

เจาะตลาดพม่า กับ AEC

โอกาสทางธุรกิจที่ผู้ประกอบการไทยควรรู้

ต่อ จากฉบับที่แล้ว

จบ



ประโยชน์ของ AEC ต่อการลงทุนในพม่า การเตรียมความพร้อมก้าวสู่ AEC ของพม่า

กำลังพยายามพัฒนาไปสู่ AEC แต่ในบางประเด็นยังไม่มี ความชัดเจนมากนัก ตลอดจนนโยบายต่างๆ ที่วางแผนสามารถ เปลี่ยนแปลงได้อย่างกะทันหัน ดังนั้น จึงทำให้พม่าอาจเปิดประเทศ ไม่ทันต่อการเปิด AEC ในปี 2558 ซึ่งสิ่งดังกล่าวจะส่งผลให้การ พัฒนาเศรษฐกิจของภูมิภาคอาเซียนเป็นไปได้อย่างไม่เต็ม ประสิทธิภาพ

➢ ผลดีของ AEC ต่อผู้ประกอบการไทยในการเข้าไปลงทุน และทำการค้าในพม่า

➢ ภาชนะนำเข้าเป็น 0 เช่น นำเข้าวัตถุดิบการผลิตมาจากไทย และประเทศอาเซียนอื่นๆ

➢ สามารถย้ายฐานการผลิตจากไทยมาสู่พม่าสำหรับธุรกิจ ที่จะก่อให้เกิดความได้เปรียบซึ่งผู้ประกอบการไทยหลายรายได้เตรียม จะย้ายฐานการผลิตมาพม่า โดยเหตุผลสำคัญ คือ ความมั่งคั่งของ ทรัพยากรธรรมชาติ และค่าแรงราคาถูก

➢ ใช้เป็นฐานการผลิตส่งออกไปนอก AEC เพื่อใช้ประโยชน์ จากสิทธิที่พม่าได้รับในเวทีการค้าโลก เช่น สิทธิพิเศษทางภาษี ศุลกากร (GSP) หรือการยกเว้นหรือลดหย่อนอัตราภาษีศุลกากรที่ สหภาพยุโรปให้สำหรับสินค้านำเข้าจากประเทศที่สาม หรือการใช้ ประโยชน์จากสถานะ Least Development Countries (LDCs)

➢ เกิดความได้เปรียบระบบโลจิสติกส์ในการขนส่งเพราะ พม่ามีที่ตั้งติดพรมแดนกับ 5 ประเทศ และที่สำคัญคือ อยู่กึ่งกลาง

ระหว่างสองระบบเศรษฐกิจขนาดใหญ่อย่างจีน และอินเดียที่กำลัง รุ่งโรจน์และคาดกันว่าจะเป็นพลังสำคัญในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจ โลกในอนาคต

➢ ได้เปรียบคู่แข่งนอกอาเซียนในการ “เจาะตลาดพม่า” เป็นต้น

ตลาดสินค้าส่งออกที่มีศักยภาพของต่างประเทศในพม่า จาก การศึกษาของฝ่ายวิจัยธุรกิจ ธนาคารเพื่อการส่งออกและนำเข้าแห่ง ประเทศไทย พบว่าในปัจจุบันพม่านำเข้าสินค้าจากจีนมากเป็นอันดับ 1 มีสัดส่วนเกือบร้อยละ 40 ของมูลค่านำเข้าทั้งหมด และไทยเป็น แหล่งนำเข้าสำคัญอันดับ 2 มีสัดส่วนร้อยละ 23 ของมูลค่านำเข้า ทั้งหมดของพม่า อย่างไรก็ตามสินค้าไทยมีภาพลักษณ์ที่ดีในสายตา ของชาวพม่า เนื่องจากชาวพม่ามองว่าสินค้าไทยเป็นสินค้าระดับบน มีคุณภาพสูง รูปลักษณ์สวยงามและทันสมัย ซึ่งมีส่วนช่วยเสริมภาพ ลักษณ์และบุคลิกภาพให้แก่ผู้ใช้ สำหรับสินค้าส่งออกของไทยที่มี ศักยภาพในการเจาะตลาดพม่าที่สำคัญ มีดังนี้

สินค้าอุปโภคบริโภค ชาวพม่ามีความคุ้นเคยเป็นอย่างดีกับ สินค้ากลุ่มนี้ของไทย เนื่องจากส่วนหนึ่งเคยใช้สินค้าไทยในขณะ ที่ตนเอง หรือญาติเข้ามาทำงานในประเทศไทย จึงมีความเชื่อมั่นและ ถือว่าสินค้าที่นำเข้าจากประเทศไทยเป็นสินค้าคุณภาพดี ทำให้สินค้า อุปโภคบริโภคจากไทยเกือบทุกชนิดเป็นที่ต้องการในพม่า โดยเฉพาะ สินค้าอุปโภคบริโภคที่จำเป็นต่อการดำรงชีวิตประจำวัน อาทิ น้ำตาลทราย น้ำมันปลา น้ำมันพืช ซอสปรุงรส และผงชูรส เป็นต้น ขณะที่อาหาร สำเร็จรูปและอาหารพร้อมรับประทานเริ่มได้รับความนิยมจากชาว พม่ามากขึ้นเป็นลำดับ โดยเฉพาะชาวพม่าที่อยู่ในเมืองเศรษฐกิจ สำคัญ เช่น กรุงเนปิดอว์ เมืองย่างกุ้ง และเมืองมันตะเลย์ เพื่อให้สอดคล้อง กับวิถีชีวิตที่เร่งรีบขึ้น ทั้งนี้ พม่าเป็นตลาดส่งออกบะหมี่กึ่งสำเร็จรูป และอาหารสำเร็จรูปอันดับ 4 ของไทย รองจากสหรัฐฯ ฟิลิปปินส์และ ญี่ปุ่น

นอกจากนี้ พม่ายังเป็นตลาดส่งออกเครื่องดื่มที่ไม่มีแอลกอฮอล์ (Soft Drink) อันดับ 1 ของไทยซึ่งส่วนใหญ่เป็นเครื่องดื่มประเภท เครื่องดื่มชูกำลัง เครื่องดื่มเกลือแร่ นมถั่วเหลือง และชาพร้อมดื่ม ทั้งนี้

มูลค่าส่งออกเครื่องดื่มน้ำที่ไม่มีแอลกอฮอล์ของไทยไปพม่ามีอัตราการขยายตัวสูงถึงร้อยละ 2 หลักมาอย่างต่อเนื่อง เช่นเดียวกับมูลค่าส่งออกสินค้าอุปโภคบริโภคประเภทเครื่องสำอาง สบู่ และผลิตภัณฑ์รักษาผิว ซึ่งมีอัตราการขยายตัวในระดับ 2 หลักเช่นกัน เนื่องจากกลุ่มสตรีวัยทำงานชาวพม่า ซึ่งมีสัดส่วนประมาณร้อยละ 35 ของประชากรทั้งหมดในพม่า ให้ความสำคัญกับการรักษาความงามของร่างกาย และมีพรณให้ดูดีอยู่เสมอ เนื่องจากได้รับอิทธิพลจากสื่อไทย ทำให้มีความต้องการสินค้าในกลุ่มดังกล่าวเพิ่มขึ้น

สำหรับช่องทางการจัดจำหน่ายสินค้าอุปโภคบริโภคส่วนใหญ่ยังเป็นการจัดจำหน่ายผ่านธุรกิจค้าปลีกแบบดั้งเดิมซึ่งครองส่วนแบ่งตลาดประมาณร้อยละ 80 ของธุรกิจค้าปลีกทั้งหมดในพม่า อย่างไรก็ตาม ธุรกิจค้าปลีกสมัยใหม่มีแนวโน้มขยายตัวต่อเนื่อง โดยเฉพาะในเมืองเศรษฐกิจสำคัญอย่างเมืองย่างกุ้ง ซึ่งจะเป็นช่องทางการจัดจำหน่ายสินค้าอุปโภคบริโภคที่สำคัญในอนาคต

สินค้าทุน เครื่องจักร และวัสดุก่อสร้าง: ปัจจุบันพม่าระหว่างการพัฒนาาระบบสาธารณูปโภคพื้นฐาน อาทิ ถนน ท่าเรือ สนามบิน และโรงไฟฟ้าเพื่อรองรับการลงทุนจากต่างประเทศที่หลั่งไหลเข้ามาอย่างต่อเนื่อง โดยเฉพาะโครงการทำเขื่อนน้ำลึกลงและนิคมอุตสาหกรรมทวาย ซึ่งเป็นโครงการขนาดใหญ่ที่ได้รับความสนใจจากนักลงทุนทั่วโลก รวมถึงการก่อสร้างโรงแรมและที่พักรองรับนักท่องเที่ยวต่างชาติที่มีจำนวนเพิ่มขึ้น ทั้งนี้ กระทรวงการท่องเที่ยวของพม่ารายงานว่ามีปี 2555 พม่ามีห้องพัก 28,291 ห้อง จากโรงแรมและที่พักทั้งหมด 787 แห่งทั่วประเทศในจำนวนนี้เป็นโรงแรมระดับ 4 ดาวขึ้นไปมีเพียง



23 แห่ง หรือร้อยละ 3 ของจำนวนโรงแรมและที่พักทั้งหมด อีกทั้งในช่วงฤดูการท่องเที่ยว (พ.ย.-มี.ค.) ห้องทั่วประเทศจะถูกจองเต็มเกือบทั้งหมด ส่งผลให้ความต้องการสินค้าเกี่ยวกับการก่อสร้าง เช่น เครื่องจักรกล ปูนซีเมนต์ และเหล็ก มากขึ้น เพื่อใช้ในโครงการก่อสร้างต่างๆ คาดการณ์ว่าในปี 2556 พม่าจะนำเข้าวัสดุก่อสร้างจากไทยเพิ่มขึ้น 350-364 ล้านดอลลาร์สหรัฐคิดเป็นร้อยละ 20 ของมูลค่านำเข้าวัสดุก่อสร้างทั้งหมด โดยในปี 2555 พม่าเป็นตลาดส่งออกปูนซีเมนต์อันดับ 1 ของไทย

สำหรับการส่งออกสินค้าประเภทอุปกรณ์และเครื่องจักรกลการเกษตร เช่น เครื่องสีข้าวขนาดเล็ก รถไถนาเดินตาม เครื่องใส่ปุ๋ย เครื่องสูบน้ำ และเครื่องพ่นยาฆ่าแมลงแบบโยกด้วยมือ ก็มีโอกาสขยายตัวเช่นกัน เนื่องจากชาวพม่าส่วนใหญ่ยังประกอบอาชีพในภาคเกษตรกรรม ซึ่งเป็นภาคเศรษฐกิจที่สำคัญของประเทศสัดส่วนถึงร้อยละ 60 ของ GDP อุปกรณ์และเครื่องจักรกลการเกษตรที่เหมาะสมกับตลาดพม่าควรมีเทคโนโลยีไม่ซับซ้อน ใช้งานง่าย สามารถซ่อมแซมหรือบำรุงรักษาได้ด้วยตัวเองและราคาไม่สูงนัก เนื่องจากเกษตรกรชาวพม่าส่วนใหญ่ยังขาดทักษะและมีข้อจำกัดด้านเงินทุน

ข้อควรรู้ในการทำธุรกิจกับชาวพม่า

- ไม่ควรพูดเรื่องการเมืองภายในประเทศพม่า
- รัฐบาลพม่าให้ใช้เงินบาทจำกัด และดอลลาร์สหรัฐสำหรับการค้าชายแดนได้ เพื่อให้มีความคล่องตัว
- พม่ามีภาษาท้องถิ่นถึง 100 ภาษา โดยนักธุรกิจสามารถใช้ภาษาอังกฤษในการสื่อสารได้
- ชาวพม่าไม่นิยมนัดหมายหรือสื่อสารผ่านทางอีเมล ควรติดต่อทางโทรศัพท์ โทรสาร หรือพบปะหารือ
- ในการเจรจาธุรกิจครั้งแรก ชาวพม่าส่วนใหญ่ไม่นิยมกล่าวถึงเรื่องธุรกิจอย่างลึกซึ้ง แต่จะใช้เวลาสอบถามและเรียนรู้ลักษณะนิสัยของคู่เจรจา ตลอดจนความนิ่งและเยียบไม่ตอบรับใดๆ จนกว่าจะมั่นใจ



ที่มา: ธนาคารเพื่อการส่งออกและนำเข้าแห่งประเทศไทย วารสารอุตสาหกรรมสาร

