

ประจำสัปดาห์ระหว่างวันที่ 2 – 6 พฤศจิกายน 2563

DITP Overseas Report

อุตสาหกรรมสร้างสรรค์ของมาเลเซียต้องการการสนับสนุน

สศต.กรุงกัวลาลัมเปอร์ ประเทศมาเลเซีย

อุตสาหกรรมสร้างสรรค์ของมาเลเซียต้องการการสนับสนุนจากหลายภาคส่วน เพื่อให้อุตสาหกรรมดังกล่าวมีส่วนช่วยกระตุ้นเศรษฐกิจ โดยในช่วง 5 ปีที่ผ่านมาอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ในมาเลเซียยังมีส่วนต่อการขยายตัวทางเศรษฐกิจน้อยมาก อย่างไรก็ตามสัดส่วนดังกล่าวยังมีโอกาสจะเพิ่มสูงขึ้น เนื่องจากการส่งออกสินค้าเชิงสร้างสรรค์ของมาเลเซียในปี 2562 มีมูลค่า 220 ล้านดอลลาร์ มีส่วนแบ่งตลาดเพิ่มขึ้นร้อยละ 0.02 และมีการเติบโตอย่างมีนัยสำคัญร้อยละ 24.8 จากแนวโน้มดังกล่าวจึงเป็นโอกาสที่ทั้งภาคธุรกิจไทยและมาเลเซียจะหาแนวทางการร่วมมือกันเพื่อสร้างเสริมหรือต่อยอดจุดแข็งของกันและกันต่อไป

ผลกระทบต่อประเทศไทย

หากพิจารณาถึงอุตสาหกรรมสร้างสรรค์แต่ละประเภทจะเห็นได้ว่าไทยและมาเลเซียมีศักยภาพหรือความเข้มแข็งทางธุรกิจที่แตกต่างกัน ยกตัวอย่างเช่น มาเลเซียมีขีดความสามารถในการแข่งขันสูงในธุรกิจซอฟต์แวร์หรือการพัฒนาแอปพลิเคชัน เห็นได้จากตัวอย่างความสำเร็จของแอปพลิเคชัน Grab ที่ปัจจุบันเป็นแอปพลิเคชันที่ใช้กันแพร่หลายในอาเซียน ในขณะที่วงการแสดงทั้งละครและภาพยนตร์ของมาเลเซียมีข้อจำกัดเนื่องด้วยหลักปฏิบัติของชาวมุสลิมเกี่ยวกับการแสดงออกระหว่างหญิงชาย ทำให้ภาพยนตร์และละครจากต่างประเทศรวมทั้งไทยมีโอกาที่จะเข้ามาทำตลาด โดยปัจจุบันภาพยนตร์ไทยที่เข้ามาฉายในมาเลเซียและได้รับความนิยมส่วนใหญ่จะเป็นภาพยนตร์สยองขวัญหรือแอคชั่น รวมทั้งมีละครไทยจากหลายค่าย อาทิ BEC World หรือช่อง 3 GMM Grammy และ One 31 เข้ามาฉายผ่านผู้ให้บริการสตรีมมิ่ง หรือวิดีโอออนไลน์อีกด้วย นอกจากนี้ ไทยยังเป็นที่รู้จักสำหรับชาวมาเลเซียในด้านวัฒนธรรมอาหาร การนวดแผนไทย การผลิตโฆษณา และงานสถาปัตยกรรมซึ่งล้วนเป็นโอกาสที่ไทยจะเข้ามาทำตลาดหรือหาพันธมิตรธุรกิจได้ทั้งสิ้น

โอกาสและแนวทางปรับตัวของผู้ประกอบการ

ด้วยศักยภาพหรือความเข้มแข็งทางธุรกิจของไทยและมาเลเซียที่แตกต่างกันไปตามแต่ละประเภทอุตสาหกรรมจึงเป็นโอกาสที่ทั้งภาคธุรกิจไทย และมาเลเซียจะหาแนวทางการร่วมมือกันเพื่อสร้างเสริมหรือต่อยอดจุดแข็งของกันและกัน โดยเฉพาะในธุรกิจซอฟต์แวร์ธุรกิจบันเทิง และเร่งแสวงหาโอกาสในการทำตลาดหรือผู้ร่วมทุนในธุรกิจอาหาร โฆษณา และบริการสถาปัตยกรรม โดยผู้ประกอบการไทยสามารถเริ่มต้นจากการสร้างเครือข่ายกับนักธุรกิจมาเลเซียผ่านหอการค้าและสมาคมที่เกี่ยวข้อง ซึ่งสามารถประสานผ่านสำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ ณ กรุงกัวลาลัมเปอร์