## “เคนยา” กับสินค้าเครื่องสำอางไทยโอกาสและข้อแนะนำในการทำตลาด

เคนยามีประชากรประมาณ 53 ล้านคน ในจำนวนนี้เป็นประชากรที่มีวัยทำงานที่เป็นผู้หญิงอายุ 25-55 ปี ถึง 12 ล้านคน (Euromonitor, 2019) และแนวโน้มการเกิดหรือการเพิ่มของประชากรในปี 2030 ที่มีการคาดการณ์ว่าเคนยาจะมีประชากรกว่า 67 ล้านคน ในจำนวนนี้จะมีถึง 15-18 ล้านคน ที่เป็นกลุ่มวัยทำงานที่เป็นผู้หญิงดังกล่าว ทำให้ สคต. พิจารณาว่า จะมีโอกาสสินค้าเครื่องสำอางของไทยในตลาดเคนยาและภูมิภาคแอฟริกาตะวันออกในอนาคตที่มีขนาดใหญ่มากขึ้น โดยสินค้าที่กำลังเป็นที่ต้องการของตลาดคือเครื่องสำอางราคาไม่แพงที่ทำจากวัตถุดิบจากธรรมชาติและสมุนไพร ซึ่งกำลังเป็นแนวโน้มที่ตลาดมีความต้องการในปัจจุบันและในอนาคต

โดยสาเหตุที่ สคต. คาดการณ์ว่าจะมีโอกาสขยายตลาดในกลุ่มสินค้าดังกล่าวจำนวนมากในเคนยาและแอฟริกาตะวันออกนั้น มีสาเหตุหลายประการ ได้แก่

ประการที่ 1 อัตราการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจของเคนยาและภูมิภาคแอฟริกาตะวันออกที่เติบโตเฉลี่ยกว่าร้อยละ 5-8% ในช่วง 5 ปีที่ผ่านมา (ปี 2015-2019) แม้อาจจะชะลอหรือหดตัวลงไปบ้างจากการระบาดของ COVID 19 ที่ส่งผลกระทบต่อการค้าและการลงทุนทั่วโลกในปัจจุบัน มีผลให้คนมีรายได้มากขึ้นและเกิดกลุ่มคนที่มีรายได้ปานกลางที่มีกำลังซื้อที่สามารถบริโภคหรือซื้อสินค้าที่มีราคาสูงกว่าสินค้าที่ผลิตในท้องถิ่นได้มากขึ้น

ประการที่ 2 ประเทศต่างๆทั้งเคนยาและประเทศอื่นๆ เช่น แทนซาเนีย ยูกานดา รวันดา เป็นต้น ส่วนใหญ่เป็นประเทศที่เพิ่งได้รับเอกราชและอยู่ในสภาวะเป็นประเทศเกิดใหม่ที่มีความต้องการพัฒนาในด้านโครงสร้างพื้นฐาน รวมทั้งปฏิรูปภาคการเมืองและสังคม ส่วนใหญ่ประเทศเหล่านี้ มีอัตราการเกิดของประชากรในวันทำงานในสัดส่วนที่สูงกว่าประเทศที่พัฒนาแล้ว หรือกำลังพัฒนาอื่นในเอเชีย ทำให้จะมีขนาดตลาดที่ใหญ่และมีแนวโน้มขยายตัวได้อีกมากในอีก 5-10 ปีข้างหน้าที่ประเทศเหล่านี้จะมีประชากรวัยทำงานอายุ 25-55 ปี เป็นจำนวนมาก โดยจากข้อมูลเชื่อว่ามีตลาดสินค้าเครื่องสำอางที่มาจากครอบครัวที่มีรายได้สูงถึงปานกลางจำนวนกว่า 100 ล้านคน ซึ่งหากคิดว่ามีคนรายได้สูงจะมีขนาดประชากรวัยทำงานที่มีกำลังซื้อได้ถึง 15-20 ล้านคน

ประการที่ 3 สินค้าที่มีอยู่ในตลาดยังมีคุณภาพที่ไม่ดีนัก และขาดความหลากหลาย ทำให้ยังมีโอกาสเปิดรับการสร้างตลาดในกลุ่มลูกค้าหรือสินค้าใหม่มากกว่าตลาดอื่น แม้อาจจะมีข้อจำกัดในเรื่องกำลังซื้อของคนที่อาจยังไม่มีมากนัก แต่ก็เชื่อว่า เมื่อเศรษฐกิจของประเทศเหล่านี้มีการพัฒนาไปตามลำดับตามที่ได้กล่าวข้างต้น กำลังซื้อของตลาดเหล่านี้ก็จะพัฒนามีกำลังสูงมากขึ้นตามรายได้ที่เพิ่มขึ้นต่อไปด้วย



**Call Center 1169**
www.thaitrade.com
www.ditp.go.th

**กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ**
563 ถ.นนทบุรี ต.บางกระสอ อ.เมือง
จ.นนทบุรี 11000

**Office of Commercial Affairs,**
Royal Thai Embassy,
Nairobi, Kenya

Rose Avenue (off Denis Pritt Rd)
P.O. Box 58349 - 00200 Nairobi, Kenya
E-mail: info@ocanairobi.co.ke

ประการที่ 4 ประเทศเหล่านี้ ยังขาดองค์ความรู้ความเข้าใจในการเลือกใช้สินค้าเครื่องสำอางให้ถูกต้อง และประเทศไทยซึ่งมีองค์ความรู้ด้านนี้ที่ดีมากกว่า อาจนำเอาประสบการณ์หรือข้อแนะนำการใช้งานสินค้าที่เกี่ยวข้องจนนำมาซึ่งการขยายตลาดของสินค้าเครื่องสำอางที่ทำจากวัตถุดิบธรรมชาติและสมุนไพรที่เกี่ยวข้องได้ นอกจากนั้นภาพลักษณ์สินค้าของไทยเป็นประเทศหนึ่งที่ผู้บริโภคมีความมั่นใจในเรื่องคุณภาพสินค้าที่มากกว่าคู่แข่ง เช่น จีน อินโดนีเซีย อินเดีย เป็นต้น

ประการสุดท้าย ผู้บริโภคเคนยา มีความเชื่อมั่นต่อสินค้าไทยในด้านคุณภาพและความหลากหลายของสินค้า ในสินค้าหลายชนิด ยกตัวอย่าง เช่น หากเป็นสินค้าอาหารเด็กจากจีนและไทย และถามผู้บริโภคจะเลือกสินค้าจากที่ใดนั้น ผู้บริโภคมีความยินดีจะจ่ายในสินค้าจากไทยที่ราคาที่สูงมากกว่าจีน แต่มีราคาย่อมเยากว่าสินค้าจากยุโรปหรือสหรัฐ เป็นต้น ทำให้ผู้ส่งออกไทยควรใช้โอกาสที่ผู้บริโภคมีความเชื่อมั่นในสินค้าของไทยเช่นนี้ เป็นโอกาสในการทำตลาดในช่วง 5-10 ปีต่อจากนี้ โดยเร็วต่อไป

| **รูปตัวอย่างสินค้า** | **ประเทศ** | **รูปตัวอย่างสินค้า** | **ประเทศ** |
|---|---|---|---|
| | ไทย | | ไทย |
| | ไทย | | ไทย |



**Call Center 1169**
www.thaitrade.com
www.ditp.go.th

**กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ**
563 ถ.นนทบุรี ต.บางกระสอ อ.เมือง
จ.นนทบุรี 11000

**Office of Commercial Affairs,**
Royal Thai Embassy,
Nairobi, Kenya

Rose Avenue (off Denis Pritt Rd)
P.O. Box 58349 - 00200 Nairobi, Kenya
E-mail: info@ocanairobi.co.ke

**เปิดโลกการค้าไทยในเคนยา**

**วันที่ 4 มกราคม 2564**

รายงานโดย สคต. ณ กรุงไนโรบี

**Kenya Trade Report**

Date 4 Jan 2022

Office of Commercial Affair,

Nairobi

UK

USA

India

Kenya

Kenya

Korea

**ตัวอย่างสินค้าเครื่องสำอาง ที่มีจำหน่ายในตลาดเคนยา ที่นำเข้ามาจากหลายประเทศ**

**สภาพตลาดสินค้าเครื่องสำอางโดยทั่วไป (ข้อมูลเฉพาะตลาดเคนยา)**

โดยในปี 2020 ตลาดสินค้าเครื่องสำอาง ในประเทศเคนยามีขนาดตลาดมูลค่าประมาณ 3,000-4,000 ล้านบาท/ปี ในจำนวนนี้หากพิจารณาว่า เป็นผู้หญิงวัยทำงานที่มีกำลังซื้อที่สามารถซื้อสินค้าที่นำเข้ามาได้ ประมาณร้อยละ 20 นั้น จะหมายถึงตลาดที่มีมูลค่ากว่า 1,000-1,200 ล้านบาทเลยทีเดียว โดยมีอัตราขยายตัวประมาณร้อยละ 8-10% ในช่วง 5-6 ปีที่ผ่านมา

จากข้อมูลของ Euromonitor พบว่า สินค้าเครื่องสำอางในเคนยามีสินค้าทั้งจากที่ผลิตในเคนยาและนำเข้าจากต่างประเทศมาเป็นจำนวนมาก โดยแนวโน้มตลาดต่างมุ่งเน้นสินค้าที่ผลิตจากวัตถุดิบจากธรรมชาติ ที่เป็นที่รู้จัก




**Call Center 1169**
www.thaitrade.com
www.ditp.go.th

**กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ**
563 ถ.นนทบุรี ต.บางกระสอ อ.เมือง
จ.นนทบุรี 11000

**Office of Commercial Affairs,**
Royal Thai Embassy,
Nairobi, Kenya

Rose Avenue (off Denis Pritt Rd)
P.O. Box 58349 - 00200 Nairobi, Kenya
E-mail: info@ocanairobi.co.ke

และคุ้นเคย อาทิ เช่น น้ำผึ้ง น้ำนมข้าว ว่านหางจระเข้ Shea butter มะละกอ tree-tea oilขมิ้น สารสกัดจากผล เบอรรี่ น้ำมันมะพร้าว เป็นต้น

อย่างไรก็ดี ผู้มีกำลังซื้อมีความเชื่อมั่นที่จะใช้สินค้านำเข้าจากต่างประเทศมากกว่าที่ผลิตในประเทศเนื่องจาก สินค้าในประเทศยังมีการใช้วัตถุดิบที่มีสารเคมีและมีคุณภาพสู้ของที่นำเข้ามาไม่ได้ โดยสัดส่วนระหว่างสินค้าในประเทศและสินค้าจากต่างประเทศ จะอยู่ที่ประมาณ ในประเทศร้อยละ 70 และสินค้านำเข้าร้อยละ 30

นอกจากนั้น ภาพลักษณ์ของสินค้าจากเอเชียตะวันออกไม่ว่าจะเป็น ไทย ฟิลิปปินส์ อินโดนีเซีย เกาหลีใต้ ต่างได้รับการเชื่อมั่นจากผู้บริโภคมากกว่าสินค้าที่มาจากจีนหรืออินเดีย ว่าเป็นสินค้าคุณภาพที่สูงกว่า โดยเครื่องสำอางจากไทย จะมีการนำเข้าจากผู้นำเข้ารายย่อยมาจำหน่ายผ่านช่องทางออนไลน์เป็นส่วนใหญ่ ซึ่งผู้บริโภคที่มีกำลังซื้อซึ่งคือคนที่มีรายได้สูงจะเลือกใช้สินค้าไม่จากยุโรปก็จากเอเชีย มากกว่าสินค้าที่ผลิตในเคนยา เนื่องจากมีความเชื่อมั่นในคุณภาพมากกว่า โดยหากพิจารณาจากส่วนผสมส่วนใหญ่สินค้าที่ผลิตในประเทศยังมีส่วนผสมวัตถุดิบจากธรรมชาติจะมีสัดส่วนน้อยกว่าสินค้าจากการนำเข้า เพื่อทำให้มีราคาถูกลงมา ซึ่งมักพบปัญหาหลังการใช้งานมากกว่า เป็นสาเหตุสำคัญที่คนที่มีรายได้จึงนิยมของนำเข้ามากกว่า

ในปี 2564 การนำเข้าสินค้าเครื่องสำอางจากไทยมายังเคนยามีมูลค่าประมาณ 60 ล้านบาท ขยายตัวลดลง ร้อยละ 20.26 อันน่าจะมีสาเหตุเนื่องจาก ราคาสินค้าที่แพงมากขึ้นกว่าคู่แข่งหลายประเทศเช่น จีน อินเดีย เกาหลี เป็นต้น

**ข้อแนะนำเพิ่มเติมในการทำตลาด**

ผู้ประกอบการไทยควรนำเสนอสินค้าในบรรจุภัณฑ์ที่มีขนาดไม่มาก แตกต่างจากที่เสนอขายในตลาดภูมิภาคอื่น เช่น สบู่ปกติขาย 150 กรัมควรนำเสนอเป็นขนาดเล็กลงเป็น 80 กรัม เป็นต้น เพื่อให้มีราคาของสินค้าที่ผู้บริโภคสามารถทดลองสินค้าหรือเข้าถึงสินค้าได้ง่ายขึ้น ตามกำลังซื้อที่ยังมีไม่มากนัก ทั้งนี้ ควรหลีกเลี่ยงการโฆษณาข้อความที่ให้ข้อมูลว่า สินค้าจะทำให้ผิวมีความกระจ่างใส (Lighting) เนื่องจากพบว่า มีสินค้าที่ถูกห้ามจำหน่ายหลายชนิดมีสารปรอทตกค้างและใช้สรรพคุณดังกล่าวในการโฆษณาและทำให้ผู้ใช้เข้าใจคลาดเคลื่อน

โดย สคต.มีข้อแนะนำการทำฉลากที่ควรมีข้อความแสดงข้อมูลดังนี้ (ควรเป็นภาษาอังกฤษ หากไม่มีอาจมีสติ๊กเกอร์หรือแผ่นพับอธิบายเพิ่มเติม)

1. ส่วนประกอบสำคัญ และสัดส่วนที่อยู่ในสินค้านั้นๆ
2. ข้อแนะนำในการใช้งานโดยย่อ
3. ข้อแนะนำหากผู้ใช้มีอาการแพ้
4. ข้อมูลของสถานที่/โรงงานที่ผลิต
5. วันหมดอายุ (ถ้ามี)



Call Center 1169
www.thaitrade.com
www.ditp.go.th

**กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ**
563 ถ.นนทบุรี ต.บางกระสอ อ.เมือง
จ.นนทบุรี 11000

**Office of Commercial Affairs,**
Royal Thai Embassy,
Nairobi, Kenya

Rose Avenue (off Denis Pritt Rd)
P.O. Box 58349 - 00200 Nairobi, Kenya
E-mail: info@ocanairobi.co.ke

ส่วนประกอบที่ต้องห้ามตามกฎระเบียบของเคนยา อาทิ ปรอท, สารผสมที่เป็นสารทางการแพทย์ เช่น Oxidizing (เพื่อจะได้ไม่ต้องถูกเรียกเก็บภาษีหรือถูกเรียกเป็นยา เนื่องจากจะทำให้นำเข้าได้ยาก) เป็นต้น

**กฎระเบียบการนำเข้าสินค้า อัตราภาษีและค่าใช้จ่ายต่างๆ**

- ภาษีนำเข้าร้อยละ 25 (จากราคา CIF)
- ภาษีมูลค่าเพิ่มร้อยละ 16 (จากราคา CIF)
- ค่าธรรมเนียมการขนส่งทางรถไฟ 2% (จากราคา CIF)
- ค่าธรรมเนียมในการนำเข้า หรือ import declaration ร้อยละ 3.5 (จากราคา CIF)
- การตรวจสอบเอกสารมาตรฐานสินค้าก่อนการส่งออกตามกระบวนการมาตรฐานของเคนยา เรียกว่า Pre-Export Verification of Conformity (PVoC) ซึ่งเป็นเอกสารที่ต้องยื่นต่อกับหน่วยงานด้านมาตรฐานของเคนยา Kenya Bureau of Standards (KEBS) ทั้งนี้ เอกสารดังกล่าว จะต้องได้รับการรับรองและตรวจสอบจากตัวแทนที่ได้รับการแต่งตั้งในประเทศนั้นๆจากรัฐบาลเคนยา สำหรับไทยคือ บริษัท SGS (ประเทศไทย) โดยเมื่อบริษัทได้ตรวจสอบตามกระบวนการแล้ว KEBS จะออกเอกสารรับรองที่เรียกว่า Certificate of Conformity (COC) or Certificate of Inspection (COI) เพื่อรับรองว่าสินค้านี้มีมาตรฐานตามที่หน่วยงานด้านมาตรฐานเคนยา ให้การรับรองไว้แล้ว โดยการตรวจสอบในกระบวนการข้างต้น ต้องทำในทุก Shipment

**ช่องทางการจำหน่ายสินค้า**

ช่องทางการจำหน่าย 3 ลำดับแรก ตามลำดับสัดส่วนการจำหน่าย (และแนวโน้มในอนาคต 1-5 ปี)

1. ห้างค้าปลีกขนาดใหญ่ (Supermarket) 43.7% (แนวโน้มเพิ่มขึ้น) เช่น Quickmart, Carrefour เป็นต้น
2. ร้านค้าของเฉพาะ (Specialist stores) 29.7% (แนวโน้มลดลง) เช่น Goodlife เป็นต้น
3. ร้านขายของชำทั่วไป (19.9%) (แนวโน้มลดลง)

ทั้งนี้ ร้านค้าส่วนใหญ่มีการส่งเสริมการจำหน่ายสินค้าออนไลน์ในช่วง COVID มากขึ้น โดยในอนาคตช่องทางการจำหน่ายสินค้าออนไลน์ที่ปัจจุบันมีสุดส่วนเพียง 1.9% น่าจะสูงขึ้นเป็น 3-5% ในอีก 1-5 ปีข้างหน้า ทำให้ผู้จำหน่ายสินค้าจะต้องเร่งพัฒนา Platform ในการจำหน่ายของตนเองให้มีความสะดวกมากยิ่งขึ้น และเชื่อมโยงกับบริษัทผู้ขนส่งสินค้าให้รวดเร็วและครอบคลุมพื้นที่การให้บริการมากขึ้นต่อไป โดยผู้สนใจสามารถศึกษาหรือดูราคาขายปลีกของสินค้าเครื่องสำอาง ในเว็บไซต์ที่จำหน่ายสินค้าเครื่องสำอางที่เป็นผู้นำตลาด 5 ลำดับแรก ดังนี้

**Platform Online ที่นิยม ในเคนยา (สินค้าเครื่องสำอาง)**

1. www.kasha.co.ke



**Call Center 1169**
www.thaitrade.com
www.ditp.go.th

**กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ**
563 ถ.นนทบุรี ต.บางกระสอ อ.เมือง
จ.นนทบุรี 11000

**Office of Commercial Affairs,**
Royal Thai Embassy,
Nairobi, Kenya

Rose Avenue (off Denis Pritt Rd)
P.O. Box 58349 - 00200 Nairobi, Kenya
E-mail: info@ocanairobi.co.ke

2. www.jumiakenya.co.ke
3. www.kilimall.co.ke
4. www.Styleconnection.co.ke
5. Lynton's Beauty World
6. www.Blush.co.ke

<u>ข้อมูลในการคำณวน</u>

1. อัตราแลกเปลี่ยนอ้างอิง 1.00 USD ต่อ 105.00 KES (เคนยาชิลลิ่ง)
2. ต้นทุนด้านขนส่งและภาษีต่างๆ รวมง่ายๆประมาณ 50% จากราคาสินค้า CIF Mombasa Kenya)) ปัจจุบันมีค่าระวาง จากประเทศประมาณ 1,500-2,000 USD ตู้ FCL 20FT container

**วิเคราะห์ SWOT สินค้าเครื่องสำอางของไทยในการส่งออกมายังเคนยาและแอฟริกาตะวันออก**

| **<u>จุดแข็ง</u>** | **<u>จุดอ่อน</u>** |
|---|---|
| 1. ผู้บริโภคให้ความเชื่อถือในเรื่องคุณภาพและความปลอดภัย<br>2. มีรูปแบบสินค้าที่ดี ราคาแพงแต่ย่อมเยากว่าของที่มาจากยุโรปหรือสหรัฐ<br>3. มีความหลากหลายของสินค้า<br>4. มีราคาไม่แพงหากเทียบกับสินค้าจากยุโรปหรือสหรัฐฯ ที่เป็นคู่แข่งสำคัญ<br>5. มีชื่อเสียงในสินค้าเครื่องสำอางจากวัตถุดิบจากธรรมชาติที่ปลอดภัย | 1. สินค้าไทยยังไม่เป็นที่รู้จักของผู้นำเข้ามากนัก<br>2. ความยืดหยุ่นในการชำระเงินน้อย หากนำเข้าโดยตรง<br>3. มักมีข้อจำกัดในการจัดส่งสินค้าที่ไม่สามารถจัดส่งสินค้าในปริมาณน้อยและหลากหลายชนิดได้ เนื่องจากเป็นผู้ผลิตรายเล็ก<br>4. ผู้ส่งออกยังมีความเข้าใจและเชื่อถือผู้นำเข้าในแอฟริกาน้อย<br>5. มีความสนใจในการทำตลาดน้อย เนื่องจากตลาดมีขนาดเล็กและมีกำลังซื้อไม่มากนักหากเปรียบเทียบกับตลาดอื่น |
| **<u>โอกาส</u>** | **<u>ความเสี่ยง/ข้อระวัง</u>** |
| 1. มีจำนวนประชากรวัยทำงานจำนวนมากและมีแนวโน้มยังขยายตัวอีกมากในช่วง 5-10 ปี<br>2. มีคู่แข่งและความหลายหลายของสินค้าสูง<br>3. ผู้บริโภคมีความเชื่อถือและมั่นใจในสินค้าจากไทยมากกว่าสินค้านำเข้าจากจีนและอินเดีย และยินดีจะจ่ายมากกว่าได้ | 1. ขนาดตลาดยังมีมูลค่าไม่สูง ความน่าสนใจไม่มากนัก<br>2. ความเชื่อถือด้านการชำระเงินของผู้นำเข้า ต้องมีการตรวจสอบอย่างรอบคอบก่อนทำธุรกรรม<br>3. ผู้นำเข้าให้ความสำคัญกับราคาสินค้าค่อนข้างมาก เนื่องจากกำลังซื้อของผู้บริโภคยังไม่มาก ทำให้การแข่งขันด้านราคามีอยู่สูง จนบางครั้งต้องสู้ราคามากกว่าที่ควรจะเป็น |

**ความเห็นของ สคต.**

สคต. เห็นว่า แม้สินค้าเครื่องสำอางในเคนยาอาจมีขนาดตลาดที่ยังไม่สูงมากนัก หากเปรียบเทียบกับตลาดในอาเซียน ยุโรป ญี่ปุ่น หรือ สหรัฐฯ แต่หากมองในระยะยาวในช่วง 5-10 ปีต่อจากนี้ ขนาดตลาดในภูมิภาคแอฟริกาตะวันออกจะมีจำนวนมากถึง 100 ล้านคน โดยเป็นผู้ที่มีรายได้สูงกว่า 15-20 ล้านคน ซึ่งยังมีความน่าสนใจที่ผู้ส่งออกไทยจะขยายการค้ามาในช่วงนี้ เพราะการแข่งขันยังมีคู่แข่งไม่มากนัก นอกจากนั้น แม้จะมีความแข่งขันที่สูงในด้านราคา แต่หากสินค้ามีมาตรฐานหรือความน่าสนใจแล้ว หากมีราคาที่เหมาะสมไม่แพงมากนัก หากเปรียบเทียบกับสินค้าจากสหรัฐ หรือ ยุโรปแล้ว ผู้บริโภคที่มีความสามารถในการซื้อสินค้าได้ ก็จะไม่ลังเลที่จะซื้อสินค้าเหล่านั้นต่อไป

อย่างไรก็ดี ความน่าเชื่อถือของผู้นำเข้าหรือ คู่ค้าที่ผู้ส่งออกไทยจะทำการค้าด้วย ควรทำการค้าแบบระมัดระวังมากกว่าปกติ หรือ ควรได้มีการตรวจสอบกับหน่วยงานของไทย (ในกรณีนี้คือ สคต.) เพื่อปกป้องการฉ้อโกงหรือหลอกลวงที่ยังมีอยู่เป็นจำนวนมากในแอฟริกา ทั้งนี้ ปัจจุบัน สคต.ได้พบว่า ผู้นำเข้าหลายรายได้ใช้วิธีการชำระเงินผ่านระบบธนาคาร เช่น L/C มากขึ้น เนื่องจากความน่าเชื่อถือของธนาคารในแอฟริกาทั้งหมดมีความปลอดภัยมากขึ้นในปัจจุบัน โดยมีความปลอดภัยกว่าการชำระเงินด้วยการโอนเงิน (หรือ T/T) ซึ่งผู้ส่งออกควรให้ความสนใจที่จะเสนอเงื่อนไขการชำระเงินตามสมควรในช่วงนี้

สินค้าที่มีโอกาสในการส่งออกมาเคนยา ใน 3 กลุ่มสินค้าเครื่องสำอาง มีดังนี้
(1) กลุ่มผลิตภัณฑ์บำรุงผิว (สบู่ ครีมทาหน้า ครีมทาตัว) ที่ทำจาก น้ำนข้าว ขมิ้น สารสกัดจากผลไม้ต่างๆ ที่มีคุณสมบัติทำให้ผิวนุ่ม ชุ่มชื่นมากขึ้น หรือ ลดริ้วรอยต่างๆได้
(2) กลุ่มอาหารเสริมที่มีผลทำให้ผิวหรือสุขภาพดีขึ้น เช่น สารสกัดจากวิตามินซี สารสกัดที่มีส่วนผสมของ Colagen เป็นต้น
(3) กลุ่มสินค้าที่ใช้ในร้านสปา เช่น ครีมนวมที่มีกลิ่นหอมจากวัตถุดิบจากธรรมชาติ อุปกรณ์ทำเล็บ ผลิตภัณฑ์สิ้นเปลืองที่ใช้ในร้านสปา เป็นต้น

โดยช่องทางการทำตลาดอาจพิจารณาได้ในหลายลักษณะ ได้แก่

1. เข้าร่วมงานแสดงสินค้าในประเทศไทย ได้แก่ งาน STYLE
2. เข้าร่วมงานแสดงสินค้าในประเทศ UAE ที่มีผู้ซื้อจาก Africa จำนวนมาก เข้าร่วม เช่น Beauty World Middle East (ทุกปี เดือนตุลาคม-พฤศจิกายน)



**Call Center 1169**
www.thaitrade.com
www.ditp.go.th

**กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ**
563 ถ.นนทบุรี ต.บางกระสอ อ.เมือง
จ.นนทบุรี 11000

**Office of Commercial Affairs,**
Royal Thai Embassy,
Nairobi, Kenya

Rose Avenue (off Denis Pritt Rd)
P.O. Box 58349 - 00200 Nairobi, Kenya
E-mail: info@ocanairobi.co.ke

3. เข้าร่วมงานแสดงสินค้าในประเทศเคนยา และแทนซาเนีย ได้แก่ งาน Kenya International Trade Exhibition (เดือนพฤศจิกายน ทุกปี) งาน East Africa Inter Trade Exhibition (เดือนกันยายน ทุกปี)
4. การเข้าร่วมกิจกรรม Online Business Matching ตามที่กรมกำหนด
5. การเข้าร่วมกิจกรรมคณะผู้แทนการค้าไทยเยือนแอฟริกา (ช่วงเดินทางได้ปกติ อย่างน้อยกรมจะจัด 1 คณะ มาเยือนแอฟริกา)
6. ขอรายชื่อผู้นำเข้าในสินค้าที่เกี่ยวข้องกับ สคต. ณ กรุงไนโรบี

การใช้โมษณาผ่านผู้มีอิทธิพลในสื่อออนไลน์ (Influencers) ก็เริ่มเป็นที่นิยมในตลาดเคนยา จึงเป็นแนวทางที่ผู้ประกอบไทยที่สามารถจัดทำสื่อออนไลน์ที่เข้าถึงง่าย เช่น Video, infographic เป็นต้น ควรมีการจัดทำไว้ และจะมีส่วนช่วยให้การส่งเสริมการตลาดมีผลได้รวดเร็วและต้นทุนต่ำมากขึ้นกว่าการโมษณาแบบเดิม

ผู้ส่งออกที่สนใจข้อมูลเพิ่มเติมต่าง ๆ เกี่ยวประเทศเคนยา และประเทศในแอฟริกาตะวันออก ท่านสามารถติดต่อสอบถามได้ที่ E-mail: ของสำนักงานฯ ที่ info@ocanairobi.co.ke

ที่มา: Euro Monitor, ITC



**Call Center 1169**
www.thaitrade.com
www.ditp.go.th

**กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ**
563 ถ.นนทบุรี ต.บางกระสอ อ.เมือง
จ.นนทบุรี 11000

**Office of Commercial Affairs,**
Royal Thai Embassy,
Nairobi, Kenya

Rose Avenue (off Denis Pritt Rd)
P.O. Box 58349 - 00200 Nairobi, Kenya
E-mail: info@ocanairobi.co.ke