

ในปี พ.ศ. 2558 แต่ละประเทศในภูมิภาคอาเซียนต้องเตรียมความพร้อมเพื่อรับการเข้าสู่ประชาคมอาเซียน (AEC) เมื่อ AEC เปิดตัวแล้ว ประชากรจากชาติสมาชิกประมาณ 600 ล้านคนจะทำให้เกิดตลาดของผู้บริโภค ขนาดใหญ่ เหมาะแก่การเข้าไปลงทุนทำการค้าในทั้ง 10 ประเทศสมาชิก การศึกษาพหุวัฒนธรรมการบริโภคของประเทศสมาชิกเพื่อนบ้าน AEC เป็นประโยชน์สำหรับเป็นข้อมูลของผู้ประกอบการเข้าไปติดต่อหรือลงทุน และวางแผนการค้าในแต่ละประเทศได้อย่างเหมาะสม ตามรายละเอียดดังนี้

1. ประเทศกัมพูชา เป็นชาติที่ประชากรมีพฤติกรรมคล้ายกับคนไทย ทำให้คนกัมพูชาชื่นชอบสินค้าไทยเป็นทุนเดิมอยู่แล้ว ที่สำคัญประชากรส่วนใหญ่มีอายุเฉลี่ย 20 ปี และพร้อมจะรับสิ่งใหม่ ๆ เทคโนโลยีใหม่ ๆ ที่เป็นประโยชน์ต่อชีวิตประจำวัน ดังนั้น ประชากรกัมพูชาจึงกำลังนิยมนำสินค้าอุปโภคบริโภคประเภทเทคโนโลยีสมัยใหม่ และเครื่องแต่งกายที่ทันสมัยหากมีราคาที่ไม่แพงมาก เนื่องจากฐานะทางเศรษฐกิจของประชากรยังไม่อยู่ในเกณฑ์ที่ดีมากนัก

2. ประเทศลาว มีอุปนิสัยเหมือนคนไทยและพูดภาษาไทยได้ พรหมแดนที่ติดกันกับประเทศไทย เพราะฉะนั้นสินค้าอุปโภคบริโภคของไทยจึงได้รับความนิยมมากในประเทศลาว นอกจากนั้น จากการทำลาวเคยเป็นเมืองขึ้นของฝรั่งเศสมาก่อน ทำให้สินค้าประเภทอาหารฝรั่งเศสได้รับความนิยมจากคนลาวเช่นกัน เพียงแต่กำลังซื้อสินค้าบริการที่มีราคาสูงยังไม่ได้รับความนิยมจากคนลาวนัก เนื่องจากรายได้โดยรวมของคนลาวยังไม่สูงมากเมื่อเทียบกับหลาย ๆ ชาติในอาเซียน

3. ประเทศเวียดนาม คนรุ่นใหม่ที่มีอายุต่ำกว่า 30 ปีกลายเป็นกำลังซื้อสำคัญ เพราะได้รับรู้ข้อมูลข่าวสารจากสื่อและอินเทอร์เน็ตอย่างรวดเร็ว จึงนิยมใช้สินค้าแฟชั่น เครื่องสำอาง สินค้าเทคโนโลยี และอาหารสำเร็จรูป การตัดสินใจซื้อขึ้นอยู่กับการออกแบบ สไตล วัสดุ ประโยชน์ใช้สอย และบุคลิกภาพของสินค้า รวมทั้งการให้บริการขณะซื้อสินค้า บริการหลังการขาย และบริการของพนักงานขาย สินค้าประเภทอาหารมีความนิยมในการจับจ่ายสินค้าประเภทอาหารสด โดยเฉพาะพืชผักมากกว่าอาหารกระป๋องสำเร็จรูป

4. ประเทศพม่า นั้นประชากรส่วนใหญ่เป็นคนวัยหนุ่มสาว ส่วนใหญ่เคยทำงานในไทยจะได้รับสนธิมาตรการบริโภคสินค้าแบบคนไทย ชาวพม่าชอบสินค้าจากไทย ส่วนใหญ่คนพม่ายังเน้นบริโภคสินค้าจำเป็นในชีวิตประจำวัน ขณะที่สินค้าฟุ่มเฟือยหรือสิ่งอำนวยความสะดวกยังได้รับความนิยมอยู่ในวงจำกัดเฉพาะกลุ่มผู้มีรายได้สูงหรือนักการเมือง โดยรวมแล้วคนพม่าไม่นิยมสินค้าที่มีราคาแพงมาก เพราะฐานรายได้ของคนพม่ายังไม่สูงนัก

5. ประเทศอินโดนีเซีย ประชากรร้อยละ 86 ของอินโดนีเซียเป็นชาวมุสลิม แต่ไม่ค่อยเคร่งครัดมากนักเมื่อเทียบกับมาเลเซีย เห็นได้จากเหล่าและเบียร์นั้นยังหาซื้อได้ง่าย แต่ตัวสินค้าที่มีตราฮาลาลก็ยังได้รับความนิยมมาก การบริโภคและสินค้าประเภทอาหารสำเร็จรูปนั้นดูจะเป็นที่นิยมมากกว่าสินค้าประเภทอาหารสด โดยภาพรวมคนอินโดนีเซียเป็นชาติที่ใช้จ่ายเพื่อการบริโภคสูง ซึ่งมีรายงานพบว่า ชาวอินโดนีเซียใช้จ่ายกว่าร้อยละ 51 ของรายได้ทั้งหมดเพื่อการบริโภคในชีวิตประจำวัน แต่ทั้งนี้ คนอินโดนีเซียส่วนใหญ่ยังคงค่อนข้างอ่อนไหวกับราคาสินค้า ทำให้ไม่ค่อยนิยมสินค้านำเข้าที่ราคาแพง หรือสินค้าที่มีบรรจุภัณฑ์ราคาสูง

6. ประเทศมาเลเซียนั้นเป็นมุสลิมประมาณ 60% ส่วนอีก 20% เป็นคนจีน และอีก 20% สุดท้ายเป็นประชากรชาติอื่น ๆ ทั้งนี้ สินค้าที่มีตราฮาลาลจึงได้รับความนิยมเป็นอย่างมาก นอกจากนั้น มีรายงานพบว่าประชาชนส่วนใหญ่ชอบรับประทานอาหารนอกบ้าน

ทำให้ธุรกิจเกี่ยวกับอาหารในประเทศดังกล่าวค่อนข้างประสบความสำเร็จ รวมทั้งพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคในมาเลเซียที่มีความอ่อนไหวเรื่องราคา หากมีการปรับราคาจากที่เคยซื้อจะกระทบต่อการตัดสินใจทันที คนมาเลเซียมีแนวโน้มเลือกซื้อสินค้าที่อำนวยความสะดวกสบายในชีวิตประจำวัน สินค้าฟุ่มเฟือยและสินค้าหรูหรามากขึ้น ขณะที่กลุ่มวัยรุ่นค่อนข้างให้ความสำคัญกับเทคโนโลยีและนวัตกรรมใหม่ ๆ สะท้อนจากการใช้จ่ายสินค้าไอทีที่มักเป็นอันดับแรก เมื่อเทียบกับการใช้จ่ายด้านอาหารและการพักผ่อนอื่น ๆ

7. ประเทศฟิลิปปินส์ ภูมิประเทศเป็นเกาะและคนส่วนใหญ่สามารถพูดภาษาอังกฤษได้นั้น คนที่เก่ง ๆ มักจะออกไปทำงานต่างประเทศแล้วส่งเงินกลับมาประเทศของตนเองมากที่สุดในภูมิภาคอาเซียน ส่งผลให้คนที่อยู่ในประเทศนั้นมีกำลังซื้อค่อนข้างสูง เนื่องจากมีฐานะเศรษฐกิจที่ค่อนข้างดี ในการบริโภคนั้นคนฟิลิปปินส์จึงต้องการสินค้านวัตกรรมและมีคุณภาพโดยไม่เกี่ยงเรื่องราคา สินค้าในหมวดไลฟ์สไตล์ บ้านเทจ เครื่องใช้ไฟฟ้าในบ้าน และบริการด้านอาหาร อีกทั้งคนฟิลิปปินส์มีแนวโน้มใส่ใจสุขภาพและความงามมากขึ้น สินค้าและบริการที่เกี่ยวกับสุขภาพความงามจึงกำลังได้รับความนิยมเป็นอย่างมาก

8. ประเทศบรูไน เป็นประเทศที่ไม่ต้องดินร่นมากนัก เพราะเป็นแหล่งผลิตน้ำมัน ด้วยปัจจัยที่เศรษฐกิจของประเทศค่อนข้างมั่นคง ทำให้พฤติกรรมผู้บริโภคจ่ายและอำนาจในการซื้อมีค่อนข้างสูง และเกือบทั้งประเทศเป็นชาวมุสลิมที่ค่อนข้างเคร่งศาสนา สินค้าฮาลาล จึงได้รับความนิยม สินค้าประเภทเหล้าและเบียร์ไม่เป็นที่นิยม รวมทั้งประชากรส่วนใหญ่อยู่ในวัยกลางคน การบริโภคจึงมุ่งเน้นไปยังสินค้าที่มีคุณภาพสูง

9. ประเทศสิงคโปร์ เป็นชาติที่มีจำนวนประชากรน้อยที่สุด และขนาดประเทศเล็กที่สุดในภูมิภาคนี้ ด้วยความที่เป็นประเทศเล็ก การผลิตสินค้าและบริการในสิงคโปร์จึงทำได้ยาก การบริโภคของคนสิงคโปร์จึงอาศัยการนำเข้าจากต่างประเทศเป็นหลัก อีกประการคือ เศรษฐกิจของประเทศสิงคโปร์ค่อนข้างดี ประชากรมีอำนาจในการซื้อสูง คนสิงคโปร์มักนิยมเลือกซื้อสินค้าแบรนด์เนม เนื่องจากเป็นสินค้าที่มีชื่อเสียงและมีคุณภาพค่อนข้างสูง และเนื่องจากวัฒนธรรมหรือไลฟ์สไตล์ทางตะวันตกมีอิทธิพลมากในสังคมสิงคโปร์ โดยเฉพาะในกลุ่มวัยรุ่น นอกจากนี้ พฤติกรรมผู้บริโภคยังอ่อนไหวต่อกระแสนิยมและแฟชั่นในตลาดโลกสูง จนได้ชื่อว่าเป็นตลาดแฟชั่นที่ทันสมัยที่สุดแห่งหนึ่งของภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้

จะเห็นได้ว่าในบางประเทศสมาชิก AEC เช่น พม่า ลาว หรือกัมพูชานั้น มีความนิยมสินค้าจากไทยสูงเป็นทุนเดิมอยู่แล้ว อีกทั้งประเพณีวัฒนธรรมบางอย่างคล้ายคลึงกัน หลายประเทศก็มีอาณาเขตติดกันกับไทย จึงมีโอกาสที่นักลงทุนจากไทยจะเข้าไปต่อยอดทำการค้าได้ง่าย แต่ทั้ง 3 ประเทศดังกล่าวยังมีกำลังซื้อที่ไม่สูงนัก สินค้าที่นำเข้าไปจะต้องมีราคาไม่แพง ทั้ง 3 ชาติก็ยังไม่ค่อยจะชินกับภาษาอังกฤษมากนัก ผู้ประกอบการจึงควรจะใช้ภาษาท้องถิ่นของแต่ละประเทศกำหนดไว้บนฉลากสินค้า ที่นำเข้าไปวางขายให้คนในประเทศกลุ่มดังกล่าวเข้าใจสรรพคุณของสินค้าได้ง่าย

แต่ในประเทศอย่างสิงคโปร์ ฟิลิปปินส์ บรูไน มาเลเซีย อินโดนีเซีย และเวียดนาม คนในประเทศเหล่านี้มีกำลังซื้อที่สูงขึ้นมากกว่าใน 3 ประเทศข้างต้น และผู้บริโภคก็ค่อนข้างมีความรู้ หากนักลงทุนไทยต้องการเข้าไปทำการค้าด้วย ควรมีความมั่นใจว่าสินค้าที่เข้าไปจำหน่ายมีคุณภาพสูง มีกรรมวิธีการผลิตที่ทันสมัย มีการออกแบบที่เป็นเอกลักษณ์ จึงจะได้รับความนิยมจากประเทศเหล่านี้ นอกจากนี้การที่บรูไน มาเลเซีย อินโดนีเซียที่มีประชากรจำนวนมากเป็นอิสลาม รายละเอียดของอาหารฮาลาลที่จะนำเข้าจึงเป็นสิ่งสำคัญที่นักลงทุนจากไทยต้องศึกษาอย่างลึกซึ้ง เป็นต้น

จึงเห็นได้ว่ารสนิยมการบริโภคนั้นขึ้นอยู่กับหลายปัจจัย ไม่ว่าจะเป็นด้านรากฐานทางวัฒนธรรม ศาสนา อิทธิพลจากประเทศเพื่อนบ้าน ความมั่นคงทางเศรษฐกิจของประเทศ หรือระดับการศึกษาของผู้บริโภค

นักลงทุนที่ต้องการจะลงทุนจึงควรศึกษาข้อมูลของแต่ละประเทศอย่างลึกซึ้งก่อนเข้าไปลงทุนในแต่ละประเทศ

-----

รวบรวมโดย : นายธานี ภาคอุทัย เศรษฐกรชำนาญการพิเศษ สำนักส่งเสริมและพัฒนาการปศุสัตว์

ที่มา : ประชาชาติธุรกิจออนไลน์ "พร้อมรับ AECหรือยัง?" โดย ฅนฤช เศวตนันท์

1. [http://www.prachachat.net/news\\_detail.php?newsid=1376890014](http://www.prachachat.net/news_detail.php?newsid=1376890014)

2. [http://www.prachachat.net/news\\_detail.php?newsid=1377598450](http://www.prachachat.net/news_detail.php?newsid=1377598450)