ส่วนวิจัยธุรกิจ 1 ฝ่ายวิจัยธุรกิจ

มิถุนายน 2558

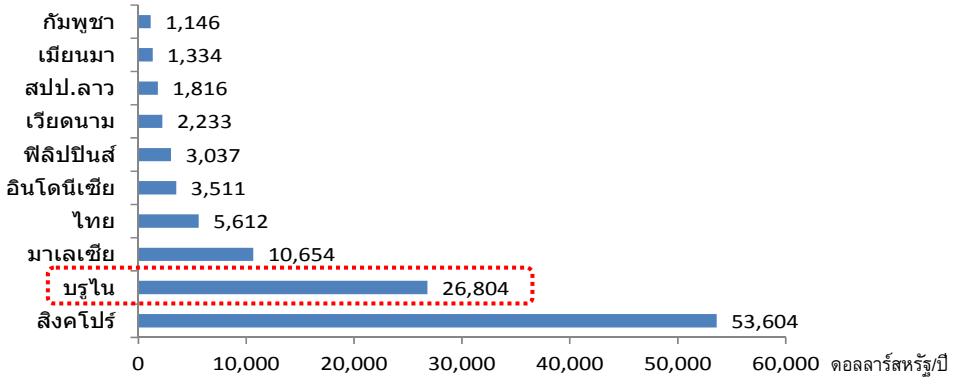
เก็บตกจากต่างแดน

พฤติกรรมผู้บริโภคและเกร็ดน่ารู้ในการติดต่อธุรกิจกับชาวบรูไนให้ประสบผลสำเร็จ

ที่มา : www.pirun.ku.ac.th/~b5510800046/Brunei.html

“ซาลามัตดาตัง” (Selamat Datang) แปลว่าสวัสดี เป็นคำทักทายของชาว**บรูไน** หนึ่งในประเทศสมาชิกอาเซียนที่ไม่ค่อยมีใครกล่าวถึงมากนัก ส่วนหนึ่งอาจเป็นเพราะมูลค่าการค้าระหว่างไทยกับบรูไนยังค่อนข้างน้อย เมื่อเทียบกับประเทศสมาชิกอื่นๆ ในอาเซียน หรือเพียง 796 ล้านดอลลาร์สหรัฐ ในปี 2557 แต่แท้จริงแล้วบรูไนมีศักยภาพด้านการค้าที่ไม่ควรมองข้าม ด้วยฐานะทางเศรษฐกิจที่แข็งแกร่งจากความร่ำรวยด้านทรัพยากรธรรมชาติ โดยเฉพาะน้ำมันและก๊าซธรรมชาติ ทำให้ชาวบรูไนเป็นกลุ่มผู้บริโภคที่มีกำลังซื้อสูงเป็นอันดับ 2 ของอาเซียน หรือราว 5 เท่าของไทย ขณะเดียวกันวิสัยทัศน์การพัฒนาประเทศในระยะยาวภายใต้ **Wawasan Brunei 2035** ซึ่งเน้นให้ความสำคัญกับภาคเศรษฐกิจอื่นๆ เพื่อลดการพึ่งพารายได้จากน้ำมันและก๊าซธรรมชาติ รวมถึงส่งเสริมให้นักลงทุนจากต่างประเทศเข้ามาลงทุนในบรูไนมากขึ้น คาดว่าจะมีส่วนกระตุ้นให้เศรษฐกิจบรูไนเติบโตอย่างยั่งยืน และสร้างโอกาสทางการค้าใหม่ๆ ระหว่างไทยกับบรูไนให้เกิดขึ้นตามมา

เปรียบเทียบคาดการณ์รายได้ต่อหัวของประเทศสมาชิกอาเซียน ปี 2558



ที่มา : IMF

EXIM THAILAND ธนาคารเพื่อการส่งออกและนำเข้าแห่งประเทศไทย EXPORT-IMPORT BANK OF THAILAND

"เก็บตกจากต่างแดน" ฉบับนี้ จึงรวบรวมลักษณะเด่นและพฤติกรรมที่น่าสนใจของผู้บริโภคชาวบรูไน รวมถึงเกร็ดน่ารู้ในการติดต่อธุรกิจกับชาวบรูไน พร้อมทั้งยกตัวอย่างสินค้าไทยที่มีโอกาสส่งออกไปบรูไน เพื่อเป็นประโยชน์ต่อผู้ประกอบการที่สนใจจะทำการค้ากับบรูไน มีรายละเอียดที่น่าสนใจ ดังนี้

ลักษณะเด่นและพฤติกรรมผู้บริโภคชาวบรูไน

เมืองสำคัญ

ที่มา : www.thaifranchisecenter.com

✓ **ผู้บริโภคสำคัญ คือ กลุ่มวัยทำงาน (อายุ 15-64 ปี) ที่อาศัยในเมืองใหญ่** ผู้บริโภคกลุ่มนี้มีกำลังซื้อสูงและมีจำนวนมากถึงร้อยละ 72 ของประชากรทั้งหมด โดยกลุ่มวัยรุ่นที่เริ่มเข้าสู่วัยทำงาน (อายุ 15-24 ปี) มีมากถึง 1 ใน 4 ของประชากรวัยทำงานทั้งหมด ซึ่งผู้บริโภคกลุ่มนี้นิยมติดตามกระแสการบริโภคจากตะวันตกผ่านสื่อโทรทัศน์ สิ่งพิมพ์และสื่อออนไลน์ คล้ายกับวัยรุ่นในประเทศอื่นๆ และมักตอบสนองต่อกลยุทธ์การตลาดอย่างรวดเร็ว และพร้อมหันไปใช้สินค้าใหม่ๆ ที่เพิ่งออกสู่ตลาด ทั้งนี้ กลุ่มคนวัยทำงานมักอาศัยในเขตเมือง โดยเฉพาะ Bandar Seri Begawan (เมืองหลวง) และเมืองสำคัญอื่นๆ อาทิ Kuala Belait และ Seria ดังนั้น การเลือกพื้นที่ดังกล่าวเป็นพื้นที่เป้าหมายในการวางจำหน่ายสินค้าหรือจัดกิจกรรมส่งเสริมการขายจึงน่าจะเป็นทางเลือกลำดับต้น ๆ ของการทำตลาดสินค้าในบรูไน

บรรยากาศในตลาดสดของบรูไน

ที่มา : www.remotelands.com และ www.teknolojee.wordpress.com

✓ **ชาวบรูไนนิยมเลือกซื้อสินค้าในตลาดสด** ตลาดสำคัญ อาทิ Tamu Kianggeh (เปิดจำหน่ายในช่วงเช้าถึงบ่าย) และ The Pasar Gadong Night Market (เปิดจำหน่ายในช่วงหัวค่ำถึงกลางคืน) ซึ่งเป็นตลาดที่อยู่ใกล้แหล่งชุมชน ทำให้สะดวกในการซื้อหาสินค้า อีกทั้งเป็นศูนย์รวมสินค้าอาหารหลากหลายประเภท ทั้งอาหารสด อาหารแห้ง นอกจากนี้ ยังเป็นที่ตั้งแผงจำหน่ายอาหารปรุงสุก โดยเฉพาะอาหารประเภทปิ้งหรือย่าง ทั้งปลาย่าง เนื้อวัวย่าง เนื้อไก่ย่างและไก่สะเต๊ะ ซึ่งได้รับความนิยมในหมู่ผู้บริโภคชาวบรูไน ทั้งนี้ ชาวบรูไนนิยมซื้ออาหารมารับประทานร่วมกับครอบครัวที่บ้าน มากกว่ารับประทานที่แผงจำหน่ายอาหาร

✓ **การโฆษณาสินค้าผ่านอินเทอร์เน็ตเป็นอีกช่องทางสำคัญในการเข้าถึงผู้บริโภคชาวบรูไน** เนื่องจากชาวบรูไนใช้อินเทอร์เน็ตกันอย่างแพร่หลาย ทั้งนี้ Internet Society เปิดเผยว่าปี 2557 อัตราการใช้อินเทอร์เน็ตต่อจำนวนประชากรชาวบรูไนอยู่ที่ร้อยละ 65 สูงเป็นอันดับ 3 ของอาเซียน (ไทยอยู่ที่อันดับ 6) โดยชาวบรูไนนิยมสั่งซื้อสินค้าประเภท IT จำพวกโทรศัพท์มือถือ Tablet และกล้องถ่ายรูปผ่านทางอินเทอร์เน็ต และนิยมค้นหาข้อมูลประกอบการตัดสินใจซื้อสินค้าจากเว็บไซต์ อาทิ www.shopping.com.bn และ www.qqestore.com

เกร็ดน่ารู้เกี่ยวกับการติดต่อธุรกิจกับชาวบรูไน

เพื่อให้การดำเนินธุรกิจกับชาวบรูไนเป็นไปอย่างราบรื่น นอกเหนือจากการเรียนรู้ลักษณะเด่นและพฤติกรรมผู้บริโภคของชาวบรูไนแล้ว ผู้ประกอบการควรทราบถึงเกร็ดน่ารู้ในการติดต่อธุรกิจกับชาวบรูไน ไปพร้อมๆ กัน ดังนี้

- ✓ **การทักทายและมารยาทการเจรจาธุรกิจ** เมื่อพบปะคู่สนทนาชาวบรูไน การจับมือทักทายตามธรรมเนียมสากลถือเป็นหลักปฏิบัติทั่วไป อย่างไรก็ตาม ควรระมัดระวังในกรณีที่สุภาพบุรุษจะทักทายคู่สนทนาที่เป็นสุภาพสตรี โดยเฉพาะสุภาพสตรีชาวมุสลิม ควรหลีกเลี่ยงการทักทายด้วยการจับมือ สำหรับการเจรจาธุรกิจ วัฒนธรรมของชาวบรูไนเน้นการพบปะเพื่อให้เกิดมิตรภาพและความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลมากกว่ามุ่งเน้นให้เกิดธุรกิจเพียงอย่างเดียว จึงไม่ควรเร่งรัดการเจรจาให้เกิดธุรกิจตั้งแต่การพบกันครั้งแรก

- ✓ **ภาษาที่ใช้ในการสื่อสาร** ชาวบรูไนใช้ภาษามาเลย์เป็นภาษาราชการ เนื่องจากชาวบรูไนที่มีเชื้อสายมาเลย์มีจำนวนสูงถึงร้อยละ 66 ดังนั้น การเรียนรู้ภาษามาเลย์เบื้องต้นที่มักใช้บ่อยๆ ในชีวิตประจำวันจะช่วยสร้างความประทับใจให้กับคู่เจรจาชาวบรูไนได้ อย่างไรก็ตาม ชาวบรูไนส่วนใหญ่สามารถพูดภาษาอังกฤษและใช้ภาษาอังกฤษในการติดต่อธุรกิจได้

- ✓ **การแต่งกาย** สุภาพบุรุษควรแต่งกายด้วยชุดสุภาพเรียบร้อย ขณะที่สุภาพสตรีควรแต่งกายมิดชิด สวมกระโปรงยาว เสื้อแขนยาวและสวมผ้าคลุมศีรษะ หลีกเลี่ยงการใส่ชุดเข้ารูปพอดีตัว และหากได้รับเชิญไปมัสยิดต้องถอดรองเท้าทุกครั้งก่อนเข้ามัสยิดเพื่อแสดงความเคารพต่อสถานที่ นอกจากนี้ ควรหลีกเลี่ยงการสวมเสื้อผ้าสีเหลืองเพราะถือเป็นสีของสถาบันกษัตริย์ของบรูไน และไม่ควรสวมเสื้อที่มีลวดลายเป็นรูปสัตว์เพราะขัดกับหลักปฏิบัติตามศาสนาอิสลาม

- ✓ **การนัดหมาย** ตามปกติเวลาทำการของหน่วยงานภาครัฐของบรูไน คือ วันจันทร์-พฤหัสบดี และวันเสาร์ ระหว่างเวลา 7.45-16.30 น. (ปิดทำการวันศุกร์และวันอาทิตย์) ขณะที่ธนาคารเปิดทำการวันจันทร์-ศุกร์ เวลา 9.00-15.00 น. และวันเสาร์ เวลา 9.00-11.00 น. ทั้งนี้ ผู้ประกอบการควรหลีกเลี่ยงการนัดหมายในวันหยุดสำคัญของชาวบรูไน อาทิ วันชาติ (23 กุมภาพันธ์ของทุกปี) และวันสำคัญทางศาสนา อาทิ Hari Raya Aidilfitri และวัน Hari Raya Aidiladha

ภาษามาเลย์น่ารู้

คำศัพท์พื้นฐานที่ควรรู้	ภาษามาเลย์
สวัสดีตอนเช้า	Selamat Pagi
สวัสดีตอนบ่าย	Selamat Petang
สวัสดีตอนเย็น	Selamat Malam
ยินดีที่ได้รู้จัก	Gembira Dapat Bertemu Anda
ฉันชื่อ	Nama Saya .....
ขอบคุณ	Terimah Kasih
ใช่	Ya
ไม่ใช่	Tidak
พบกันใหม่	Berjumpa Lagi

ที่มา : รวบรวมโดยฝ่ายวิจัยธุรกิจ ธสน.

สินค้าเกษตรและอาหารของไทยมีศักยภาพในตลาดบรูไน

ชาวบรูไนมีความต้องการนำเข้าสินค้าเกษตรและอาหารจำนวนมาก เนื่องจากผลผลิตทางการเกษตรและอาหารยังมีไม่เพียงพอต่อความต้องการบริโภคในประเทศทั้งในแง่ปริมาณและคุณภาพ ส่งผลให้บรูไนยังต้องพึ่งพาการนำเข้า ทั้งนี้ สินค้าเกษตรและอาหารของไทยที่มีโอกาสส่งออกไปบรูไน อาทิ

ข้าวเป็นส่วนประกอบสำคัญในอาหารยอดนิยมของชาวบรูไน

Udang Sambal Serai Bersantan
ที่มา : www.nottoklanarong.blogspot.com

- ✓ **ข้าว** ชาวบรูไนมีวัฒนธรรมการบริโภคข้าวคล้ายคลึงกับประเทศเพื่อนบ้านที่อยู่ติดกัน คือ มาเลเซีย สังเกตได้จากอาหารยอดนิยมของชาวบรูไน โดยเฉพาะ ***Udang Sambal Serai Bersantan*** ที่ประกอบด้วยกุ้ง ตะไคร้ พริกแกง และกะทิ รับประทานคู่กับข้าวสวยร้อนๆ กับไข่ต้มและแตงกวา จึงเป็นโอกาสดีของ*ข้าวหอมมะลิ*คุณภาพดีของไทยในการส่งออกไปตลาดบรูไน
- ✓ **ผลไม้สดและผลไม้แปรรูปบรรจุกระป๋อง** แม้ว่าบรูไนปลูกผลไม้บางชนิดได้เองในประเทศแต่ผลผลิตผลไม้หลายชนิดยังมีคุณภาพไม่ดี เทียบกับผลไม้ส่งออกของไทยที่มีคุณภาพสูง โดยเฉพาะ*ทุเรียน มังคุด และมะม่วงน้ำดอกไม้* ที่ได้รับความนิยมในหมู่ผู้บริโภคชาวบรูไน และมักพบว่าชาวบรูไนนิยมนำผลไม้ของไทยมาจัดเป็นกระเช้าของขวัญเพื่อเป็นของฝาก นอกจากนี้ ชาวบรูไนยังนิยมรับประทาน*ลำไยทั้งแบบสดและแห้ง* ขณะที่ผลไม้บรรจุกระป๋อง *ทั้งเงาะ ลำไย ลิ้นจี่ สับปะรด และลูกตาลบรรจุกระป๋อง*ก็ได้รับความนิยมเช่นเดียวกัน เพราะมีรสชาติต่างจากผลไม้ที่ปลูกในบรูไน และยังสามารถเก็บไว้รับประทานได้นาน

ตราสัญลักษณ์ฮาลาลของบรูไน

ที่มา : สถาบันอาหาร

- ✓ **ผงปรุงรส** โดยเฉพาะผงปรุงรสสำหรับทำอาหารไทยยอดนิยม คือ ต้มยำกุ้ง แกงเขียวหวาน และสะเต๊ะ ได้รับการตอบรับเป็นอย่างดีสำหรับชาวบรูไนที่ต้องการปรุงอาหารไทยรับประทานเองที่บ้าน

ข้อสังเกต : สินค้าอาหารและผลิตภัณฑ์ที่วางจำหน่ายในบรูไนควรได้รับการรับรองตราสัญลักษณ์ฮาลาลจาก Ministry of Religious Affairs ของบรูไนเพื่อสร้างความเชื่อมั่นและการยอมรับในตลาดบรูไนซึ่งประชากรส่วนใหญ่ราวร้อยละ 80 เป็นชาวมุสลิม รวมถึงควรแสดงเครื่องหมายฮาลาลให้เห็นชัดเจนบนฉลากสินค้าด้วย

อย่างไรก็ตาม มีข้อสังเกตสำหรับการทำตลาดบรูไน คือ ***การขนส่งสินค้าทางเรือไปบรูไนยังมีข้อจำกัดและต้นทุนค่อนข้างสูง*** เนื่องจากเรือบรรทุกสินค้าไปบรูไนมีสินค้าให้บรรทุกเฉพาะขาไป แต่ไม่มีสินค้าบรรทุกขากลับ นอกจากนี้ ***บรูไนค่อนข้างเข้มงวดในการตรวจสอบสินค้านำเข้า*** โดยเฉพาะสินค้าอาหาร ผู้ประกอบการจึงควรศึกษากฎระเบียบการค้าการลงทุนที่เกี่ยวข้องให้เข้าใจอย่างถ่องแท้ก่อนส่งออกไปตลาดบรูไน

Disclaimer *:* ข้อมูลต่างๆ ที่ปรากฏ เป็นข้อมูลที่ได้จากแหล่งข้อมูลที่หลากหลาย และการเผยแพร่ข้อมูลเป็นไปเพื่อวัตถุประสงค์ในการให้ข้อมูลแก่ผู้ที่สนใจเท่านั้น โดยธนาคารเพื่อการส่งออกและนำเข้าแห่งประเทศไทยจะไม่รับผิดชอบในความเสียหายใดๆ ที่อาจเกิดขึ้นจากการที่มีบุคคลนำข้อมูลนี้ไปใช้ไม่ว่าโดยทางใด