

ส่วนวิจัยธุรกิจ 1 ฝ่ายวิจัยธุรกิจ
ตุลาคม 2555

เก็บตกจากต่างแดน

โอกาสทางการค้ากับเมืองสำคัญ ในประเทศกำลังพัฒนา



ในสถานการณ์ที่ตลาดหลักของโลก อาทิ สหรัฐฯ และ EU ต่างเผชิญปัญหาเศรษฐกิจ ทำให้ประเทศกำลังพัฒนากลายเป็นแรงขับเคลื่อนสำคัญของเศรษฐกิจโลก โดยเฉพาะจากความต้องการใช้สินค้าและบริการที่มีแนวโน้มเพิ่มขึ้นต่อเนื่องตามระดับการพัฒนาเศรษฐกิจ ระดับรายได้ของประชากร และจำนวนประชากร ดังนั้น ปัจจุบันผู้ผลิตสินค้าและนักลงทุนทั่วโลกจึงให้ความสนใจตลาดประเทศกำลังพัฒนาค่อนข้างมาก โดยส่วนใหญ่มักเริ่มจากการเจาะตลาดเมืองสำคัญซึ่งมีอัตราการเติบโตทางเศรษฐกิจสูง อย่างไรก็ตาม การขยายตลาดไปสู่เมืองสำคัญดังกล่าว ผู้ประกอบการควรทำความเข้าใจลักษณะเฉพาะของเมืองสำคัญในแต่ละประเทศ โดยเฉพาะรสนิยมและพฤติกรรมกรรมการบริโภคของประชากร เพราะข้อมูลพื้นฐานระดับประเทศ อาทิ อัตราเติบโตทางเศรษฐกิจ รายได้ของประชากร และจำนวนประชากร อาจไม่เพียงพอที่จะทำให้ผู้ประกอบการทราบถึงความต้องการใช้สินค้าและบริการของผู้บริโภคที่แท้จริง

ล่าสุด McKinsey บริษัทที่ปรึกษาด้านธุรกิจและด้านการตลาดชั้นนำของโลก เผยแพร่ผลการศึกษาระดับเมืองที่คาดว่าจะมีอัตราขยายตัวสูงสุดในด้านต่างๆ 10 อันดับแรก โดยประเมินจากปัจจัยสำคัญต่างๆ อาทิ จำนวนผู้บริโภคนสูงอายุ จำนวนผู้บริโภคนเด็ก และค่าใช้จ่ายซื้อผลิตภัณฑ์ซักฟอก ในช่วงปี 2553-2568 ซึ่งเป็นข้อมูลที่น่าสนใจที่จะช่วยให้ผู้ประกอบการเห็นภาพแนวโน้มและโอกาสทางการตลาดในเมืองสำคัญของประเทศกำลังพัฒนา



อันดับเมืองที่มีอัตราการขยายตัวสูงภายใต้ปัจจัยสำคัญต่าง ๆ ในช่วงปี 2553-2568

อันดับ	ผู้บริโภคนสูงอายุ ¹ (อายุมากกว่า 65 ปี)	ผู้บริโภคเด็ก ² (อายุต่ำกว่า 15 ปี)	ค่าใช้จ่ายสำหรับ ผลิตภัณฑ์ชัฟฟอก	ความต้องการ บริการน้ำประปา
1	Shanghai	Lagos	Sao Paulo	Mumbai
2	Beijing	Dar es Salaam	Beijing	Delhi
3	Tokyo	Dhaka	Rio de Janeiro	Shanghai
4	Tianjin	Ouagadougou	Shanghai	Guangzhou
5	Mumbai	Khartoum	Mexico City	Beijing
6	Sao Paulo	Ghaziabad	Moscow	Buenos Aires
7	Osaka	Sanaa	Bangkok	Kolkata
8	Chongqing	Nairobi	Istanbul	Khartoum
9	Delhi	Luanda	Manila	Dhaka
10	Nanjing	Banghdad	Johannesburg	Istanbul

หมายเหตุ: ¹อาศัยในครัวเรือนที่มีรายได้มากกว่า 20,000 ดอลลาร์สหรัฐต่อปี

²อาศัยในครัวเรือนที่มีรายได้ 7,500-20,000 ดอลลาร์สหรัฐต่อปี

ที่มา : www.mckinseyquarterly.com

จีน...ตลาดสินค้าผู้สูงอายุสำคัญในอนาคต

เทศบาลนครเซี่ยงไฮ้และปักกิ่งของจีนเป็นเมืองที่คาดว่าจะมีอัตราการขยายตัวของผู้บริโภคนสูงอายุสูงที่สุด 2 อันดับแรก ในช่วงปี 2553-2568 ขณะเดียวกัน พบว่ามีเมืองในจีนติดอันดับอยู่ถึง 5 เมือง (เซี่ยงไฮ้ ปักกิ่ง เทียนจิน ฉงชิ่ง และนานจิง) ในกลุ่มเมืองที่มีอัตราการขยายตัวของผู้บริโภคนสูงอายุสูงที่สุด 10 อันดับแรก ข้อมูลดังกล่าวแสดงถึงโอกาสสำคัญของสินค้าสำหรับผู้สูงอายุในตลาดจีนในอนาคต อาทิ สินค้าและบริการเพื่อสุขภาพ รวมถึงสินค้าที่ช่วยอำนวยความสะดวกให้กับผู้สูงอายุ ซึ่งสอดคล้องกับพฤติกรรมของของผู้สูงอายุจีนในอนาคตที่มีแนวโน้มยินดีที่จะจ่ายเงินเพื่อซื้อสินค้าสำหรับอำนวยความสะดวกให้ตนเองมากขึ้น เนื่องจากกลุ่มประชากรที่จะกลายเป็นผู้สูงอายุในอนาคตผ่านสภาพความเป็นอยู่ที่ค่อนข้างดี ต่างกับผู้สูงอายุจีนในปัจจุบันที่มีนิสัยค่อนข้างประหยัด เนื่องจากผ่านความเป็นอยู่ที่ยากลำบากมาก่อน

แอฟริกา...โอกาสของตลาดสินค้าเด็กที่หลากหลาย

ในมุมมองกลับกันกับจีนซึ่งจะมีประชากรวัยสูงอายุเพิ่มขึ้น ประเทศในทวีปแอฟริกาจะเป็นตลาดที่มีประชากรเด็กเพิ่มขึ้นสูงมากในช่วงปี 2553-2568 โดยเมืองในทวีปแอฟริกาติดอันดับเมืองที่มีอัตราการขยายตัวของผู้บริโภคนเด็ก (ต่ำกว่า 15 ปี) สูงสุด 10 อันดับแรก ถึง 6 เมือง ด้วยกัน ได้แก่ Lagos (ไนจีเรีย) Dar es Salaam (แทนซาเนีย) Ouagadougou (บูร์กินาฟาโซ) Khartoum (ซูดาน) Nairobi (เคนยา) และ Luanda (แองโกลา) ทั้งนี้ ผู้บริโภคนเด็กกลุ่มนี้มักมีความต้องการสินค้าหลากหลายหมวดหมู่ อาทิ แพชั่น ผลิตภัณฑ์เสริมความงามบางประเภท และอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ โดยการตัดสินใจซื้อสินค้าขึ้นกับผู้ปกครองเป็นส่วนใหญ่ ขณะที่ระดับรายได้ของผู้บริโภคในเมืองดังกล่าวไม่สูงมากนัก ดังนั้น สินค้าที่เน้นเข้าทำตลาดควรเป็นสินค้านาระดับล่างถึงกลางเป็นหลัก

เมืองสำคัญของประเทศกำลังพัฒนา...ตลาดใหญ่สำหรับผลิตภัณฑ์ซัฟฟอก

เมืองหลวงหรือเมืองสำคัญทางเศรษฐกิจในประเทศกำลังพัฒนาถือเป็นตลาดศักยภาพสำหรับสินค้าหลายประเภท เนื่องจากการขยายตัวทางเศรษฐกิจสูง ทำให้ประชากรมีรายได้เพิ่มขึ้น ประกอบกับการย้ายถิ่นฐานเข้ามาทำงานในเมือง การศึกษาถึงเมืองที่คาดว่าจะมีอัตราการขยายตัวของค่าใช้จ่ายด้านผลิตภัณฑ์ซัฟฟอกสูง จึงเป็นหนึ่งในตัวอย่างของสินค้าที่คาดว่าจะมีความต้องการใช้เพิ่มขึ้นมาก โดยสังเกตได้ว่าเมือง 10 อันดับแรกล้วนเป็นเมืองในประเทศกำลังพัฒนาที่สำคัญในทวีปต่างๆ อาทิ ทวีปอเมริกา (บราซิล และเม็กซิโก) ทวีปเอเชีย (จีน ไทย และฟิลิปปินส์) และทวีปยุโรป (รัสเซีย และตุรกี) ทั้งนี้ แมตลาดประเทศกำลังพัฒนาจะเป็นโอกาสของหลายสินค้า รวมถึงผลิตภัณฑ์ซัฟฟอก แต่การแข่งขันในตลาดดังกล่าวมีค่อนข้างสูง เนื่องจากปัจจุบันมีผู้ประกอบการท้องถิ่นและผู้ประกอบการต่างชาติรายใหญ่เข้าทำตลาดอยู่แล้ว ดังนั้น ผู้ประกอบการรายใหม่จึงจำเป็นต้องมีกลยุทธ์ในการเจาะตลาด ไม่ว่าจะเป็นการเลือกช่องทางการจำหน่ายที่เหมาะสม รวมไปถึงการประชาสัมพันธ์และทำการตลาดที่มีประสิทธิภาพ นอกจากนี้ ยังต้องปรับกลยุทธ์ให้ทันกับพฤติกรรมของผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงค่อนข้างเร็ว โดยเฉพาะอิทธิพลจากข้อมูลข่าวสารออนไลน์



ความต้องการสาธารณูปโภคในภูมิภาคเอเชียใต้...โอกาสของธุรกิจรับเหมาก่อสร้าง

โครงการลงทุนด้านสาธารณูปโภคในเอเชียใต้ถือเป็นโอกาสสำคัญของธุรกิจรับเหมาก่อสร้างทั้งของไทยและต่างประเทศ โดยเมืองมุมไบและเมืองเดลีของอินเดียเป็นเมือง 2 อันดับแรก ที่คาดว่าจะมีความต้องการใช้บริการน้ำประปาขยายตัวสูงสุดในช่วงปี 2553-2568 ส่วนอีกเมืองของอินเดีย คือ Kolkata อยู่ที่อันดับ 7 ขณะที่เมือง Dhaka ของบังกลาเทศ ตามมาที่อันดับ 9 ทั้งนี้ ปัจจุบันผู้รับเหมาก่อสร้างของไทยบางรายเข้ารับงานในเอเชียใต้ อยู่แล้ว โดยผู้ประกอบการไทยถือได้ว่ามีประสบการณ์และมีความสามารถในการแข่งขันกับผู้ประกอบการท้องถิ่นในเอเชียใต้ ซึ่งในกรณีนี้จะแตกต่างจากงานบริการก่อสร้างในจีนที่แม้จะมีความต้องการสูงเช่นกัน สังเกตได้จากการที่เทศบาลนครเซี่ยงไฮ้ เมืองกวางโจว และเทศบาลนครปักกิ่ง ติดอันดับที่ 3-5 แต่ผู้รับเหมาท้องถิ่นของจีนมีจำนวนมากและการแข่งขันค่อนข้างสูง จึงเป็นการยากที่ผู้ประกอบการไทยจะเข้าไปเจาะตลาด

ทั้งนี้ การศึกษาของ McKinsey ซึ่งเน้นการสำรวจข้อมูลในระดับเมือง นับว่าเป็นประโยชน์ต่อผู้ประกอบการที่ต้องการบุกตลาดต่างประเทศเป็นอย่างมาก เนื่องจากสามารถกำหนดพื้นที่เป้าหมายในแต่ละประเทศได้อย่างชัดเจน รวมถึงประเมินแนวโน้มและโอกาสทางการตลาดสำหรับสินค้าประเภทต่างๆ ในแต่ละพื้นที่ ซึ่งถือว่ามี ความสำคัญอย่างมากต่อผู้ประกอบการ โดยเฉพาะการจัดสรรงบประมาณด้านการลงทุน และด้านการตลาดได้อย่างมีประสิทธิภาพสูงสุดในแต่ละพื้นที่

Disclaimer : ข้อมูลต่าง ๆ ที่ปรากฏ เป็นข้อมูลที่ได้จากแหล่งข้อมูลที่หลากหลาย และการเผยแพร่ข้อมูลเป็นไปเพื่อวัตถุประสงค์ในการให้ ข้อมูลแก่ผู้ที่สนใจเท่านั้น โดยธนาคารเพื่อการส่งออกและนำเข้าแห่งประเทศไทยจะไม่รับผิดชอบในความเสียหายใด ๆ ที่อาจเกิดขึ้นจากการที่มีบุคคลนำข้อมูลนี้ไปใช้ไม่ว่าโดยทางใด