

ปลาแปรรูป

Processed Fish



ผู้เขียนหลัก มธุรพจน์ ศรีโพหนอง, พิมพน์รี ธีระธรรมสรณ์
ผู้เขียนร่วม พิมพีใจ มะลิตอง, ศิริลักษณ์ จิตร์ศิลป์

โอกาสด้านการตลาด (Market Opportunity)

แนวโน้มอุตสาหกรรม

ปลาเป็นอาหารที่เน่าเสียง่าย การแปรรูปจึงถูกนำมาใช้อย่างแพร่หลายในการเก็บรักษาความสดของปลาให้สูญเสียรสชาติ รส กลิ่น และคุณค่าทางโภชนาการน้อยที่สุด ปี 2023 ตลาดปลาแปรรูปและอาหารทะเลทั่วโลกมีมูลค่า 185.30 พันล้านดอลลาร์สหรัฐ โดยคาดว่าตลาดจะเติบโต 7.65 ต่อปี (CAGR 2023-2028) และจะมีปริมาณความต้องการอยู่ที่ 20.31 พันล้านกิโลกรัมในปี 2028 (Statista, 2023) ทั้งนี้ การเติบโตของอุตสาหกรรมเพาะเลี้ยงสัตว์น้ำยังมีส่วนอย่างยิ่งในการขับเคลื่อนตลาดอาหารปลาแปรรูป อันเป็นผลมาจากการให้ความสำคัญกับความปลอดภัยของอาหารและการดำเนินการตามกฎหมายระเบียบด้านคุณภาพอาหารในประเทศต่าง ๆ และเนื่องจากประชากรโลกเพิ่มสูงขึ้นความต้องการปลาจึงเพิ่มมากขึ้นสวนทางกับปริมาณปลาธรรมชาติที่จับได้ลดลง

ข้อมูลจากองค์การอาหารและยาของสหรัฐอเมริกา รายงานว่า ปี 2020 มีปลาแปรรูปจากการเพาะเลี้ยงสัตว์น้ำคิดเป็นร้อยละ 49 ของการผลิตทั้งหมดทั่วโลก ส่วนใหญ่เป็นการผลิตเพื่อเป็นอาหารสำหรับมนุษย์ เป็นผลมาจากความต้องการอาหารสะดวกซื้อ เพื่อความประหยัดเวลา เก็บไว้ได้นาน ควบคุมค่าใช้จ่ายสำหรับอาหารได้ง่าย ในขณะที่เดียวกันก็ต้องการอาหารที่ได้รับการรับรองมาตรฐานความปลอดภัยยังคงรสชาติ เนื้อสัมผัส ความสดใหม่ และคุณค่าทางโภชนาการไว้ได้ พฤติกรรมดังกล่าวยังสอดคล้องกับพฤติกรรมประชากรออสเตรเลียโดยเฉพาะกลุ่มวัยทำงานที่มีเวลาน้อย มักใช้ชีวิตอยู่โดยลำพังหรืออยู่เป็นคู่ และมีแนวโน้มไม่นิยมออกไปรับประทานอาหารนอกบ้านเพิ่มขึ้นเรื่อย ๆ

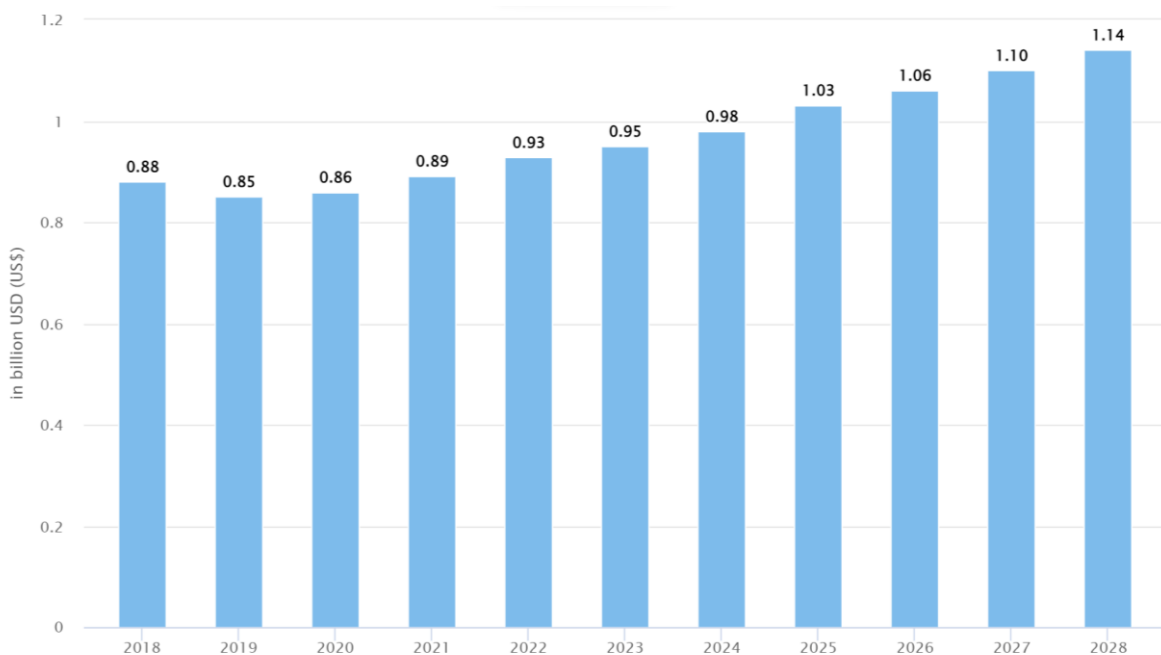
ความตระหนักถึงประโยชน์ของการบริโภคอาหารทะเลยังเป็นอีกปัจจัยสำคัญที่ขับเคลื่อนตลาดปลาแปรรูปของประเทศออสเตรเลีย เนื่องจากปลามีไขมันต่ำ มีโปรตีนสูง มีสารอาหารจำนวนมาก และกรดไขมันโอเมก้า 3 อีก 2 ชนิดที่พบในผลิตภัณฑ์ปลา ได้แก่ กรดไอโคซาเพนทาอีโนอิก (EPA) และกรดโดโคซะเฮกซะอีโนอิก (DHA) มีบทบาทสำคัญในการควบคุมความดันโลหิตสูง ปรับปรุงการทำงานของสมอง และลดการอักเสบ ได้กลายเป็นทางเลือกที่มีความนิยมในฐานะแหล่งอาหารที่มีประโยชน์สูงสำหรับผู้ที่มีความกังวลเรื่องสุขภาพ หรือต้องการควบคุมน้ำหนัก เช่น อาหารคีโต รวมถึงรูปแบบการบริโภคอาหารอีกรูปแบบหนึ่ง ได้แก่ อาหารเพสคาทาเรียน (Pescatarian) ซึ่งเป็นอาหารมังสวิรัตสำหรับคนที่ไม่รับประทานเนื้อสัตว์และสัตว์ปีก แต่มีส่วนประกอบของปลาหรือเนื้อสัตว์น้ำอื่น ๆ รวมด้วย อาจเป็นอาหารทางเลือกที่ดีต่อสุขภาพและยั่งยืน เนื่องจากช่วยให้สามารถบริโภคผลิตภัณฑ์จากนม ไข่ ปลา และอาหารทะเลได้ ตามรายงานของ Australian Bureau of Statistics ระบุว่า ปี 2022 ชาวออสเตรเลียบริโภคปลาแปรรูปโดยเฉลี่ย 12 กิโลกรัมต่อคนต่อปี โดยปลาแปรรูปประเภทคีโตและประเภทเพสคาทาเรียนมีส่วนเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องในช่วงไม่กี่ปีที่ผ่านมา

แนวโน้มการนำเข้าปลาแปรรูปในออสเตรเลียอีกประการหนึ่งมาจากภาคบริการด้านอาหารที่เฟื่องฟูในภูมิภาคเอเชีย-แปซิฟิก (Asia-Pacific) วัฒนธรรมการรับประทานอาหารที่เกิดขึ้นใหม่ในร้านกาแฟ บาร์ และร้านอาหารได้นำไปสู่นวัตกรรมในการนำเสนอผลิตภัณฑ์ปลาที่มีความเสถียรในการเก็บรักษา ความต้องการดังกล่าวทำให้เกิดความต้องการปลาแช่แข็ง อีกทั้งการนำเข้าอาหารปลาแปรรูปจากประเทศจีนและประเทศในเอเชียตะวันออกเฉียงใต้มีต้นทุนต่ำกว่าที่ออสเตรเลียผลิตได้ สินค้าจึงมีราคาถูกกว่าและครองตลาดมากกว่า 2 ใน 3 ของตลาดปลาแปรรูปทั้งหมดของออสเตรเลีย ซึ่งได้กลายเป็นข้อจำกัดในการเติบโตของผู้ผลิตปลาแปรรูปของผู้ผลิตท้องถิ่น (IBISWorld, 2023) แต่ขณะเดียวกันก็ถือเป็นโอกาสสำหรับ SME ไทย ในการแข่งขันตลาดปลาแปรรูปออสเตรเลียที่กำลังมีความต้องการนำเข้าปลาแปรรูปและอาหารทะเลจำนวนมากอย่างต่อเนื่อง

ขนาดตลาด

ออสเตรเลียมีแหล่งที่จับสัตว์น้ำใหญ่ที่สุดเป็นอันดับ 3 ของโลก มีการประมงทั้งการจับสัตว์น้ำจากทะเลและการเพาะเลี้ยงควบคู่กัน แต่มีปริมาณการผลิตไม่เพียงพอต่อความต้องการบริโภคในประเทศ เนื่องจากข้อจำกัดในการประมงแหล่งน้ำธรรมชาติเพื่อรักษาสายพันธุ์ปลาและปริมาณสัตว์น้ำอย่างเข้มงวด อุตสาหกรรมปลาแปรรูปในออสเตรเลียจึงมุ่งเน้นการพัฒนาเทคโนโลยีที่ช่วยปรับปรุงกระบวนการเพาะเลี้ยง และการจัดการทรัพยากรทางทะเล โดยเน้นความเป็นมาตรฐานและมีความยั่งยืน จากการรายงานของ Statista (2023) รายได้ในตลาดปลาแปรรูปและอาหารทะเลออสเตรเลียมีมูลค่า 0.95 พันล้านดอลลาร์สหรัฐ ในปี 2023 คาดว่าตลาดจะเติบโตร้อยละ 3.71 ต่อปี (CAGR 2566-2571)

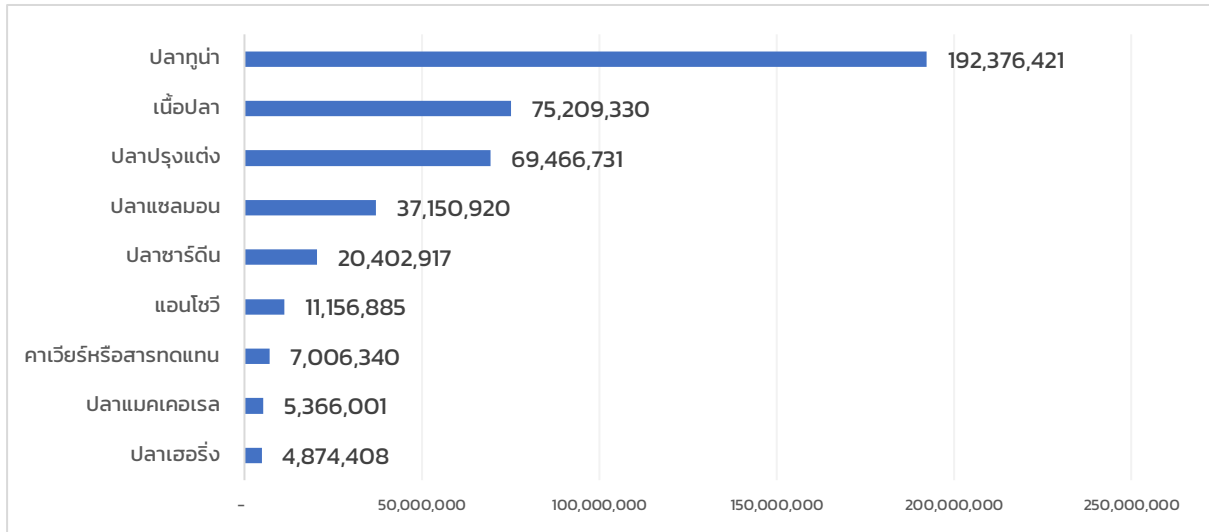
แผนภาพที่ 1 รายได้ในตลาดปลาแปรรูปและอาหารทะเลของออสเตรเลีย



ที่มา: Statista (2023)

ปริมาณปลาแปรรูปและอาหารทะเลในตลาดออสเตรเลียมี 61.30 กิโลกรัม ในปี 2023 และคาดว่าจะมีปริมาณอยู่ที่ 65.03 ล้านกิโลกรัมภายในปี 2028 (Statista, 2023) โดยที่สัดส่วนการนำเข้าอาหารปลาแปรรูปจากทั่วโลก (OECD, 2021) วัตถุดิบส่วนใหญ่เป็นปลาทูน่าด้วยมูลค่า 192,376,421 ล้านดอลลาร์สหรัฐ รองลงมาคือเนื้อปลา 75,209,330 ล้านดอลลาร์สหรัฐ และปลาปรุงแต่ง 69,466,731 ล้านดอลลาร์สหรัฐ

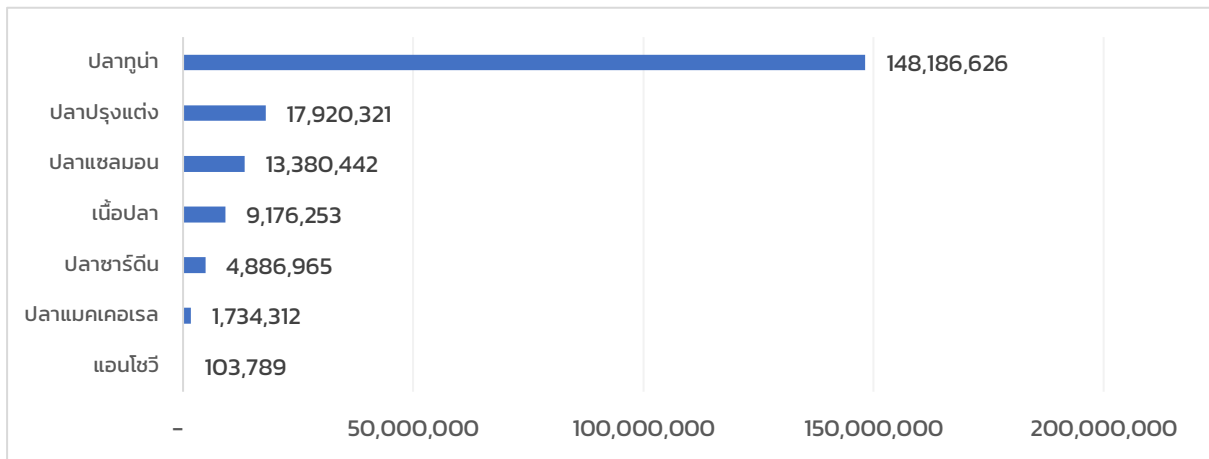
แผนภาพที่ 2 สัดส่วนการนำเข้าอาหารปลาแปรรูปจากทั่วโลก (ดอลลาร์สหรัฐ)



ที่มา: OEC (2021)

ออสเตรเลียเป็นตลาดส่งออกผลิตภัณฑ์ปลากระป๋องและปลาแปรรูปที่สำคัญของไทย โดยผลิตภัณฑ์ปลากระป๋องและปลาแปรรูปที่นำเข้าจากไทยส่วนใหญ่เป็นสินค้าที่ผลิตจากปลาทูน่าด้วยมูลค่า 148,186,626 ล้านดอลลาร์สหรัฐ รองลงมาคือปลาปรุงแต่ง 17,920,321 ล้านดอลลาร์สหรัฐ และปลาแชลมอน 13,380,442 ล้านดอลลาร์สหรัฐ (OEC, 2021)

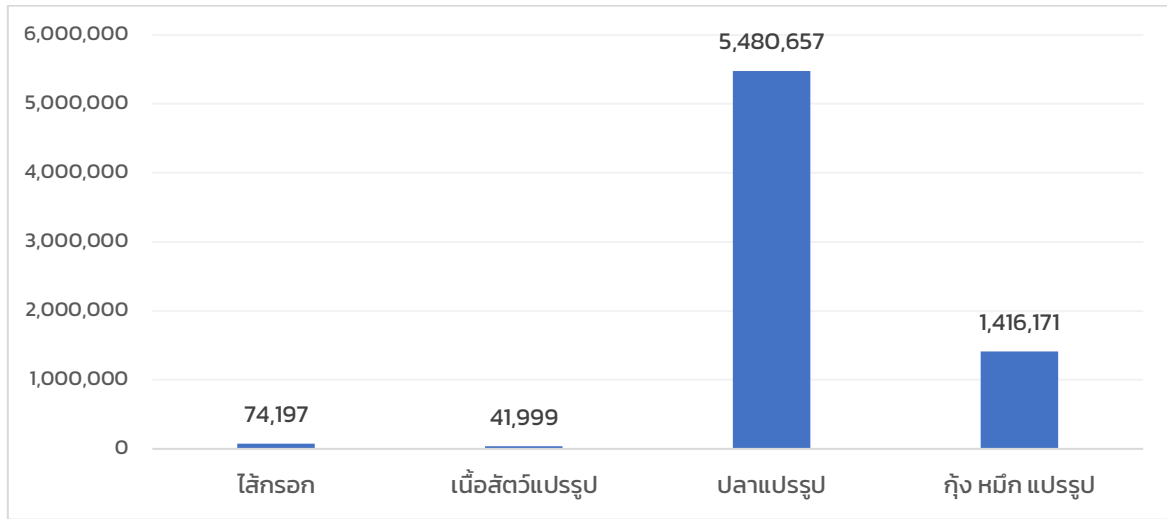
แผนภาพที่ 3 สัดส่วนการนำเข้าอาหารปลาแปรรูปจากประเทศไทย



ที่มา: OEC (2021)

การผลิตปลาแปรรูปของไทยแม้ว่ายังคงเผชิญต้นทุนวัตถุดิบที่ยังคงสูงทั้งด้านอาหารสัตว์ และเชื้อเพลิงในการออกเรือประมง ขณะที่ต้นทุนการผลิตก็ยังคงถูกกดดันจากราคาพลังงานที่ใช้ในกระบวนการแปรรูป แต่อย่างไรก็ดี การยกเลิกภาษีนำเข้าปลากระป๋องและปลาแปรรูปภายใต้ข้อตกลง FTA กับประเทศออสเตรเลียยังเป็นโอกาสสำหรับผู้ประกอบการ SME ไทย ซึ่งข้อมูลของสำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (สสว.) ระบุว่า ปี 2021 ผู้ประกอบการ SME มีมูลค่าการส่งออกสินค้าอาหารแปรรูปยังออสเตรเลีย 7,013,025 ดอลลาร์สหรัฐ โดยปลาแปรรูปเป็นสินค้าที่มีการส่งออกมากที่สุด ด้วยมูลค่า 5,480,657 ดอลลาร์สหรัฐ

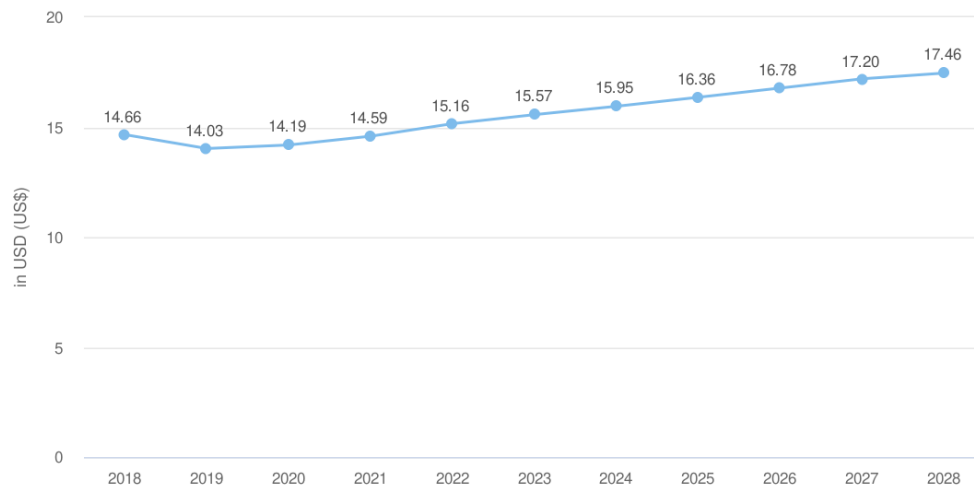
แผนภาพที่ 4 สัดส่วนการส่งออกอาหารแปรรูปไปออสเตรเลียของผู้ประกอบการ SME ไทย (ล้านดอลลาร์สหรัฐ)



ที่มา: สสว. (2021)

ทั้งนี้ ราคาจำหน่ายปลีกสินค้าปลาและอาหารทะเลแปรรูปต่อหน่วยในออสเตรเลียโดยเฉลี่ยอยู่ที่ 15.57 ดอลลาร์สหรัฐในปี 2023 และคาดว่าจะมีราคา 17.46 ดอลลาร์สหรัฐในปี 2028 (Statista, 2023)

แผนภาพที่ 5 ราคาจำหน่ายสินค้าปลาและอาหารแปรรูปต่อหน่วย

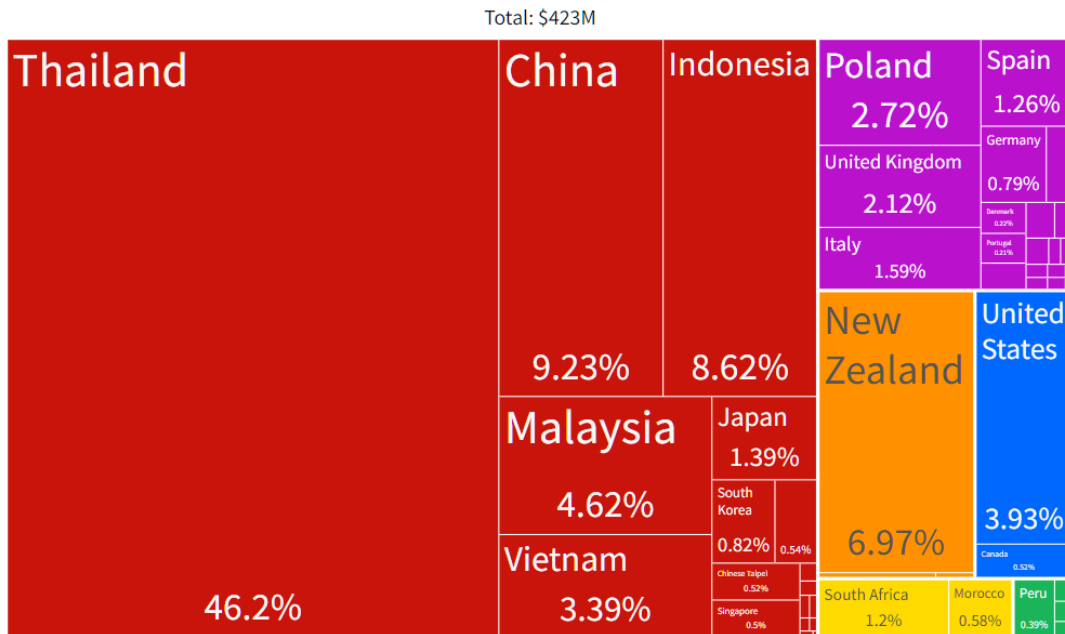


ที่มา: Statista (2023)

คู่แข่งที่สำคัญในตลาดส่งออก

จากสถิติปี 2021 การนำเข้าสินค้าปลาแปรรูป (HS 1604) ในออสเตรเลียมีมูลค่าทั้งสิ้น 423 ล้านดอลลาร์สหรัฐ พบว่า ไทยมีมูลค่าการนำเข้าสูงถึงร้อยละ 46.2 ซึ่งสูงเป็นอันดับหนึ่งของมูลค่าการนำเข้า (195,388,708 ดอลลาร์สหรัฐ) รองลงมา ได้แก่ จีน และอินโดนีเซีย ร้อยละ 9.23 และ 8.62 ตามลำดับ

แผนภาพที่ 6 สัดส่วนมูลค่าการนำเข้าปลาแปรรูปของออสเตรเลีย



ที่มา: OEC (2021)

ผู้นำตลาดปลาแปรรูปและอาหารทะเลในเอเชีย-แปซิฟิก ได้แก่ Thai Union Group PCL , Nippon Suisan Kaisha Ltd , Maruha Nichiro Corporation , Blue Snow Food Co., Ltd. , Asian Sea Corporation Public Company Limited และยังมีแบรนด์ชั้นนำบางส่วนในตลาดปลาแปรรูปและอาหารทะเลของออสเตรเลีย ได้แก่ Birds Eye , I & J , Pacific West , Sealord , Tassal และ Ocean Chef

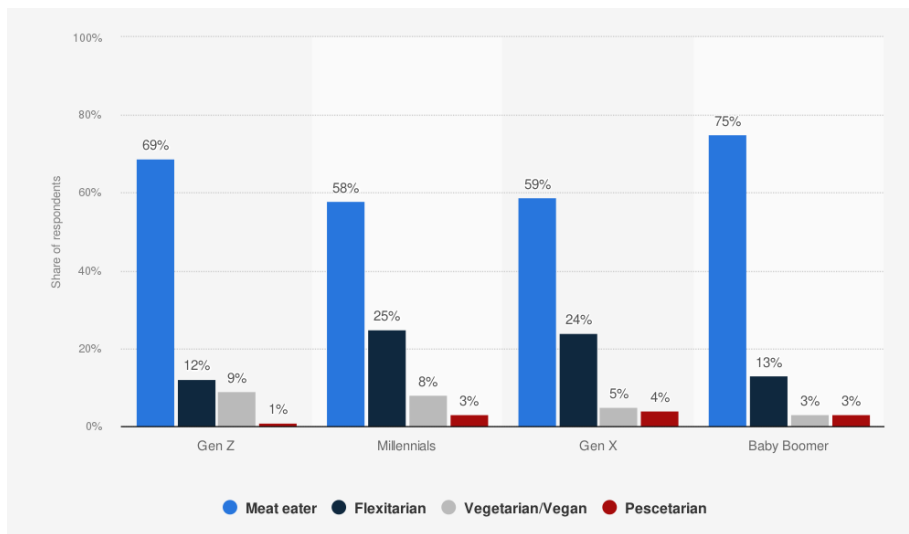
ตัวอย่างการศึกษาแนวคิดการดำเนินธุรกิจของ Thai Union Group PCL ในการรักษาตำแหน่งผู้นำตลาดโลกและความเชี่ยวชาญในธุรกิจอาหารทะเล ซึ่งนอกจากจะมีสินค้าจำหน่ายภายใต้แบรนด์ของบริษัทแล้วยังรับผลิตแบบ OEM ให้กับแบรนด์อื่น ๆ เพื่อเสริมสภาพคล่องให้กับบริษัท และการได้ติดต่อกับลูกค้าโดยตรงนั้นยังช่วยให้เข้าใจความต้องการของตลาด เป็นประโยชน์ต่อการพัฒนาใหม่ ๆ ผลิตภัณฑ์ของบริษัท¹ และนอกจากนี้ยังมีแนวคิดสร้างธุรกิจอาหารทะเลที่มีความรับผิดชอบต่อสังคม และการจัดหาอาหารทะเลที่ปลอดภัย โดยปี 2022 ได้เข้าร่วมเป็นพันธมิตรกับองค์กรการประมงเพื่อความยั่งยืน Sustainable Fisheries Partnership (SFP) เพื่อส่งเสริมความโปร่งใสของห่วงโซ่อุปทานของบริษัทและขยายผลไปยังอุตสาหกรรมอาหารทะเลอีกด้วย

¹ <https://investor-th.thaiunion.com/strengths.html>

พฤติกรรมผู้บริโภค

ออสเตรเลียเป็นประเทศที่มีความหลากหลายทางวัฒนธรรม อันเป็นผลมาจากการอพยพของผู้คนจากทั่วทุกมุมโลก จึงสามารถเลือกทานอาหารได้เกือบทุกชนิด หลากหลายเชื้อชาติ และมีอาหารสดมากมายตลอดทั้งปี ตัวเลือกในการรับประทานจึงมีความหลากหลายไปด้วย การสำรวจประเภทของอาหารในทุกช่วงอายุในออสเตรเลียในปี 2023 พบว่า กลุ่มรับประทานเนื้อสัตว์เป็นกลุ่มใหญ่ที่สุด และครอบคลุมไปถึงกลุ่มผู้รับประทานอาหารมังสวิรัตแบบยืดหยุ่น (Flexitarian) และกลุ่ม pescatarian หรือกลุ่มผู้รับประทานอาหารมังสวิรัตที่ไม่ทานเนื้อสัตว์ แต่ทานปลาหรือสัตว์น้ำ (Statista, 2023)

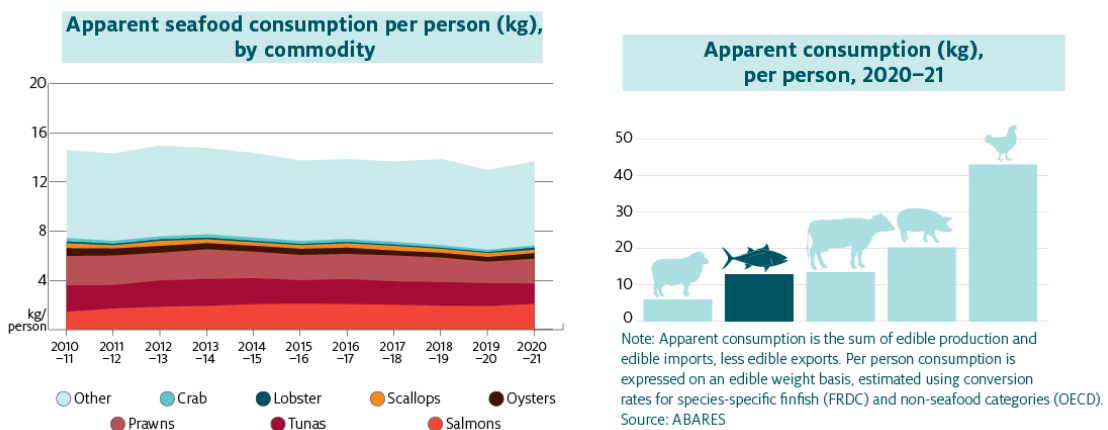
แผนภาพที่ 7 สัดส่วนการบริโภคอาหารทะเลและเนื้อสัตว์ของชาวออสเตรเลีย



ที่มา: Statista (2023)

ในขณะที่สัดส่วนการบริโภคเนื้อสัตว์ของชาวออสเตรเลีย Australian Government (2021) ระบุว่าชาวออสเตรเลียบริโภคปลาและอาหารทะเลเป็นอันดับ 4 รองจากเนื้อวัว เนื้อหมู และสัตว์ปีก แต่มีการบริโภคสูงกว่าเนื้อแกะ

แผนภาพที่ 8 สัดส่วนการบริโภคอาหารทะเลและเนื้อสัตว์ของชาวออสเตรเลีย

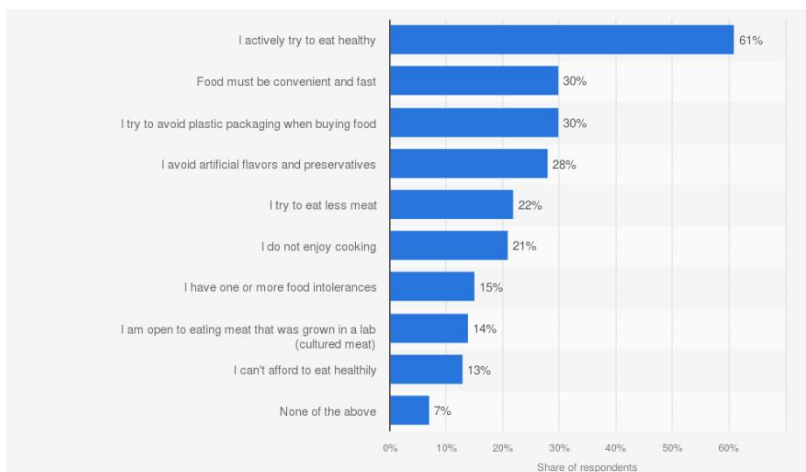


ที่มา: Australian Government (2020-2021), <https://www.agriculture.gov.au/>

ปัจจัยที่ผลักดันให้ตลาดปลาแปรรูปเติบโต เป็นผลมาจากพฤติกรรมของชาวออสเตรเลียที่นิยมออกไปเปิดประสบการณ์และรับประทานอาหารที่ร้านอาหารและร้านอาหารต่าง ๆ หรือการเลือกใช้บริการอาหารเดลิเวอรี่ ซึ่งออสเตรเลียมีร้านอาหารนานาชาติจำนวนมาก เช่น จีน ไทย ญี่ปุ่น ฝรั่งเศส แอฟริกัน กรีก ตุรกี อิตาลี เม็กซิกัน เป็นต้น รวมไปถึงร้านอาหารฟิวชั่นต่าง ๆ ความนิยมที่เพิ่มขึ้นของการนำเสนอเมนูจากปลาที่หลากหลายเมนูเพื่อดึงดูดลูกค้า อีกทั้งชาวออสเตรเลียนิยมทานอาหารว่างระหว่างมื้ออาหารหรือช่วงบ่ายของวัน แม้ว่าจะมีความกังวลเกี่ยวกับโรคอ้วน และต้องการสุขภาพที่ดี แต่ชาวออสเตรเลียนยังมีความเชื่อว่าอาหารเพื่อสุขภาพมีราคาแพง ดังนั้น อาหารปรุงสำเร็จ อาหารแบบหีบห่อได้ ทั้งอบหรือทอด จึงกระตุ้นความต้องการของชาวออสเตรเลียได้เป็นอย่างดี

นอกจากนี้ ยังมีชาวออสเตรเลียที่ระบุว่ามีความพยายามเลือกรับประทานอาหารเพื่อสุขภาพมากขึ้นถึงร้อยละ 61 ต้องการอาหารที่สะดวกและรวดเร็วร้อยละ 30 หลีกเลี่ยงบรรจุภัณฑ์พลาสติกร้อยละ 30 และหลีกเลี่ยงอาหารแต่งกลิ่นและสารกันบูดร้อยละ 28

แผนภาพที่ 9 ทิศนคติต่อการเลือกรับประทานอาหารของชาวออสเตรเลีย



ที่มา: Statista (2023)

ปลาจึงเป็นตัวเลือกที่ดีสำหรับผู้รับประทานอาหารเพื่อสุขภาพ รวมถึงความต้องการเพิ่มมากขึ้นของอาหารที่ตอบโจทย์ด้านความสะดวกรวดเร็ว และช่วยควบคุมน้ำหนัก เช่น อาหารคีโต อาหารคลีน ซึ่งปลาในที่นี้จะต้องเป็นชนิดปลาที่มีโปรตีน และกรดไขมันที่ดี เช่น ปลาแซลมอน เป็นต้น รวมถึงความกังวลด้านค่าใช้จ่ายชาวออสเตรเลียที่เลือกอยู่บ้านมากขึ้นจะเลือกซื้อวัตถุดิบอาหารในการประกอบอาหารเองที่บ้านเพื่อควบคุมค่าใช้จ่ายในการดำรงชีวิต มีส่วนทำให้กระตุ้นการเติบโตของตลาดปลาแช่แข็งและปลาแปรรูป

กล่าวได้ว่า ปัจจุบันชาวออสเตรเลียนิยมเลือกซื้อสินค้าอาหารที่ง่าย สะดวก มีประโยชน์ต่อสุขภาพ และราคาไม่แพงมากนัก ทำให้ความต้องการสินค้าอาหารเพื่อสุขภาพขยายตัวเพิ่มขึ้น อย่างไรก็ตามการเติบโตทางเศรษฐกิจของออสเตรเลียที่ชะลอตัวลง ราคาสินค้าจึงเป็นปัจจัยสำคัญต่อผู้บริโภคในการเลือกซื้อสินค้า ดังนั้น ผู้ผลิตควรคำนึงถึงการผลิตสินค้าอาหารดี มีคุณภาพและจำหน่ายในราคาที่เหมาะสม ซึ่งจะทำให้สินค้าได้รับการตอบรับในตลาดมากขึ้น

กลยุทธ์การเข้าสู่ตลาด

(Market entry strategy)

แนวทางการขยายตลาด

การขยายตลาดปลาแปรรูปไปออสเตรเลีย ควรเริ่มต้นด้วยการศึกษาแนวโน้มการบริโภคปลาแปรรูป ความต้องการของตลาดออสเตรเลีย และการกำหนดจุดยืนของผลิตภัณฑ์ที่ต้องการนำเสนอในตลาด การใช้เทคโนโลยีสมัยใหม่ในการผลิตและการดำเนินธุรกิจ เพิ่มความสามารถในการแข่งขันรักษาการควบคุมต้นทุน ในกระบวนการผลิต การจัดส่ง และการตลาด รวมถึงการให้ความสำคัญการประมงและกระบวนการผลิตปลาแปรรูปตั้งแต่ต้นน้ำจนถึงปลายน้ำจะต้องรักษามาตรฐานความปลอดภัยสูงสุด และมีความยั่งยืน มีจริยธรรม ต่อแรงงาน ตลอดจนเลือกบรรพบุรุษที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม เนื่องจากกลุ่มผู้บริโภคชาวออสเตรเลียนยังมีความเชื่อมั่นอาหารที่ผลิตภายในประเทศสูงกว่าผลิตภัณฑ์อาหารจากต่างประเทศ ผู้ประกอบการจะต้องทำตามกฎระเบียบ เพื่อให้ได้สินค้าที่มีคุณภาพตามมาตรฐานของออสเตรเลีย ถูกต้องตามกฎหมาย บรรพบุรุษแสดงสัญลักษณ์มาตรฐานอุตสาหกรรมการผลิตและเครื่องหมายรับรองชัดเจน เพื่อสร้างความเชื่อมั่นให้กับผู้บริโภค

การสร้างคุณค่าของผลิตภัณฑ์: ปลาแปรรูปสามารถเพิ่มคุณค่าของปลาให้สูงขึ้น หรือการสร้างผลิตภัณฑ์ที่เหมาะสมกับกลุ่มผู้บริโภคที่ต่างกันดังเช่น

- อาหารสำเร็จรูปสำหรับผู้ต้องการความสะดวกและรวดเร็ว เช่น ปลาแปรรูปเป็นส่วนผสมในอาหารสำเร็จรูป เบอร์เกอร์ปลา หรือหีบห่อง่ายระหว่างเดินทางไปทำงาน เป็นต้น
- กลุ่มที่นิยมทำอาหารที่บ้าน เช่น ซอสปลา เนื้อปลาแปรรูป น้ำพริก ลูกชิ้นปลา ไส้กรอกปลา เป็นต้น
- พัฒนาผลิตภัณฑ์อาหารและขนมทานเล่นจากปลาเพื่อสุขภาพสำหรับกลุ่มผู้ทานอาหารคีโต อาหารคลีน หรือกลุ่มคนที่ต้องการอาหารทานเล่นไขมันต่ำ และยังคงรสชาติความอร่อย
- อาหารจากปลารสชาติและบรรพบุรุษแบบไทยเพื่อดึงดูดกลุ่มลูกค้าคนไทย คนเอเชียที่อาศัยอยู่ในออสเตรเลีย รวมถึงกลุ่มลูกค้าที่ต้องการทดลองอาหารไทย เนื่องจากร้านอาหารไทยเปิดในออสเตรเลียเป็นจำนวนมาก ผู้บริโภครู้จักและมีความเคยชินกับรสชาติอาหารแบบไทย

การสร้างแบรนด์และการโฆษณา: เป็นสิ่งสำคัญในการขยายตลาด ฉะนั้นจึงต้องสร้างการรับรู้และช่องทางสั่งซื้อผลิตภัณฑ์ โดยทำการโปรโมทผ่านสื่อสังคมออนไลน์ และการจำหน่ายผ่าน e-Commerce

การเจรจาตลาด: การเข้าร่วมงานแสดงสินค้าเพิ่มโอกาสในการส่งออกผลิตภัณฑ์ปลาแปรรูปเข้าสู่ตลาดออสเตรเลีย โดยการเปิดให้ทดลองชิมสินค้า เพื่อศึกษาความต้องการของผู้บริโภคเบื้องต้น โดยการเจรจาจับคู่ธุรกิจกับผู้นำเข้าหรือคู่ค้าทางธุรกิจในการส่งวัตถุดิบให้กับร้านอาหารพรีเมียม โรงแรม ซึ่งวิธีการส่งสินค้าจะขึ้นอยู่กับข้อตกลงกับผู้นำเข้าหรือคู่ค้า หรือการรับจ้างผลิตตามคำสั่งลูกค้าแบบ OEM และเจรจาเพื่อจำหน่ายสินค้าของแบรนด์ผ่านผู้นำเข้าไปกระจายสินค้าในช่องทางการจัดจำหน่ายของออสเตรเลีย

ช่องทางการเข้าสู่ตลาด

การส่งออกสินค้าปลาแปรรูปและอาหารทะเลไปยังออสเตรเลียจะส่งผ่านผู้นำเข้า ส่วนใหญ่จะถูกส่งไปจำหน่ายในไฮเปอร์มาร์เก็ต ซูเปอร์มาร์เก็ต รองลงมาคือร้านสะดวกซื้อ รวมไปถึงการส่งไปยังร้านอาหาร ร้านค้าปลีก ร้านค้าบนออนไลน์ และร้าน fish and chips เป็นหลัก

ตารางที่ 1 ตัวอย่างช่องทางการจำหน่ายสินค้าปลาแปรรูป

ช่องทาง	จุดเด่น	จุดด้อย
<p>ซูเปอร์มาร์เก็ต อาทิ</p> <p>Woolworths www.woolworths.com.au</p> <p>Coles www.coles.com.au</p> <p>ALDI www.aldi.com.au</p> <p>IGA www.iga.com.au</p>	<ul style="list-style-type: none"> • ผู้บริโภคนิยมซื้ออาหารและปลาแปรรูปจากร้านซูเปอร์มาร์เก็ต และมีหลายสาขาครอบคลุมทุกรัฐ รวมถึงช่องทางออนไลน์บริการสั่งซื้อออนไลน์และจัดส่งถึงบ้าน • มีลูกค้าใช้บริการจำนวนมาก สินค้าหลากหลายหมวด ดึงดูดให้ผู้บริโภคเข้ามาซื้อและมีโอกาสขายสินค้าได้สูง 	<ul style="list-style-type: none"> • มีคู่แข่งจากแบรนด์อื่นในหมวดเดียวกัน หากสินค้าไม่มีความโดดเด่น แตกต่าง หรือมีราคาจำหน่ายเมื่อเทียบกับคุณค่าที่ลูกค้าจะได้รับน้อยกว่าแบรนด์อื่น อาจทำให้เสียเปรียบได้
<p>ร้านสะดวกซื้อ เช่น</p> <p>On The Run</p>	<ul style="list-style-type: none"> • เป็นร้านสะดวกซื้อที่ใหญ่ที่สุดในออสเตรเลีย • เหมาะกับสินค้าอาหารสำเร็จรูป 	<ul style="list-style-type: none"> • ผู้บริโภคชาวออสเตรเลียส่วนใหญ่นิยมซื้ออาหารแปรรูปและอาหารแช่แข็งจากซูเปอร์มาร์เก็ตมากกว่า

กิจกรรมงานแสดงสินค้าหรือการจับคู่ธุรกิจ

Fine Food Australia



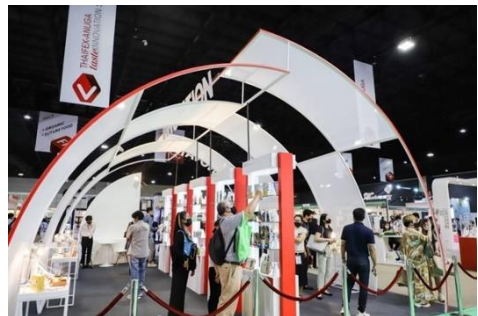
งานแสดงสินค้า Fine Food Australia เป็นหนึ่งในงานแสดงสินค้าอาหารและเครื่องดื่มที่ใหญ่ที่สุดในทวีปออสเตรเลีย จัดขึ้นเพื่อเจรจาธุรกิจเท่านั้น ไม่มีการจำหน่ายปลีก (B2B) จัดขึ้นเป็นประจำทุกปีเดือนกันยายนสำหรับสถานที่จัดงานจะสลับกันระหว่างนครซิดนีย์และเมืองเมลเบิร์น ในครั้งนี้งานจัดที่นครซิดนีย์ ผู้สนใจสามารถติดตามข้อมูลได้ที่

<https://finefoodaustralia.com.au/>

THAIFEX – Anuga Asia

งานแสดงสินค้าอาหารและเครื่องดื่มระดับนานาชาติพร้อมเปิดให้มีการทดลองอาหารและเครื่องดื่มใหม่ ๆ จากผู้ประกอบการไทย และผู้ประกอบการต่างชาติจากทั่วโลก อาทิ เอเชียตะวันออกเฉียงใต้ อาเซียน ยุโรป สหรัฐอเมริกา ละตินอเมริกา ตะวันออกกลาง และออสเตรเลีย โดยงานจะมีวันเจรจาธุรกิจและวันจำหน่ายปลีกให้ผู้เข้าชมงานทั่วไป (B2B2C) จัดขึ้นช่วงเดือนพฤษภาคม ณ ศูนย์การประชุมและแสดงสินค้า อิมแพ็ค อารีน่า เมืองทองธานี ติดตามรายละเอียดเพิ่มเติมได้ที่

<https://thaifex-anuga.com/>



ที่มา: <https://www.lokwannee.com/web2013/?p=432377>

ตัวอย่างรายชื่อผู้นำเข้า

IMPORTER NAME

JFC AUSTRALIA CO PTY LTD.

SAFCOL AUSTRALIA PTY LTD.

CORAL SEA FISHING PTY.LTD.

MCLAUGHLIN CONSOLIDATED FISHERMAN LTD.

THAI UNION MANUFACTURING COMPANY LTD.

PACIFIC WEST FOODS AUSTRALIA PTY LTD.

CASTLEGLLEN ENTERPRISES PTY LTD.

CONGA FOODS PTY LTD.

NTC WISMETTAC AUSTRALIA PTY LTD.

SUNNY SEAFOOD P/L

CSJ SEAFOODS PTY/LTD

LLOYD FOODS PTY LTD.

WEBSITE

<https://www.jfcaustralia.com.au>

<https://www.safcol.com.au>

<https://coralseafishing.com.au>

<https://mclaughlins.net.au>

<https://www.thaiunion.com>

<http://www.pacificwestfoods.com>

<https://www.castleglen.com.au>

<https://www.congafoods.com.au>

<https://www.wismettac.com>

<https://www.sunnyseafood.com.au>

<https://csjseafoods.com>

<https://www.lloydfoods.com.au>

ที่มา : Trade Atlas (2023)

แนวทางการส่งออก (Export solutions)

ในการเข้าสู่ตลาดออสเตรเลียมีปัจจัยสำคัญที่ผู้ประกอบการต้องคำนึงถึงเพื่อให้สามารถเข้าสู่ตลาดต่างประเทศได้อย่างถูกต้องคือ การเลือกช่องทางขนส่ง และการศึกษาเกี่ยวกับระเบียบ ข้อกำหนดที่เกี่ยวข้องกับสินค้าประเภทปลาแปรรูป ดังนี้

การเลือกช่องทางขนส่ง

การส่งสินค้าประเภทปลาแปรรูป ไปยังออสเตรเลีย สำหรับผู้ประกอบการ SME ไทย ควรเลือกการส่งทางเรือ เพื่อลดต้นทุนในการขนส่งซึ่งเหมาะกับการส่งสินค้าจำนวนมาก อย่างไรก็ตามความรับผิดชอบเรื่องค่าขนส่งสินค้าขึ้นอยู่กับข้อตกลงระหว่างผู้ส่งออกและผู้นำเข้าว่าจะเลือกรูปแบบการขนส่งรูปแบบใด และสัญญาซื้อขายสินค้าระหว่างกัน ในขณะที่การเลือกท่าเรือปลายทางนั้น ผู้ส่งออกควรเลือกท่าเรือปลายทางตามที่ผู้นำเข้าต้องการ

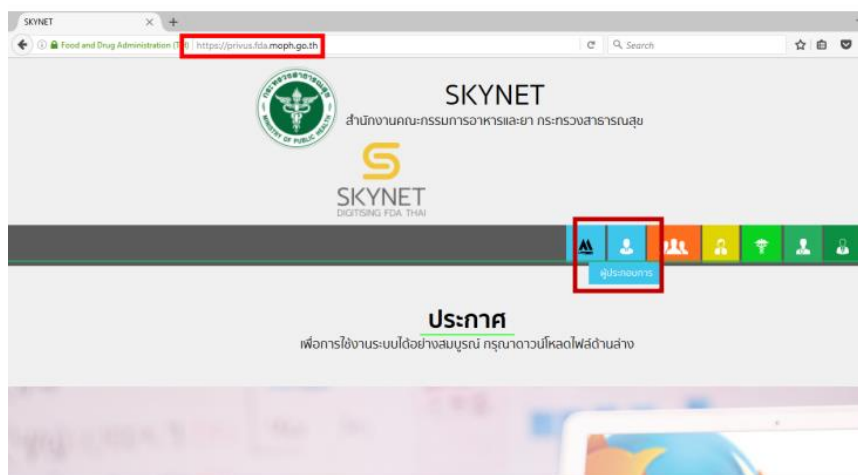
การขอใบอนุญาตและใบรับรองมาตรฐานต่าง ๆ

1. มาตรการและกฎหมายการส่งออกจากไทย

ผู้ประกอบการที่ส่งออกอาหารและเครื่องดื่ม เช่น ปลาแปรรูปและเครื่องดื่ม Non-alcohol ไปประเทศออสเตรเลีย จะต้องขอใบอนุญาตหรือใบรับรองจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ดังนี้

1) ผู้ประกอบการส่งออกต้องขอหนังสือรับรอง สถานะการผลิตและผลิตภัณฑ์อาหาร เพื่อการส่งออก ผ่านเว็บไซต์ กองอาหารสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา: privus.fda.moph.go.th

แผนภาพที่ 10 เว็บไซต์สำหรับขอหนังสือรับรอง สถานะการผลิตและผลิตภัณฑ์อาหารเพื่อการส่งออก



ที่มา: กองอาหารสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา

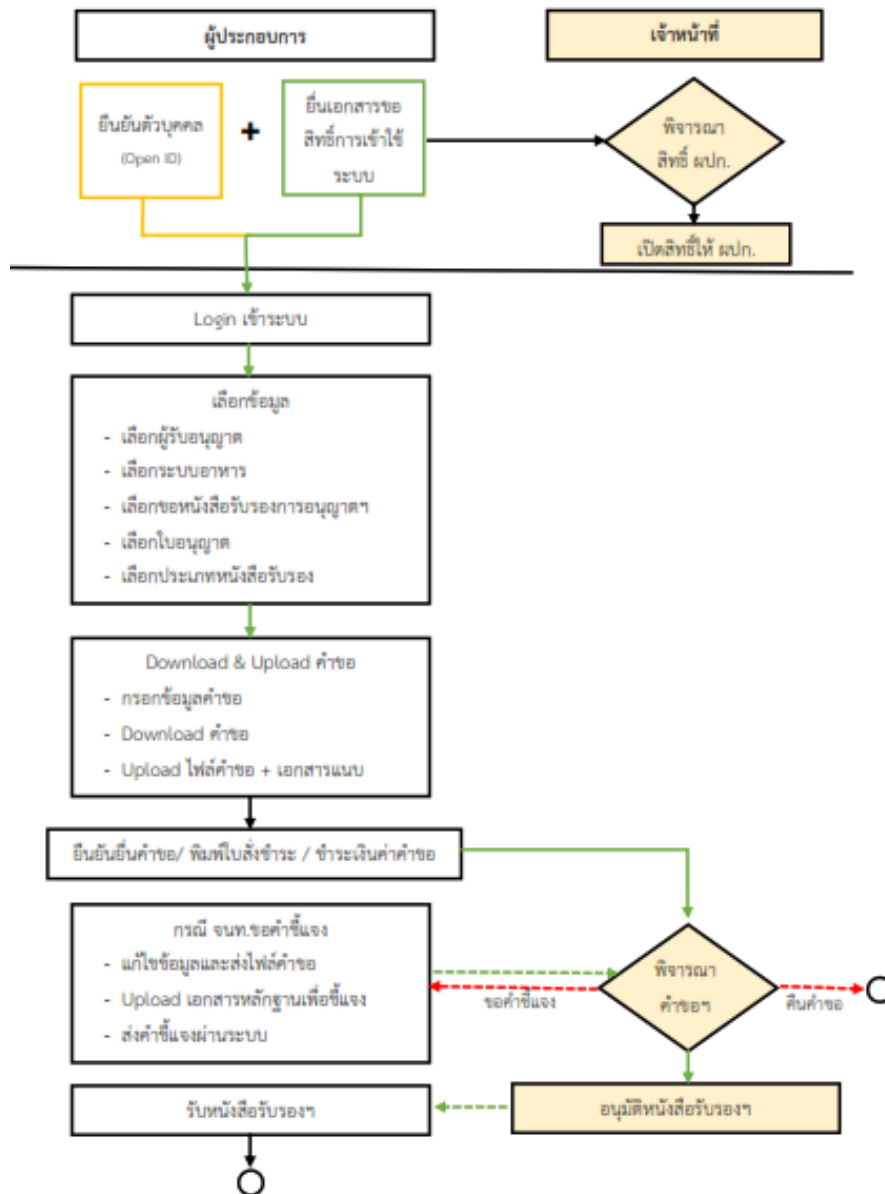
2) หนังสือรับรองอาหาร จากสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา (อย.) 3 ประเภท ได้แก่

- 2.1 หนังสือรับรองสถานที่ผลิตอาหาร (Certificate of Manufacturer: COM)** คือ หนังสือรับรองที่ประกอบด้วย รายละเอียดผู้ผลิตอาหาร เลขที่ใบอนุญาต ที่ตั้ง สถานที่ผลิต และประเภทอาหารตามสลักหลังใบอนุญาตผลิตอาหาร ที่ได้รับอนุญาตจาก สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยาหรือสำนักงานสาธารณสุขจังหวัดเรียบร้อยแล้ว (รวมการรับรองข้อความเพิ่มเติมการได้ รับรองมาตรฐาน GMP ตามกฎหมาย ที่ได้รับการตรวจประเมินจากทางสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา หรือจากหน่วยตรวจสอบสถานที่ผลิต ที่ได้รับการขึ้นทะเบียนกับสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยาแล้ว)
- 2.2 หนังสือรับรองผลิตภัณฑ์ (Certificate of Free Sale: COF)** คือ หนังสือรับรองที่ ประกอบด้วยรายละเอียดผู้ผลิต/นำเข้าอาหาร เลขที่ใบอนุญาต ที่ตั้ง สถานที่ผลิต/นำเข้าอาหาร และรายชื่อผลิตภัณฑ์ที่ได้รับการอนุญาตจากสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา หรือสำนักงานสาธารณสุขจังหวัด เรียบร้อยแล้ว
- 2.3 หนังสือรับรองสูตรส่วนประกอบ (Certificate of Ingredient)** คือหนังสือรับรองที่ประกอบด้วยรายละเอียดผู้ผลิต/นำเข้าอาหาร เลขที่ใบอนุญาต ที่ตั้ง สถานที่ผลิต/นำเข้า และรายชื่อผลิตภัณฑ์ พร้อมรายละเอียดสูตรส่วนประกอบที่ได้รับการอนุญาตจากสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา หรือสำนักงานสาธารณสุขจังหวัดเรียบร้อยแล้ว

ทั้งนี้ผู้ประกอบการสามารถศึกษาเงื่อนไขการขอหนังสือรับรองสถานที่ผลิตและผลิตภัณฑ์อาหารเพื่อการส่งออก ที่เว็บไซต์:

<https://food.fda.moph.go.th/media.php?id=470855001892331520&name=Certificate.pdf>

แผนภาพที่ 11 ขั้นตอนการยื่นขอหนังสือรับรองสถานที่ผลิตและผลิตภัณฑ์อาหารเพื่อการส่งออก



ที่มา: กองอาหารสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา

3) กรณีสินค้าของผู้ประกอบการต้องการขอเครื่องหมายรับรองฮาลาล และขอใบรับรองผลิตภัณฑ์ฮาลาลแสดงบนฉลากผลิตภัณฑ์สินค้าส่งออก ผู้ประกอบการจะต้องดำเนินการขอที่สำนักงานคณะกรรมการกลางอิสลามแห่งประเทศไทย

แผนภาพที่ 12 ตัวอย่างเครื่องหมายรับรองฮาลาล



ที่มา: สำนักงานคณะกรรมการกลางอิสลามแห่งประเทศไทย

ส่วนประกอบของเครื่องหมายฮาลาล

กอท.ฮส. xx xxx xxx xx xx คือ รหัสประจำตัวผลิตภัณฑ์ที่ขอใช้เครื่องหมายรับรองฮาลาล

1. xx รหัสผลิตภัณฑ์
2. xxx รหัสบริษัท
3. xxx ลำดับรายการ
4. xx เดือนที่อนุมัติ
5. xx ปี ที่อนุมัติ

เอกสารที่ใช้ยื่นขอขอใช้เครื่องหมายรับรองฮาลาล แบ่งตามประเภทผู้รับบริการ ดังนี้

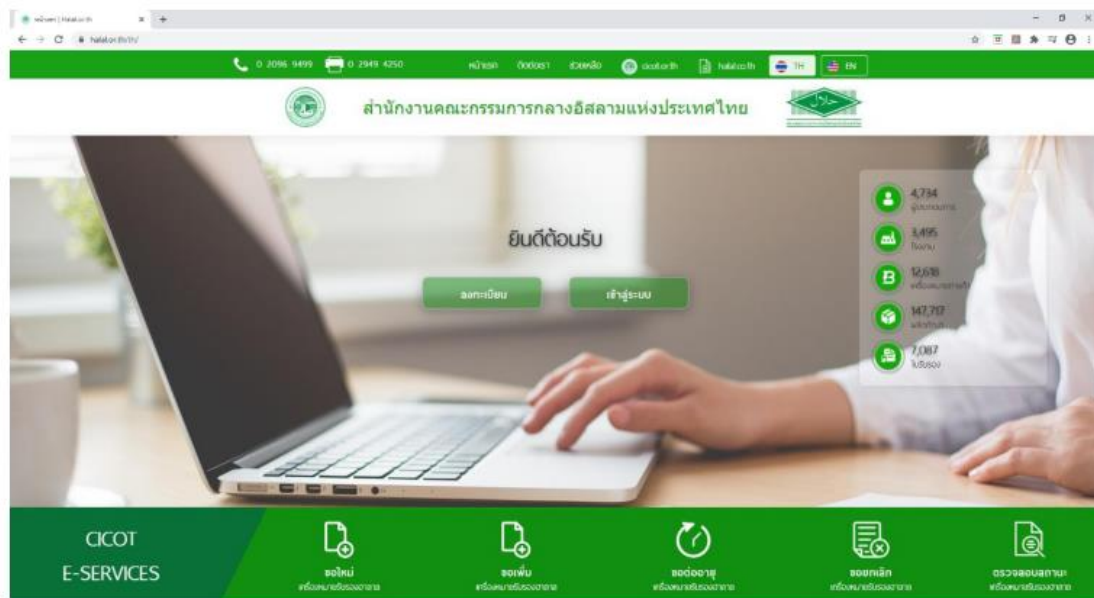
บุคคลธรรมดา	นิติบุคคล
1. สำเนาบัตรประชาชน	1. ใบสำคัญแสดงการจดทะเบียนห้างหุ้นส่วนบริษัท
2. สำเนาทะเบียนบ้าน	2. หนังสือรับรองจากสำนักงานทะเบียนหุ้นส่วนบริษัท (อายุไม่เกิน 6 เดือน)
3. คำขอรับเลขสถานที่ผลิตอาหารที่ไม่เข้าข่ายโรงงาน	3. ใบอนุญาตตั้งโรงงานแบบ รง.2 หรือ รง.4 (ขึ้นอยู่กับขนาดของโรงงาน)
4. คำขอขึ้นทะเบียนตำรับอาหาร (อ.17)	4. ใบอนุญาตผลิตอาหาร (อ.2)
5. ใบสำคัญการขึ้นทะเบียนตำรับอาหาร (อ.18)	5. คำขอขึ้นทะเบียนตำรับอาหาร (อ.17)
6. หนังสือสำคัญแสดงการจดทะเบียนเครื่องหมายการค้า (ค.ม.1)	6. ใบสำคัญการขึ้นทะเบียนตำรับอาหาร (อ.18)
7. คำขออนุญาตใช้ฉลากอาหาร สบ. 3 หรือ สำเนาการใช้ฉลากอาหาร แบบ ฉ.1	

บุคคลธรรมดา	นิติบุคคล
8. แบบจดทะเบียนอาหาร (สบ.๕) 9. หนังสือแสดงรายละเอียดวิธีการผลิต , ขั้นตอน , วัตถุดิบ , ส่วนผสม 10. ผลิตภัณฑ์ตัวอย่างเพื่อประกอบการพิจารณาเบื้องต้น 11. แผนที่ตั้งโรงงาน	7. หนังสือสำคัญแสดงการจดทะเบียนเครื่องหมายการค้า (คม.1) 8. คำขออนุญาตใช้ฉลากอาหาร สบ. 3 หรือสำเนาการใช้ฉลากอาหาร แบบ ฉ.1 9. แบบจดทะเบียนอาหาร (สบ.๕) 10. หนังสือแสดงรายละเอียดวิธีการผลิต , ขั้นตอน , วัตถุดิบ , ส่วนผสม 11. ผลิตภัณฑ์ตัวอย่างเพื่อประกอบการพิจารณาเบื้องต้น 12. แผนที่ตั้งโรงงาน

ปัจจุบันผู้ประกอบการสามารถยื่นขอใช้เครื่องหมายรับรองฮาลาลผ่านช่องทางออนไลน์ที่ เว็บไซต์ <https://www.halal.or.th/>

ทั้งนี้ผู้ประกอบการสามารถศึกษารายละเอียดการขอใช้เครื่องหมายรับรองฮาลาลและขอใบรับรองผลิตภัณฑ์ฮาลาลในการส่งออก จากเว็บไซต์ <https://www.halal.or.th/storages/manual/HOmanual.pdf>

แผนภาพที่ 13 เว็บไซต์สำหรับขอใช้เครื่องหมายรับรองฮาลาล



ที่มา: สำนักงานคณะกรรมการกลางอิสลามแห่งประเทศไทย

- 4) ผู้ประกอบการต้องขอใบอนุญาตแสดงเครื่องหมายมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม (ทั่วไป) จาก สำนักงานมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม (สมอ.) หรือ ระบบ Single Sign On (SSO) **แผนภาพที่ 14 เว็บไซต์ สำนักงานมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม (สมอ.)**

The screenshot shows the TISI website with a public notice in Thai. The notice is titled "ประกาศประชาสัมพันธ์เพื่อทราบ" (Public Notice for Information). It states that the TISI will be upgrading the SSO system to improve user experience and security. The notice includes the following points:

- ปรับปรุงระบบลงทะเบียนครั้งเดียว เพื่อใช้งานหลายๆ ระบบได้ รวมถึงสามารถขอสิทธิการดำเนินการให้แก่ผู้ใช้งานรายอื่นโดยตรง โดยจะมีการปรับปรุง ดังนี้
 - e-License - TISI-NSW - e-Surveillance - QR-code ผลิตภัณฑ์
- ปรับปรุงระบบล็อกอินครั้งเดียว การล็อกอินเพื่อเข้าระบบจะทำเพียงครั้งเดียว และสามารถใช้บริการระบบสารสนเทศได้ทุกระบบ หรือตามที่ผู้ประกอบการ ได้มอบสิทธิ์ไว้

ทั้งนี้ สำนักงานจะเริ่มเปิดให้บริการระบบ SSO ตั้งแต่วันที่ 13 มิถุนายน 2565

On the right side of the notice, there is a QR code and the text: "พบปัญหาการใช้งาน ติดต่อได้ที่ line OA tisi-ss0".

ที่มา: สำนักงานมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม (สมอ.)

- เอกสารที่ใช้ในการขอใบอนุญาตแสดงเครื่องหมายมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม (ทั่วไป) มีดังนี้
- แบบคำขอจดทะเบียนผลิตภัณฑ์
 - สำเนาหนังสือรับรองการจดทะเบียนนิติบุคคล (อายุไม่เกิน 3 เดือน)
 - สำเนาใบทะเบียนภาษีมูลค่าเพิ่ม (ภพ.20)
 - สำเนาบัตรประชาชน หรือ สำเนาหนังสือเดินทางของกรรมการผู้มีอำนาจลงนามแทนนิติบุคคล

2. มาตรการทางการค้าทางภาษีและที่มิใช่ภาษีของประเทศออสเตรเลีย

อัตรารภาษีนำเข้าสินค้า

ไทยได้สิทธิพิเศษด้านภาษีจากข้อตกลงเขตการค้าเสรีระหว่างไทยกับออสเตรเลีย (Thailand-Australia Free Trade Agreement : TAFTA) ซึ่งมีผลบังคับใช้ตั้งแต่ 1 มกราคม 2548 ซึ่งสินค้าปลาแปรรูปมีการลดภาษีนำเข้าเหลือร้อยละ 0

พิกัดศุลกากร	รายการ	สิทธิพิเศษ	อัตรารภาษี
1604	ปลาแปรรูป	FTA	ร้อยละ 0
160414	ทูน่า, ข้าวขาว, บอนิโด้, ปรงรักษา, ไม่ใช่เนื้อสับ		
160420	ปลาที่ถูกเตรียมหรือสงวนไว้, ยกเว้นทั้งตัว, เป็นชิ้น		
160411	แซลมอนที่ถูกเตรียมหรือสงวนไว้, ไม่ใช่เนื้อสับ		
160419	ปลาชนิดอื่น ๆ ที่ถูกเตรียมหรือสงวนไว้, ไม่ใช่เนื้อสับ		
160413	ปลาชาร์ดิน, ปลาบรอสลิง, ปลาสปร์ตที่ถูกเตรียมหรือสงวนไว้, ไม่ใช่เนื้อสับ		
160415	ปลาแมคเคอร์เรลที่ถูกเตรียมหรือสงวนไว้, ไม่ใช่เนื้อสับ		

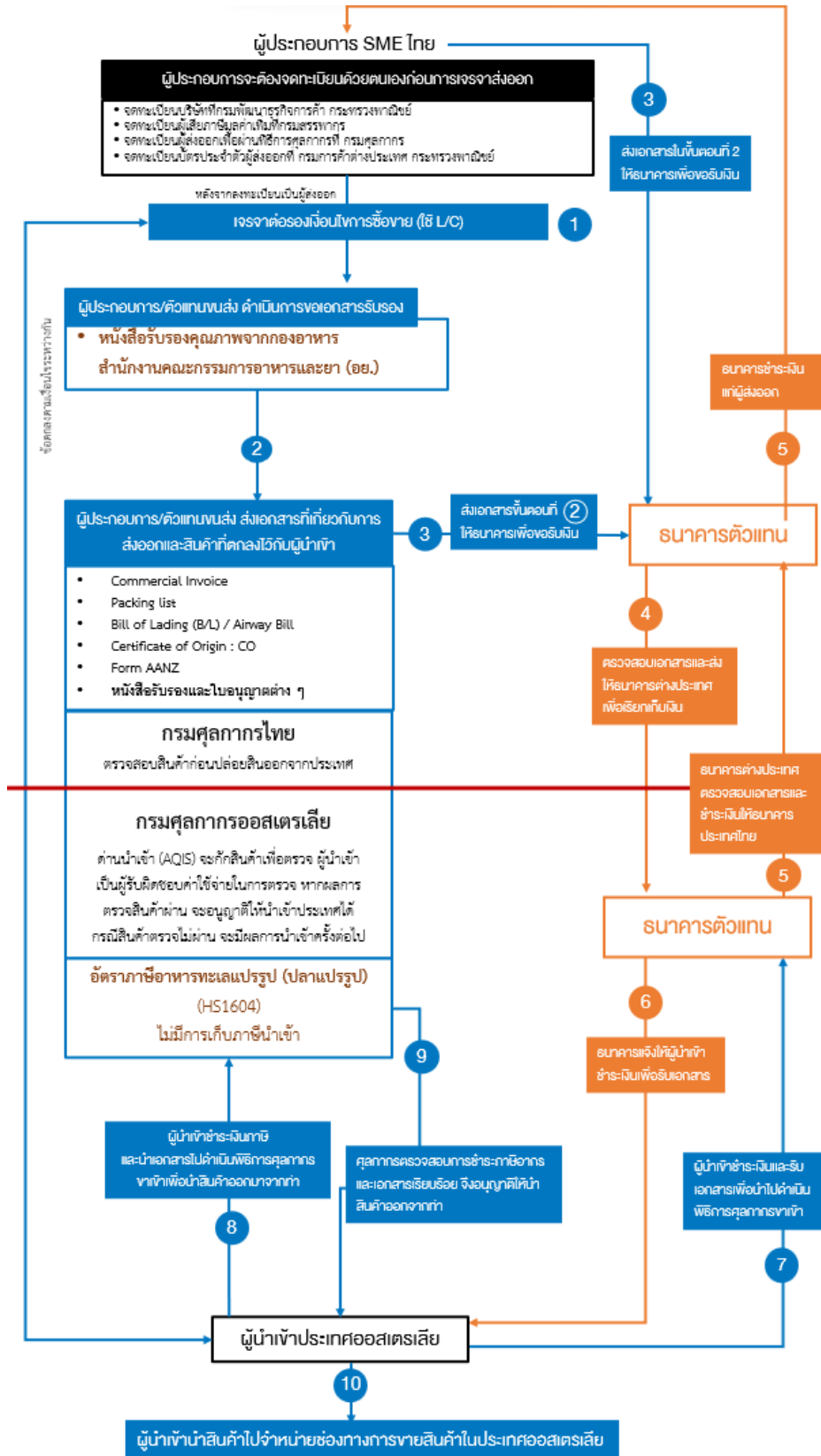
มาตรการนำเข้าสินค้า

ใบรับรองอาหารทะเลและฉลาก

ผู้บริโภคออสเตรเลียส่วนใหญ่นิยมบริโภคอาหารทะเลที่ผลิตได้ภายในประเทศมากกว่าแม้ว่าจะต้องจ่ายแพงขึ้นก็ตาม ออสเตรเลียได้ออกกฎหมายระบุให้ผู้ค้าปลีกค้าส่งอาหารทะเลทุกรายทั้งที่บรรจุหีบห่อและไม่ได้บรรจุหีบห่อในออสเตรเลียต้องมีฉลากแสดงแหล่งกำเนิดของสินค้า เพื่อให้ผู้บริโภคสามารถระบุความแตกต่างระหว่างสินค้านำเข้ากับสินค้าที่ผลิตในประเทศ อาหารทะเลที่ได้จากการประมงในออสเตรเลียส่วนใหญ่จะได้รับการรับรองจากสถาบัน Marine Stewardship Council scheme และรัฐบาลได้สนับสนุนอุตสาหกรรมประมงโดยการสำรวจและจัดสรรแหล่งจับปลาขนาดใหญ่ให้กับชาวประมง โดยองค์กร The Status of Key Australian Fish Stocks Reports 2012

สรุปขั้นตอนการส่งออก

แผนภาพที่ 15 ขั้นตอนการส่งออกสินค้าประเภทอาหารทะเลแปรรูป (ปลาแปรรูป)



ที่มา: คณะที่ปรึกษา

