

**รายงานผลโครงการกิจกรรมส่งเสริมการขายสินค้าไทยร่วมกับผู้นำเข้าในประเทศเคนยา
ในประเทศเคนยา ปีงบประมาณ ๒๕๖๖
๑-๒๑ มีนาคม ๒๕๖๖**

สำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ (สคต.) ณ กรุงไนโรบี ได้ร่วมกับผู้นำเข้าในประเทศเคนยาจำนวน ๖ ราย และผู้ส่งออกไทยที่มีสินค้าจำหน่ายในประเทศเคนยา จำนวน ๑๐ บริษัท จัดกิจกรรมส่งเสริมการขายสินค้าไทยภายในห้าง Chandarana Foodplus Supermarket ในสาขาที่มียอดจำหน่ายสินค้าไทยสูงสุด ๕ ลำดับแรก ในกรุงไนโรบีได้แก่ Yaya Center, ABC Place, Lavington, Diamond Plaza และ Rhapta Road ระหว่างวันที่ ๑-๒๑ มีนาคม ๒๕๖๖ ภายใต้ชื่องาน “Taste of Thai Promotion ๒๐๒๓” และทำกิจกรรมสาธิตการทำอาหารไทย และประชาสัมพันธ์กิจกรรมส่งเสริมการขายข้างต้น ภายในห้างสรรพสินค้าที่เป็นที่รู้จักกับคนต่างชาติ และคนเคนยา จำนวน ๒ แห่ง ได้แก่ Sarit Center และ Yaya Center ในระหว่าง วันที่ ๑๐-๑๒ มี.ค. ๒๕๖๖ และ ๑๗-๑๙ มี.ค. ๒๕๖๖ โดยมีสินค้าเป้าหมายที่เข้าร่วมการจัดกิจกรรม อาทิ เช่น ข้าวหอมมะลิ (ข้าวตราฉัตร) กระทิกระป๋อง (ยี่ห้อ Suree, Thai Coco, Regal Thai, Real Thai) ปลาทูน่ากระป๋อง (ยี่ห้อ Seacol) เครื่องปรุงรสอาหาร (ยี่ห้อ De Siam, Suree, Real Thai) ก๋วยเตี๋ยวสำเร็จรูป (Sunlee, Suree) ข้าวโพดกระป๋อง และข้าวเหนียว (ตรา Sunlee) ขนมและผลไม้แห้ง (ยี่ห้อ Tong Garden) ซึ่งมีผลการจัดกิจกรรม ดังนี้

๑. ผลของการจัดกิจกรรม

๑.๑. **กิจกรรมสาธิตการทำอาหารไทย ในห้างสรรพสินค้าชั้นนำในกรุงไนโรบี จำนวน ๒ แห่ง**
ได้แก่ Sarit Center และ Yaya Center ทุกวันศุกร์ เสาร์และอาทิตย์ เป็นเวลา ๒ ครั้ง (วันที่ ๑๐-๑๒ มี.ค. ๒๕๖๖ และ ๑๗-๑๙ มี.ค. ๒๕๖๖) ซึ่งเป็นห้างสรรพสินค้าที่มียอดจำหน่ายสินค้าสูงสุดของในเคนยา ๒ ลำดับแรก ตามลำดับ โดยผู้นำเข้าได้เข้าร่วมจัดกิจกรรมส่งเสริมการค้ากับห้าง Chandarana Foodplus Supermarket ในช่วงเวลาเดียวกันด้วย

โดยห้าง Chandarana Foodplus Supermarket ปัจจุบันเป็นห้างที่มียอดจำหน่ายปีละ ๒๑๖ ล้านเหรียญสหรัฐ สูงเป็นลำดับที่ ๓ ของห้างค้าปลีกที่มีอยู่ในประเทศเคนยา เป็นห้างที่มีกลุ่มเป้าหมายลูกค้าระดับที่มีรายได้ปานกลางและสูง (C+ ถึง A) ในเคนยา ซึ่งมีอยู่ประมาณ ๑๐ ล้านคน สาขาทั่วประเทศเคนยาจำนวน ๒๗ สาขา โดยมีสินค้านำเข้าจำหน่ายที่มีความหลากหลาย ซึ่งผลของกิจกรรมน่าจะมีผลให้สินค้าไทยเป็นที่รู้จักและแพร่หลายมากยิ่งขึ้น โดยตลอดช่วงที่มีการจัดกิจกรรมนั้น มีผู้เข้าชมกิจกรรมกว่า ๑,๐๐๐ คน โดย สคต. ได้สาธิตอาหารไทยทั้งคาวและหวาน อาทิเช่น แกงเขียวหวานไก่, ผัดไทย, ข้าวเหนียวมะม่วง เป็นต้น นอกจากนั้น ยังมีการแจกจ่ายโบรชัวร์และสูตรการทำอาหารไทยกว่า ๑,๐๐๐ ชุดให้กับผู้สนใจ



ภาพสินค้าไทยที่มีการส่งเสริมการขายในห้าง Chandarana Foodplus Supermarket



ภาพบรรยากาศการสาธิตการทำอาหารไทยในห้าง Yaya Center



ภาพบรรยากาศการสาธิตการทำอาหารไทยในห้าง Yaya Center



ภาพบรรยากาศการสาธิตการทำอาหารไทยในห้าง Sarit Center



ภาพบรรยากาศการสาธิตการทำอาหารไทยในห้าง Sarit Center

๑.๒. กิจกรรมวันเริ่มเปิดตัวกิจกรรม สคต. ได้ร่วมกับห้าง Yaya Center และผู้นำเข้าได้จัดทำ การเปิดตัวกิจกรรมอย่างเรียบง่าย โดยการจัดพิธีเปิดตัวเริ่มกิจกรรมและจัดทำกิจกรรมสาธิตการทำอาหารไทย ณ บริเวณลานแสดงสินค้าภายในห้าง Yaya Center ในวันที่ ๑๐ มี.ค. ๒๕๖๖ โดยได้รับเกียรติจากเอกอัครราชทูต ไทยประจำกรุงไนโรบี (นางสาวศศิธรี ตันกุลรัตน์) เป็นประธานเปิดกิจกรรม โดยภายในการจัดกิจกรรมมี ผู้นำเข้า ผู้บริหารห้าง ผู้บริโภคชาวเคนยา สื่อมวลชน และ Influencer ในประเทศเคนยาเข้าร่วมสังเกตการณ์กว่า ๓๐ คน ซึ่งมีการสาธิตการปรุงอาหารและชิมอาหาร จำนวน ๓ ชนิด คือ ผัดไทย แกงเขียวหวานไก่ และข้าวเหนียวมะม่วง ที่จัดการสาธิตโดยพ่อครัวคนไทย เชฟอัครพล ชื่อดง (เชฟก้อง) โดยเน้นอาหารที่ใช้วัตถุดิบท้องถิ่นและเครื่องปรุง ที่มีจำหน่ายในเคนยาเป็นสำคัญ ผลของกิจกรรมมีผลให้ผู้บริโภครับรู้การนำเอาสินค้าไทยไปปรุงอาหารที่บ้านมากขึ้น และสื่อมวลชนที่ได้เข้ามาร่วมงานได้ประชาสัมพันธ์การจัดกิจกรรมให้เป็นที่รับรู้ในวงกว้างมากยิ่งขึ้น



ภาพ ท่าน ออท. ศศิธรีถือกล่าวเปิดกิจกรรม และร่วมถ่ายภาพกับผู้บริหารห้าง Chandarana ผู้นำเข้า และ ผอ.สคต.



ภาพ ท่าน ออท. ศศิริทธิ์และผอ.สศต. ทารีกับผู้นำเข้าและห้าง และร่วมถ่ายภาพกับ ผู้นำเข้า



บรรยากาศในช่วงการเปิดตัวกิจกรรมที่มีผู้เข้าร่วมกิจกรรมและสื่อมวลชนให้ความสนใจ



ภาพสื่อประชาสัมพันธ์ที่มีในกิจกรรม

๒. ผลการประชาสัมพันธ์กิจกรรม

๒.๑. การประชาสัมพันธ์ออนไลน์ผ่านผู้มีอิทธิพลในสื่อออนไลน์ (Influencer)

โดย สคต. ได้ว่าจ้าง Influencer จำนวน ๑ คน เพื่อให้สื่อสารไปยังผู้บริโภคชาวเคนยา โดยมีรายละเอียดดังนี้

(๑) Ms. Catherine Kamau ดารานักแสดงชาวเคนยา ซึ่งมีผู้ติดตามกว่า ๑.๘ ล้านคน เป้าหมาย คือ ผู้บริโภคชาวเคนยาทั่วไป เพื่อให้รับรู้ถึงสินค้าไทย ในด้านคุณภาพและความหลากหลายของสินค้าไทยที่มีจำหน่ายในเคนยา



ภาพ Post เรื่องราวของกิจกรรมของโครงการของ Ms. Catherine Kamau ดารานักแสดงชาวเคนยา ใน Instagram

๒.๒. การประชาสัมพันธ์ผ่านช่องทางอื่นๆ
 สดต. ได้จัดทำกรประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อในช่องทางอื่นๆ อาทิเช่น หนังสือพิมพ์ The Star, Nairobiian, Asian weekly, Moving Truck Billboard และ สื่อการประชาสัมพันธ์ที่ สดต. จัดทำเอง เช่น Banner แผ่นพับโบรชัวร์ FB ของ สอท. และ สดต. เป็นต้น



ภาพประชาสัมพันธ์ผ่านหนังสือพิมพ์ออนไลน์และออฟไลน์ The Star และ Nairobiian



ภาพประชาสัมพันธ์ผ่านหนังสือพิมพ์ออนไลน์และออฟไลน์ Asian Weekly



ภาพประชาสัมพันธ์ผ่าน Moving Truck Billboard



ภาพการประชาสัมพันธ์กิจกรรมใน Facebook ของ สคต. และสถานทูตฯ

ตารางแสดงผลการรับรู้สื่อประชาสัมพันธ์ ในโครงการ “Taste of Thai Promotion ๒๐๒๓”

ประเภทสื่อ	สื่อที่ได้จัดทำ	จำนวนคนที่เข้าถึงและรับรู้ (คน)
Ms. Catherine Kamau (Influencer)	Instagram, Facebook	๔๓๑,๑๗๕
นสพ.ออฟไลน์และออนไลน์	- The Star, - Nairobian, - Asian weekly	๓๒๐,๐๐๐ ๑๔๐,๐๐๐ ๒๕๐,๐๐๐
Moving Truck Billboard	Billboard เคลื่อนที่ตามจุดโฆษณา ในถนนในกรุงไนโรบีจำนวน ๑๑ จุด	๑๑๐,๐๐๐
สื่อที่ สคต.จัดทำ	FB, โบรชัวร์	๒,๐๐๐
รวมผู้รับจำนวนรับรู้		๑,๒๕๓,๑๗๕

รวมมีผู้ได้รับรู้สื่อการประชาสัมพันธ์จำนวนกว่า ๑.๒๕ ล้านคน

๓. ผลการดำเนินการส่งเสริมการขาย

มีผลการจำหน่ายสินค้าได้ทันทีประมาณ ๓๐,๐๐๐ เหรียญสหรัฐ หรือประมาณ ๑.๐๕ ล้านบาท ซึ่งผู้นำเข้าที่เข้าร่วมกิจกรรมทั้ง ๖ ราย แจ้งว่า กิจกรรมส่งเสริมการขายดังกล่าว สามารถช่วยให้บริษัทมี ยอดขายสินค้าในช่วงที่มีการจัดกิจกรรมเพิ่มขึ้นกว่าช่วงเวลาปกติกว่า ๓๕-๕๐% โดยขึ้นอยู่กับประเภทสินค้าที่นำมา ร่วมการส่งเสริมการขาย และผู้นำเข้าคาดว่าจะมีการนำเข้าสินค้าไทยเพิ่มขึ้นภายใน ๑ ปี คิดเป็นมูลค่าประมาณ ๓๘๐,๐๐๐ เหรียญสหรัฐ หรือประมาณ ๑๒.๕๕ ล้านบาท โดยสินค้าที่มียอดการจำหน่ายและได้รับความสนใจ สูงสุด ๕ ลำดับแรก ได้แก่ ข้าวหอมมะลิ ขนหมคบเคี้ยว กะทิกระป๋อง เครื่องแกงสำเร็จรูป และเครื่องปรุงรสต่างๆ ตามลำดับ

ซึ่งจากผลการจำหน่ายสินค้าที่เพิ่มขึ้นดังกล่าว แสดงให้เห็นว่า ผู้บริโภคชาวเคนยามีความสนใจ และมีความ เข้าใจในการนำสินค้าไทยไปใช้โดยเฉพาะการทำอาหารไทยมากขึ้น และน่าจะส่งผลให้สามารถนำเข้าสินค้า มาจำหน่ายให้หลายหลายและมีจำนวนมากขึ้นในอนาคตต่อไป

๔. ข้อเสนอแนะ

ปัญหา/อุปสรรค

- ๔.๑. เนื่องด้วย ผู้นำเข้าบางรายประสบปัญหาการนำเข้าสินค้าล่าช้า และไม่มี Stock สินค้าที่ เพียงพอทำให้การทำการส่งเสริมการขายไม่ได้ผลมากตามได้รับงบประมาณ เนื่องด้วย มี สินค้าบางรายการไม่มีการจำหน่ายมากพอ เช่น กะทิกระป๋อง ปลากระป๋อง ซอสศรีราชา เป็นต้น และการที่หน่วยงานด้านมาตรฐานเคนยาเปลี่ยนแปลงระบบการนำเข้าสินค้าทำให้ สินค้าตกค้างอยู่ที่ท่าเรือจำนวนหนึ่ง อย่างไรก็ตาม ภายใต้งานครั้งหน้า สคต. และผู้นำเข้าจะ ได้นำไปปรับปรุงแก้ไขต่อไป
- ๔.๒. การเปลี่ยนแปลงห้างที่มีการจัดรายการส่งเสริมการค้าเป็นห้าง Chandarana Supermarket เป็นครั้งแรก แทนห้าง Carrefour นั้น ทำให้ยังมีการประสานงานไม่ดีเท่าที่ควร แต่น่าจะ ปรับปรุงได้หากยังมีกิจกรรมดังกล่าวอย่างต่อเนื่อง และน่าจะทำให้สินค้าที่มีการจำหน่าย ได้ผลตอบรับที่ดีมากยิ่งขึ้น
- ๔.๓. สคต. ได้หาแนวทางสร้างพันธมิตรเครือข่ายห้างสรรพสินค้าเพิ่มเติม เพื่อขยายพื้นที่ขาย สินค้าเพิ่มเติม ซึ่งขึ้นอยู่กับจำนวนงบประมาณที่ได้รับการจัดสรรว่ามีมากน้อยแค่ไหน
- ๔.๔. ปัญหาการอ่อนค่าเงินของค่าเงินเคนยาซิลลิง ทำให้ผู้นำเข้ามีความระมัดระวังในการนำเข้า มากขึ้น และสินค้าที่นำมาจำหน่ายมีราคาสูงขึ้น ทำให้การขยายตลาดทำได้ไม่เต็มที่นัก อย่างไรก็ตาม ยังมีความจำเป็นที่จะต้องมีการกิจกรรมในลักษณะนี้ต่อไป เพื่อสร้างการรับรู้การ ใช้สินค้าไทยให้เป็นที่ยอมรับมากขึ้นต่อไป

๕. ข้อคิดเห็นของ สคต.

- ๕.๑. สคต. มีความเห็นว่า จากการที่ สคต. ได้รับการจัดสรร งบประมาณกว่า ๑.๒ ล้านบาททำให้ ผลการจัดงานได้ผลดีกว่าการจัดงานในปี ๒๕๖๕ และเห็นว่ามีความเป็นจำเป็นที่จะต้องได้รับการสนับสนุนการจัดงานในลักษณะดังกล่าวต่อไป เพื่อขยายฐานผู้บริโภคที่ใช้สินค้าอาหารไทยให้มากขึ้นในเคนยา
- ๕.๒. สคต. ได้พยายามปรับปรุงและแก้ไข โดยพยายามสร้างพันธมิตรกับห้างสรรพสินค้าระดับกลาง มากขึ้นเพื่อให้สามารถจัดกิจกรรมส่งเสริมการขายกับผู้บริโภคได้มากขึ้น และมีความน่าสนใจมากขึ้นในการจัดครั้งต่อไป
- ๕.๓. เคนยา ยังเป็นตลาดใหม่สำหรับสินค้าอาหารของไทย ซึ่งยังมีความจำเป็นต้องจัดกิจกรรมในลักษณะดังกล่าวอย่างต่อเนื่อง เพื่อสร้างการรับรู้ของสินค้าไทยให้มากขึ้น และ สคต. เชื่อว่า หาก สคต. ได้รับการจัดสรรงบประมาณต่อเนื่องแล้ว ผลที่จะได้รับก็จะมีผลให้มีการนำเข้าสินค้ามากขึ้นตามไปด้วย โดยจากการสอบถามผู้นำเข้า ๑-๒ ราย มียอดการนำเข้าสินค้าที่เพิ่มขึ้นกว่า ๒ เท่าในช่วง ๒-๓ ปีที่ผ่านมา และต้องการให้ สคต. ดำเนินกิจกรรมเช่นนี้ต่อไป

รายงานผลโดย
สคต. ณ กรุงไนโรบี
๑๗ เมษายน ๒๕๖๖