

หน้ารวมข่าวเศรษฐกิจ

เปิดกลยุทธ์ทำตลาดในพม่าให้ได้ผล - เออีซี กับ ม.หอการค้าไทย

วันพุธที่ 24 กรกฎาคม 2556 เวลา 00:00 น.



“มิงกะลาบา” เชื่อว่าคนไทยหลายคนคงคุ้นเคยและชินหูกับคำนี้มาเป็นอย่างดี โดยเฉพาะผู้ที่เคยเดินทางทั้งไปเที่ยวและทำธุรกิจในประเทศพม่า เพราะคำว่า “มิงกะลาบา” เป็นภาษาพม่า ที่แปลว่า “สวัสดี” ในภาษาไทย โดยต้องยอมรับว่าในช่วงไม่กี่ปีที่ผ่านมาประเทศพม่าได้กลายเป็นประเทศที่เนื้อหอมและดึงดูดความสนใจจากนักลงทุนได้มาก โดยเฉพาะยิ่งใกล้เปิดประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน หรือเออีซี

“ดร.จักรินทร ศรีมุล” คณบดีวิทยาลัยนานาชาติ และผู้อำนวยการศูนย์ศึกษากการค้าอาเซียนและลาตินอเมริกา (ซี-แลค) มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย บอกในรายการ “เศรษฐกิจติดจอ” ทางเดลินิวส์ทีวี เมื่อวันที่ 19 ก.ค.ที่ผ่านมาว่า พม่าเปรียบเสมือนสาวเนื้อหอมที่ใคร ๆ ก็ต้องการเข้าไปลงทุน ไม่ว่าจะเป็นสินค้าหรือบริการใด ๆ ก็สามารถตอบสนองความต้องการของชาวพม่าได้ทั้งหมด เพราะยังต้องการทั้งโครงสร้างพื้นฐาน หรือความเจริญเติบโตทางสังคม ท่องเที่ยวและวัฒนธรรม และในช่วง 2-3 ปีที่ผ่านมา มีนักท่องเที่ยวเข้าไปเที่ยวพม่ากันมากถึง 390,000 คน โดยเฉพาะคนไทย และในช่วง 6 เดือนที่ผ่านมา มีคนไทยเดินทางไปเที่ยวพม่ามากกว่า 1 แสนคนทีเดียว รองลงมาคือ จีนและอินเดีย

ขณะที่ด้านการลงทุนปัจจุบันกลุ่มนายทุนที่เข้าไปลงทุนเป็นอันดับหนึ่งหลังจากที่มีการปรับปรุงกฎหมายด้านการลงทุนของพม่า คือ สิงคโปร์ อันดับ 2 คือ อังกฤษ และรองลงมาคือ จีน เนื่องจากมีสัดส่วนในการลงทุนมานานกว่า 10 ปี สำหรับหัวเมืองที่มีการลงทุนมากที่สุดคือ “ย่างกุ้ง” โดยเฉพาะด้านการค้าขาย การลงทุนด้านไฟฟ้า พลังงาน การคมนาคมขนส่ง ด้านการศึกษา รวมถึงการบริการการท่องเที่ยวและการโรงแรม และอาหาร เนื่องจากมีประชากรมากกว่า 6 ล้านคน

ส่วนหัวเมืองที่รองลงมาคือ “มณฑลเจย์” ที่มีประชากร 1-2 ล้านคน แต่มีหัวเมืองที่เชื่อมโยงกับอินเดีย จีน รวมถึงไทย โดยพบว่า ในรัศมี 200 กิโลเมตร มีประชากรที่เชื่อมโยงกับมณฑลเจย์มากถึง 600 ล้านคน และทางการพม่าพยายามดึงดูดสนใจในการสร้างเป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวของพม่า ซึ่งมีการประมาณการกันว่าภายใน 2-3 ปีข้างหน้า จะมีโรงแรมมากเป็นอันดับ 1 หรือเพิ่มขึ้น 30 แห่ง และยังส่งผลดีต่ออุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องด้วย ไม่ว่าจะเป็นอุปกรณ์ก่อสร้าง ตกแต่งภายใน การจ้างงาน สำหรับปัจจุบันมีสถานบริการด้านที่พักในพม่า ทั้งโรงแรม โมเต็ล และเกสต์เฮาส์ รวมทั้งสิ้น 731 แห่ง แบ่งเป็นอย่างกึ่ง 187 แห่ง มณฑลเจย์ 75 แห่ง และที่เมืองบากัน 75 แห่ง ซึ่งโรงแรมส่วนใหญ่เป็นของผู้ประกอบการท้องถิ่น รวมถึงมีความเชื่อมโยงกับรัฐบาลทหารส่วนใหญ่ด้วย

นอกเหนือจากความต้องการในด้านของพลังงาน ไฟฟ้า น้ำมัน แก๊สธรรมชาติ และการท่องเที่ยวแล้ว ยังพบว่า พม่ายังมีความต้องการในเรื่องของด้านการศึกษา ซึ่งที่ผ่านมา มหาวิทยาลัยหอการค้าไทยได้รับความไว้วางใจจากทางการพม่า ในการเปิดหลักสูตรบริหารธุรกิจ (เอ็มบีเอ) ในย่างกุ้ง โดยเน้นการแลกเปลี่ยนองค์ความรู้กันในวิทยาเขต หรือระหว่างไทยกับพม่า ซึ่งเป็นรุ่นที่ 3 มีนักศึกษารวม 120 คน และล่าสุดในวันที่ 20 ก.ค.ที่ผ่านมาได้เปิดหลักสูตรบริหารธุรกิจเพิ่มเติมที่มณฑลเจย์รุ่นที่ 1 จำนวน 50 คน และมีแนวโน้มขยายการศึกษาในหลักสูตรปริญญาตรีเพิ่มเติมในเร็ว ๆ นี้ด้วย

ทั้งนี้ ดร.จักรินทร์ ได้แนะแนวทางว่า ในการเข้าไปลงทุนไม่ว่าจะเป็นเรื่องใดก็ตาม ปัจจุบันยังพบว่า นักลงทุนต่างชาติยังกังวลกับความไม่แน่นอนทางด้านการเมืองของพม่า ดังนั้นหากนักลงทุนต้องการเข้าไปลงทุนควรต้องศึกษาตั้งแต่รายละเอียดกฎหมายในการลงทุนว่า กิจกรรมที่ดำเนินการรบกวนกับชนกลุ่มน้อยของพม่าหรือไม่ เช่น กลุ่ม คะฉิ่น ชิงญา เป็นต้น รวมไปถึงต้องหาพันธมิตรในการดำเนินการในท้องถิ่น เพื่อความสะดวกในการดำเนินงาน เนื่องจาก การติดต่อหรือการเจรจาหรือจับคู่ทางธุรกิจอาจต้องใช้เวลาพอสมควร ประกอบกับการดำเนินธุรกิจในพม่าจะต้องใช้ความจริงใจเข้าแลก ทำความรู้จักแบบเพื่อนฝูงและก้าวไปสู่การต่อยอดทางธุรกิจ รวมทั้งมีความมั่นใจว่าเข้าไปดำเนินกิจการประเภทใด

ส่วนการทำตลาดนั้นคล้าย ๆ กับไทยทำตลาดเมื่อ 10-20 ปีที่ผ่านมาคือ ยังเน้นทำการโฆษณาผ่านช่องทางวิทยุ ทีวี รวมถึงการแถลงข่าวโดยใช้ดาราเป็นสื่อ ซึ่งมีความคล้ายคลึงกับบ้านเรา แต่หากใช้ระบบอินเทอร์เน็ต หรือผ่านโซเชียลมีเดียต่าง ๆ เทคโนโลยียังไม่รองรับมากนัก ขณะเดียวกันก็ต้องใช้หุ้นส่วนพื้นเมืองให้เป็นประโยชน์เพราะคนพม่าเองย่อมต้องรู้สถานการณ์ในประเทศได้ดีกว่านักลงทุน ที่สำคัญและถือเป็นหัวใจสำคัญที่สุดที่ต้องพึงระลึกไว้เสมอว่า คนพม่ามีความเป็นรอยัลดีหรือมีความซื่อสัตย์สูง ดังนั้นหากทำให้สามารถยอมรับในสินค้าและบริการได้ ก็จะสามารถเข้าถึงตลาดพม่าได้แบบ 100% ที่เดียว

นอกจากนี้หากมีพันธมิตรมีหุ้นส่วนที่ดีแล้วก็เท่ากับว่า มีชัยไปกว่าครึ่งทีเดียว แต่เหนือซึ่งอื่นใดคือ ความจริงใจในการทำธุรกิจ มีความตรงไปตรงมา ไม่เอาเปรียบซึ่งกันและกัน รวมถึงมีความเคารพในศิลปและวัฒนธรรมของพม่าด้วย เพราะแท้ที่จริงแล้วอุปนิสัยของพม่าจะมีลักษณะคล้ายกับคนไทยมากคือ มีความเกรงอกเกรงใจ หรือ “อาหน้าได้” ดังนั้นหากผู้ประกอบการไทยทำได้ตามนี้ก็สามารถขยายปีกในแผ่นดินพม่าได้งดงามอย่างแน่นอน.

ภัทรภรณ์ พลายน้อย

เปลี่ยนขนาดตัวอักษร

-ก ก+

แบ่งปันข่าวสาร

สงวนลิขสิทธิ์ © 2554 - 2556 บริษัท เดลินิวส์ เว็บ จำกัด



เดลินิวส์	เศรษฐกิจ
-----------	----------