


สถานการณ์การค้าข้าวในแคนาดา

สิงหาคม 2553

สินค้า	ขนาดของตลาดแคนาดา		ช่องทาง การจำหน่าย	พฤติกรรม ผู้บริโภค	การค้าในประเทศ ราคาขายส่ง/ปลีก	คู่แข่ง	มาตรการการค้า ด้านภาษี/NTB
	การผลิต/การบริโภค	การนำเข้า/ส่งออก					
<p>ข้าว (HS1006) (ตามลำดับสถิตินำเข้าจากไทย ม.ค. – มิ.ย. 2553)</p> <p>1) ข้าวที่สีบ้างแล้ว หรือสีทั้งหมด จะขัดหรือไม่ก็ตาม (HS 100630): 41.97 ล้านเหรียญสหรัฐฯ (+33.84%)</p> <p>2) ปลายข้าว (HS 100640): 0.494 ล้านเหรียญสหรัฐฯ (+58.12%)</p> <p>3) ข้าวกล้อง (HS 100620): 0.264 ล้านเหรียญสหรัฐฯ (+67.46%)</p> <p>4) ข้าวเปลือก (HS 100610): แคนาดา ไม่มีการนำเข้าจากไทย</p>	<p>- จากรายงาน Food Statistics ของหน่วยงานรัฐฯ Statistic Canada ระบุว่าในปี 2552 นั้น ชาวแคนาดา (Average Canadian) บริโภคข้าวประมาณ 7.1 กก. ต่อปี (+1.3%)</p> <p>- กลุ่มผู้บริโภคข้าวเป็นหลักในแคนาดา ได้แก่กลุ่มผู้บริโภคชาวเอเชีย และชาวตะวันตก (ประเทศแคนาดามีประชากร ประมาณ 33 ล้านคน)</p> <p>- ประเทศแคนาดามีการผลิตข้าว Wild Rice มีราคาแพง มีไฟเบอร์สูง ทั้งนี้แคนาดาไม่มีการผลิตข้าวหอมมะลิหรือข้าวขาวอื่นแต่อย่างใด</p>	<p>นำเข้า (HS 1006) -จากทั่วโลก: เดือน ม.ค.-มิ.ย. 2553 มูลค่า 151.419 ล้านเหรียญสหรัฐฯ (+5.62%)</p> <p>-จากไทย: เดือน ม.ค.-มิ.ย. 2553 มูลค่า 42.790 ล้านเหรียญสหรัฐฯ (+34.34%)</p> <p>ส่งออก (HS 1006) -ไปยังทั่วโลก: เดือน ม.ค.-มิ.ย. 2553 มูลค่า 2.348 ล้านเหรียญสหรัฐฯ (-57.17%)</p> <p>-ไปยังไทย: เดือน ม.ค.-มิ.ย. 2553 มูลค่า 0.024 ล้านเหรียญสหรัฐฯ (+/- 0%)</p>	<p>-ผ่านผู้นำเข้า และค้าส่งไปยัง Chain Store หรือร้านค้าปลีก เพื่อจำหน่ายต่อไปยังผู้บริโภค</p> <p>-ผ่านผู้นำเข้าสินค้า Asian Grocery ที่มีห้างร้าน และเครือข่าย และมีห้างร้านเป็นของตัวเอง</p>	<p>กลุ่มผู้บริโภคข้าวเป็นหลักในแคนาดา ได้แก่กลุ่มผู้บริโภคชาวเอเชีย และชาวตะวันตกในเมืองสำคัญๆ ของประเทศ โดยกลุ่มผู้บริโภคข้าวที่ใหญ่ที่สุดในแคนาดา คือ จีน รองลงมาได้แก่ผู้บริโภคจากกลุ่มประเทศเอเชียได้ ทั้งนี้ ประเทศแคนาดามีชาวเอเชียที่โอนสัญชาติเข้ามาอาศัยในประเทศแคนาดามากขึ้นทุกปี ส่งผลให้การบริโภคข้าวเป็นที่รู้จักกันอย่างแพร่หลายในแคนาดามากยิ่งขึ้น อย่างไรก็ตาม การที่ผู้บริโภคชาวเอเชียนิยมอาศัยในบริเวณเขตเมืองสำคัญๆ ของประเทศ ส่งผลให้การประชาสัมพันธ์ข้าวเป็นไปได้ช้า เนื่องจากชาวแคนาดา (ชาว Caucasian) ในเมืองรอบนอกไม่มีโอกาสเรียนรู้วัฒนธรรมการบริโภคข้าวอย่างถูกต้องได้</p>	<p>สรุปราคาข้าว ณ ส.ค. 2553 ในนคร แวนคูเวอร์</p> <p>- ข้าว Indian Basmati: ขนาดถุง 10 lb – ราคา ประมาณ 8.95-9.95 เหรียญแคนาดา</p> <p>-ข้าวหอมมะลิไทย: ขนาดถุง 40 lb – ราคาประมาณ 30.95 เหรียญแคนาดา/ ขนาดถุง 8 กก. ราคา 13.95 เหรียญแคนาดา</p> <p>-ข้าว Long Grain (White) ไทย: ขนาดถุง 40 lb – ราคา ประมาณ 18.95 เหรียญแคนาดา</p> <p>-ข้าว Long Grain (White) เวียดนาม: ขนาดถุง 40 lb – ราคาประมาณ 17.95 เหรียญแคนาดา</p>	 <p>ตามสถิติการนำเข้า ม.ค.-มิ.ย. 2553 (% จากสัดส่วนนำเข้าทั้งหมด)</p> <p>สหรัฐฯ (52.01%) ไทย (28.22%) อินเดีย (13.76%) ปากีสถาน (3.35%) อิตาลี (0.95%) เวียดนาม (0.40%) ออสเตรเลีย (0.28%)</p>	<p>- ในภาพรวมนั้นไม่มีการกีดกันทั้งภาษีหรือ NTB เนื่องจากเป็นสินค้าที่ประเทศแคนาดาไม่สามารถผลิตได้ภายในประเทศ</p> <p>- Consumer Packaging and Labeling Act: กฎระเบียบเกี่ยวกับข้อกำหนดด้านบรรจุภัณฑ์ และป้ายสินค้า ตลอดจนภาษา และเครื่องหมายการค้าต่างๆ ที่ใช้ ผู้สนใจสามารถตรวจสอบข้อมูลเพิ่มเติมเกี่ยวกับกฎระเบียบดังกล่าว ได้ที่ http://laws.justice.gc.ca/en/showdoc/cs/C-38///en?page=1</p> <p>- Canadian Food and Drug Act/Regulation: กฎระเบียบเกี่ยวกับสินค้าอาหารและยา ซึ่งมีจุดประสงค์หลักในการคุ้มครองผู้บริโภคชาวแคนาดา ทั้งนี้ กฎระเบียบดังกล่าว มีการระบุค่าของสารเคมี/ สารปรุงแต่ง/ สี/ และสารกันเสียประเภทต่างๆ สำหรับสินค้านำเข้าไว้อย่างละเอียด โดยหน่วยงาน Health Canada และ CFIA จะทำการปรับค่ากำหนดของสารต่างๆ เป็นระยะๆ ผู้สนใจสามารถตรวจสอบข้อมูลเพิ่มเติมเกี่ยวกับกฎระเบียบดังกล่าว ได้ที่ http://laws.justice.gc.ca/en/F-27 http://laws.justice.gc.ca/en/F-27/C.R.C.-c.870</p>

แหล่งข้อมูลสถิติ: หน่วยงานรัฐฯ Statistic Canada

สำนักงานส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ ณ นครแวนคูเวอร์/ สิงหาคม 2553

SWOT

1. จุดแข็ง (Strength)

- ข้าวหอมมะลิเป็นข้าวที่มี คุณสมบัติเฉพาะตัวมีกลิ่นหอม คุณภาพดี
- ข้าวหอมมะลิมีภาพลักษณ์ที่ดีเป็นที่รู้จักในกลุ่มผู้บริโภคแคนาดาที่รับประทานข้าวเป็นอาหารหลัก โดยเฉพาะชาวเอเชีย
- ข้าวหอมมะลิไทยแพร่หลายในแคนาดาเป็นเวลานาน
- ประเทศไทยมีชื่อเสียง เป็นที่ยอมรับว่าเป็นทั้งผู้ผลิต และบริโภคข้าวเป็นหลัก
- ประเภทข้าวที่เป็นที่นิยมในหมู่ผู้บริโภคแคนาดานั้น ข้าวไทยถือว่าเป็นข้าวที่มีราคา ค่อนข้างต่ำ เมื่อเทียบกับ ข้าวญี่ปุ่น ข้าวบาสมาดิ ข้าวเกาหลี หรือข้าว Risotto

2. จุดอ่อน (Weakness)

- การบรรจุและรูปแบบผลิตภัณฑ์ที่เน้นประโยชน์ใช้สอยซึ่งเน้นผู้บริโภคกลุ่ม เดิมมากกว่ารูปแบบที่ทันสมัยและแปลกตา
- ราคาข้าว โดยเฉลี่ยของไทยสูงกว่าราคาข้าวจากสหรัฐอเมริกา
- ลูกค้านุ่มใหม่ไม่สามารถเข้าถึงผลิตภัณฑ์เนื่องจากไม่ทราบวิธีหุง (แม้กระทั่ง การหุงจากหม้อหุงข้าวไฟฟ้า) และที่บรรจุภัณฑ์ส่วนใหญ่ก็ไม่มีแสดงวิธีการ หุงและบริโภคกำกับไว้ อย่างเช่นบรรจุภัณฑ์ของสินค้าข้าวจากสหรัฐอเมริกา
- การโฆษณาประชาสัมพันธ์ข้าวหอมมะลิไทยในตลาดแคนาดายังมีไม่มากและ ไม่ต่อเนื่องเท่าที่ควร

3. โอกาส (Opportunity)

- ประเทศแคนาดามีชาวเอเชียที่โอนสัญชาติเข้ามาอาศัยในประเทศแคนาดาเพิ่มขึ้นทุกปี ส่งผลให้การบริโภคข้าวเป็นที่รู้จักกันอย่างแพร่หลายในแคนาดามากยิ่งขึ้น
- คนแคนาดาคุ้นเคยกับอาหารไทยพอสมควร รวมทั้งภัตตาคารและร้านอาหารไทย ได้รับความนิยมนิยมในแคนาดา
- ผู้นำเข้าข้าวไทย โดยมากมักมีการวางแผนการตลาดเชิงรุก และมีการประชาสัมพันธ์ ข้าวไทยในแคนาดาอย่างต่อเนื่อง สม่ำเสมอ และพยายามเข้าถึงกลุ่มผู้บริโภค ทุก ระดับรายได้ โดยใช้กลยุทธ์สร้างแบรนด์เนมหลากหลายแตกต่างกัน
- ผู้นำเข้าข้าวไทยส่วนใหญ่ เป็นผู้ประกอบการเก่าแก่และมีความคุ้นเคยดี กับผู้ส่งออก ไทยในลักษณะพันธมิตรทางการค้า
- ภูมิอากาศของประเทศแคนาดาไม่เหมาะสมกับการเพาะปลูกข้าว จึงต้องนำเข้าข้าวจาก ต่างประเทศ
- ไม่มีการกีดกันทั้งภาษี หรือ NTB เนื่องจากเป็นสินค้าที่ประเทศแคนาดาไม่สามารถ ผลิตได้ภายในประเทศ
- ท่าเรือ Port of Vancouver เป็นท่าเรือ ที่มีความสำคัญที่สุดแห่งหนึ่งในทวีป อเมริกาเหนือ เนื่องจากเป็นท่าเรือน้ำลึกขนาดใหญ่ มีกำลัง Storage Capacity มหาศาล และเชื่อมต่อกับทางรถไฟสายหลัก ตลอดจนถึงเส้นทางรถไฟเชื่อมระหว่าง ทวีป (Intercontinental Railway) ทั้ง 3 สาย ทั้งนี้ Port Of Vancouver ยังเป็นจุดที่ เชื่อมเอเชียแปซิฟิก กับทวีปอเมริกาเหนือที่ใกล้ที่สุด โดยการขนส่งทางทะเลนั้น ใช้เวลาเพียง 24 วัน (เร็วกว่าขนส่ง เอเชียแปซิฟิก-อเมริกา ถึง 2-3 วัน) ท่าเรือ น้ำ ลึกอื่นๆ ในประเทศได้แก่ Port of Alberni, Port of Prince Rupert และ Crofton

4. ภัยคุกคาม (Threat)

- จากสถิติการค้าล่าสุด ระหว่าง มค-มิ.ย. 2553 (ณ ส.ค. 2553) นั้น แคนาดา นำเข้าข้าวจากประเทศเม็กซิโกขยายตัวมากถึงร้อยละ 11,628.01 และจากฟิลิปปินส์ขยายตัวมากถึงร้อยละ 10,901.22 ในขณะที่นำเข้าจากไทยขยายตัว เพียงร้อยละ 34.24
- การที่ผู้บริโภคชาวเอเชียนิยมอาศัยในบริเวณเขตเมืองสำคัญๆ ของประเทศ ส่งผลให้การประชาสัมพันธ์ข้าวเป็นไปได้ช้า เนื่องจากชาวแคนาดา (ชาว Caucasian) ในเมืองรอบนอกไม่มีโอกาสเรียนรู้วัฒนธรรมการบริโภคข้าว อย่างถูกต้องได้
- ผู้บริโภคชาวแคนาดาส่วนใหญ่ โดยเฉพาะที่เป็นชาว Caucasian ยังไม่คุ้นเคย กับการบริโภคข้าวมากนัก
- สหรัฐมีการวิจัยด้านพันธุ์ข้าวอย่างต่อเนื่อง (อาทิ ข้าว Jazzmen) ซึ่งมีการ พัฒนาคุณภาพและเป็นที่ยอมรับจากผู้บริโภคมากขึ้นเรื่อยๆ
- ปัจจุบันสหรัฐฯ เป็นคู่ค้าที่สำคัญที่สุด ทั้งด้านส่งออกและนำเข้า ทำให้การที่ สหรัฐฯ มุ่งเน้นการผลิตข้าวเพื่อส่งออก มีผลเป็นทวีคูณ ด้านการแย่งส่วนแบ่ง ตลาดนำเข้าข้าวไทย (ปัจจุบันแคนาดานำเข้าข้าวจากสหรัฐฯ เป็นอันดับหนึ่ง และไทยเป็นอันดับสอง)
- จากผลกระทบเศรษฐกิจโลก และวิกฤติเศรษฐกิจในสหรัฐฯ ประชาชน แคนาดาจึงมีระดับ Consumer Spending ลดลง โดยลดการจับจ่ายซื้อ อาหารราคาแพงและลดระดับการทานอาหารนอกบ้าน

เกณฑ์การวิเคราะห์สถิติการค้ารายเดือนในสินค้า 10 หมวดของสศร. แวนคูเวอร์

เนื่องด้วยสินค้าในแต่ละ 10 หมวดสำคัญสามารถตีความได้กว้าง ครอบคลุมได้หลายพิกัดสินค้า (ตาม Harmonized System Code) ดังนั้น เพื่อความชัดเจน เทียบตรงของการรายงานข้อมูล สศร. มีเกณฑ์การคัดเลือกพิกัดสินค้าเพื่อการวิเคราะห์ สถานการณ์รายหมวดสินค้าสำคัญ ดังนี้

1. พิกัดสินค้านี้ดังกล่าว ประเทศแคนาดามีการนำเข้าจากไทยในปัจจุบันจริง
2. พิกัดสินค้านี้ดังกล่าว มีมูลค่านำเข้าสูง ในหมวดสินค้านั้นๆ เพื่อสามารถแสดงถึงภาพรวมภาวะการค้าระหว่างไทย-แคนาดาได้อย่างเที่ยงตรงมากขึ้น

ในกรณีสินค้าข้าว สศร. พิจารณาใช้พิกัดสินค้า 1006