ตะวันออกกลาง...Oasis ใหม่ของสนามการค้าที่แห้งเหือด

โดย ดร.รักษ์ วรกิจโภคาทร

กรรมการผู้จัดการ ธนาคารเพื่อการส่งออกและนำเข้าแห่งประเทศไทย

เมื่อเอ่ยถึงตะวันออกกลาง เรามักจะนึกถึงทะเลทรายแห้งแล้ง แต่ในมุมมองของภาคธุรกิจ ณ เวลานี้ **ตะวันออกกลางกลับเปรียบเสมือน Oasis ใหม่ของตลาดการค้าโลกที่ซบเซา** เพราะไม่เพียงเศรษฐกิจที่ยังไปต่อได้ท่ามกลางเศรษฐกิจโลกที่ยังมีความไม่แน่นอนสูง โดย IMF คาดว่าเศรษฐกิจของตะวันออกกลาง โดยเฉพาะกลุ่มประเทศความร่วมมืออ่าวอาหรับ (GCC) ในช่วง 5 ปีข้างหน้า (ปี 2567-2571) จะขยายตัวเฉลี่ย 3.4% ต่อปี ซึ่งสูงกว่าโลกที่ 3.1% แต่ยังเป็นภูมิภาคที่มีกำลังซื้อสูงมากและมีความต้องการนำเข้าสินค้าอยู่มาก จากข้อจำกัดของการผลิตในประเทศ ทั้งนี้ การทำตลาดดังกล่าวนอกจากผู้ส่งออกต้องศึกษากฎระเบียบและปรับสินค้าให้เป็นไปตามมาตรฐาน Halal เนื่องจากประชากรส่วนใหญ่ในภูมิภาคนี้นับถือศาสนาอิสลาม เช่น เนื้อสัตว์ที่ส่งออกต้องมีใบรับรองการแปรรูปที่ถูกวิธีตามหลักศาสนาอิสลาม และเครื่องสำอางต้องมีใบรับรองคุณภาพผลิตภัณฑ์ฮาลาล ซึ่งครอบคลุมตั้งแต่การผลิต การจัดเก็บ และการขนส่ง แล้ว วันนี้ผมขอแชร์เทรนด์ที่น่าสนใจของผู้บริโภคในตลาดอาหรับ โดยเจาะไปที่ซาอุดีอาระเบียและสหรัฐอาหรับเอมิเรตส์ (UAE) ซึ่งมีเศรษฐกิจขนาดใหญ่ 2 อันดับแรกของโลกอาหรับ เพื่อให้ผู้ประกอบการที่กำลังบุกตลาดนี้ได้ใช้เป็นข้อมูลในการวางแผนการตลาดและพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้โดนใจผู้บริโภคกันครับ

- **ตัวตึงสายช้อปออนไลน์ :** ซาอุดีอาระเบียและ UAE มีสัดส่วนประชากรเข้าถึงอินเทอร์เน็ตสูงสุดเป็นลำดับ 3 และ 4 ของโลกด้วยสัดส่วนราว 99% โดย UAE มีสัดส่วนผู้ที่ซื้อสินค้าออนไลน์ทุกสัปดาห์มากถึง 62% สูงเป็นอันดับ 7 ของโลก การเข้าไปทำตลาดนี้จึงควรใช้ช่องทางออนไลน์ควบคู่ไปด้วยเสมอ **โดยเฉพาะสินค้าในกลุ่มเสื้อผ้า ผลิตภัณฑ์อิเล็กทรอนิกส์ และของเล่น ซึ่งเป็นกลุ่มสินค้า 3 อันดับแรกที่ผู้บริโภคทั้ง 2 ตลาดนิยมซื้อทางออนไลน์** นอกจากนี้ หากผู้ประกอบการเพิ่มวิธีการใหม่ๆ ในการสนับสนุนการซื้อสินค้าทางออนไลน์จะช่วยให้สินค้าได้รับความสนใจมากขึ้น อาทิ เทคโนโลยี Augmented Reality (AR) ที่ผสานภาพเสมือนของสินค้าเข้ากับภาพจริง ซึ่งช่วยให้ผู้บริโภคมองเห็นสินค้าบนร่างกายได้ในทันทีเสมือนได้ทดลองสินค้าจริง ซึ่ง Deloitte พบว่าการที่ผู้บริโภคในซาอุดีอาระเบียสามารถลองสินค้าผ่าน AR จะทำให้ผู้บริโภคพิจารณาซื้อสินค้ามากขึ้น 34%
- **ตัวเต็งสายกรีน :** ภูมิภาคตะวันออกกลางมีบทบาทโดดเด่นในการปรับตัวให้เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม เพราะ**ภาครัฐจริงจังในการดำเนินนโยบายเปลี่ยนทะเลทรายให้เป็นสีเขียว** อาทิ โครงการปลูกต้นไม้ 10,000 ล้านต้นทั่วซาอุดีอาระเบีย เพื่อลดปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจก ประกอบกับ**ผู้ประกอบการในภูมิภาคนี้ให้ความสำคัญกับการดูแลสิ่งแวดล้อมมากขึ้น** อาทิ Emirates Airline ที่มุ่งพัฒนาการใช้เชื้อเพลิงการบินที่ยั่งยืน (Sustainable Aviation Fuel : SAF) และประสบความสำเร็จในการทดสอบการบินโดยใช้ SAF 100% ไปเมื่อต้นปี 2566 **ตลอดจนผู้บริโภคในตลาดนี้ก็ใส่ใจสิ่งแวดล้อมเช่นกัน** ซึ่ง PwC รายงานว่ากว่า 82% ของผู้บริโภคใน UAE ยอมจ่ายแพงขึ้นเพื่อซื้อสินค้าที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ขณะที่สัดส่วนผู้บริโภคในซาอุดีอาระเบียอยู่ที่ 74% ทั้งนี้ การมุ่งสู่สายกรีนในทุกระดับของตลาดนี้ล้วนเป็นโอกาสสำหรับผู้ประกอบการไทยที่ดำเนินธุรกิจเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม เช่น ต้นไม้ เครื่องสำอางและอาหารที่ไม่มีส่วนประกอบของพืชที่มาจากการรุกล้ำป่า รวมถึงบรรจุภัณฑ์รีไซเคิล

สำหรับผู้ประกอบการที่ยังกังวลที่จะเริ่มต้นกับ Oasis แห่งใหม่ของสนามการค้าโลก EXIM BANK พร้อมสนับสนุนผู้ประกอบการทุกท่านครับ เพียงขอให้เชื่อมั่นว่าคุณทำได้ ดังคำกล่าวของ Matshona Dhliwayo นักปราชญ์และนักเขียนชาวแคนาดาที่ว่า “If a flower can flourish in the desert, you can flourish anywhere.” ถ้าดอกไม้ยังเติบโตในทะเลทรายได้ คุณก็เติบโตได้ไม่ว่าจะอยู่ที่ใดหรือสถานการณ์ใด

Disclaimer : คอลัมน์นี้เป็นข้อคิดเห็นส่วนบุคคล จึงไม่จำเป็นต้องสอดคล้องกับความคิดเห็นของ ธสน.