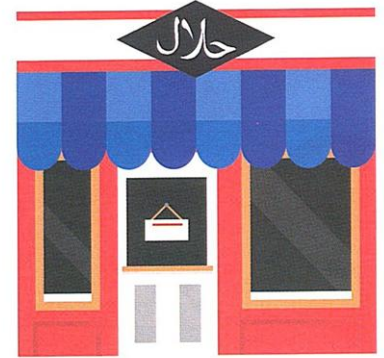
ประเทศเมียนมา

สำหรับเมียนมานั้นมีความโดดเด่นทางด้านแรงงานมีราคาถูก และการทำธุรกิจยังใช้ระบบเงินสด ยังไม่มีระบบสินเชื่อเข้าไปอำนวยความสะดวกในประเทศนี้ จึงน่าจะเป็นโอกาสที่ดีของธุรกิจการเงิน นอกจากนี้แล้วผู้ประกอบการในธุรกิจอื่นๆ ก็ยังมีโอกาสขยายฐานผู้บริโภคเช่นเดียวกัน เนื่องจากเมียนมานั้นยังขาดบางสิ่งบางอย่างที่ควรจะมีขายในประเทศ แม้แต่บางอย่างที่มีขายแล้วก็ยังมีช่องว่างสำหรับตลาดใหม่ๆ แต่สิ่งที่ควรระวังคือเมียนมายังมีปัจจัยเสี่ยงอยู่บ้าง เช่น เรื่องกฎหมายเปลี่ยนแปลงเร็ว รวมทั้งด้านการขนส่ง



ประเทศเวียดนาม

เวียดนาม เป็นประเทศที่มีการเติบโตทางเศรษฐกิจ มีความเหมาะสมที่จะเป็นฐานการผลิตของธุรกิจต่างๆ ที่น่าสนใจมากเป็นพิเศษก็คือ ไม่มีปัญหาเงินเฟ้อ นอกจากนี้ยังจับยวบด้านเศรษฐกิจแล้วเวียดนามยังมีสิทธิประโยชน์ต่างๆ สำหรับนักลงทุนต่างชาติเข้าไปลงทุนอย่างต่อเนื่อง โดยมีค่าเดือนมาว่าธุรกิจที่จะเข้าไปลงทุนในเวียดนามจะต้องเข้าไปจดทะเบียนภายใน 5 ปีนี้ เพราะหากช้ากว่านั้นก็อาจสายเกินไป ที่สำคัญยังต้องรู้ว่าพฤติกรรมผู้บริโภคของประชาชนเวียดนามตอนเหนือและเวียดนามตอนใต้มีความแตกต่างกัน ดังนั้น ผู้ประกอบการที่สนใจเข้าไปลงทุนควรต้องศึกษาเรื่องดังกล่าวให้ดี



นอกจากกลุ่มประเทศ CLMV แล้วนักลงทุนยังคงต้องให้ความสนใจตลาดกลุ่ม MIB ซึ่งเป็นกลุ่มประเทศสมาชิกของอาเซียนที่ประกอบไปด้วยมาเลเซีย อินโดนีเซีย และบรูไน ความน่าสนใจของทั้ง 3 ประเทศอยู่ที่ประชากรส่วนใหญ่เป็นชาวมุสลิม ซึ่งถือว่าเป็นตลาดฮาลาลที่ใหญ่ที่สุดในอาเซียน จึงเป็นโอกาสที่ดีสำหรับผู้ประกอบการที่จะบุกตลาดสินค้าฮาลาล แม้ว่าตลาดทั้ง 3 ประเทศจะมีความแตกต่างกันบ้าง แต่สินค้าอุปโภคและบริโภคจะต้องถูกต้องตามหลักศาสนา โดยเฉพาะประเทศมาเลเซียที่สภาพตลาดโดยทั่วไปคล้ายๆ กับประเทศไทย สินค้าส่วนใหญ่มีความหลากหลายและเป็นคู่แข่งของประเทศไทยเลยทีเดียว รวมทั้งยังเป็นประเทศคู่ค้าที่สำคัญของไทย เนื่องจากการค้าชายแดนไทยมาเลเซียมีมูลค่านับหมื่นล้านเลยทีเดียว

สำหรับประเทศอินโดนีเซียนั้นถือว่าเป็นตลาดมุสลิมที่ใหญ่ที่สุดในโลก แต่ผู้ประกอบการรายใหญ่ที่เคยไปเปิดตลาดก่อนหน้านั้นแนะนำว่าตลาดดังกล่าวมีอุปสรรคอยู่บ้าง โดยเฉพาะเรื่องการขนส่งสินค้า เนื่องจากลักษณะภูมิประเทศแตกต่างจากชาติอื่นๆ และตลาดที่น่าสนใจสำหรับประเทศนี้คือกลุ่มสินค้าประเภทอาหาร เนื่องจากอาหารไทยขึ้นชื่อและติดอันดับ 1 ใน 5 ของอาหารระดับโลก ส่วนอีกประเทศหนึ่งที่น่าสนใจไม่คือน่าสนใจจากกลุ่มนักลงทุนมากนักคือประเทศบรูไน เนื่องจากพฤติกรรมของคนในชาตินี้เคร่งศาสนา จึงอาจไม่เหมาะสำหรับการขายเครื่องดื่มที่มีส่วนผสมของแอลกอฮอล์ แต่เครื่องดื่มประเภทอื่นๆ ก็ยังคงถูกส่งจากไทยไปขายในบรูไน เนื่องจากไม่เหมาะที่จะไปตั้งโรงงานผลิต อย่างไรก็ตาม ความน่าสนใจของตลาดบรูไนอยู่ตรงที่ผู้บริโภคและประชาชน ส่วนใหญ่มีกำลังซื้อสูงดังนั้นจึงต้องศึกษาว่านอกจากธุรกิจอาหารและเครื่องดื่มแล้วตลาดในประเทศดังกล่าวยังต้องการสินค้าประเภทใดบ้าง M

Marketeer
1 3 7