



บทที่ 3

แนวทางการเข้าสู่ตลาดออสเตรเลีย



แนวทางการเข้าสู่ตลาดออสเตรเลีย

➤ กลุ่มผู้นำเข้าในประเทศออสเตรเลีย

ผู้นำเข้าในประเทศออสเตรเลียสามารถจำแนกได้เป็น 4 กลุ่ม ได้แก่:

➤➤ ผู้นำเข้า/ ผู้ค้าส่ง (Importers/ Wholesalers)

ผู้นำเข้าในประเทศออสเตรเลียจะมีความมุ่งมั่นและให้ความสำคัญกับการดำเนินธุรกิจที่ตนเองมีความถนัดมากกว่าและเชื่อว่าการจำกัดขอบเขตของตนในลักษณะดังกล่าวจะเป็นปัจจัยสำคัญที่ทำให้ธุรกิจสามารถอยู่รอดได้

➤➤ ตัวแทน/ นายหน้า (Commission Agents)

ตัวแทน/ นายหน้าจะทำหน้าที่ในการจัดหาสินค้า เปรียบเทียบกับผู้ผลิต รวมไปถึงการตรวจสอบคุณภาพของสินค้าและการเตรียมเอกสารที่จำเป็นสำหรับการนำเข้สินค้า

➤➤ ผู้ค้าปลีก (Retailers)

ผู้ค้าปลีกรายใหญ่ในออสเตรเลียจะสั่งสินค้าจากต่างประเทศบางส่วนโดยตรง แต่โดยส่วนใหญ่หรือกว่าร้อยละ 80 จะสั่งผ่านจากผู้นำเข้าหรือให้ตัวแทน/ นายหน้า เป็นผู้ดำเนินการ ด้วยวัฒนธรรมการดำเนินธุรกิจในลักษณะนี้ได้ส่งผลให้ตัวแทน/ นายหน้า และผู้นำเข้าไม่ได้รับผลกระทบมากนักแม้ว่าผู้ค้าปลีกจะทราบว่าผู้ประกอบการรายใดเป็นผู้ผลิตหรือผู้ส่งออก ผู้ค้าปลีกรายใหญ่ในประเทศออสเตรเลีย ได้แก่ Coles Myer Limited (www.colesmyer.com.au) และ Woolworths Limited (www.woolworthslimited.com.au)

➤➤ ผู้ผลิต (Manufacturers)

ผู้ผลิตจะมีการสั่งซื้อสินค้าที่เป็นวัตถุดิบเพื่อมาใช้ในการผลิตขั้นต่อไป และในทำนองเดียวกับผู้ค้าปลีก ผู้ผลิตบางรายก็จะให้ผู้นำเข้า ตัวแทน/ นายหน้าเป็นผู้จัดหาวัตถุดิบหรือชิ้นส่วนที่ต้องการ

➤ การกำหนดราคาขาย

เนื่องจากค่าใช้จ่ายในการบริหารงานโดยเฉพาะในส่วนค่าจ้าง/ ค่าตอบแทน (Labour Costs) ในประเทศออสเตรเลียอยู่ในเกณฑ์ที่สูงมากทำให้ส่วนต่างระหว่างต้นทุนและราคาขายจึงอยู่ในอัตราที่ค่อนข้างสูง อย่างไรก็ตาม ส่วนต่างดังกล่าวจะแตกต่างกันไปตามประเภทของธุรกิจ อาทิ:

ตารางที่ 4 ส่วนต่างระหว่างต้นทุนและราคาขายของธุรกิจประเภทต่างๆ

| ลักษณะของผู้ประกอบการ | ส่วนต่างระหว่างต้นทุนและราคาขาย |
|---------------------------------------|--------------------------------------|
| ➤ ตัวแทนซื้อระหว่างประเทศ | ➤ 3 - 6% ของมูลค่าสินค้านำเข้า (FOB) |
| ➤ ผู้นำเข้า/ ผู้ค้าส่งสินค้าบริโภค | ➤ 40 - 80% ของราคาสินค้าที่นำเข้า |
| ➤ ห้างที่จำหน่ายสินค้าราคาต่ำกว่าตลาด | ➤ 35 - 40% ของราคาขาย |
| ➤ ห้างสรรพสินค้า | ➤ 40 - 75% ของราคาขาย |
| ➤ ร้านค้าปลีกขนาดเล็ก | ➤ 50 - 100% ของราคาขาย |
| ➤ ซูเปอร์มาร์เก็ต | ➤ 15 - 35% ของราคาขาย |

ที่มา : CCI, 2005

ดังนั้น ผู้ส่งออกจึงไม่ควรกำหนดราคาที่สูงเพื่อให้เกิดการต่อรอง เนื่องจากผู้สั่งซื้อจะไม่ให้ความสนใจตั้งแต่ตอนต้นที่พิจารณาจากราคา

➤ ช่วงเวลาการสั่งซื้อสินค้า

เนื่องจากออสเตรเลียเป็นประเทศที่ตั้งอยู่ทางซีกโลกใต้ ทำให้ฤดูกาลที่เกิดขึ้นตรงข้ามกับประเทศคู่ค้าอื่นๆ เช่น สหรัฐอเมริกา ญี่ปุ่น หรือกลุ่มประเทศยุโรป ช่วงเวลาในแต่ละฤดูกาลในออสเตรเลียสรุปได้ดังนี้

- | | |
|----------------|--|
| ➤ ฤดูร้อน | ➤➤ ระหว่างเดือนธันวาคม - เดือนกุมภาพันธ์ |
| ➤ ฤดูใบไม้ร่วง | ➤➤ ระหว่างเดือนมีนาคม - เดือนพฤษภาคม |
| ➤ ฤดูหนาว | ➤➤ ระหว่างเดือนมิถุนายน - เดือนสิงหาคม |
| ➤ ฤดูใบไม้ผลิ | ➤➤ ระหว่างเดือนกันยายน - เดือนพฤศจิกายน |

ความแตกต่างในฤดูกาลได้ส่งผลกระทบต่อช่วงเวลาการสั่งซื้อสินค้าบางกลุ่ม อาทิ เสื้อผ้า และรองเท้า ฯลฯ ที่แตกต่างไปจากประเทศที่อยู่ในฝั่งซีกโลกเหนือ โดยทั่วไปจะช้ากว่าประมาณ 6 เดือน อย่างไรก็ตาม สินค้าที่มีความต้องการในช่วงเวลาเดียวกับประเทศอื่นๆ ในแถบซีกโลกเหนือจะเป็นกลุ่มที่ใช้ในเทศกาลต่างๆ ได้แก่:

- เทศกาลอีสเตอร์ ➤➤ ประมาณเดือนมีนาคมหรือเมษายน (จะแตกต่างกันไปในแต่ละปี)
- วันแม่ ➤➤ ประมาณกลางเดือนพฤษภาคม
- เทศกาลคริสต์มาส ➤➤ ปลายเดือนธันวาคม

➤ ช่วงเวลาที่ไม่เหมาะสมในการเดินทางเยือนออสเตรเลีย

ผู้ประกอบการที่สนใจจะเดินทางเพื่อนำเสนอสินค้าหรือเจรจาธุรกิจสามารถเดินทางได้ทุกเดือน แต่ควรหลีกเลี่ยงช่วงปลายเดือนธันวาคม-ต้นเดือนมกราคม (เนื่องจากผู้ประกอบการในออสเตรเลียจะหยุดในช่วงฉลองคริสต์มาส) และช่วงปลายเดือนมิถุนายน-ต้นเดือนกรกฎาคม (เนื่องจากเป็นช่วงเวลาที่ผู้ประกอบการในออสเตรเลียจะทำการปิดรอบระยะเวลาบัญชี)

➤ การเข้าสู่ตลาดออสเตรเลียผู้ประกอบการไทยควรเตรียมความพร้อมในเรื่องต่างๆ ต่อไปนี้

- 1. ควรผูกมิตรและเข้าใจถึงวัฒนธรรมและขนบธรรมเนียมประเพณีของชาวออสเตรเลีย ออสเตรเลียเป็นชาติที่ให้ความสำคัญกับเครือข่าย (Connection) และความสัมพันธ์ที่ดีระหว่างกันเป็นอย่างมาก การศึกษาให้เข้าใจถึงวัฒนธรรมและขนบธรรมเนียมประเพณีของคู่ค้าที่ติดต่อซึ่งจะมีความแตกต่างกันไปในแต่ละรัฐจะช่วยให้ผู้ส่งออกสามารถแก้ไขปัญหาหรืออุปสรรคที่อาจเกิดขึ้นในอนาคตได้ง่ายขึ้น ซึ่งวิธีการสร้างความสัมพันธ์ที่ดี เช่น ในการเชิญคู่ค้าให้มาเยือนไทยเพื่อเยี่ยมชมสถานที่ผลิตสินค้า ผู้บริหารของผู้ส่งออกรายนั้นๆ ควรเป็นผู้ที่มาต้อนรับด้วยตนเอง และดูแลเป็นอย่างดีในระหว่างที่คู่ค้ารายนั้นพำนักในประเทศไทย หรือในกรณีที่ผู้ส่งออกไทยเดินทางไปเยี่ยมเยือนคู่ค้าของตน ผู้ส่งออกก็ควรจัดหาของฝากมอบให้แก่คู่ค้าของตน ซึ่งจะช่วยสร้างความสัมพันธ์ที่ดีระหว่างกัน
- 2. ควรมีความรู้พื้นฐานเกี่ยวกับผลการเจรจาระหว่างไทย-ออสเตรเลีย
- 3. ควรมีความรู้พื้นฐานในทัศนคติและแนวคิดของผู้นำเข้าออสเตรเลียก่อนเริ่มดำเนินการติดต่อทางธุรกิจ โดยเงื่อนไขที่จำเป็นสำหรับผู้ส่งออกเมื่อได้ตกลงทางการค้ากับผู้นำเข้าชาวออสเตรเลีย ซึ่งประกอบด้วย (1) ราคาของสินค้า (2) คุณภาพของสินค้า (3) ความน่าเชื่อถือ (4) การส่งสินค้าที่ตรงเวลา (5) ปริมาณต่ำสุดที่สามารถส่งให้แก่ผู้นำเข้าได้

การที่ผู้นำเข้าบางรายได้กำหนดเงื่อนไขในประเด็นที่ห้าไว้ นั่น ด้วยเหตุผล 2 ประการ นั่นคือ ออสเตรเลียเป็นตลาดที่มีลักษณะเป็นแบบ Multi Cultural People ทำให้พฤติกรรม การบริโภคสินค้ามีความหลากหลายและแตกต่างกันไปอย่างมาก ส่วนอีกประการหนึ่ง เนื่องจากฤดูกาลของประเทศออสเตรเลียจะตรงข้ามกับประเทศเศรษฐกิจอื่นๆ โดยเฉพาะในแถบซีกโลกเหนือ ได้แก่ สหรัฐ ญี่ปุ่น และยุโรป ผู้นำเข้าชาวออสเตรเลียจึงเห็น ว่าผู้ส่งออกจะมีโอกาสได้รับการสั่งซื้อตลอดทั้งปี หรือหมายถึงสามารถให้ส่วนลดแก่ผู้นำเข้าออสเตรเลียได้

- 4. ควรมีความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับบรรณนิยมและพฤติกรรมผู้บริโภคของชาวออสเตรเลีย เช่น ชาวออสเตรเลียเป็นผู้อนุรักษ์นิยมและคำนึงถึงคุณค่าของเงิน “Value for Money” ดังนั้น ในการเลือกซื้อสินค้าปัจจัยที่ใช้ในการตัดสินใจว่าจะเลือกสินค้าใดจะประกอบด้วย (1) คุณภาพของสินค้า (2) รูปแบบของสินค้า และ (3) ราคาของสินค้า

โดยทั่วไปกระแสความนิยม (Trend) ในการบริโภคของชาวออสเตรเลียจะเป็นไปใน ลักษณะเช่นเดียวกันกับแถบยุโรปหรือสหรัฐอเมริกา อย่างไรก็ตาม สินค้าบางประเภท เช่น สินค้าแฟชั่นจะตามหลังกระแสความนิยมของทางยุโรปหรือสหรัฐฯ ประมาณ 6 เดือน เนื่องจากความแตกต่างของฤดูกาล จากลักษณะดังกล่าวทำให้ตลาดออสเตรเลียอาจ เป็นตลาดที่สองสำหรับผู้ส่งออกไทยได้ กล่าวคือ สินค้าที่ผลิตเพื่อส่งไปจำหน่ายในยุโรป หรืออเมริกาสามารถนำมาจำหน่ายในตลาดออสเตรเลียได้

- 5. ควรกำหนดราคาที่เหมาะสมเพื่อให้ผู้นำเข้าสนใจ - พฤติกรรมของผู้นำเข้าออสเตรเลีย อีกประการหนึ่ง คือ ไม่นิยมต่อรอง ดังนั้น ผู้ส่งออกจึงไม่ควรที่จะกำหนดราคาให้สูงโดย คาดหวังที่จะให้ทางผู้นำเข้าต่อรอง เพราะผู้นำเข้าอาจจะไม่สนใจติดต่อกับผู้ส่งออกรายนั้นๆ
- 6. ควรรักษามาตรฐานของสินค้าตามที่ได้ตกลงไว้กับผู้นำเข้าในตอนต้น
- 7. ควรจัดเตรียมเอกสาร/ รายละเอียดเกี่ยวกับองค์กรและสินค้าที่ต้องการเสนอให้พร้อม เพื่อแสดงให้เห็นถึงความเป็นมืออาชีพของผู้ส่งออก
- 8. ไม่ควรคาดหวังที่จะได้รับคำสั่งซื้อในครั้งแรกเมื่อติดต่อกับผู้นำเข้า
- 9. ควรมีความรู้เกี่ยวกับขั้นตอนและวิธีการส่งออกก่อนที่จะเริ่มทำการติดต่อกับผู้นำเข้า
- 10. ควรเข้าร่วมเป็นสมาชิกในกลุ่มต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับภาคการค้าทั้งในและต่างประเทศ

ผู้ส่งออกควรหาที่เลี้ยงโดยการเข้าร่วมเป็นสมาชิกกับหน่วยงาน/ องค์กรที่เกี่ยวข้องกับ ภาคการค้า อาทิ สมาคมอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย หอการค้าไทย ฯลฯ เพราะนอกจาก จะได้รับข้อมูลข่าวสารที่ทันสมัยอยู่ตลอดเวลา การเป็นสมาชิกจะเป็นช่องทางหนึ่งที่ทำให้ผู้ส่งออกได้รับความช่วยเหลือได้รวดเร็วมากขึ้นเมื่อประสบปัญหา

➤ ปัจจัยสำคัญในการนำเสนอสินค้ากรณีเป็นคู่ค้ารายใหม่

ผู้นำเข้าชาวออสเตรเลียจะให้ความสนใจและติดต่อกับผู้ผลิตหรือผู้ส่งออกรายใหม่ในกรณีนี้:

1. ราคาสินค้าของผู้ผลิตหรือผู้ส่งออกรายใหม่ถูกกว่าราคาที่เคยติดต่อกันเป็นประจำ
2. ความน่าเชื่อถือของผู้ผลิตหรือผู้ส่งออกรายใหม่ - สินค้าที่ผลิตได้มาตรฐานคงที่ ความตรงต่อเวลาและการติดต่ออย่างต่อเนื่องจะเป็นปัจจัยสำคัญที่สร้างความน่าเชื่อถือแก่ผู้นำเข้า
3. ผู้ผลิตหรือผู้ส่งออกรายใหม่มีความยืดหยุ่น - ผู้นำเข้าจะให้ความสนใจกับผู้ผลิตหรือผู้ส่งออกรายใหม่หากพบว่าผู้ประกอบการรายนั้นๆ มีการผ่อนหนักผ่อนเบาโดยเฉพาะในประเด็นที่เกี่ยวข้องกับปริมาณการสั่งซื้อ
4. การให้ความสนใจและการสื่อสารทางตรงของผู้ผลิตหรือผู้ส่งออก - การเดินทางไปพบปะและเจรจาธุรกิจโดยตรงกับผู้นำเข้าที่ประเทศออสเตรเลียเป็นแนวทางปฏิบัติที่สร้างความประทับใจและนำไปสู่ความสำเร็จในการเจรจาธุรกิจได้ค่อนข้างมาก ซึ่งผู้ผลิตและผู้ส่งออกที่ประสงค์จะดำเนินการด้วยวิธีนี้สามารถแจ้งความจำนงผ่านเจ้าหน้าที่กรมส่งเสริมการส่งออก หรือผู้แทนของหอการค้าไทยในออสเตรเลียได้เพื่อให้ความช่วยเหลือในการจัดนัดหมายให้

วิธีการสื่อสารด้วยการส่งจดหมายหรือรายละเอียดของสินค้าทางไปรษณีย์เป็นแนวทางที่ไม่ค่อยมีประสิทธิภาพมากนัก เนื่องจากผู้นำเข้าจะได้รับจดหมายประเภทนี้จำนวนมากในแต่ละวันหรือแต่ละสัปดาห์ ดังนั้น หากผู้ผลิตหรือผู้ส่งออกประสงค์ที่จะดำเนินการด้วยแนวทางนี้ จดหมายที่นำเสนอนอกจากจะต้องแสดงให้เห็นได้อย่างชัดเจนถึงความน่าสนใจของสินค้า ราคาของสินค้าและข้อเสนอจะต้องมีความแตกต่างและดึงดูดใจให้ผู้นำเข้าให้ความสนใจ

5. การสร้างความแตกต่างในสินค้า (Differentiation) ที่จะนำเสนอให้กับตลาดออสเตรเลีย ไม่ว่าจะเป็นในเรื่องของบรรจุภัณฑ์ (Packaging) รูปแบบของตัวสินค้า (Design) และชื่อแบรนด์ (Brand Name) เป็นประเด็นสำคัญที่ผู้ประกอบการไทยควรให้ความสนใจมากกว่าที่จะมาแข่งขันกันในเรื่องของราคาสินค้า
6. โดยทั่วไปผู้นำเข้าต้องการที่จะได้สิทธิการเป็นผู้นำเข้าสินค้านั้นๆ เพียงรายเดียว (Sole-Distributor) อย่างไรก็ตาม ผู้ประกอบการ/ ผู้ส่งออกไทยควรศึกษาและประเมินถึงศักยภาพของผู้นำเข้าออสเตรเลียรายนั้นๆ ด้วย เช่น หากผู้นำเข้าที่มีฐานการกระจายสินค้าในระดับรัฐ (State) เท่านั้น ผู้ส่งออกก็ควรทำสัญญาจำกัดให้เป็น Sole-Distributor เฉพาะรัฐนั้นๆ เพียงรัฐเดียว

❏ ข้อควรปฏิบัติในการส่งสินค้าไปประเทศออสเตรเลีย

ในการรับสิทธิประโยชน์เรื่องอัตราภาษีนำเข้าพิเศษสำหรับสินค้าที่ส่งจากประเทศกำลังพัฒนาซึ่งรวมถึงไทยนั้น ผู้ส่งออกไทยที่ต้องการได้รับสิทธิดังกล่าวจะต้องให้ผู้ผลิตจัดทำข้อความที่แสดงด้านล่างในใบส่งสินค้าทุกฉบับ (ที่มา: CCI, 2005) กรณีที่ผู้ส่งออกเลยไม่ได้มีการจัดทำเอกสารดังกล่าวจะส่งผลให้ไม่สามารถได้รับสิทธิประโยชน์อัตราภาษีพิเศษที่รัฐบาลออสเตรเลียได้กำหนดไว้

Declaration: "I declare that the final process of manufacture of the goods for which special rates are claimed has been performed in (Country) and that not less than one half of the factory or works cost of the goods is represented by the value of labour or materials, or of labour and material of (Country), or of (Country), or of (Country) and Australia."

❏ องค์กรที่เกี่ยวข้อง

Australian Quarantine Inspection (AQIS)

Edmund Barton Building
Kings Av Barton ACT 2600
Tel: +61 2 8334 7444
Fax: +61 2 8334 7555
Website: www.aqis.gov.au

Department of Transport and Regional Services

111 Alinga Street
Canberra City ACT 2601
Tel: +61 2 6274 7111
Fax: +61 2 6257 2505
Email: publicaffairs@dotars.gov.au

Food Standard Australia and New Zealand (FSANZ)

55 Blackall St, Barton ACT 2600
Tel: +61 2 6271 2241
Fax: +61 2 6271 2278
Email: info@foodstandards.gov.au

Australian Customs Services (ACS)

Tel: +61 2 6275 6666
Website: www.customs.gov.au
Email: information@customs.gov.au

การตรวจคุณสมบัติทางด้านแหล่งกำเนิดสินค้าภายใต้ FTA ไทย-ออสเตรเลีย

กรมการค้าต่างประเทศได้กำหนดแนวปฏิบัติในการตรวจคุณสมบัติทางด้านแหล่งกำเนิดสินค้า ก่อนขอหนังสือรับรองแหล่งกำเนิดสินค้า (Form FTA) ภายใต้ FTA ไทย-ออสเตรเลีย โดยให้ผู้ส่งออกจัดทำคำขอให้ตรวจคุณสมบัติทางด้านแหล่งกำเนิดของสินค้าพร้อมคำรับรองและรายละเอียดต้นทุนการผลิตสินค้า ตามแบบที่กรมฯ กำหนด พร้อมแนบเอกสารสำคัญบางรายการ โดยไม่ต้องแนบเอกสารหลักฐานประกอบอื่นๆ ซึ่งจะแตกต่างจากระบบ GSP ทั้งนี้ เพื่อเป็นการลดภาระด้านเอกสารและอำนวยความสะดวกแก่ผู้ส่งออกที่จะขอใช้สิทธิพิเศษฯ ไทย-ออสเตรเลีย ซึ่งผู้ส่งออกสามารถยื่นคำขอให้ตรวจคุณสมบัติทางด้านแหล่งกำเนิดสินค้าได้ตั้งแต่บัดนี้เป็นต้นไป

เอกสารที่ต้องใช้ประกอบ

ผู้ส่งออกที่ประสงค์จะขอให้กรมฯ ตรวจคุณสมบัติทางด้านแหล่งกำเนิดสินค้า ต้องจัดเตรียมเอกสารดังต่อไปนี้

1. คำขอให้ตรวจคุณสมบัติทางด้านแหล่งกำเนิดสินค้า ตามแบบที่กรมฯ กำหนด
2. คำรับรองและรายละเอียดต้นทุนการผลิตสินค้า ตามแบบที่กรมฯ กำหนด
3. สำเนาหนังสือรับรองการจดทะเบียนเป็นนิติบุคคล
4. สำเนาใบทะเบียนภาษีมูลค่าเพิ่มหรือสำเนาบัตรประจำตัวผู้เสียภาษี
5. สำเนาใบอนุญาตประกอบกิจการโรงงาน
6. สำเนาบัตรประจำตัวประชาชนของผู้ลงนามและผู้ยื่นเอกสาร

การแจ้งผลการตรวจสอบ

เมื่อเจ้าหน้าที่ได้พิจารณาข้อมูลตามคำขอฯ และคำรับรองฯ ของผู้ส่งออกแล้วว่าเป็นสินค้าที่มีการผลิตถูกต้องตามหลักเกณฑ์แหล่งกำเนิดสินค้าตามความตกลง FTA ไทย-ออสเตรเลีย จะแจ้งผลการพิจารณาลงในคำขอฯ เพื่อให้ผู้ส่งออกใช้เป็นหลักฐานประกอบในการขอหนังสือรับรองแหล่งกำเนิดสินค้า

ระยะเวลาในการตรวจสอบ

ประมาณ 1 วันทำการ

ที่มา : กรมเจรจาการค้าระหว่างประเทศ