



การเมือง ไม่กระทบไทย ในเวทีเออีซี 4

การเมืองไม่กระทบไทย ในเวทีเออีซี



มีความสะดวกมากยิ่งขึ้น

● สร โสธร

รายการ Ringside สัมภาษณ์ทางสถานีโทรทัศน์ NOW 26 ตอน "ความพร้อมของไทยในเวทีเออีซี" จับตาความพร้อมธุรกิจไทยในเวทีอาเซียน ท่ามกลางความกดดันทางการเมือง ภูมิทัศน์การเมืองไม่กระทบ เหตุพื้นฐานเศรษฐกิจไทยยังแข็งแกร่ง

ศิริ

ระ อินทรากรชัย ประธานกรรมการบริหาร บริษัท PwC ประเทศไทย กล่าวว่า การเปิดเออีซี ย่อมนำมาซึ่งประโยชน์ในหลายๆ ด้าน โดยส่วนตัวมองว่า ประการแรก การค้าระหว่างไทยกับประเทศกลุ่มสมาชิกจะมีความคล่องตัวมากยิ่งขึ้น ตลอดจนกำแพงภาษีของสินค้าและการบริการบางประเภทที่คาดว่าจะลดลงหรือหมดไปจนเกือบ 100% และว่า การเปิดเออีซีจะทำให้ผู้ผลิตสามารถส่งสินค้าไปขายในตลาดที่เป็นหนึ่งเดียวกันได้ง่ายขึ้น นอกจากนี้ยังทำให้การขยายกิจการของผู้ประกอบการที่ต้องการลงทุนไปในกลุ่มประเทศเพื่อนบ้าน

: มั่นใจธุรกิจไทยพร้อมลงแข่ง

ประธานกรรมการบริหาร บริษัท PwC ประเทศไทย กล่าวว่า ประเทศไทยถือเป็น Strategic Hub ของอุตสาหกรรมหลายๆ ประเภท ไม่ว่าจะเป็นท่องเที่ยว หรือบริการการผลิตต่างๆ ทั้งการอุปโภค บริโภค รวมถึงแรงงานที่มีฝีมือ

"ไทยมีความพร้อมในเชิงรุก โดยปัจจุบันหลายบริษัทในไทยได้มีการเตรียมการทั้งในเรื่องการศึกษา เพื่อเตรียมความพร้อมทั้งด้านองค์กร บุคลากร และยุทธศาสตร์"

: ห่วงSMEฐานลูกค้าไม่มากพอ

อย่างไรก็ตาม แม้บริษัทใหญ่ในไทยจะมีความพร้อมในการแข่งขันในเออีซี แต่สิ่งที่น่าเป็นห่วงคือ ความพร้อมในเชิงรับ เนื่องจากธุรกิจขนาดเล็ก หรือ SME บางรายยังขาดความพร้อม เนื่องจากมีขนาดเล็กเกินกว่าจะก้าวสู่เวทีโลก และฐานลูกค้ายังไม่มากพอ

: ยานยนต์ไทยเด่นสุดในเออีซี

ศิริ กล่าวว่า ธุรกิจที่มีแนวโน้มเติบโต

อย่างมีนัยสำคัญหลังการเปิดเออีซีที่เด่นที่สุดน่าจะเป็นอุตสาหกรรมยานยนต์ ซึ่งไทยและอินโดนีเซียถูกจัดเป็นประเทศผู้นำเออีซีที่มีการลงทุนด้านอุตสาหกรรมยานยนต์ โดยเฉพาะไทยที่ถือว่าเป็นฐานการผลิตที่สำคัญของโลกแห่งหนึ่ง

โดยปัจจุบันไทยมีอัตราการผลิตรถยนต์สูงเป็นอันดับหนึ่งของอาเซียนที่ 2.3 ล้านคันในปีที่ผ่านมา คิดเป็น 58% ของยอดการผลิตรถยนต์ในอาเซียน นอกจากนั้น ธุรกิจที่จะเติบโตโดดเด่นอีกได้แก่ อุตสาหกรรมการอุปโภคบริโภค อุตสาหกรรมในกลุ่มก่อสร้าง และสุดท้ายคืออุตสาหกรรมส่งออก เป็นต้น

: การเมืองไม่กระทบเปิดเออีซี

ส่วนด้านนายศิริ มองว่า แม้บรรยากาศทางการเมืองจะสร้างความกังวลให้กับนักลงทุนส่วนใหญ่ในรอบหลายๆ เดือนที่ผ่านมา แต่เชื่อว่าปัจจัยพื้นฐานของไทยยังแข็งแกร่ง เพราะผลการดำเนินงานของบริษัทในหลายๆ เซกเตอร์ (sector) ที่ออกมานั้นสะท้อนถึงการเติบโตในระยะยาว

อย่างไรก็ตาม แม้ว่าการลงทุนจากต่างชาติที่ยังไม่ได้เข้ามาเพราะอาจจะชะลอไว้ก่อน แต่สำหรับในส่วนของเข้ามาแล้วยังเดินหน้าต่อไป ซึ่งคิดว่านักลงทุนต่างชาติจะมั่นใจในศักยภาพของประเทศไทยอยู่ โดยมุมมองในภาพใหญ่ยังถือว่าน่าลงทุน และเหตุการณ์ต่างๆ ที่เกิดขึ้นไม่ได้ทำให้ความเชื่อมั่นในระยะยาวลดน้อยลง แต่มองเป็นเรื่องของเวลามากกว่า

: ชี'ภาษา'จุดเติบโตไทยในเออีซี

ด้าน อริญญา เกลิงศรี กรรมการผู้จัดการใหญ่บริษัทที่ปรึกษา เอพีเอ็ม กรุ๊ป กล่าวว่า ปัญหาอย่างหนึ่งที่สำคัญมากในการเติบโตในตลาดเออีซีไม่ใช่เรื่องค่าแรงที่มีการปรับขึ้น แต่เป็นเรื่องของทักษะภาษาในการสื่อสาร ในการทำนามกกว่า

เธออย่างตัวอย่างการเข้าไปลงทุนในพม่า นักลงทุนไม่ได้มองว่าจะเข้าไปลงทุนเพราะค่าแรงถูก ค่าแรงเป็นเพียงส่วนหนึ่งในการพิจารณาเท่านั้น แต่นักลงทุนจะมองเรื่องการสื่อสารและทักษะภาษาเพื่อเจรจาธุรกิจ และจะมองต่อเนื่องไปถึงการลงทุนในประเทศนั้นๆ จะสามารถต่อยอดธุรกิจของบริษัทเขาได้อย่างไร

"นักลงทุนอย่างฟิลิปปินส์ มาเลเซีย เขาไม่ได้มองว่า ต้องรีบไปพม่า เพราะพม่าค่าแรงถูก ซึ่งค่าแรงอาจจะเป็นเพียงส่วนหนึ่งในการตัดสินใจเท่านั้น แต่สิ่งที่สำคัญที่สุดคือทักษะด้านภาษา เพราะเรื่องภาษาเป็นเรื่อง

สำคัญในการเจรจาธุรกิจ และปัจจัยสำคัญอีก
เรื่อง คือ ประเทศนั้นๆ จะสามารถต่อยอด
และส่งเสริมธุรกิจของเขาได้มากแค่ไหน”

: องค์กรไทยยังขาดวาง“กลยุทธ์”

นอกจากนี้ กรรมการผู้จัดการใหญ่
บริษัทที่ปรึกษา เอพีเอ็ม กรุ๊ป ยังเห็นว่า
“กลยุทธ์” เป็นเรื่องสำคัญที่เราต้องมีเพื่อ
ต่อสู้ในเวทีเออีซีและเวทีโลก แต่น้อยมากที่
องค์กรในไทยจะมีกลยุทธ์ เพราะสิ่งที่บริษัท
เหล่านั้นบอกว่าเป็นกลยุทธ์ จริงๆ แล้วอาจ
เป็นแค่แผนงานประจำปี

การวางกลยุทธ์เพื่อที่จะไปเติบโตในเวที
เออีซี หรือเวทีโลกได้นั้น “ต้องรู้เขารู้เราเป็น
สิ่งสำคัญ” ต้องรู้ว่าเรายืนจุดไหนในเวที คู่แข่ง
เราคือใคร คู่แข่งมีจุดแข็งอย่างไร และที่สำคัญ
คือ ลูกค้านั้นคือใคร ลูกค้าต้องการอะไร
หากเรายังไม่มีความรู้ในข้อนี้ เราไม่สามารถ
ชนะได้ในเวทีเออีซีหรือเวทีโลกแน่นอน

“บางครั้งองค์กรเหล่านั้น อาจบอกว่า
เรามีกลยุทธ์ แต่จริงๆ แล้วมันเป็นแค่
แผนงานประจำปี ไม่ใช่แผนเชิงกลยุทธ์ที่
จะไปเติบโตในเวทีธุรกิจได้เลย เรื่องนี้เป็น
สิ่งสำคัญ เราจะไปแข่งทั้งที่ไม่รู้ว่า ธุรกิจนี้
จะเติบโตได้ดีหรือไม่ คู่แข่งของเราคือใคร
เขามีจุดแข็งที่ต่างจากเราอย่างไร เราต้องหา
จุดนี้ให้เจอ ถ้าหาไม่เจอก็คงชนะได้ยาก”