

ตลาดสินค้าข้าวในสาธารณรัฐเช็ก

1. ภาพรวมตลาด

ในตลาดสาธารณรัฐเช็กปริมาณความต้องการสินค้าข้าวมีแนวโน้มเพิ่มมากขึ้นอย่างต่อเนื่อง กลุ่มผู้บริโภคหลัก คือ ภาคครัวเรือน โดยซื้อสินค้าผ่านช่องทางร้านค้าปลีกค้าส่ง ทั้งซูเปอร์มาเก็ตและไฮเปอร์มาเก็ต การนำเข้าข้าวของผู้นำเข้ารายใหญ่ในสาธารณรัฐเช็ก ประมาณร้อยละ 60 จัดจำหน่ายในเครือข่ายร้านค้าปลีก สำหรับกลุ่มผู้บริโภคหลักอีกกลุ่มหนึ่งประมาณร้อยละ 40 ได้แก่ กลุ่มธุรกิจ HORECA (โรงแรม ร้านอาหาร สถานศึกษา โรงพยาบาล กลุ่มธุรกิจบริการจัดเลี้ยง) อย่างไรก็ตาม ในช่วงสถานการณ์การแพร่ระบาดของไวรัส Covid-19 ตลอดช่วงปี 2563 จนถึงปัจจุบันที่ส่งผลกระทบต่ออย่างหนักกลุ่มธุรกิจ HORECA ทำให้การนำเข้าข้าวในขณะนี้ส่วนใหญ่เป็นกลุ่มร้านค้าปลีกถึงร้อยละ 70 ในปัจจุบัน การบริโภคข้าวของชาวเช็ก มีประมาณ 6.7 กิโลกรัม ต่อคน/ปี ปริมาณความต้องการสินค้าข้าวโดยรวมประมาณ 95,000–110,000 ตัน/ปี

2. การนำเข้า

มูลค่าการนำเข้าข้าวมายังสาธารณรัฐเช็ก (2018-2020)

COUNTRY	VALUE (thous. USD)				MARKET SHARE (%)				GROWTH (%)		
	2560	2561	2562	2563	2560	2561	2562	2563	2561	2562	2563
Italy	17,793	19,659	20,921	25,017	31.86	30.33	31.19	32.86	10.49	6.42	19.58
Myanmar	5,170	9,834	8,515	9,569	9.26	15.17	12.69	12.57	90.21	-13.41	12.38
Thailand	5,845	7,772	7,909	6,791	10.47	11.99	11.79	8.92	32.97	1.76	-14.14
Poland	4,760	5,027	5,272	6,154	8.52	7.76	7.86	8.08	5.61	4.87	16.73
Cambodia	10,097	9,733	6,410	5,836	18.08	15.02	9.56	7.67	-3.61	-34.14	-8.95
Vietnam	831	1,321	2,656	4,684	1.49	2.04	3.96	6.15	58.97	101.06	76.36
Pakistan	1,547	2,487	2,714	3,935	2.77	3.84	4.05	5.17	60.76	9.13	44.99
Belgium	2,264	2,240	2,362	3,822	4.05	3.46	3.52	5.02	-1.06	5.45	61.81
Netherlands	889	1,925	2,772	3,457	1.59	2.97	4.13	4.54	116.54	44.00	24.71
U.S.A.	1,052	713	864	946	1.88	1.10	1.29	1.24	-32.22	21.18	9.49
India	2,059	1,036	1,000	943	3.69	1.60	1.49	1.24	-49.68	-3.47	-5.70
Other country	3,534	3,074	5,679	4,984	6.33	4.74	8.47	6.55	-13.02	84.74	-12.24
TOTAL	55,841	64,821	67,074	76,138	100.00	100.00	100.00	100.00	16.08	3.48	13.51

ที่มา: กระทรวงอุตสาหกรรมและการค้าแห่งสาธารณรัฐเช็ก, มีนาคม 2564

ปริมาณการนำเข้าข้าวจากซัพพลายเออร์หลัก

COUNTRY	QUANTITY (in tons)				MARKET SHARE (%)				GROWTH (%)		
	2560	2561	2562	2563	2560	2561	2562	2563	2561	2562	2563
Italy	28,181	30,773	30,762	37,258	32.21	32.52	31.86	33.31	9.20	-0.04	21.12
Myanmar	10,911	19,782	16,962	18,970	12.47	20.91	17.57	16.96	81.30	-14.26	11.84
Vietnam	1,376	1,937	4,132	7,007	1.57	2.05	4.28	6.27	40.77	113.32	69.58
Poland	6,081	5,929	6,301	6,919	6.95	6.27	6.53	6.19	-2.50	6.27	9.81
Cambodia	17,295	13,460	7,177	6,780	19.76	14.23	7.43	6.06	-22.17	-46.68	-5.53
Thailand	6,941	7,527	7,308	5,779	7.93	7.96	7.57	5.17	8.44	-2.91	-20.92
Pakistan	1,493	2,224	2,634	4,127	1.71	2.35	2.73	3.69	48.96	18.44	56.68
Other countries	15,226	12,986	21,285	24,996	17.40	13.72	22.04	22.35	-14.71	63.91	17.43
TOTAL	87,504	94,618	96,561	111,836	100.00	100.00	100.00	100.00	8.13	2.05	15.82

ที่มา: กระทรวงอุตสาหกรรมและการค้าแห่งสาธารณรัฐเช็ก, มีนาคม 2564

ในปี 2563 มูลค่าการนำเข้าข้าวมายังสาธารณรัฐเช็กทั้งหมด เมื่อเทียบกับปี 2562 ขยายตัวเพิ่มขึ้นร้อยละ 13.51 แหล่งนำเข้าข้าวอันดับหนึ่ง ทั้งในด้านปริมาณและมูลค่า คือประเทศอิตาลี รองลงมาคือ เมียนมาร์ และประเทศไทย เป็นลำดับสาม เมื่อเทียบมูลค่าการนำเข้า

สำหรับการนำเข้าข้าวจากไทยในปี 2563 ปรับตัวลดลงทั้งปริมาณและมูลค่า โดยมีปริมาณการนำเข้าลดลงร้อยละ 20.92 มูลค่าการนำเข้าลดลง ร้อยละ 14.14 สาเหตุสำคัญ สืบเนื่องมาจากปัจจัยราคา กล่าวคือ เมื่อเปรียบเทียบราคาสินค้าข้าวไทยกับประเทศคู่แข่งในเอเชียแล้ว พบว่าสินค้าข้าวจะมีราคาสูงกว่า ซึ่งปัจจัยราคาเป็นสิ่งที่ผู้บริโภคชาวเช็กให้ความสำคัญมาก โดยเฉพาะอย่างยิ่ง ในช่วงภาวะเศรษฐกิจหดตัว ท่ามกลางสถานการณ์การแพร่ระบาดของไวรัส Covid-19 ทำให้ผู้บริโภคให้ความสำคัญในเรื่องราคามากยิ่งขึ้น ประกอบกับผู้บริโภคในกลุ่มธุรกิจ HORECA ที่เป็นกลุ่มผู้บริโภคสำคัญ ได้รับผลกระทบอย่างหนักจากสถานการณ์การแพร่ระบาดฯ ทำให้คำสั่งซื้อสินค้าจากกลุ่มธุรกิจ HORECA ลดลงอย่างมาก

3. พฤติกรรมผู้บริโภค

อัตราการบริโภคข้าว มันฝรั่งและพาสต้าต่อคน/ปี (หน่วย: กิโลกรัม)

สินค้า/ปี	2533	2543	2553	2554	2555	2556	2557	2558	2559	2560	2561	2562
ข้าว	4,3	4,6	4,5	5,3	5,2	5,4	5,8	6,5	6,5	6,5	6,6	6,7
มันฝรั่ง	77,9	77,0	67,3	70,0	68,6	68,0	70,1	66,3	69,1	68,5	67,7	69,5
พาสต้า	3,5	6,5	7,1	6,7	7,1	7,6	7,3	7,5	7,1	7,8	8,2	8,1

ที่มา: รายงานสถิติประจำปีของสาธารณรัฐเช็ก, มีนาคม 2564

อัตราการบริโภคข้าวในสาธารณรัฐเช็กเริ่มปรับตัวเพิ่มสูงขึ้นตั้งแต่ปี พ.ศ. 2533 (4.3 กิโลกรัม/คน/ปี) และมีอัตราการบริโภคเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง โดยในปี 2562 มีอัตราการบริโภคอยู่ที่ 6.7 กิโลกรัม/คน/ปี รวมถึงปริมาณการบริโภคพาสต้าที่ปรับตัวเพิ่มขึ้นเช่นกัน โดยในปี พ.ศ. 2533 มีอัตราการบริโภคอยู่ที่ 3.5 กิโลกรัมต่อคน/ปี เพิ่มขึ้นเป็นจำนวน 8.1 กิโลกรัมต่อคน/ปี ในปี 2562 ขณะที่การบริโภคมันฝรั่ง ซึ่งเป็นอีกเครื่องเคียงที่สำคัญมีแนวโน้มลดลง จากปริมาณการบริโภค 77.9 กิโลกรัมต่อคน/ปี ในปี 2533 เหลือเพียง 69.5 กิโลกรัมต่อคน/ปี ในปี 2562

เปรียบเทียบราคาสินค้าข้าว มันฝรั่งและพาสต้าในสาธารณรัฐเช็ก
(หน่วย: เช็คราวน์/กิโลกรัม)

สินค้า/ ปี	2533	2543	2553	2554	2555	2556	2557	2558	2559	2560	2561	2562	2563
ข้าว (คุณภาพดี)	18,89	18,55	32,33	34,49	34,23	37,76	35,63	36,27	36,70	36,50	36,20	35,90	36,00
มันฝรั่ง	3,96	7,02	15,58	9,18	10,68	16,08	9,76	14,90	15,80	16,80	15,50	21,30	18,00
พาสต้า	23,20	24,84	33,33	35,88	38,52	42,15	43,81	45,21	45,80	48,90	48,10	52,50	54,30

ที่มา: สำนักงานสถิติแห่งชาติสาธารณรัฐเช็ก, มีนาคม 2564

หมายเหตุ อัตราแลกเปลี่ยนเดือนมีนาคม 2564 : 1 USD = 22 เช็คราวน์

ราคาเฉลี่ยของผู้บริโภคพบว่า ข้าวเมล็ดยาว (Long Grain Rice) จำหน่ายที่ราคา 36 เช็คราวน์/กิโลกรัม มันฝรั่ง 18 เช็คราวน์/กิโลกรัม และพาสต้า 54.30 เช็คราวน์/กิโลกรัม

4. ช่องทางการจัดจำหน่าย

การนำเข้าข้าวจากประเทศไทยมายังสาธารณรัฐเช็กจะขนส่งทางเรือสินค้ามายังท่าเรือ Hamburg ของประเทศเยอรมนี หรือท่าเรือ Rotterdam ของประเทศเนเธอร์แลนด์ จากนั้นจะขนส่งทางบกต่อไปยังสาธารณรัฐเช็ก

ผู้นำเข้าเช็กนิยมสั่งซื้อข้าวเพื่อนำมาจัดบรรจุภัณฑ์ด้วยตัวเอง และจัดจำหน่ายข้าวภายใต้ยี่ห้อของตนหรือจัดทำ Private Label ของผู้ค้าปลีก อาทิ Podravka – Lagris ที่จัดส่งข้าวให้กับ Tesco และจำหน่ายภายใต้ฉลากของ Tesco และยังมีการจำหน่ายโดยใช้ยี่ห้อของตนเองคือ Podravka – Lagris Co. รวมถึง VITANA ที่มีการใช้ชื่อทั้งยี่ห้อ Bask หรือ VITANA ที่เป็นยี่ห้อของผู้นำเข้า

ลักษณะบรรจุภัณฑ์สินค้าข้าวที่นิยมจัดจำหน่ายให้กับร้านค้าปลีก จะเป็นบรรจุภัณฑ์ขนาด 1 กิโลกรัม และ 500 กรัม โดยบรรจุภัณฑ์ที่นิยมใช้ คือ กล่องกระดาษ ถุงพลาสติก ถุงกระดาษ โดยมีการบรรจุข้าวอยู่ใน

ถุงพลาสติกขนาดเล็กอีกครั้งภายในกล่องกระดาษ (ประมาณ 4 ถุงใน 1 กล่อง) โดยวิธีการเตรียมข้าวนั้นสามารถทำได้โดยวางถุงพลาสติกขนาดเล็กไว้ในน้ำเดือดเพียง 10 – 25 นาที ก็จะได้ข้าวที่พร้อมรับประทาน อย่างไรก็ตามราคาของสินค้าจะแพงขึ้นหากใช้เวลาในการเตรียมน้อยลง สำหรับข้าวหอมมะลิของไทยที่นำเข้าโดย Podravka – Lagris หรือ VITANA ก็มีวางจำหน่ายในลักษณะที่อยู่ในถุงพลาสติกขนาดเล็กในกล่อง ทั้งนี้ เป็นเพราะชาวเช็กไม่นิยมใช้หม้อหุงข้าวที่วางจำหน่ายทั่วไปตามร้านจำหน่ายอุปกรณ์ไฟฟ้า แต่จะใช้วิธีการเตรียมข้าวโดยการวางถุงพลาสติกขนาดเล็กที่บรรจุข้าวไว้ในน้ำเดือดแทน (สำหรับชาวพื้นถิ่นที่เป็นชุมชนชาวเวียดนามที่มีอยู่เกือบแสนคน จะนิยมใช้หม้อหุงข้าวตามปกติ และมีความชื่นชอบข้าวไทยเป็นอย่างมาก)

5. สินค้าที่วางจำหน่ายในตลาด

ประเภทของข้าวที่วางจำหน่ายในตลาด ได้แก่ ข้าวเหนียว (Parboiled Rice) ข้าวเมล็ดยาว (Long Grain Rice) ข้าวหอมมะลิ (Jasmine Rice) ข้าวบาสมาทิ (Basmati Rice) ข้าวเหนียวหรือข้าวเจ้า โดยข้าวที่ได้รับความนิยมในการบริโภคมากที่สุดในสาธารณรัฐเช็ก คือ ข้าวเมล็ดยาว (White Long Grain Rice) ซึ่งมีการจัดจำหน่ายสินค้าไปยังเครือข่ายร้านค้าปลีกและค้าส่ง

ข้าวหอมมะลิ ขนาดบรรจุในกล่องกระดาษ 500 กรัม
ผู้นำเข้า: Lagris



ข้าว Parboiled ขนาดบรรจุในกล่องกระดาษ 500 กรัม
ผู้นำเข้า: Lagris



ข้าวเมล็ดยาว ขนาดบรรจุ 800 กรัม บรรจุในซอง
พลาสติกในกล่องจำนวน 8 ซอง ผู้นำเข้า: VITANA



ข้าวหอมมะลิ ขนาดบรรจุในถุงพลาสติก 2 กิโลกรัม
ผู้นำเข้า: La Food



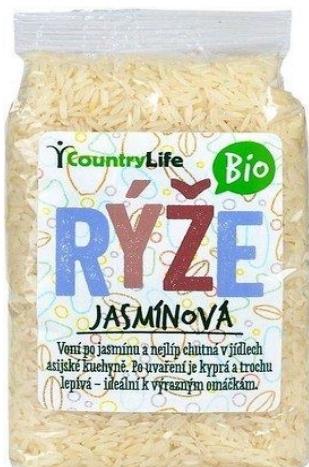
ข้าวหอมมะลิ ตรา SOS ขนาดบรรจุในถุงพลาสติก
1 กิโลกรัม ผู้นำเข้า: Medist Czech



ข้าวหอมมะลิ (พรีเมียม) ตรา ARAX
ขนาดบรรจุในถุงพลาสติก 500 กรัม ผู้นำเข้า: Foodish



ข้าวหอมมะลิออร์แกนิก ตรา Countrylife
ขนาดบรรจุในถุงพลาสติก 500 กรัม
ผู้นำเข้า: Countrylife



ข้าวบาสมัติ ขนาดบรรจุในถุงพลาสติก 2 กิโลกรัม
ผู้นำเข้า: La Food



ตารางเปรียบเทียบราคาค้าปลีกสินค้าข้าวในสาธารณรัฐเช็ก
(หน่วย: เช็คราวน์/กิโลกรัม)

สินค้า	ประเทศที่ผลิต	บรรจุภัณฑ์	ราคา (เช็คราวน์) มี.ค. 64	ซัพพลายเออร์	ยี่ห้อ
ข้าวหอมมะลิออร์แกนิก	ไทย	500 กรัม (ถุงพลาสติก)	84.90	COUNTRYLIFE	COUNTRYLIFE
ข้าวหอมมะลิ (พรีเมียม)	ไทย	500 กรัม (ถุงพลาสติก)	26.90	FOODISH	ARAX
ข้าวหอมมะลิ	ไทย	1 กิโลกรัม (ถุงพลาสติก)	84.90	F.W.TANDOORI	ORIENT GOURMET
ข้าวหอมมะลิ	เวียดนาม	400 กรัม (แบ่งบรรจุในซองพลาสติก 4 ซอง ในกล่องกระดาษ)	49.90	PODRAVKA - LAGRIS	LAGRIS
ข้าวหอมมะลิ	เวียดนาม	500 กรัม (ถุงพลาสติก)	57.90	LA FOOD	MENU GOLD
ข้าวหอมมะลิ	เวียดนาม กัมพูชา	1 กิโลกรัม (ถุงพลาสติก)	74.90	MEDIST CZECH	S.O.S.
ข้าวเมล็ดยาว (Long Grain Rice)	กัมพูชา	800 กรัม (แบ่งบรรจุในซองพลาสติก 8 ซอง ในกล่องกระดาษ)	44.90	VITANA	VITANA
ข้าวเมล็ดยาว (Long Grain Rice)	เมียนมาร์	480 กรัม (แบ่งบรรจุในซองพลาสติก 4 ซอง ในกล่องกระดาษ)	25.90	PODRAVKA - LAGRIS	LAGRIS
ข้าวเมล็ดยาว (Long Grain Rice)	-	1 กิโลกรัม (ถุงกระดาษ)	39.90	VITANA	BASK
ข้าวบาสมาดิ	ปากีสถาน	500 กรัม (กล่องกระดาษ)	49.90	PODRAVKA - LAGRIS	LAGRIS

ที่มา: จากการสำรวจตลาดที่ TESCO Hypermarket และร้านค้าออนไลน์ Rohlík.cz

หมายเหตุ อัตราแลกเปลี่ยนเดือนมีนาคม 2564 : 1 USD = 22 เช็คราวน์

ผู้นำเข้าชาวไทย

บริษัท Foodish (www.foodish.eu) เป็นผู้นำเข้าข้าวไทยรายใหญ่ โดยเฉลี่ยประมาณ 1,000 ตัน/ปี มีโรงงานบรรจุภัณฑ์สินค้าเป็นของตัวเองและจำหน่ายสินค้าภายใต้ยี่ห้อ ARAX ก่อนหน้านี้ บริษัทฯ มีการนำเข้าข้าวจากอิตาลีเป็นหลัก ในปี 2551 บริษัทฯ เริ่มมองหาซัพพลายเออร์ในเอเชีย แต่สินค้าข้าวไทยมีราคาสูงเมื่อเทียบกับคู่แข่งจากประเทศเอเชีย เนื่องจากประเทศอื่น เช่น เมียนมาร์ เวียดนาม ได้รับสิทธิพิเศษทางภาษีศุลกากร (GSP) แต่ประเทศไทยถูกตัด GSP อย่างไรก็ดี ในปี 2563 บริษัทฯ ได้กลับมานำเข้าข้าวหอมมะลิคุณภาพจากไทยอีกครั้ง โดยนำเข้าข้าวขนาดบรรจุ 50 กิโลกรัม นำมาใส่บรรจุภัณฑ์อลูมิเนียมฟอยล์ใหม่อีกครั้งในขนาด 4 กิโลกรัม ภายใต้แบรนด์ ARAX กลุ่มลูกค้าหลักของบริษัทฯ คือ ไฮเปอร์มาร์เก็ต Kaufland นอกจากนี้ บริษัท ARAX ได้เริ่มเจรจากับซัพพลายเออร์รายอื่นของไทย ผ่านการจับคู่เจรจาธุรกิจออนไลน์ (OBM) ของสำนักงานส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ ณ กรุงปราก อย่างไรก็ตาม ด้วยสถานการณ์การแพร่ระบาดของไวรัส Covid-19 ทำให้การนำเข้าข้าวคุณภาพของไทยต้องชะงักลง เนื่องจากผู้บริโภคระมัดระวังการใช้จ่ายและเลือกซื้อสินค้าราคาถูกเป็นหลัก อาทิ ข้าวจากเวียดนามและกัมพูชาที่ราคาถูกกว่า นอกจากนี้ ผลกระทบของสถานการณ์การแพร่ระบาดฯ ที่มีต่อกลุ่มธุรกิจ HORECA ตั้งแต่ปลายปี 2563 ทำให้การนำเข้าข้าวไทยหยุดชะงักลง ตั้งแต่ช่วงไตรมาสที่ 4 ของปี 2563 จนถึงปัจจุบัน

บริษัท Milkpol (www.milkpol.cz) เป็นบริษัทที่ดำเนินธุรกิจนำเข้าและส่งออกกลุ่มผลิตภัณฑ์ที่ทำจากนม บริษัทฯ เป็นผู้นำเข้าข้าวหอมมะลิของไทยรายใหญ่ที่สุดในสาธารณรัฐเช็ก บริษัทฯ เริ่มนำเข้าข้าวหอมมะลิจากไทยในปี 2555 ในปี 2563 บริษัทฯ มีปริมาณการนำเข้าข้าวหอมมะลิจากไทยจำนวน 55 ตูคอนเทนเนอร์ และในปีเดียวกันนั้น ได้มีการแยกธุรกิจนำเข้าผลิตภัณฑ์ที่ทำจากนมและอาหารเอเชีย โดยได้จัดตั้งบริษัทลูกขึ้นใหม่ คือ Hommali Co., Ltd. และมีแผนที่จะนำเข้าข้าวเหนียวและข้าวกล้องในอนาคต

บริษัท F.W. Tandoori (www.fwtandoori.cz) ผู้นำเข้าสินค้าอาหารของสาธารณรัฐเช็ก นำเข้าข้าวหอมมะลิเพื่อจำหน่ายให้แก่ผู้ค้าปลีกและกลุ่มธุรกิจ HORECA โดยจำหน่ายให้แก่ผู้ค้าปลีกในขนาดบรรจุภัณฑ์ 1 กิโลกรัม และจำหน่ายให้กลุ่มธุรกิจ HORECA ในขนาด 5 กิโลกรัม สำหรับสินค้าข้าวเหนียวมีการนำเข้าจากประเทศไทยผ่านซัพพลายเออร์ในเยอรมนีภายใต้ยี่ห้อ Q Rice อย่างไรก็ตาม เนื่องจากปริมาณความต้องการสินค้าข้าวเหนียวในสาธารณรัฐเช็กยังอยู่ในระดับต่ำ จึงไม่มีการนำเข้าสินค้าดังกล่าวในปี 2564 ปัจจุบันมีการนำเข้าข้าวหอมมะลิจากประเทศเวียดนามเท่านั้น เนื่องจากมีราคาถูกกว่าข้าวไทย โดยจัดจำหน่ายภายใต้ยี่ห้อ Orient Gourmet

บริษัท La Food (www.lafood.cz) ผู้นำเข้าและจัดจำหน่ายข้าว ธัญพืช พาสต้า ถั่วพัลส์ โดยดำเนินการคัดแยกสินค้าและจัดลงบรรจุภัณฑ์ด้วยตนเอง บริษัทฯ นำเข้าข้าวทั้งจากภูมิภาคเอเชียและยุโรปสำหรับจำหน่ายให้แก่กลุ่มธุรกิจ HORECA และกลุ่มเครือข่ายค้าปลีก อาทิ Tesco Kaufland Albert และ Makro ภายใต้ฉลากของแบรนด์ Menu Gold

บริษัท Cano (www.cano.cz) ผู้นำเข้าสินค้าอาหารที่เก็บได้นาน จากประเทศสเปน อิตาลี และโปแลนด์ อาทิ พาสต้า ข้าว น้ำมันมะกอก มะเขือเทศกระป๋อง มะเขือเทศอบแห้ง ซอสมะเขือเทศ ผักและ เห็ดดอง โดยสินค้าที่นำเข้าจากสเปนจัดจำหน่ายภายใต้ยี่ห้อ Arroz และ La Perdiz สินค้าที่นำเข้าจากอิตาลีจำหน่ายภายใต้ยี่ห้อ Curtiriso โดยสินค้าข้าวหอมมะลิของไทยที่นำเข้าผ่านซัพพลายเออร์จากอิตาลี เป็นขนาดบรรจุ 1 กิโลกรัม วางจำหน่ายภายใต้ยี่ห้อ Curtiriso เช่นเดียวกัน

บริษัท Essa Co., Ltd. (www.essa.eu) ผู้นำเข้าสินค้าอาหารจาก 17 ประเทศทั่วโลก สินค้าหลัก ได้แก่ อาหารกระป๋อง ผลไม้กระป๋อง ผลไม้แห้ง ถั่วพัลส์ ข้าว พาสต้า น้ำมันมะกอก มะกอก และเครื่องเทศ สำหรับสินค้าข้าวนำเข้ามาจากอิตาลีเป็นหลัก และมีการนำเข้าบางส่วนจากไทย อินเดีย ปากีสถานและเวียดนาม

บริษัท Gaston (www.gaston.cz) ผู้นำเข้าสินค้าอาหารจากไทยรายใหญ่ที่สุด โดยเฉพาะสินค้าปลากระป๋องและผลไม้กระป๋อง บริษัทฯ เน้นการนำเข้าข้าวราคาถูก โดยเริ่มนำเข้าข้าวจากไทยตั้งแต่ปี 2559 นอกจากนี้ยังมีการนำเข้าข้าวจากเมียนมาร์และกัมพูชา

บริษัทที่มีชาวเวียดนามเป็นเจ้าของ ได้แก่ บริษัท TIHA (www.tiha.cz) บริษัท Dalat (www.dalat.cz) บริษัท VIVACOMEX (www.vivacomex.cz) บริษัท A.T. International (www.at-interco.com) บริษัทเหล่านี้นำเข้าข้าวจากไทย โดยเฉพาะข้าวคุณภาพดีที่ได้รับความนิยมจากชุมชนชาวเวียดนามในสาธารณรัฐเช็ก โดยมีการจัดจำหน่ายทั้งแบบค้าปลีกและค้าส่ง ขนาดบรรจุ 5 กิโลกรัม 10 กิโลกรัม และ 20 กิโลกรัม สำหรับบริษัท A.T. International จำหน่ายข้าวหอมมะลิภายใต้ยี่ห้อ Golden Coral หรือ Private Label

6. กฎระเบียบการนำเข้า

สาธารณรัฐเช็กเป็นสมาชิกของสหภาพยุโรปตั้งแต่เดือนพฤษภาคม 2547 จึงใช้กฎระเบียบการนำเข้าข้าวของสหภาพยุโรป (EU)

อัตราภาษีศุลกากรการนำเข้าข้าวจากประเทศไทย (HS 1006 30) เท่ากับ 175 ยูโร/1,000 กิโลกรัม ภาษีศุลกากรสินค้าข้าวในโคเวตา ร้อยละ 0 ภาษีศุลกากรการนำเข้าข้าวหัก (HS 1006) เท่ากับ 65 ยูโร/1,000 กิโลกรัม ภาษีในโคเวตา 45 ยูโร/1,000 กิโลกรัม

สำหรับประเทศในสหภาพยุโรป อาทิ อิตาลี มีข้อได้เปรียบในเรื่องอัตราภาษีศุลกากร เนื่องจากไม่มีภาษีนำเข้าสำหรับสินค้าจากประเทศสมาชิกสหภาพยุโรป นอกจากนี้ ยังมีความได้เปรียบอื่น ๆ อาทิ ต้นทุนการขนส่งที่ต่ำกว่า ขั้นตอนการจัดส่งที่สะดวกรวดเร็ว ยืดหยุ่น ระยะเวลาการขนส่งสินค้าที่สั้นกว่า เป็นต้น สำหรับประเทศนอกสหภาพยุโรป เช่น เมียนมาร์และเวียดนาม มีข้อได้เปรียบด้านภาษีศุลกากรเช่นเดียวกัน เนื่องจากการได้รับสิทธิพิเศษทางภาษี GSP ในกรณีของเมียนมาร์ และการมี FTA ระหว่าง EU กับเวียดนาม (ข้อมูลเพิ่มเติมเกี่ยวกับภาษีศุลกากร ดูรายละเอียดได้ที่ http://ec.europa.eu/taxation_customs/dds2/taric/taric_consultation.jsp)

7. โอกาส/อุปสรรค/ข้อเสนอแนะ

สาธารณรัฐเช็กเป็นตลาดที่ต้องนำเข้าสินค้าข้าวจากต่างประเทศทั้งหมด เนื่องด้วยสภาพอากาศที่ไม่เอื้ออำนวยในการปลูกข้าวในประเทศ ปริมาณความต้องการสินค้าข้าวในตลาดนี้ แม้จะยังไม่สูงมากนัก เมื่อเทียบกับตลาดอื่นในภูมิภาคเดียวกัน ด้วยขนาดของตลาดและจำนวนประชากรเพียง 10.7 ล้านคน แต่แนวโน้มการบริโภคข้าวในสาธารณรัฐเช็ก มีอัตราการขยายตัวอย่างต่อเนื่องและสม่ำเสมอ

สำหรับโอกาสในการขยายตลาดของสินค้าข้าวไทยในสาธารณรัฐเช็กนั้น ในระยะสั้น ยังมีปัจจัยด้านราคาเป็นอุปสรรคสำคัญ โดยเฉพาะอย่างยิ่ง ในช่วงสถานการณ์การแพร่ระบาดของ Covid-19 ที่ผู้บริโภคชาวเช็กระมัดระวังการใช้จ่าย และให้ความสำคัญกับเรื่องราคามากขึ้นในการตัดสินใจซื้อสินค้า รวมไปถึงข้อเสียเปรียบในเรื่องอัตราภาษีศุลกากร ทำให้สินค้าข้าวไทยเสียเปรียบคู่แข่งในด้านราคา

การส่งออกสินค้าข้าวไทยมายังตลาดนี้ยังมีโอกาสขยายตัวได้ในระยะยาว โดยเฉพาะอย่างยิ่งเมื่อเศรษฐกิจของประเทศเริ่มฟื้นตัวกลับเข้าสู่ภาวะปกติ เนื่องจากก่อนหน้าสถานการณ์การแพร่ระบาด เศรษฐกิจของประเทศสาธารณรัฐเช็กถือได้ว่ามีอัตราการขยายตัวค่อนข้างสูงในกลุ่มประเทศสหภาพยุโรป ประกอบกับการรับรู้คุณภาพข้าวไทยของผู้บริโภคที่เริ่มมีมากขึ้น นอกเหนือจากกลุ่มผู้บริโภคเดิมที่ชื่นชอบบริโภคข้าวไทย ด้วยตระหนักดีถึงคุณภาพและความแตกต่างของข้าวไทยกับข้าวจากประเทศอื่น ดังนั้น การสร้างการรับรู้ให้กับผู้บริโภคได้ทราบถึงความแตกต่างของข้าวชนิดต่าง ๆ อย่างต่อเนื่อง จะช่วยเพิ่มความสนใจในการบริโภคข้าวไทยในกลุ่มผู้บริโภคได้มากขึ้นตามลำดับ นอกจากนี้ หากผู้ผลิตสามารถพัฒนาการผลิต บริหารจัดการลดต้นทุนในส่วนอื่น ๆ แต่ยังคงคุณภาพของข้าวไทย หรือมีนวัตกรรมใหม่ ๆ จะยิ่งช่วยขยายโอกาสสำหรับสินค้าข้าวไทยในสาธารณรัฐเช็กได้ในระยะยาว

สำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ ณ กรุงปราก

มีนาคม 2564