

ข่าวเด่นประจำสัปดาห์ จากเคนยา

18-24 February, 2018

รวบรวมโดย สำนักงานส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ ณ กรุงไนโรบี

Business news

Headlines: Ethiopia leads the region in attracting investors

Source: The East African, 18- 24 February, 2018

ตามผลการสำรวจล่าสุดของ Rand Merchant Bank (RMB) ของ South Africa เอธิโอเปียเป็นประเทศปลายทางการลงทุนที่น่าสนใจที่สุดในแอฟริกาตะวันออกในปี

เคนยา แทนซาเนียและรวันดา ตามมาเป็นอันดับที่สอง สามและสี่ตามลำดับ เคนยาตกจากอันดับแรกในการเป็นเศรษฐกิจชั้นนำของภูมิภาคให้กับเอธิโอเปีย โดยการสำรวจระบุว่าเป็นผลมาจากการทุจริตที่ฝังแน่น การแบ่งแยกเชื้อชาติ ความไม่แน่นอนทางการเมืองและการเพิ่มขึ้นของหนี้สิน

ตามรายงานการลงทุนในแอฟริกาในปี 2561 อียิปต์เป็นจุดหมายปลายทางการลงทุนชั้นนำในแอฟริกาตามด้วยแอฟริกาใต้และโมร็อกโก โดยเอธิโอเปียอยู่ในอันดับที่สี่ ตามมาด้วยเคนยา แทนซาเนีย และรวันดาตามลำดับ

การสำรวจยังระบุอีกว่ายูกันดากำลังเข้าใกล้อันดับหนึ่งในสิบ เนื่องจากแนวโน้มการลงทุนของแอฟริกาตะวันออกยังคงเติบโตต่อไป แต่ยังมีคามกลัวว่าเศรษฐกิจของแอฟริกาจะประสบปัญหาหากยังคงพึ่งพาการเกษตรและทรัพยากรธรรมชาติต่อไป

แอฟริกาตะวันออกยังคงเป็นภูมิภาคย่อยที่เติบโตเร็วที่สุดในแอฟริกาโดยมีอัตราการเติบโตโดยประมาณที่ 5.6% ในปี 2017 เพิ่มขึ้นจากร้อยละ 4.9 ในปี 2016 การเติบโตคาดว่าจะยังคงอยู่ที่ 5.9% ในปี 2018 และร้อยละ 6.1 ในปี 2019

อย่างไรก็ตาม เป็นที่ถกเถียงกันว่า การขาดความยากจนในแอฟริกาและการสร้างการจ้างงานสำหรับคนหนุ่มสาว 12 ล้านคน ที่เข้าร่วมกับแรงงานเพิ่มขึ้นในทุกปี ดังนั้น ต้องทำให้ทั้งทวีปเป็นแหล่งพัฒนาอุตสาหกรรม

ทั้งนี้ อุปสรรคต่อการพัฒนาอุตสาหกรรมของแอฟริกา ได้แก่ โครงสร้างพื้นฐานที่ไม่เพียงพอในด้านพลังงาน น้ำและการขนส่ง ซึ่งเป็นสิ่งที่จะช่วยให้บริษัทต่างๆ สามารถเติบโตในอุตสาหกรรมที่มีข้อได้เปรียบเชิงเปรียบเทียบได้ดี

ธนาคารเพื่อการพัฒนาแห่งแอฟริกา (African Development Bank) ประเมินการว่าในการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานของทวีปต้องใช้งบประมาณกว่า 130,000 ล้านดอลลาร์ต่อปี โดยต้องการความช่วยเหลือทางการเงินในช่วงตั้งแต่ 68,000 ล้านดอลลาร์ถึง 108,000 ล้านดอลลาร์

อย่างไรก็ตาม ด้วยการดึงดูดการลงทุนจากต่างประเทศ แม้แต่ประเทศในแอฟริกาที่ยากจนที่สุดก็สามารถที่จะปรับปรุงการค้า โลจิสติกส์ เพิ่มความรู้และทักษะของผู้ประกอบการในท้องถิ่น สร้างความเชื่อมั่นจากผู้ซื้อต่างประเทศ และค่อยๆ สร้างความสามารถในการแข่งขันของบริษัทในท้องถิ่น

กลยุทธ์นี้กำลังประสบความสำเร็จอย่างมากในเอธิโอเปีย รวันดา บังคลาเทศ กัมพูชา มอริเชียสและเวียดนาม