ฐานเศรษฐกิจ
พฤหัสบดี ปีที่ 32 ฉบับที่ 2,768 วันที่ 23-25 สิงหาคม พ.ศ. 2555

TRADE Update

■ สถานเอกอัครราชทูตไทย ณ กรุงดาการ์
กรมเศรษฐกิจระหว่างประเทศ กระทรวงการต่างประเทศ
อี-เมล์ thaidac@mfa.go.th หรือ interecon02@mfa.go.th

สินค้าไทยที่มีศักยภาพในประเทศเซเนกัล

กระทรวงการต่างประเทศได้รับรายงานจาก**สถานเอกอัครราชทูต ณ กรุงดาการ์** เกี่ยวกับศักยภาพของสินค้าไทยในสาธารณรัฐเซเนกัล ซึ่งถือเป็นศูนย์กลางทางเศรษฐกิจที่สำคัญของภูมิภาคแอฟริกาตะวันตก ปัจจุบันปริมาณการค้ารวมของทั้งไทยและเซเนกัลยังอยู่ในระดับที่ไม่สูงมาก โดยสินค้าส่งออกหลักของไทยเข้าสู่ตลาดเซเนกัล ได้แก่ **ผ้าปัก/ผ้าลูกไม้ ผ้าผืน และผลไม้กระป๋อง** ทั้งนี้ในปี 2555 มูลค่าการส่งออกสินค้าไทยไปยังตลาดแห่งนี้อยู่ที่ประมาณ 320,000 ดอลลาร์สหรัฐฯต่อปี หรือคิดเป็นอัตรา5.2% เมื่อเทียบกับการนำเข้าสินค้าทั้งหมดของเซเนกัลจากต่างประเทศ

สถานเอกอัครราชทูต ณ กรุงดาการ์ เสนอแนะแนวทางการขยายการส่งออกสินค้าไทยในตลาดเซเนกัล ด้วยการเร่งประชาสัมพันธ์ให้ผู้ประกอบธุรกิจไทยสนใจตลาดเซเนกัลมากขึ้น ซึ่งรวมถึงการจัดคณะผู้ประกอบการท้องถิ่นมาดูงานที่ประเทศไทย และจัดทำโครงการเพื่อโฆษณาเผยแพร่สินค้าจากไทยให้เป็นที่รู้จัก

• ดาการ์ นครหลวงริมฝั่งมหาสมุทรแอตแลนติกของเซเนกัล

เพื่อสร้างความนิยมสินค้าไทยให้มากขึ้น และระบุถึงข้อจำกัดของการส่งเสริมความร่วมมือด้านการค้าระหว่างกัน ซึ่งโดยทั่วไปเกิดจากการที่ตลาดภายในเซเนกัลมีขนาดเล็ก ผู้บริโภคมีกำลังซื้อต่ำ ค่าระวางขนส่งสินค้าจากประเทศไทยไปยังเซเนกัลยังคงมีต้นทุนที่สูงมาก ส่งผลทำให้ราคาสินค้านำเข้าจากไทยค่อนข้างสูงเมื่อเปรียบเทียบกับสินค้าประเภทเดียวกันในท้องตลาด โดยเฉพาะสินค้าจากจีน โมร็อกโก หรือแม้แต่ยุโรป นอกจากนี้สินค้าประเภทอาหารของไทย โดยเฉพาะน้ำผลไม้ซึ่งเป็นสินค้าส่งออกสำคัญของไทยในเซเนกัล ยังมีต้นทุนที่สูงเนื่องจากประสบกับปัญหาภาษีนำเข้าที่จัดเก็บในอัตราสูงถึง 50%

อุปสรรคอีกประการคือ ผู้ประกอบการไทยยังขาดความไว้วางใจนักธุรกิจหรือผู้ประกอบการในเซเนกัล ซึ่งรวมถึงการเปิด Letter Of Credit กับธนาคารท้องถิ่น เนื่องมาจากมีนักธุรกิจไทยเคยประสบปัญหาไม่ได้รับการชำระเงินหลังจากที่ส่งสินค้าแล้ว

ถึงกระนั้นก็ตามเชื่อได้ว่าการส่งออกสินค้าไทยเข้าสู่ตลาดเซเนกัล หรือแอฟริกาโดยรวม ยังคงสามารถขยายตัวได้อีกมาก หากหน่วยงานที่เกี่ยวข้องทั้งภาครัฐและเอกชนมุ่งมั่นและให้ความสำคัญอย่างจริงจังในการศึกษาวิจัยเกี่ยวกับการประกอบธุรกิจในแอฟริกาอย่างจริงจัง ไม่ว่าจะเป็นด้านการตลาด โครงสร้างภาษี หรือรสนิยมของผู้บริโภคก็ตาม เพื่อให้เกิดความเข้าใจถึงลักษณะเฉพาะของตลาดแอฟริกาและทำให้การเจาะตลาดมีผลเป็นรูปธรรมและเกิดประสิทธิผลอย่างเต็มที่