

ข้อมูลด้านการตลาดสินค้าข้าว ในเขตแคนาดาตะวันตก

ความนิยม

ประเทศแคนาดามีการผลิตข้าว Wild Rice ซึ่งมีราคาแพง มีไฟเบอร์สูง แต่ไม่มีการผลิตข้าวหอมมะลิ หรือข้าวขาวอื่นแต่อย่างใด ดังนั้น จึงจำเป็นต้องพึ่งพาการนำเข้าข้าวจากต่างประเทศ โดยประเทศผู้ส่งออกที่นำคัญที่แคนาดานำเข้า ตามส่วนแบ่งการนำเข้า (สถิติ ม.ค. – เม.ย. 53) ได้แก่ สหรัฐฯ/ ไทย/ อินเดีย/ ปากีสถาน/ อิตาลี/ เวียดนาม และออสเตรเลีย

ทั้งนี้ แคนาดานำเข้าข้าว จากทั่วโลก (ม.ค. – เม.ย. 53) มูลค่า 108.827 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ (ขยายตัว 17.70%) โดยเป็นการนำเข้าจากไทย มูลค่า 32.975 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ (ขยายตัว 82.60%) คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 30.30 ของการนำเข้าทั้งหมด

จากรายงาน Food Statistics ของหน่วยงานรัฐฯ Statistic Canada ระบุว่าในปี 2552 นั้น **ชาวแคนาดา (Average Canadian) บริโภคข้าวประมาณ 7.1 กก. ต่อคน ต่อปี (+1.3%)** กลุ่มผู้บริโภคข้าวหลักในแคนาดา ได้แก่กลุ่มผู้บริโภคชาวเอเชีย และชาวตะวันตก(ประเทศแคนาดามีประชากร ประมาณ 33 ล้านคน)

สินค้าข้าวในแคนาดานั้น แบ่งได้ตามประเภทของข้าว ดังนี้

- Long Grain White Rice (USA)
- Long Grain White Rice (Thailand)
- Long Grain Brown Rice (USA)
- Medium Grain Brown Rice (USA)
- Short Grain Brown Rice (USA)
- Jasmine Rice (Thailand)
- Jasmine Rice (Vietnam)
- Jasmine Sweet Rice (Thailand)
- Brown Jasmine Rice
- Basmati Rice
- Sushi, Calrose and Pearl Rice
- Sweet Rice (Thailand/ USA/China)
- Brown Sweet Rice (Thailand)
- Black Sweet Rice
- White Parboiled Rice
- Arborio and Risotto Rice
- Wild Rice
- Red Rice
- Rice Blends (ข้าวผสม)

ข้อมูลด้าน Logistics

แคนาดามีเส้นทางการขนส่งสินค้าข้าวทั้งทางบก (ภายในทวีปอเมริกาเหนือ) และเรือ (จากประเทศแถบเอเชียและยุโรป)

ลักษณะการขายสินค้า/ การทำการตลาดและบรรจุภัณฑ์

1. ผ่านผู้นำเข้าชาวเอเชีย: ผู้นำเข้าข้าวในในแคนาดาตะวันตก ส่วนใหญ่เป็นผู้นำเข้าชาวเอเชีย ซึ่งเป็นผู้ประกอบการที่ดำเนินธุรกิจมาเป็นเวลานาน จึงมีเครือข่ายทางธุรกิจไปยังร้านค้าทั้งระดับส่งและปลีกชาวเอเชีย ตามภาคต่างๆ ของแคนาดาตะวันตก

2. ผ่านเครือข่าย Chained Stores/ Supermarket: ผู้ประกอบการประเภท Supermarket นั้น ผู้ประกอบการนิยมนำเข้าข้าวในลักษณะ House Brand โดยเป็นข้าวที่ผลิตและบรรจุในต่างประเทศทั้งสิ้น (ในปัจจุบัน ข้าวไทยประเภท House Brand ที่ได้รับความนิยมมากที่สุด คือข้าวตราไก่ ซึ่งนำเข้าโดยบริษัท Superstore (เครือเดียวกับบริษัท Lobslaw ในแคนาดาตะวันออก) ซึ่งมีราคาถูกและรสชาติดี อย่างไรก็ตาม ผู้นำเข้ารายอื่น เห็นว่าข้าวดังกล่าวเป็นข้าวผสมข้าวหัก ซึ่งผู้บริโภคส่วนใหญ่ไม่สามารถแยกแยะความแตกต่างได้ ประกอบกับบริษัท Lobslaw เป็นผู้ประกอบการรายใหญ่มากในแคนาดา มี Supermarket ขนาดใหญ่ จำนวนมาก จึงสามารถจำหน่ายข้าวดังกล่าวได้ในราคาที่ต่ำมาก เมื่อเทียบกับผู้นำเข้ารายอื่น)

ตัวอย่างบรรจุภัณฑ์
ข้าวในแคนาดาตะวันตก





แนวทาง/กิจกรรมส่งเสริมการตลาด

เนื่องจากการบริโภคข้าวนั้น เป็นวัฒนธรรมของชาวเอเชียแต่เดิม โดยยังเป็นที่ยึดมั่นในกลุ่มผู้บริโภคชาวแคนาดา การประชาสัมพันธ์จึงควรมุ่งเน้นการเจาะกลุ่มผู้บริโภคชาวแคนาดา (ที่ไม่ใช่ชาวเอเชีย) โดยการจัดประชาสัมพันธ์ ทดลองชิม ควบคู่ไปกับอาหารไทยอื่น โดยเน้นถึงการหุงข้าวที่ถูกต้อง

ภาพรวมโอกาสของข้าวไทย ในแคนาดาตะวันตก

- ประเทศแคนาดามีชาวเอเชียที่โอนสัญชาติเข้ามาอาศัยในประเทศแคนาดาเพิ่มขึ้นทุกปี ส่งผลให้การบริโภคข้าวเป็นที่ยึดมั่นอย่างแพร่หลายในแคนาดามากยิ่งขึ้น
- คนแคนาดาค่อนข้างชอบอาหารไทยพอสมควร รวมทั้งภัตตาคารและร้านอาหารไทยได้รับความนิยมดีในแคนาดา
- ผู้นำข้าวไทย โดยมากมักมีการวางแผนการตลาดเชิงรุก และมีการประชาสัมพันธ์ข้าวไทยในแคนาดาอย่างต่อเนื่อง สม่ำเสมอ และพยายามเข้าถึงกลุ่มผู้บริโภค ทุกระดับรายได้ โดยใช้กลยุทธ์สร้างแบรนด์นามหลากหลายแตกต่างกัน
- ผู้นำข้าวไทยส่วนใหญ่ เป็นผู้ประกอบการเก่าแก่และมีความคุ้นเคยดี กับผู้ส่งออกไทยในลักษณะพันธมิตรทางการค้า
- ภูมิอากาศของประเทศแคนาดาไม่เหมาะสมกับการเพาะปลูกข้าว จึงต้องนำเข้าข้าวจากต่างประเทศ
- ไม่มีภารกิจกันทั้งภาษี หรือ NTB เนื่องจากเป็นสินค้าที่ประเทศแคนาดาไม่สามารถผลิตได้ภายในประเทศ

ปัญหาและอุปสรรค

- การแข่งขันจากประเทศคู่แข่ง: จากสถิติการค้าล่าสุด ระหว่าง มค-เม.ย. 2553 (ณ มิ.ย. 2553) นั้น แคนาดานำเข้าข้าวจากประเทศเม็กซิโกขยายตัวมากถึงร้อยละ 12,250.99 และจากเวียดนามขยายตัวมากถึงร้อยละ 186.74 ในขณะที่นำเข้าจากไทยขยายตัวเพียงร้อยละ 82.60
- การที่ผู้บริโภคชาวเอเชียนิยมอาศัยในบริเวณเขตเมืองสำคัญๆ ของประเทศ ส่งผลให้การประชาสัมพันธ์ข้าวเป็นไปได้ช้า เนื่องจากชาวแคนาดา (ชาว Caucasian) ในเมืองรอบนอกไม่มีโอกาสเรียนรู้วัฒนธรรมการบริโภคข้าวอย่างถูกต้องได้
- ผู้บริโภคชาวแคนาดาส่วนใหญ่ โดยเฉพาะที่เป็นชาว Caucasian ยังไม่คุ้นเคยกับการบริโภคข้าวมากนัก
- สหรัฐมีการวิจัยด้านพันธุ์ข้าวอย่างต่อเนื่อง (อาทิ ข้าว Jazzmen) ซึ่งมีการพัฒนาคุณภาพและเป็นที่ยอมรับจากผู้บริโภคมากขึ้นเรื่อยๆ
- การแย่งส่วนแบ่งการตลาดจากผู้ผลิตรายใหญ่: ปัจจุบันสหรัฐฯ เป็นคู่ค้าที่สำคัญที่สุด ทั้งด้านส่งออกและนำเข้า ทำให้การที่สหรัฐฯ มุ่งเน้นการผลิตข้าวเพื่อส่งออก มีผลเป็นทวีคูณ ด้านการแย่งส่วนแบ่งตลาดนำเข้าข้าวไทย (ปัจจุบันแคนาดานำเข้าข้าวจากสหรัฐฯ เป็นอันดับหนึ่ง และไทยเป็นอันดับสอง)

