

## การเข้าสู่ตลาดข้าวโปแลนด์ : ช่องทางการจัดจำหน่ายและการแข่งขันในตลาด

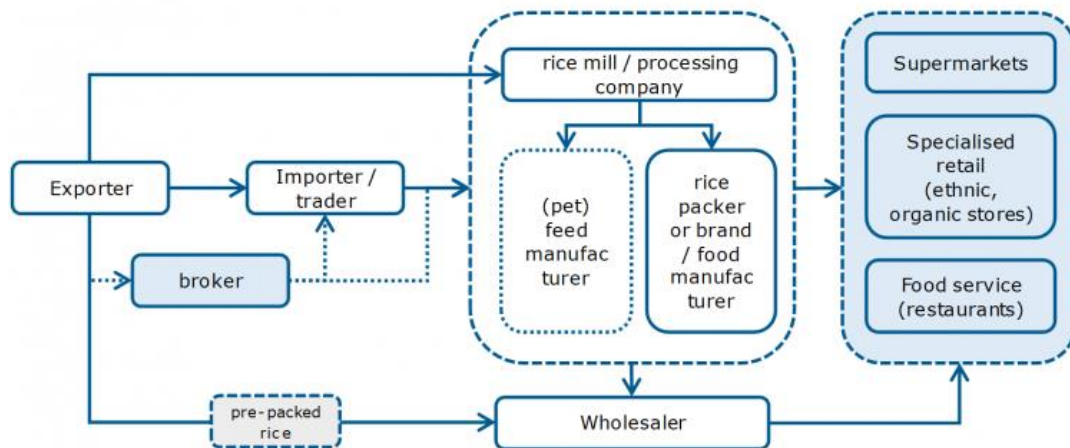
แม้ว่าตลาดข้าวโปแลนด์จะมีการแข่งขันที่สูงทั้งในด้านราคาและความหลากหลายของผลิตภัณฑ์ แต่ก็มีการขยายตัวเพิ่มมากขึ้นอย่างต่อเนื่อง โดยเฉพาะสินค้าข้าว Specialty Rice จึงเป็น โอกาสของ ผู้ประกอบการจากต่างประเทศในการขยายเข้าสู่ตลาดสหภาพยุโรปผ่านทางตลาดโปแลนด์ ดังนั้น การศึกษา ช่องทางการจัดจำหน่าย รวมถึงประเภทสินค้าที่มีความต้องการจากผู้นำเข้าและผู้บริโภค จึงมีความสำคัญ ในการพิจารณาเพื่อเตรียมการเข้าสู่ตลาดโปแลนด์และสหภาพยุโรปในอนาคต

### 1. ช่องทางการจัดจำหน่าย

สินค้าข้าว Specialty Rice เช่น ข้าว Basmati ข้าวหอมมะลิ และข้าวญี่ปุ่น นั้นมีการจัดจำหน่ายใน ช่องทางที่หลากหลาย อาทิ ร้านค้าปลีกประเภท Supermarket, Discount Store เครือข่าย Convenience Store และร้านค้าปลีกที่จำหน่ายสินค้าอาหารและเครื่องปรุงเฉพาะทาง เช่น ร้านจำหน่ายสินค้าเอเชีย ร้านจำหน่าย สินค้าอินเดีย ร้านจำหน่ายสินค้าจากอเมริกาใต้ เป็นต้น อย่างไรก็ตาม อย่างไรก็ดี เครือข่ายค้าปลีกขนาดใหญ่ เช่น Supermarket และ Discount Store ยังถือได้ว่าเป็นช่องทางหลักในการจัดจำหน่ายสินค้าอาหารรวมถึงไปถึง สินค้าข้าวโดยตรง ทั้งนี้ การนำเข้าและจัดให้ช่องทางการจัดจำหน่ายจะดำเนินการผ่านผู้นำเข้าและ Broker ทั้งรายใหญ่และรายย่อยจำนวนมาก โดยผู้นำเข้ารายใหญ่ในสหภาพยุโรป อาทิเช่น Ebro Foods, Mars และ Euricom เป็นต้น

#### 1.1 กระบวนการจัดจำหน่ายและผู้ที่เกี่ยวข้อง

การจัดจำหน่ายสินค้าข้าว Specialty Rice ในสหภาพยุโรป มีผู้เกี่ยวข้องในกระบวนการจัดจำหน่าย เช่นเดียวกับสินค้าประเภทอื่นๆ อาทิ ผู้นำเข้าหรือผู้ค้า, Broker, ผู้ค้าส่ง และผู้ค้าปลีก อย่างไรก็ตาม การนำเข้า สินค้าข้าว Specialty Rice จะมีความแตกต่างตรงที่ผู้นำเข้าหรือผู้ค้าส่วนใหญ่จะดำเนินการในส่วนของการ ควบคุมการผลิต เช่น การขัด/สีข้าว และการบรรจุผลิตภัณฑ์ เพื่อควบคุมสินค้าให้ตรงต่อความต้องการของ ผู้ค้าส่ง เครือข่ายค้าปลีกและผู้ประกอบการ HORECA ในตลาดของตน



ที่มา: Centre for the Promotion of Imports from developing countries (CBI), Netherland

**ผู้นำเข้าหรือผู้ค้า (Importers/Traders)** ถือว่ามีบทบาทสำคัญในกระบวนการจัดจำหน่ายของสินค้าข้าวในสหภาพยุโรป โดยทำหน้าที่ควบคุมและตรวจสอบคุณภาพและความปลอดภัยของสินค้า รวมไปถึงการจัดส่งสินค้าให้แก่ผู้ค้าปลีกและผู้ค้าส่งต่อไป ทั้งนี้ ผู้นำเข้าสินค้าข้าว Specialty Rice ในยุโรปนั้นมีอยู่เป็นจำนวนมากและมีความหลากหลาย ตัวอย่างเช่น ผู้นำเข้าที่เป็นบริษัทซึ่งดำเนินธุรกิจโรงสีข้าวจะมีฝ่ายนำเข้าสินค้าเป็นของตนเอง และผู้นำเข้าที่ดำเนินธุรกิจการค้าและจัดจำหน่ายเพียงอย่างเดียว เป็นต้น สำหรับผู้นำเข้าสินค้าข้าว Specialty Rice รายสำคัญ อาทิเช่น Ciacam (ฝรั่งเศส), Euricom group (อิตาลี), Tradin Organic-Acomo Group (เนเธอร์แลนด์), DO-IT (เนเธอร์แลนด์), Autour de Riz (ฝรั่งเศส) และ Ziegler (เยอรมนี) เป็นต้น

**นายหน้า (Broker)** สินค้าข้าวในตลาดยุโรปส่วนใหญ่ดำเนินการค้าผ่านทาง Broker ที่มีอยู่เป็นจำนวนมาก โดย Broker จะเป็นสื่อกลางระหว่างผู้ส่งออกและผู้นำเข้า และส่วนใหญ่จะไม่มีแบรนด์สินค้าของตัวเอง ทั้งนี้ ข้อได้เปรียบของตลาดข้าว Specialty Rice ในการดำเนินการผ่าน Broker คือความหลากหลายและความยืดหยุ่นของในเงื่อนไขการนำเข้าสินค้า อาทิเช่น คุณภาพ ประเภทและชนิดของข้าว รวมไปถึงปริมาณการนำเข้าขั้นต่ำ เป็นต้น สำหรับ Rice Broker รายสำคัญในยุโรป อาทิ Schepens & Co (เบลเยียมและโปแลนด์), Jacksons Son & Company (สหราชอาณาจักร) และ HBI (ฝรั่งเศส) เป็นต้น

**เจ้าของผลิตภัณฑ์ (Brands)** ในที่นี้หมายถึงผู้ประกอบการโรงสีข้าว (Rice Millers) ด้วยเช่นกัน ซึ่งตลาดข้าวในยุโรปนั้นเจ้าของผลิตภัณฑ์มักจะเป็นผู้ประกอบการที่มีการดำเนินธุรกิจโรงสีข้าวอยู่ก่อนแล้ว และส่วนใหญ่นิยมทำสัญญาซื้อขายในระยะยาวเพื่อความมั่นใจว่าจะมีวัตถุดิบในการผลิตสินค้าอย่างเพียงพอ ซึ่งจะดำเนินการผ่านผู้นำเข้าหรือ Broker เป็นหลัก สำหรับผลิตภัณฑ์ข้าวรายใหญ่ในยุโรป อาทิ Mars (แบรนด์สินค้า Ben's Original), Ebro Foods (สเปน), Tilda (สหราชอาณาจักร), Oryza (เยอรมนี) Lassie (เนเธอร์แลนด์) และ Surya Foods แบรนด์สินค้า Laila, Salaam, Apna (สหราชอาณาจักร) เป็นต้น

**ผู้ค้าส่ง (Wholesalers)** สินค้าข้าวที่จัดจำหน่ายให้แก่เครือข่ายค้าปลีกและผู้ค้าปลีกรายย่อยในยุโรป จะดำเนินการโดยผู้ค้าส่งเป็นหลัก ซึ่งผู้ค้าส่งในตลาดข้าว Specialty Rice จะมีการนำเข้าสินค้าข้าวที่บรรจุล่วงหน้าหลากหลายแบรนด์จากประเทศต่างๆ ทั้ง ไทย เวียดนาม อินเดีย และประเทศในกลุ่มลาตินอเมริกา ทั้งนี้ผู้ค้าส่งรายใหญ่ในยุโรป อาทิ Daawat และ LT Foods (อินเดีย), Haudecoeur (ฝรั่งเศส), Global Foods Trading GmbH (เยอรมนี), Transfood Wholesale (เยอรมนี), Westmill Foods (สหราชอาณาจักร), JK Foods (สหราชอาณาจักร), D.C. Van Geest B.V. (เนเธอร์แลนด์) และ Unidex Holland (เนเธอร์แลนด์) เป็นต้น

## 1.2 ช่องทางการจัดจำหน่ายที่มีศักยภาพ

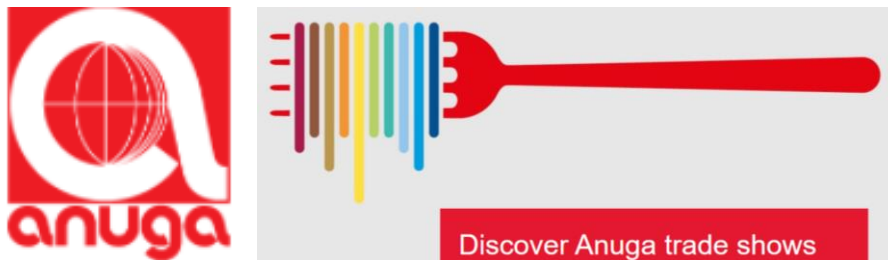
โดยทั่วไปตลาดสินค้าข้าว Specialty Rice ในโปแลนด์ถือว่ามีความขนาดเล็ก และการนำเสนอผลิตภัณฑ์ข้าวใหม่สู่ตลาดต้องใช้เวลาในการสร้างการรับรู้ของผู้บริโภคต่อตัวสินค้า ดังนั้น การเสนอผลิตภัณฑ์ที่มีความแตกต่างจากคู่แข่งจึงเป็นปัจจัยหลักที่จะทำให้ผลิตภัณฑ์สามารถเข้าถึงกลุ่มผู้บริโภคและขายตลาดได้อย่างรวดเร็วและยั่งยืน

สำหรับช่องทางจัดจำหน่ายที่มีศักยภาพในสหภาพยุโรปและโปแลนด์ ได้แก่ การสร้างเครือข่ายการค้ากับผู้นำเข้าหรือผู้ค้า (Importers/Traders) และนายหน้า (Broker) โดยเฉพาะอย่างยิ่งการส่งออกที่มีปริมาณของสินค้าจำนวนมาก ขณะที่จากการติดต่อกับผู้ค้าส่ง (Wholesalers) เป็นช่องทางที่เหมาะสมกับเจ้าของผลิตภัณฑ์ (Brands) ที่ต้องการขยายตลาดและนำเสนอผลิตภัณฑ์ในตลาด โดยวิธีในการทำการตลาดที่นิยมในสหภาพยุโรปและโปแลนด์คือการเข้าร่วมงานแสดงสินค้าระหว่างประเทศ หรือการจับคู่ทางการค้าระหว่างประเทศ โดยงานแสดงสินค้าอาหารหลักในยุโรป อาทิ

- งานแสดงสินค้า SIAL - Paris จัดขึ้นทุก 2 ปี เป็นงานแสดงสินค้าอาหารนานาชาติขนาดใหญ่ในสหภาพยุโรป มีผู้เข้าร่วมแสดงสินค้ากว่า 7,000 ราย จาก 120 ประเทศ มีผู้เข้าชมงานไม่ต่ำกว่า 150,000 ราย กว่าร้อยละ 73 ของผู้เข้าชมงานเป็นผู้ประกอบการชาวต่างชาติ



- งานแสดงสินค้า ANUGA - Cologne เป็นงานแสดงสินค้าอาหารและเครื่องดื่มที่สำคัญของยุโรป มีผู้เข้าร่วมแสดงสินค้ากว่า 8,000 ราย จาก 200 ประเทศ และมีผู้เข้าชมงานประมาณ 170,000 ราย กว่าร้อยละ 90 ของผู้เข้าชมงานเป็นผู้ประกอบการชาวต่างชาติ



ขณะที่งานแสดงสินค้าอาหารหลักในโปแลนด์ อาทิเช่น WORLDFOOD POLAND มีผู้เข้าชมงานประมาณ 7,000 คน และมีผู้เข้าร่วมแสดงสินค้าประมาณ 350 ราย จาก 25 ประเทศ และ WARSAW FOOD EXPO มีผู้เข้าชมงานประมาณ 6,000 คน และมีผู้ร่วมแสดงสินค้าประมาณ 300 ราย



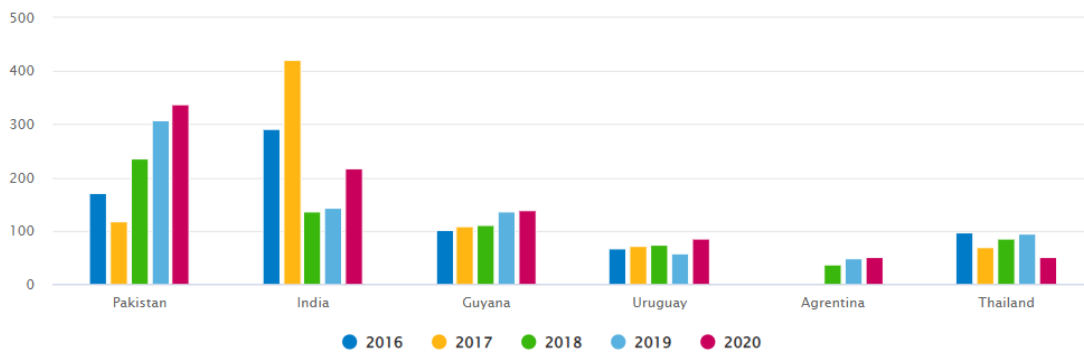
## 2. การแข่งขันของตลาดข้าว Specialty Rice ในสหภาพยุโรป

### 2.1 ผู้ส่งออกหลักในสหภาพยุโรป

ตลาดสินค้าข้าว Specialty Rice ในยุโรปและ โปแลนด์ถือตลาดขนาดเล็กที่มีการแข่งขันที่สูงมาก โดยผู้ส่งออกหลักในสหภาพยุโรปและ โปแลนด์ อาทิเช่น อินเดีย ปากีสถาน และไทย ขณะที่ผู้ส่งออกที่ได้รับสิทธิประโยชน์จากอัตราภาษี เช่น กายอานา เมียนมาร์ บังคลาเทศ และกัมพูชา กำลังขยายตลาดสินค้าข้าวในสหภาพยุโรปเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง

ปากีสถานและอินเดีย ถือเป็นผู้นำการส่งออกข้าวเปลือกมายังสหภาพยุโรป โดยในปี 2563 ปากีสถานส่งออกข้าวเปลือกไปยังสหภาพยุโรปประมาณ 330,000 ตัน รองมาได้แก่ อินเดีย (210,000 ตัน) กายอานา (120,000 ตัน) อุรุกวัย (90,000 ตัน) อาร์เจนตินา (65,000 ตัน) และไทย (60,000) ตัน ตามลำดับ

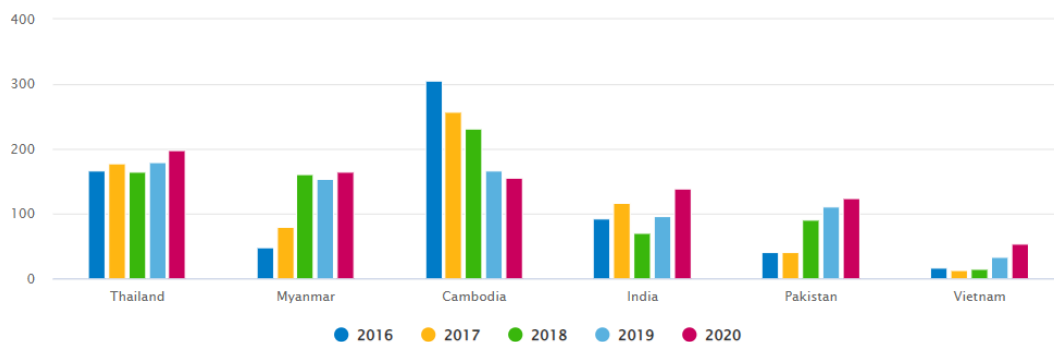
สถิติผู้ส่งออกข้าวเปลือกในสหภาพยุโรป ปี 2559-2563



ที่มา : Eurostat, 2020

ขณะที่ไทย ถือเป็นผู้ส่งออกข้าวขาวและข้าวกล้องรายใหญ่ในสหภาพยุโรป โดยในปี 2563 ไทยส่งออกข้าวขาวและข้าวกล้องไปยังสหภาพยุโรปประมาณ 200,000 ตัน รองมาได้แก่ เมียนมาร์ (180,000 ตัน) กัมพูชา (170,000 ตัน) อินเดีย (145,000 ตัน) ปากีสถาน (120,000 ตัน) และเวียดนาม (60,000 ตัน) ตามลำดับ

สถิติผู้ส่งออกข้าวขาวและข้าวกล้องในสหภาพยุโรป ปี 2559-2563



ที่มา : Eurostat, 2020

## 2.2 เจ้าของผลิตภัณฑ์และผู้ค้ารายหลักในสหภาพยุโรป

### LT Foods (อินเดีย)

บริษัท LT Foods เจ้าของผลิตภัณฑ์ Daawat แบรินด์ข้าว Specialty Rice ในยุโรป เป็นผู้นำตลาดข้าวบาสมาดิหลากหลายสายพันธุ์ โดยมีการจำหน่ายข้าวบาสมาดิกว่า 460,000 ตันต่อปี LT Foods มีศักยภาพอย่างมากในด้านของปริมาณสินค้าที่พร้อมจำหน่าย ซึ่งถือเป็นปัจจัยสำคัญทำให้ LT Foods ประสบความสำเร็จในการนำเสนอสินค้าข้าว Specialty Rice ในยุโรป นอกจากนี้บริษัท LT Foods ยังนำเสนอภาพลักษณ์ของบริษัทที่มีความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม โดย LT Foods ได้เข้าเป็นสมาชิกของ Sustainable Rice Platform (SRP) และร่วมมือกับบริษัทในเครือนำเสนอสินค้าอาหาร Organic เพื่อสุขภาพที่ให้ความสำคัญกับการพัฒนาด้านเศรษฐกิจและสังคมของเกษตรกร โดยส่งออกข้าวบาสมาดิ Organic และข้าวอินทรีย์ชนิดพิเศษอื่นๆ เช่น ข้าวดำ ข้าวแดง (พันธุ์เบนาเคน) และข้าวโซนามาซูรี จากอินเดียตอนใต้



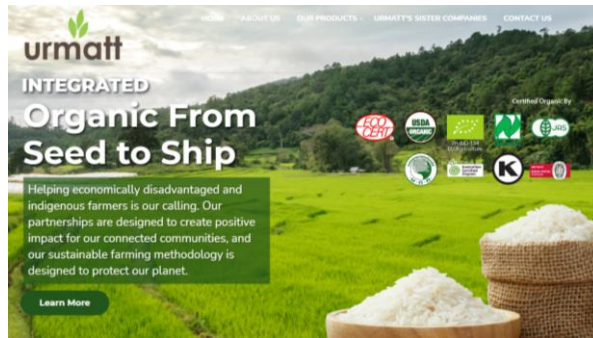
### Ebro Foods (สเปน)

บริษัท Ebro Foods เป็นเครือข่ายเจ้าของผลิตภัณฑ์รายใหญ่ที่มีผลิตภัณฑ์ที่หลากหลายและได้รับความนิยมทั้งในยุโรปและโปแลนด์โดยจำหน่ายข้าว Specialty Rice ภายใต้แบรนด์ Tilda Oryza (เยอรมนี, โปแลนด์) และ Lassie (เนเธอร์แลนด์) โดยมีการนำเข้าข้าว Specialty Rice จากทั้งยุโรป อเมริกาใต้ แอฟริกา และเอเชีย มาบรรจุกายในสหภาพยุโรป นอกจากนี้ยังมีผลิตภัณฑ์อื่นๆ เช่น พาสต้า และซอสต่างๆ เป็นต้น



## Urmatt (ไทย)

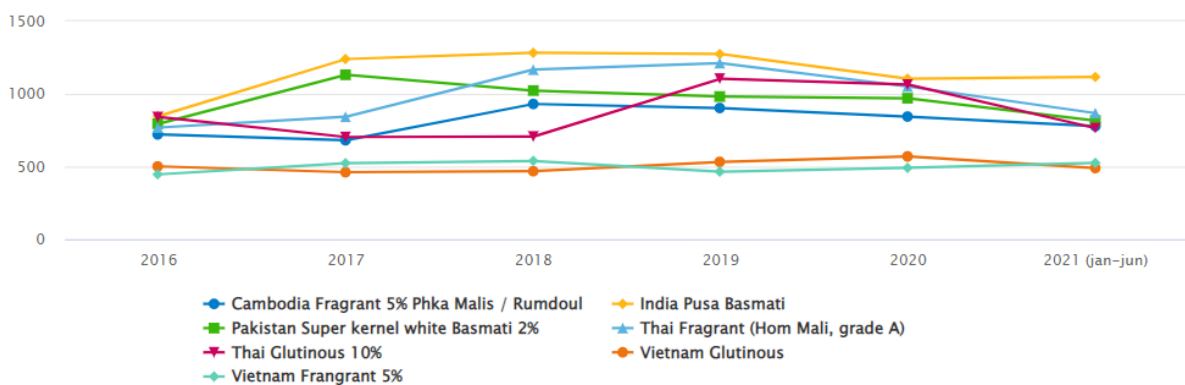
บริษัท Urmatt Ltd เป็นหนึ่งในบริษัทข้าวไทยที่ประสบความสำเร็จในตลาดยุโรป โดยเป็นผู้ผลิตข้าวหอมมะลิ Organic รายใหญ่ที่สุด โดยชูจุดเด่นที่เป็นผลิตภัณฑ์ Organic ที่มีความหลากหลายและแตกต่าง อาทิ ข้าวหอมมะลิ ข้าวดำ ข้าวแดง ข้าวเหนียว (ขาวและดำ) และข้าวเมล็ดยาว โดยตลาดหลักได้แก่ เดนมาร์ก และเยอรมนี การมุ่งเน้นที่ข้าว Organic ช่วยให้ Urmatt แตกต่างจากผู้ส่งออกข้าวรายอื่นๆ เนื่องจากทำงานโดยตรงกับเกษตรกร และได้รับความช่วยเหลือทางการเงินจาก Triodos Sustainable Trade Fund เพื่อพัฒนาธุรกิจของบริษัท



### 2.3 การแข่งขันด้านราคา

ราคาข้าวในตลาดยุโรปมีความแตกต่างกันค่อนข้างมากและแปรผันตามความหลากหลายของสายพันธุ์ข้าว คุณภาพของข้าว และประเภทของข้าว เช่น ข้าวเปลือก ข้าวขาว ข้าวเหนียว ฯลฯ นอกจากนี้ ราคาข้าวซึ่งรวมถึงข้าว Specialty Rice ยังขึ้นอยู่กับแนวโน้มปริมาณการผลิตทั่วโลกและความพร้อมในการส่งออก ขณะที่นโยบายการค้าจะมีอิทธิพลต่อราคาสุดท้ายของข้าวในตลาดนั้นๆ ทั้งนี้ ราคาข้าว Specialty Rice มักจะสูงกว่าข้าวขาวทั่วไป โดยข้าวบาสมาดีจะมีราคาสูงกว่าข้าวผสมประมาณ 2 ถึง 3 เท่า ส่วนข้าวหอมมะลิที่มีคุณภาพสูงจะมีราคาสูงกว่าข้าวปกคืออยู่ประมาณ 2 เท่า โดยราคาข้าวบาสมาดีในตลาดยุโรปจะมีราคาเฉลี่ยอยู่ที่ประมาณ 1,116.7 เหรียญสหรัฐฯ ต่อตัน และข้าวหอมมะลิไทยเกรดเอจะมีราคาเฉลี่ยอยู่ที่ประมาณ 867.6 เหรียญสหรัฐฯ ต่อตัน

ราคาเฉลี่ยข้าว Specialty Rice ในสหภาพยุโรปปี 2559-2564 (เหรียญสหรัฐฯต่อตัน)



ที่มา: Centre for the Promotion of Imports from developing countries (CBI), Netherland

ขณะที่ราคาขายปลีกของข้าว Specialty Rice จะมีความแตกต่างมากกว่าราคาการค้า โดยแปรผันตามตลาดในแต่ละภูมิภาคและประเทศ ซึ่งราคาขายปลีกในตลาดสหภาพยุโรปสามารถพบได้ตั้งแต่ราคา 1 ยูโรต่อกิโลกรัม ไปจนถึง 8 ยูโรต่อกิโลกรัม

สำหรับราคาขายปลีกข้าว Specialty Rice ใน โปแลนด์จะมีราคาจำหน่ายสูงกว่าราคาเฉลี่ยของสหภาพยุโรปอยู่เล็กน้อยเนื่องจากปัจจัยด้านค่าขนส่ง โดยราคาขายปลีกข้าว ณ เดือนพฤศจิกายน 2564 พบว่าข้าวบาสมาดิบขนาด 5 กิโลกรัมมีราคาอยู่ที่ระหว่าง 600-850 บาท ข้าวบาสมาดิบขนาด 1 กิโลกรัมมีราคาอยู่ที่ระหว่าง 100-220 บาท ในส่วนของข้าวหอมมะลิไทยเกรดเอถือเป็นสินค้าข้าวพรีเมียมและมีราคาขายปลีกสูงกว่าข้าวชนิดอื่นๆ เล็กน้อย โดยข้าวหอมมะลิไทยเกรดเอขนาด 1 กิโลกรัม มีราคาอยู่ที่ระหว่าง 160-250 บาท ขณะที่ขนาด 5 กิโลกรัมมีวางจำหน่ายค่อนข้างน้อยและมีราคาอยู่ที่ประมาณ 600-750 บาทต่อแพ็ค โดยสินค้า Organic หรือ Bio มักจะมีราคาขายปลีกสูงกว่าสินค้าปกติประมาณ 20-30 เปอร์เซ็นต์

### ความเห็น/ข้อสังเกต

1. ไทยถือเป็นหนึ่งในผู้ส่งออกสินค้าข้าว Specialty Rice รายสำคัญของเอเชีย โดยเฉพาะข้าวขาวและข้าวกล้อง อย่างไรก็ตาม ยังมีผู้ส่งออกจากเอเชียรายอื่น เช่น กัมพูชา เมียนมาร์ บังคลาเทศ และเวียดนาม ซึ่งได้รับสิทธิประโยชน์ทางการค้า และมีการขยายตลาดเข้าสู่สหภาพยุโรปเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง โดยเฉพาะในโปแลนด์มีการนำเข้าข้าวขาวจากเมียนมาร์เพิ่มขึ้นกว่า 150% ในช่วงไตรมาสที่ 3 ของปี 2565 ขณะที่นำเข้าข้าวจากไทยลดลงประมาณร้อยละ 40

2. ตลาดข้าว Specialty Rice ในยุโรปและโปแลนด์ยังคงเปิดโอกาสให้ผู้ส่งออกและเจ้าของผลิตภัณฑ์ข้าวจากต่างประเทศ อย่างไรก็ตาม เนื่องจากการแข่งขันที่สูงและแบรนด์สินค้าส่วนใหญ่ผลิตในยุโรป ดังนั้นการส่งเสริมการตลาดที่มีประสิทธิภาพผ่านสำนักงานคู่ค้าในยุโรปที่เชื่อถือหรือการจัดตั้งบริษัทเพื่อดำเนินธุรกิจในยุโรปจึงถือเป็นสิ่งจำเป็นสำหรับผู้ประกอบการที่สนใจเข้าสู่ตลาดยุโรปต้องพิจารณา

3. นอกจากสินค้า Organic จะได้รับความนิยมเพิ่มขึ้นแล้ว สินค้าที่แตกต่างและมีลักษณะเฉพาะทั้งจากสภาพภูมิประเทศและสภาพอากาศที่เฉพาะเจาะจง ก็สามารถใช้เป็นจุดขายของผลิตภัณฑ์ได้เช่นกัน เนื่องจากผู้บริโภคในตลาดสหภาพยุโรปและโปแลนด์ยังคงเปิดกว้างในการทดลองสินค้าที่มีความแตกต่าง อย่างไรก็ตาม ควรให้ความสำคัญกับกระบวนการผลิตการรับประกันคุณภาพของสินค้าที่ดีอย่างสม่ำเสมอ

-----  
สำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ ณ กรุงวอร์ซอ

พฤศจิกายน 2564

ที่มา: 1. European Commission

2. Centre for the Promotion of Imports from developing countries (CBI), Netherland