

อาหารสัตว์เลี้ยง Pet Food



ผู้เขียนหลัก มธุรพจน์ ศรีโพหนอง , พิมพ์นรี ธีระธรรมสรณ์
ผู้เขียนร่วม สุภาวดี คุ่มราษฎร์

โอกาสด้านการตลาด (Market Opportunity)

แนวโน้มอุตสาหกรรม

อินเดียเป็นประเทศที่มีประชากรสัตว์เลี้ยงราว 30 ล้านตัว และคาดการณ์ว่าตัวเลขประชากรสัตว์เลี้ยงจะเพิ่มขึ้นเฉลี่ยร้อยละ 9 ต่อปี ภายในระยะเวลา 2-3 ปีข้างหน้า แม้ว่าผู้เลี้ยงสัตว์มักจะหาอาหารง่าย ๆ ในบ้านให้สัตว์เลี้ยง แต่ก็มีไม่น้อยที่ต้องการหาซื้ออาหารสัตว์เลี้ยงสำเร็จรูปให้มากกว่า จึงทำให้อุปสงค์ในอาหารสัตว์เลี้ยงสูงขึ้นอย่างรวดเร็วตามไปด้วย

ปัจจุบันอินเดียต้องการอาหารสัตว์เลี้ยงโดยเฉลี่ย 30,000 ตันต่อปีแต่ยังคงประสบปัญหาความขาดแคลนเนื่องจากผู้ผลิตอาหารสัตว์ในประเทศยังไม่สามารถผลิตให้เพียงพอต่ออุปสงค์ที่เพิ่มขึ้นได้และยิ่งขาดแคลนมากขึ้นเมื่อเกิดการแพร่ระบาดของโควิด-19 การเลี้ยงสุนัขและสัตว์เลี้ยงอื่น ๆ เพิ่มขึ้นอย่างมากในช่วงทศวรรษที่ผ่านมา ในอินเดีย เนื่องจากการเปลี่ยนแปลง วิถีชีวิตในเมืองและการเปลี่ยนแปลงเป็นครอบครัวขนาดเล็ก (พ่อ แม่ ลูก) ที่เพิ่มขึ้น ส่งผลให้ตลาดสินค้าสำหรับสัตว์เลี้ยง เติบโตสูงอย่างมีศักยภาพ และดึงดูดให้มีธุรกิจประเภท Start up เกี่ยวกับสัตว์เลี้ยงเกิดขึ้นมากมาย เช่น Dogspot, Heads Up for Tails, Nimble Wireless ในช่วงหลายปีที่ผ่านมา

นอกจากนี้ ผู้ผลิตอาหารสัตว์มีการนำเสนอผลิตภัณฑ์จาก ธรรมชาติที่ปราศจากกลูเตน และปราศจากการตัดแต่งพันธุกรรม (Non GMO) พร้อมเสริมประโยชน์ต่อสุขภาพที่เพิ่มขึ้น ในผลิตภัณฑ์ เช่นอาหารสุนัขที่มีกรดไขมันโอเมก้า 3 และ 6 เพื่อสุขภาพผิวที่ดี อาหารสุนัขเสริมโปรไบโอติกเพื่อช่วยบำรุง สุขภาพทางเดินอาหาร อาหารสุนัขเสริมกลูโคซามีนเพื่อสุขภาพข้อต่อและความแข็งแรง กระดูก และวิตามินและแร่ธาตุเพื่อโภชนาการที่สมบูรณ์และสมดุลของสุนัข เป็นต้น

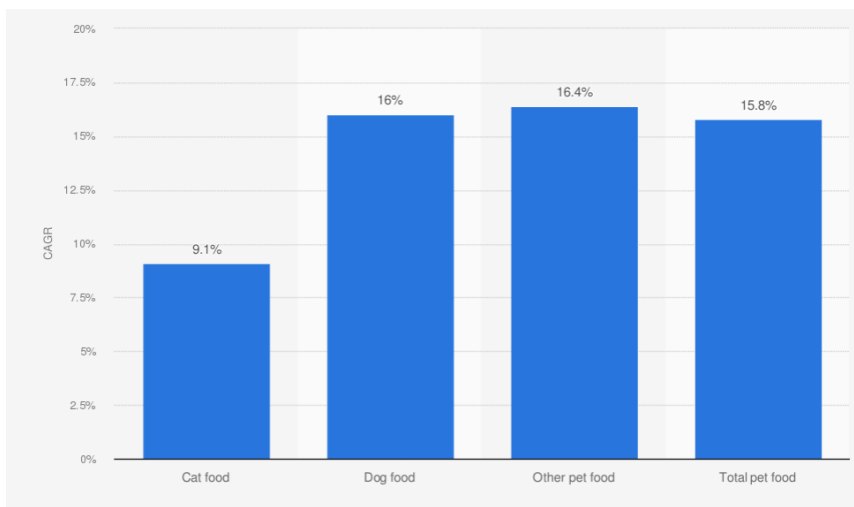
ปัจจุบันอุตสาหกรรมอาหารสัตว์เลี้ยงอินเดียถูกครอบครองโดยผู้เล่นรายใหญ่ และมีการนำเข้าอาหารสัตว์เลี้ยงกว่าร้อยละ 45-50 เพื่อให้เพียงพอต่อความต้องการในประเทศ ค่าใช้จ่ายในการนำเข้ามักสูงกว่าสินค้าที่ผลิตในประเทศ ทำให้ผู้เลี้ยงสัตว์จำนวนมากอาจจะไม่มีกำลังซื้อได้จึงถือเป็นโอกาสของผู้ประกอบการรายเล็กที่จะเติมเต็มช่องว่าง โดยการผลิตอาหารสัตว์เลี้ยงเอง โดยเฉพาะอาหารสุนัข เนื่องจากเป็นสัตว์เลี้ยงที่ชาวอินเดียนิยมเลี้ยงมากที่สุด คิดเป็นกว่าร้อยละ 70 ของสัตว์เลี้ยงทั้งหมดในประเทศ นอกจากนี้อาหารปลา อาหารสัตว์เลี้ยงเพื่อการเกษตร หรืออาหาร สัตว์อื่น ๆ ก็ถือเป็นโอกาสที่ดีสำหรับธุรกิจขนาดเล็กและขนาดกลางเช่นกัน ¹

¹ https://www.ditp.go.th/contents_attach/753588/753588.pdf

ขนาดตลาด

ตลาดสินค้าสัตว์เลี้ยงของอินเดียประกอบด้วย อาหารสุนัข อาหารแมว ผลิตภัณฑ์เสริมอาหารสำหรับสัตว์เลี้ยง การดูแลสุขภาพสัตว์เลี้ยง และอื่น ๆ คาดว่าปี 2019-2025 ตลาดสินค้าสัตว์เลี้ยงของอินเดียจะมีการเติบโตสูงอย่างต่อเนื่องโดยอุตสาหกรรมสินค้าสัตว์เลี้ยงของอินเดียได้รับปัจจัยสนับสนุนจากยอดขายอาหารสุนัขที่เติบโตอย่างแข็งแกร่ง โดยมีค่า (CAGR : Compound Annual Growth Rate) ซึ่งเป็นตัววัดเปอร์เซ็นต์การเปลี่ยนแปลงข้อมูลโดยเฉลี่ยต่อปี สูงถึงร้อยละ 15 ในช่วงปี 2019-2023 โดยหมวดอาหารสุนัขมีส่วนแบ่งมูลค่าสูงถึงร้อยละ 16 ในขณะที่หมวดอาหารแมว CAGR ร้อยละ 9.1 หมวด อาหารสัตว์เลี้ยงอื่น ๆ รวมกัน ร้อยละ 16.4 ดังแสดงในแผนภาพที่ 1

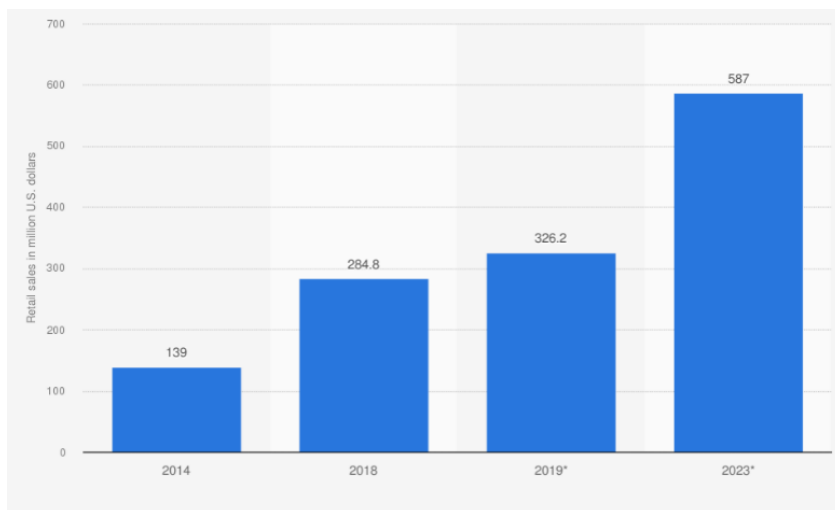
แผนภาพที่ 1 แสดงยอดขายจำหน่ายสินค้าหมวดอาหารสัตว์เลี้ยงในอินเดีย ระหว่างปี 2019 ปี 2023



ที่มา : Statista (2023)

นอกจากนี้ Statista ยังประมาณการว่ายอดขายปลีกอาหารสัตว์เลี้ยงจะมีมูลค่าถึง 587 ล้านดอลลาร์สหรัฐในปี 2023 ดังแสดงในแผนภาพที่ 2

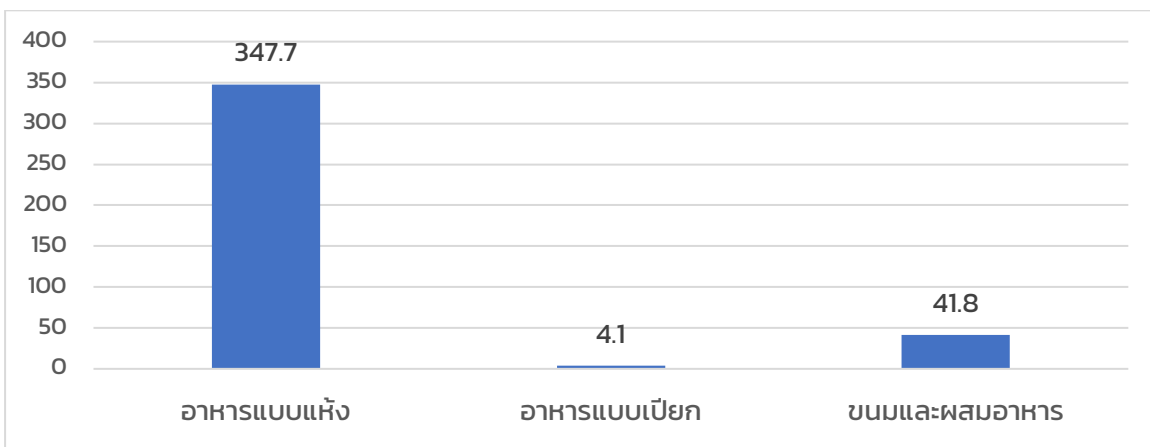
แผนภาพที่ 2 แสดงยอดขายจำหน่ายสินค้าหมวดอาหารสัตว์เลี้ยงในอินเดีย ระหว่างปี 2019 ปี 2023



ที่มา : Statista (2023)

ตลาดอาหารสุนัข ปี 2021 มีมูลค่ารวม 393.6 ล้านดอลลาร์สหรัฐ และมีแนวโน้มเติบโตถึง 870.4 ล้านดอลลาร์สหรัฐในปี 2026 ขณะที่ปี 2021 อาหารสุนัขแบบแห้งมีส่วนแบ่งตลาดมากที่สุดอยู่ที่ร้อยละ 46.3 ยอดขายปลีก 828.0 ล้านดอลลาร์สหรัฐ รองลงมาคืออาหารสุนัขแบบเปียกมีส่วนแบ่งตลาดอยู่ที่ร้อยละ 39.0 ยอดขายปลีก 347.7 ล้านดอลลาร์สหรัฐ โดยกลุ่มอาหารสุนัขแบบแห้งราคาประหยัดครองส่วนแบ่งการตลาดมากที่สุด แต่คาดว่าอาหารสุนัขพรีเมียมแบบแห้งจะเริ่มมีอัตราการเติบโตตามแนวโน้มความต้องการของผู้บริโภคชาวอินเดียหลังการระบาดของเชื้อไวรัส Covid-19 ได้เริ่มให้ความสำคัญกับสุขภาพของสุนัขมากขึ้น สินค้าที่น่าสนใจยังเป็นขนมและเครื่องผสมอาหารสำหรับสุนัขคาดว่าจะบรรลุ 90.0 ล้านดอลลาร์ภายในปี 2026

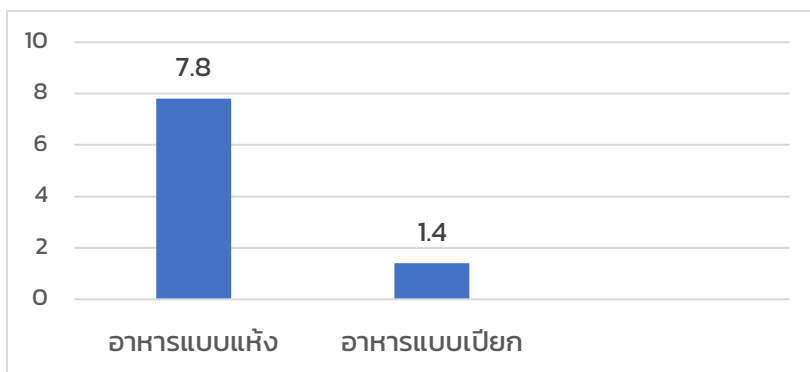
แผนภาพที่ 3 ส่วนแบ่งการตลาดอาหารสุนัขปี 2021 (ล้านดอลลาร์สหรัฐ)



ที่มา: Euromonitor International (2022)

ตลาดอาหารแมว ปี 2021 มีมูลค่ารวม 9.1 ล้านดอลลาร์สหรัฐ และมีแนวโน้มเติบโตถึง 15.8 ล้านดอลลาร์สหรัฐในปี 2026 ในขณะที่ปี 2021 อาหารแมวแบบแห้งระดับพรีเมียมมีส่วนแบ่งตลาดมากที่สุด ยอดขายปลีก 6.7 ล้านดอลลาร์สหรัฐ เป็นผลมาจากอินเดียมีอัตราการเลี้ยงแมวเพิ่มขึ้นหลังการระบาดของเชื้อไวรัส Covid-19 มักได้รับความนิยมนอกจากผู้รักหนุ่มสาว เด็ก และครอบครัวเดี่ยว ที่มีรายได้สูง จึงมีศักยภาพสูงสำหรับอาหารระดับพรีเมียมและแนวโน้มความต้องการขนมและเครื่องผสมอาหารแมวในอนาคต

แผนภาพที่ 4 ส่วนแบ่งการตลาดอาหารแมวปี 2021 (ล้านดอลลาร์สหรัฐ)

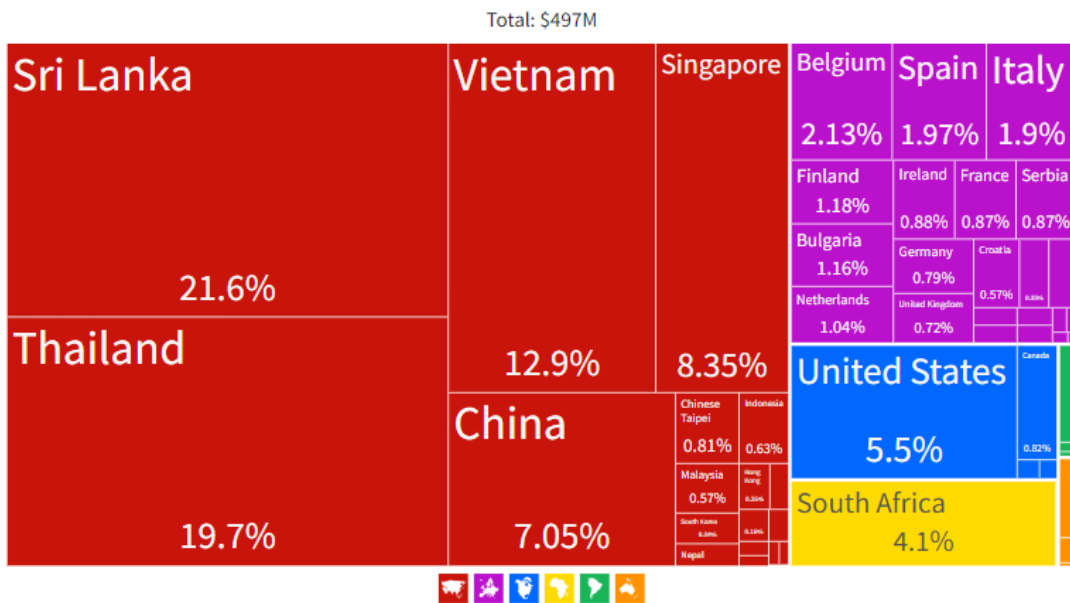


ที่มา: Euromonitor International (2022)

คู่แข่งที่สำคัญในตลาดส่งออก

จากสถิติปี 2021 การนำเข้าสินค้าอาหารสุนัขและแมว (HS Code 2309) ในอินเดียมีมูลค่าทั้งสิ้น 497 ล้านดอลลาร์สหรัฐ พบว่า ออสเตรเลียนำเข้าสินค้าอาหารสัตว์จากศรีลังกาเป็นอันดับหนึ่ง ด้วยมูลค่า 107,362,740 ดอลลาร์สหรัฐ คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 21.6 โดยมีมูลค่าการนำเข้าจากไทย 98,008,278 ดอลลาร์สหรัฐ เป็นอันดับสองรอง คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 19.7 ตามมาด้วยเวียดนาม สัดส่วนร้อยละ 12.9 และ จีน สัดส่วนร้อยละ 7.05 ตามลำดับ

แผนภาพที่ 5 สัดส่วนมูลค่าการนำเข้าอาหารสุนัขและแมวของอินเดีย



ที่มา: OEC (2021)

ปัจจุบันในตลาดการแข่งขันอาหารสัตว์เลี้ยง แบรนด์ Mars International ยังคงเป็นผู้นำตลาด รองมาด้วยแบรนด์ Royal Canin เนื่องจากทั้งสองแบรนด์ได้รับการยอมรับอย่างกว้างขวาง มีแบรนด์ที่แข็งแกร่ง และความน่าเชื่อถือ ต่อ เจ้าของสัตว์เลี้ยงในอินเดีย โดยบริษัท Mars, Royal Canin และ Cuddle up เป็นสามรายสำคัญมีมูลค่าในส่วแบ่ง การตลาดกว่าร้อยละ 73

พฤติกรรมผู้บริโภค

การระบาดของเชื้อไวรัส Covid-19 ส่งผลต่อความต้องการอาหารสุนัขและแมวในประเทศอินเดีย ครอบครัวชาวอินเดียรับเลี้ยงสุนัขและแมวมากขึ้น แต่สุนัขได้รับความนิยมมากกว่า การรับสุนัขและแมวมาเลี้ยงเป็นเพื่อน เทรนด์ Pet Humanization หรือการให้ความรักสุนัขและแมวเสมือนเป็นมนุษย์ หรือการเลี้ยงสุนัขและแมวเหมือนลูกเริ่มมีแนวโน้มเติบโตขึ้น และจะนำมาซึ่งอาหารคุณภาพสูงสำหรับสัตว์เลี้ยงในอนาคต

กลยุทธ์การเข้าสู่ตลาด

(Market Entry Strategy)

แนวทางการขยายตลาด

ชาวอินเดียมีแนวโน้มที่จะขยายที่อยู่อาศัยในพื้นที่เมืองหลักและเมืองรอง อีกทั้งอาศัยเป็นครอบครัวเดี่ยวมากขึ้นรวมทั้งมีจำนวนเด็กและผู้สูงอายุในครอบครัวมากขึ้น จึงทำให้มีประชากรที่นิยมเลี้ยงสัตว์เลี้ยงเพิ่มมากขึ้น ส่วนใหญ่มีความต้องการอาหารสุนัขแบบแห้งราคาประหยัด และอาหารแมวแบบแห้งราคาพรีเมียม นอกจากนี้เจ้าของสัตว์เลี้ยงชาวอินเดียยังมีความห่วงใยและคำนึงถึงสุขภาพอนามัยของสัตว์เลี้ยงมากขึ้น โดยเฉพาะกลุ่มผู้มีรายได้ปานกลาง-สูง ที่มีจำนวนมากขึ้นในเมืองรอง ที่ยินดีจะจ่ายเงินในการดูแลสัตว์เลี้ยงในระดับราคาค่อนข้างสูง และมีความต้องการอาหารสัตว์เลี้ยงที่มีประโยชน์ด้านโภชนาการที่ดีต่อสุขภาพและบำรุงสุขภาพสัตว์เลี้ยง เช่น ขนมและเครื่องผสมอาหาร อาหารเสริม อาหารสัตว์เลี้ยงแบบธรรมชาติปลอดสารเคมีและอาหารอินทรีย์มากขึ้น

ปัจจุบันสินค้าอาหารสัตว์เลี้ยงของไทยยังคงเป็นผู้นำในตลาดนำเข้าของอินเดียเนื่องจากสินค้าไทยมีคุณภาพปลอดภัย มีมาตรฐานสุขอนามัยเป็นที่ยอมรับในระดับสากล มีเทคโนโลยีและมาตรฐานการผลิตที่ตรวจสอบย้อนกลับได้ รวมถึงสินค้ามีความหลากหลายตอบสนองต่อความต้องการของเจ้าของสัตว์เลี้ยง และไทยมีความได้เปรียบคู่แข่งในด้านต้นทุนและความสามารถในการเข้าถึงวัตถุดิบที่ใช้ในการผลิตอาหารสัตว์เลี้ยงจากอุตสาหกรรมเกษตรและอุตสาหกรรมประมง เช่น เศษอาหารทะเล แป้ง และธัญพืชต่าง ๆ อีกทั้งการพัฒนาอุตสาหกรรมอาหารสัตว์เลี้ยงในอินเดียยังอยู่ในช่วงเริ่มต้นและยังไม่สามารถตอบสนองได้ทันต่ออุปสงค์ภายในประเทศที่เพิ่มขึ้นอย่างมาก จึงเป็นโอกาสของผู้ส่งออกอาหารสัตว์เลี้ยงของไทยในตลาดอินเดียและได้เปรียบคู่แข่งอื่น อย่างฝรั่งเศส แอฟริกาใต้ อิตาลี และสเปน โดยใช้สิทธิพิเศษจากความตกลงทางการค้า ASEAN-India Free Trade Agreement (AIFTA) ที่อินเดียลดภาษีนำเข้าจากไทยจนเหลือ ร้อยละ 0 ทั้งนี้ผู้ส่งออกควรหลีกเลี่ยงการส่งออกสินค้าอาหารสัตว์เลี้ยงที่มีส่วนผสมที่มาจากวัว หรือมีส่วนผสมในอาหารที่มีการตัดแปลงทางพันธุกรรมไปยังอินเดีย

ช่องทางการเข้าสู่ตลาด

ในปี 2020 ร้าน Non Grocery Specialist เป็นช่องทางการจัดจำหน่ายที่ใหญ่ที่สุด (ร้อยละ 42.5) ในอินเดีย รองลงมาคือ ร้านขายสินค้าสัตว์เลี้ยง (ร้อยละ 41.2) คลินิกรักษาสัตว์ (ร้อยละ 41.04) อย่างไรก็ตาม การเติบโตของร้านขายสินค้าสัตว์เลี้ยงลดลงร้อยละ 3.03 เทียบปี 2019 กับปี 2020 ไฮเปอร์มาร์เก็ต (ส่วนแบ่ง ร้อยละ 8.56) และซูเปอร์มาร์เก็ต (ส่วนแบ่งร้อยละ 7.45) ทั้งนี้ ปัจจุบัน ลูกค้ายังหันไปนิยมซื้ออาหารสัตว์เลี้ยงทางออนไลน์ผ่าน Amazon India และเว็บไซต์อื่น เช่น Pets world และ Flipkart

กิจกรรมงานแสดงสินค้าหรือการจับคู่ธุรกิจ

ผู้ประกอบการ SME เริ่มต้น สามารถขยายตลาดไปยังประเทศอินเดียโดยการเข้าร่วมงานแสดงสินค้า เพื่อพบคู่ค้าในงาน PETEX India เป็นงานแสดงสินค้า แบบ B2B2C อุตสาหกรรมสัตว์เลี้ยงที่ใหญ่ที่สุดของอินเดีย ภายในงานจัดแสดงผลภัณฑ์สำหรับสัตว์เลี้ยงและอุปกรณ์สำหรับสัตว์เลี้ยง และนวัตกรรมใหม่แก่ผู้เชี่ยวชาญในอุตสาหกรรม ผู้นำเข้า ตัวแทนจำหน่าย ผู้จัดจำหน่าย ขยายผลิตภัณฑ์ สัตว์เลี้ยง ผู้ส่งออก ผู้ให้บริการสัตว์เลี้ยง จัดขึ้นในเดือนมกราคม เมืองเดลี ประเทศอินเดีย ผู้สนใจสามารถติดตามข้อมูลข่าวสารการจัดงานกิจกรรมได้ที่ <https://petex.in/>



ตัวอย่างรายชื่อผู้นำเข้า

IMPORTER NAME

PERFECT COMPANION INDIA PRIVATE LTD.

ORANGE PET NUTRITION PRIVATE LTD.

PAWSNCOLLARS PRIVATE LTD.

AISTRA

MULTI MARK INDIA GROUP

JK PET PRODUCTS INC.

SMARTYPET PET PRODUCTS

PUPPY OYE INC.

VALUE PETS INDIA

WEBSITE

<https://www.perfectcompanion.com>

<https://www.orangepet.in>

<https://pawsoncollars.com>

<https://myaistra.com>

<https://www.multimarkindiagroup.com>

<https://www.jkpets.in>

<https://smartypetpetproducts.com>

<https://puppyoyeinc.com>

<https://valuepetsindia.in>

ที่มา : Trade Atlas (2023)

แนวทางการส่งออก (Export Solutions)

การเลือกช่องทางขนส่ง

การส่งสินค้าอาหารสัตว์เลี้ยงสำหรับผู้ประกอบการ SME ไทย ควรเลือกการส่งทางเรือโดยตู้สินค้าธรรมดา เพื่อลดต้นทุนในการขนส่งซึ่งเหมาะกับการส่งสินค้าจำนวนมากและมีการบรรจุหีบห่อเรียบร้อย อย่างไรก็ตามความรับผิดชอบเรื่องค่าขนส่งสินค้าขึ้นอยู่กับข้อตกลงระหว่างผู้ส่งออกและผู้นำเข้าว่าจะเลือกรูปแบบการขนส่งรูปแบบใด และสัญญาซื้อขายสินค้าระหว่างกัน ในขณะที่การเลือกท่าเรือปลายทางนั้นผู้ส่งออกควรเลือกท่าเรือปลายทางตามที่ผู้นำเข้าต้องการ

การขอใบอนุญาตและใบรับรองมาตรฐานต่าง ๆ

1. มาตรการและกฎหมายการส่งออกจากไทย

การขอใบอนุญาตและใบรับรองมาตรฐานต่าง ๆ ขั้นตอนส่งออกที่สำคัญคือการเตรียมเอกสารให้พร้อมสำหรับการส่งออกสินค้า โดยเอกสารที่ต้อง เตรียมจะเป็นเอกสารขั้นพื้นฐานในการส่งออกไปจนถึงเอกสารเฉพาะสำหรับอุตสาหกรรมโดยส่วนใหญ่เป็นเอกสารที่ต้องเตรียมเพื่อให้สามารถจำหน่ายสินค้าหรือส่งสินค้าไปยังประเทศปลายทางได้ นอกจากนี้อาจเป็นเอกสารที่ผู้นำเข้าต้องการขอเพิ่มเติม เพื่อเป็นการรับรองคุณภาพสินค้าโดยใช้หน่วยงานกลางรับรอง โดยสินค้าอาหารสัตว์จะต้องมีหนังสือรับรองและปฏิบัติตามระเบียบต่าง ๆ ตามมาตรการส่งออกของ ไทยและมาตรการนำเข้าของอินเดียเบื้องต้น ดังนี้

1. มาตรการและกฎหมายเกี่ยวกับสินค้าอาหารสัตว์ของไทย ผู้ประกอบการที่จะส่งออกอาหารสัตว์เลี้ยงจะต้องปฏิบัติตามมาตรการส่งออกอาหารสัตว์ ดังนี้

1.1 ขอใบอนุญาตแสดงเครื่องหมายมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม (ทั่วไป) จากสำนักงานมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม (สมอ.) หรือ ระบบ Single Sign On (SSO) ทั้งนี้ ผู้ประกอบการสามารถศึกษาข้อมูล การใช้งานระบบ Single Sign On (SSO) เพิ่มเติมได้จากเว็บไซต์ สำนักงานมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม: <https://www.tisi.go.th/contents/details/1322>

1.2 ขอใบอนุญาตและขึ้นทะเบียนอาหารสัตว์ควบคุมเฉพาะ จาก กองควบคุมอาหารและยาสัตว์ กรมปศุสัตว์ ทั้งนี้ผู้ประกอบการสามารถศึกษารายละเอียดการ ลงทะเบียนได้ที่เว็บไซต์ <https://drive.google.com/file/d/1hKVAdtTdzwPrHdFn1h59oRwklxXdklpU/view>

1.3 ขอหนังสือรับรองสุขอนามัย (Health Certificate) จาก สำนักพัฒนาระบบและรับรองมาตรฐานสินค้าปศุสัตว์ กรมปศุสัตว์ ดูตัวอย่างได้ที่ https://www4.fisheries.go.th/local/file_document/20200519105119_new.pdf

2. มาตรการทางการค้าทางภาษีและที่มิใช่ภาษีของประเทศอินเดีย

อัตราภาษีนำเข้าสินค้า

ภาษีศุลกากร สินค้าอาหารสัตว์เลี้ยงส่งออกจากไทยถูกจัดอยู่ในกลุ่มทั่วไป (General) ตาม Harmonized Tariff Schedule (HTS) โดยใช้สิทธิพิเศษจากความตกลงทางการค้า ASEAN-India Free Trade Agreement (AIFTA) ที่อินเดียลดภาษีนำเข้าจากไทยจนเหลือ ร้อยละ 0 ทั้งนี้ผู้ประกอบการ SME ควรปรึกษาตัวแทนผู้ส่งออกหรือตรวจสอบพิกัดศุลกากรก่อนส่งออกที่ <http://itd.customs.go.th/> หรือ <https://cbic.gov.in/htdocs-cbec/customs/custom-tariff> การใช้สิทธิพิเศษทางการค้า ผู้ประกอบการไทยที่ต้องการส่งออกสินค้าสู่ตลาดอินเดียภายใต้กรอบความตกลงเขตการค้าเสรีไทย-อินเดีย จะต้องปฏิบัติตามกฎแหล่งกำเนิดสินค้า และจะต้องมีเอกสารรับรองแหล่งกำเนิดสินค้า (Form AI) จากกรมการค้าต่างประเทศของไทย เพื่อนำไปแสดงต่อศุลกากรของอินเดีย

มาตรการนำเข้าสินค้า

1) หน่วยงานด้านความปลอดภัยและมาตรฐานอาหารของอินเดีย (FSSAI)

ผู้ประกอบการจะต้องลงทะเบียนกับ FSSAI ภายใต้หมวดหมู่อาหารในอินเดีย ซึ่ง FSSAI เป็นหน่วยงานของรัฐที่ได้รับมอบหมายให้ดูแลความปลอดภัยด้านอาหารของอินเดีย การลงทะเบียน FSSAI ถูกสร้างขึ้นเป็นมาตรฐานกลางเพื่อให้แน่ใจว่าผลิตภัณฑ์อาหารที่จำหน่ายในตลาดอินเดียจะเป็นไปตามหลักเกณฑ์และข้อบังคับตามระยะเวลาที่กำหนด แผนก ออกใบอนุญาตให้กับธุรกิจต่าง ๆ ของ FSSAI จะคิดค่าธรรมเนียม โดยธรรมเนียมที่จะจ่ายให้ FSSAI จะทำเมื่อลงทะเบียนแล้ว และหมายเลขดังกล่าวจะถูกพิมพ์ลงบนผลิตภัณฑ์นั้น ๆ เมื่อนำสู่สาธารณะ

ขั้นตอนการนำเข้าผลิตภัณฑ์อาหารสู่ประเทศอินเดีย (ที่มา: ศูนย์บริการข้อมูลธุรกิจไทย-อินเดีย)

ขั้นตอนที่ 1 การตรวจ/ปล่อยและพิธีการศุลกากร (Customs Clearance)

ในการนำเข้าผลิตภัณฑ์อาหารในทุกด้านศุลกากร ผู้นำเข้าจะต้องทำหนังสือมอบอำนาจ (Authorized Letter) ให้กับตัวแทนดำเนินพิธีการศุลกากร (Customs Handling Agent - CHA) และให้ทำหนังสือถึง FSSAI หรือเจ้าหน้าที่ผู้มีอำนาจ พร้อมจัดส่งผลิตภัณฑ์อาหารนำเข้าให้กับเจ้าหน้าที่ศุลกากรตามปริมาณที่กำหนด เพื่อทำการประเมินภาษี เมื่อเจ้าหน้าที่ตรวจสอบผลิตภัณฑ์แล้วให้ชำระภาษีศุลกากร

ขั้นตอนที่ 2 ยื่นขอใบอนุญาตจากหน่วยงานกำกับดูแลความปลอดภัยด้านอาหารของอินเดีย (FSSAI Clearance)

ตัวแทน (CHA) จะยื่นใบขอตรวจสอบผลิตภัณฑ์อาหาร หรือ Integrated Declaration Form ผ่านระบบ Custom Single Window Integration for Facilitating Trade (Swift) เพื่อให้ผลิตภัณฑ์อาหารที่จะนำเข้าได้ผ่านระบบการตรวจผ่านผลิตภัณฑ์อาหารนำเข้า (Food Import Clearance System) ของ FSSAI โดย CHA จะต้องกรอกรายละเอียดและแนบหลักฐานดังต่อไปนี้ลงบนเว็บไซต์ของหน่วยงานฯ

- รหัสผู้นำเข้าและส่งออกที่ออกโดยอธิบดีการค้าต่างประเทศของอินเดีย (Importer Exporter Code issued by Director-General of Foreign Trade)

- ใบอนุญาตประกอบธุรกิจอาหารจากหน่วยงานกำกับดูแลความปลอดภัยด้านอาหารของอินเดีย หรือ Food Business Operator License (FBO)

- ใบแสดงปริมาณและมูลค่าของผลิตภัณฑ์ (Bill of Entry)

- ใบสั่งการตรวจสอบที่สร้างขึ้นโดยระบบ EDI ของศุลกากร

ขั้นตอนที่ 3 การตรวจสอบและการสุ่มตัวอย่างของผลิตภัณฑ์อาหาร (Inspection and Sampling of the Consignment)

เมื่อยื่นใบขอตรวจสอบผลิตภัณฑ์อาหารผ่านตามขั้นตอนที่ 2 แล้ว เจ้าหน้าที่จาก FSSAI จะเป็นผู้ตรวจเอกสาร (เจ้าหน้าที่อาจขอเอกสารอื่นเพิ่มเติม) ทั้งนี้ถ้าหากผ่านการตรวจสอบเรียบร้อยแล้ว เจ้าของผลิตภัณฑ์จะต้องจ่ายค่าธรรมเนียมการตรวจสอบผลิตภัณฑ์ตามประเภท และจำนวนผลิตภัณฑ์ของกลุ่มตัวอย่าง (อัตราค่าธรรมเนียมมีการปรับเปลี่ยนอยู่เสมอ ตามที่เจ้าหน้าที่กำหนด) โดยเจ้าหน้าที่จะกำหนดวันและเวลาสำหรับการตรวจสอบทางกายภาพของผลิตภัณฑ์อาหารซึ่งจะมีการตรวจสอบ ดังต่อไปนี้

- การตรวจสอบทางกายภาพของผลิตภัณฑ์อาหาร เช่น แผลง หรือเชื้อรา
- การตรวจสอบอายุการเก็บรักษาของผลิตภัณฑ์อาหารที่เหลืออยู่ต้องมากกว่าร้อยละ 60 ตามอายุการเก็บรักษา (Shelf Life) ของต้นฉบับผลิตภัณฑ์จากช่วงเวลาการตรวจสอบจากศุลกากร
- การตรวจสอบบรรจุภัณฑ์และการติดฉลากตามข้อบังคับปี 2554 และผลิตภัณฑ์อาหารต้องมีการติดฉลากเฉพาะ โดยการติดฉลากและชื่อหลังจากผ่านการตรวจสอบแล้วจะประกอบด้วย

1. ชื่อและที่อยู่ของผู้นำเข้า
2. โลโก้ของ FSSAI และ หมายเลขใบอนุญาต
3. ฉลากสัญลักษณ์มังสวิรัตหรือไม่มังสวิรัต (Veg/ Non Veg Symbol)

ทั้งนี้ เพื่อความรวดเร็วในการตรวจสอบคุณภาพอาหาร ผู้ส่งออกควรบรรจุสินค้าให้ได้มาตรฐาน และแยกประเภทอาหารให้ชัดเจน ไม่ปะปนกัน เพื่อให้เจ้าหน้าที่สามารถเก็บตัวอย่างสินค้าได้สะดวกยิ่งขึ้น

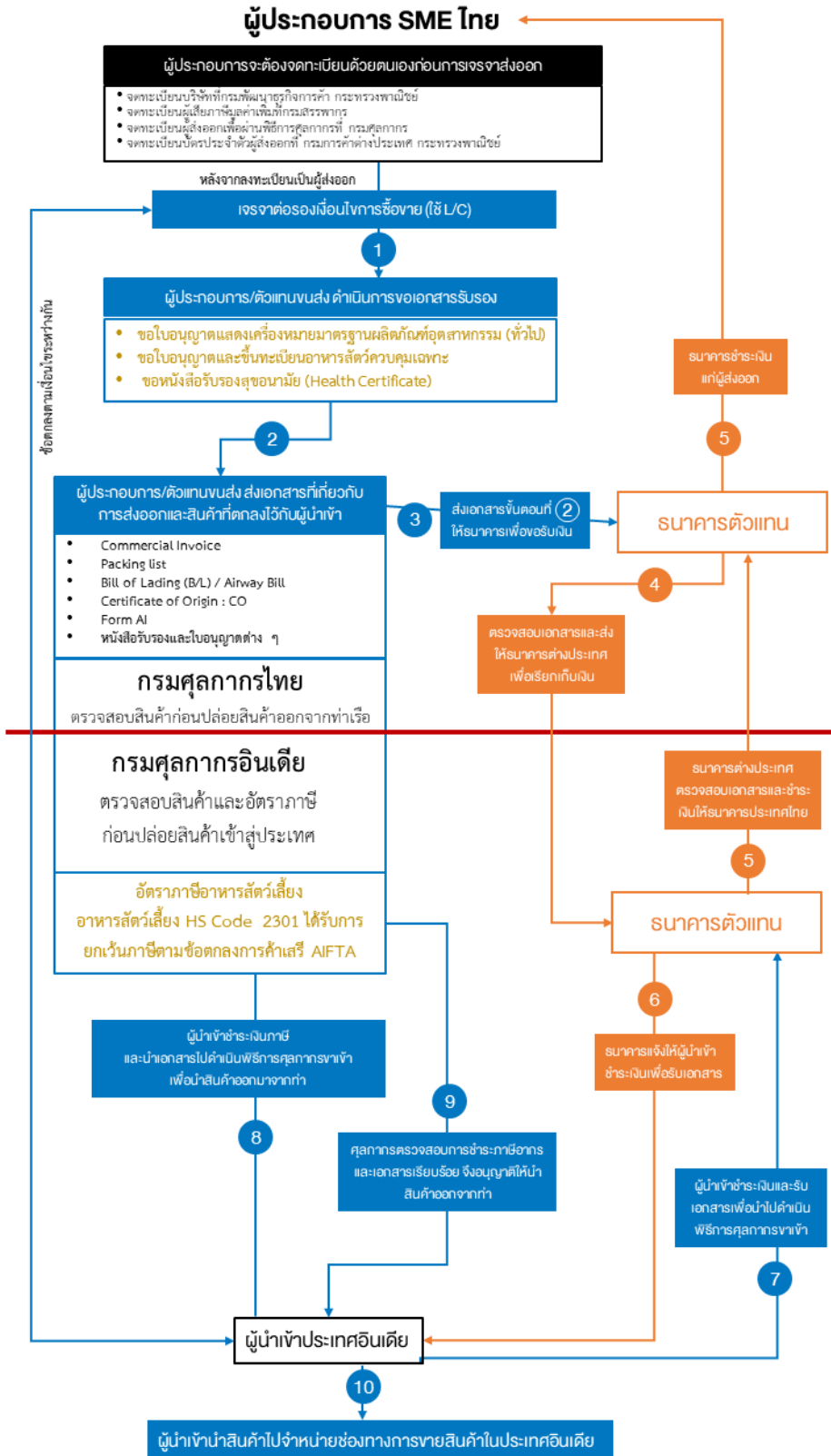
หลังการตรวจสอบทางกายภาพเสร็จสิ้น เจ้าหน้าที่ของ FSSAI จะเก็บเอาตัวอย่างของผลิตภัณฑ์จำนวน 2 ตัวอย่างไปตรวจสอบทางวิทยาศาสตร์ ซึ่งตัวอย่างที่ 1 จะถูกส่งไปที่ห้องปฏิบัติการ และตัวอย่างที่ 2 จะถูกเก็บไว้ในสถานที่ที่เหมาะสมเพื่อตรวจสอบซ้ำ (ถ้ามีความต้องการ) ทั้งนี้ ในการตรวจในห้องปฏิบัติการ นักวิจัยอาหารจะตรวจสอบอาหารตามข้อกำหนดของ FSSAI และใช้เวลาตรวจสอบไม่เกิน 5 วัน จากนั้นจะรายงานผลจากตรวจพร้อมกับข้อสรุปความคิดเห็นไปยังเจ้าหน้าที่ FSSAI ทั้งนี้ ผู้นำเข้าหรือ CHA จะต้องชำระค่าธรรมเนียมการตรวจวิจัยในห้องปฏิบัติการด้วย

ขั้นตอนที่ 4 การได้รับการอนุมัติของผลิตภัณฑ์อาหารเข้ามาในอินเดีย (Approval of Food Product into India)

ภายหลังจากการตรวจวิจัย ห้องปฏิบัติการจะออกใบสรุปรายงานว่าผลิตภัณฑ์อาหารสอดคล้องกับข้อกำหนดของ FSSAI หรือไม่ หากเป็นไปตามข้อกำหนด เจ้าหน้าที่จาก FSSAI จะออกใบรับรอง No Objection Certificate (NOC) ซึ่งหมายถึงผลิตภัณฑ์อาหารผ่านการตรวจสอบเรียบร้อยแล้ว และจะได้รับอนุญาตให้นำผลิตภัณฑ์ทั้งหมดออกจากคลังสินค้าศุลกากร เพื่อนำไปจำหน่ายในลำดับต่อไปได้ ทั้งนี้ หากผลการตรวจวิจัยรายงานว่าผลิตภัณฑ์อาหารยังไม่ปลอดภัย FSSAI จะออก Non Conformance Certificate (NCC) ซึ่งหมายถึงการปฏิเสธการนำเข้าสินค้า และผู้นำเข้าจะสามารถยื่นขอให้มีการตรวจสอบใหม่ได้ภายใน 15 วัน

สรุปขั้นตอนการส่งออก

แผนภาพที่ 6 ขั้นตอนการส่งออกสินค้าอาหารสัตว์เลี้ยงไปประเทศอินเดีย



ที่มา : คณะที่ปรึกษา (2023)

