

## เกร็ดน่ารู้ในการทำธุรกิจการค้าในแอฟริกาใต้

หากกล่าวถึงประเทศที่มีศักยภาพในด้านการค้าและการลงทุนในภูมิภาคแอฟริกา ผู้ประกอบการส่วนใหญ่จะยกให้แอฟริกาใต้เป็นตัวเลือกอันดับต้นๆ เนื่องจากแอฟริกาใต้เป็นประเทศระบบตลาดเสรีที่มีโครงสร้างทางเศรษฐกิจแข็งแกร่งที่สุดในภูมิภาคแอฟริกาและเศรษฐกิจขยายตัวอย่างต่อเนื่อง อีกทั้งเป็นตลาดขนาดใหญ่ด้วยจำนวนประชากรราว 48 ล้านคน มากเป็นอันดับ 5 ของภูมิภาค ขณะที่ประชากรมีกำลังซื้อสูงด้วยรายได้เฉลี่ยต่อคนต่อปีราว 6,000 ดอลลาร์สหรัฐ มากเป็นอันดับต้นๆ ในภูมิภาคแอฟริกา ทั้งนี้ แอฟริกาใต้เป็นตลาดส่งออกสำคัญอันดับ 1 ของไทยในภูมิภาคแอฟริกา ในปี 2551 ไทยส่งออกไปแอฟริกาใต้มูลค่า 1,690 ล้านดอลลาร์สหรัฐ เพิ่มขึ้นร้อยละ 27.4% จากปี 2550 เป็นที่คาดว่าสินค้าไทยยังมีโอกาสอีกมากในการขยายตลาดแอฟริกาใต้ เนื่องจากสินค้าไทยหลายรายการเป็นที่ต้องการและมีภาพลักษณ์ดีในสายตาผู้บริโภคแอฟริกาใต้ สำหรับเกร็ดน่ารู้ที่ผู้ประกอบการไทยควรทราบเพื่อให้การค้าในธุรกิจการค้าในแอฟริกาใต้เป็นไปอย่างราบรื่นมีดังนี้

- **การออกใบอนุญาตนำเข้า** ใบอนุญาตนำเข้า (Import Permit) ของแอฟริกาใต้มีหลายประเภท แยกตามหมวดของสินค้า ซึ่งในแต่ละหมวดสินค้าสามารถแยกออกเป็นแต่ละประเภทสินค้า โดยมีหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับสินค้านั้นๆ เป็นผู้รับผิดชอบพิจารณาการออกใบอนุญาตให้แก่ผู้นำเข้า ทั้งนี้ การขอใบอนุญาตนำเข้ามีขั้นตอนไม่ยุ่งยาก แต่ผู้ขอใบอนุญาตต้องมีเอกสารครบถ้วนตามที่หน่วยงานที่เกี่ยวข้องของแอฟริกาใต้กำหนด และต้องต่ออายุใบอนุญาตนำเข้าทุก 6 เดือน

- **ขั้นตอนและระเบียบการนำเข้า** แอฟริกาใต้มีขั้นตอนการนำเข้าสินค้าจากต่างประเทศไม่ยุ่งยาก อย่างไรก็ตาม แอฟริกาใต้มีการกำหนดมาตรการเฉพาะในการตรวจสอบคุณภาพสินค้านำเข้าบางประเภท อาทิ สินค้าอาหารทะเลบรรจุกระป๋อง ซึ่งก่อนนำเข้าสินค้านี้จะต้องผ่านการตรวจสอบจากสำนักงานมาตรฐานอุตสาหกรรมแอฟริกาใต้ (South African Bureau of Standards : SABS) และหากสินค้าไม่ได้มาตรฐานตามที่ SABS กำหนดไว้ สินค้านั้นจะถูกส่งกลับ หรือต้องแสดงบนฉลากสินค้าว่าเป็นสินค้าต่ำกว่าระดับมาตรฐาน (Sub-Standard)

- **การนำเข้าและการกระจายสินค้า** การนำเข้าของแอฟริกาใต้ส่วนใหญ่ผ่านบริษัทนายหน้า (Trading Firm) ซึ่งโดยทั่วไปเป็นบริษัทขนาดเล็ก แต่มีเครือข่ายกระจายสินค้าที่มีประสิทธิภาพ ตลอดจนมีคลังสินค้าเพื่อจัดเก็บสินค้าก่อนจำหน่ายต่อไปยังผู้ค้าส่งหรือผู้ค้าปลีก ซึ่งผู้ค้าปลีกส่วนใหญ่มักไม่นำเข้าสินค้าเอง ยกเว้นผู้ค้าปลีกรายใหญ่หรือผู้ค้าปลีกที่มีกิจการครอบคลุมทั่วประเทศ จึงมีการสั่งสินค้าเข้ามาจำหน่ายเอง

- **ระดับการแข่งขัน** ธุรกิจการค้าในแอฟริกาใต้มีการแข่งขันค่อนข้างต่ำ ธุรกิจส่วนใหญ่ผูกขาดโดยกลุ่มการค้าขนาดใหญ่เพียงไม่กี่กลุ่ม และส่วนใหญ่ดำเนินการธุรกิจโดยคนผิวขาว ดังนั้น ผู้ประกอบการไทยที่เพิ่งเริ่มต้นเข้าไปทำตลาดในแอฟริกาใต้อาจจำเป็นต้องสร้างความสัมพันธ์กับธุรกิจการค้าขนาดใหญ่ในแอฟริกาใต้ เพื่อเป็นช่องทางในการเจาะตลาดในช่วงแรกและช่วยให้การติดต่อธุรกิจสะดวกยิ่งขึ้น

- **มาตรการส่งเสริมการขาย** เงื่อนไขด้านราคายังเป็นมาตรการส่งเสริมการขายสินค้าที่สำคัญในแอฟริกาใต้ โดยเฉพาะสินค้าประเภทอาหาร และสินค้าอุปโภคบริโภค เนื่องจากประชากรส่วนใหญ่เป็นคนผิวดำ ซึ่งมีรายได้เฉลี่ยค่อนข้างต่ำเมื่อเทียบกับคนผิวขาว อย่างไรก็ตาม ในส่วนของผู้บริโภคที่มีกำลังซื้อสูงมักคำนึงถึงคุณภาพสินค้าเป็นหลัก ขณะเดียวกันค่อนข้างให้ความสำคัญกับสินค้าที่เป็นธรรมชาติกับผู้บริโภคและผลิตตามกรรมวิธีที่ถูกสุขอนามัย โดยจะเลือกซื้อสินค้าตามคำแนะนำและสินค้าที่ได้รับการรับรองคุณภาพจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ทั้งนี้ พฤติกรรมการบริโภคของชาวแอฟริกาใต้กลุ่มนี้มักได้รับอิทธิพลจากประเทศในยุโรปและอเมริกา ดังนั้น รสนิยมการเลือกซื้อสินค้าจึงใกล้เคียงกับประเทศพัฒนาทั้งสองกลุ่มดังกล่าว

ส่วนวิจัยธุรกิจ 2 ฝ่ายวิจัยธุรกิจ

สิงหาคม 2552