

อาหารแช่แข็ง

Frozen Food



ผู้เขียนหลัก : อัญชลี ห่วงทอง

ผู้เขียนร่วม : ทิมพีโอ มะลิตอง

โอกาสด้านการตลาด

(Market Opportunity)

แนวโน้มผู้บริโภค

การบริโภคอาหารทะเลแปรรูปของเดนมาร์ก มีการเปลี่ยนแปลงไม่มากนักในช่วงที่ผ่านมา กล่าวคือ ในปี ค.ศ. 2010 การใช้จ่ายการบริโภคปลา และอาหารทะเลในเดนมาร์ก มีมูลค่า 668.8 ล้านดอลลาร์สหรัฐ เพิ่มขึ้นเล็กน้อยเมื่อเทียบกับปี 2005 ซึ่งมีมูลค่า 533.8 ล้านดอลลาร์สหรัฐ อันเป็นผลอันเนื่องมาจากในปี 2006 ซึ่งรัฐบาลได้มีการรณรงค์ให้ชาวเดนมาร์กหันมาบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพโดยการบริโภคปลาอย่างน้อยสัปดาห์ละ 2 ครั้ง มีผลทำให้การบริโภคปลา และอาหารทะเลแช่แข็งเพิ่มขึ้น และจากการศึกษาพบว่าในปี 2008 ชาวเดนมาร์กบริโภคปลา และอาหารทะเลประมาณ 7 กิโลกรัมต่อคนต่อปี แม้ว่าคนส่วนใหญ่จะยังนิยมการบริโภคอาหารสดมากกว่าอาหารแช่แข็ง แต่อัตราการเจริญเติบโตของความต้องการบริโภคปลา และอาหารทะเลแช่แข็งก็ได้ขยายตัวเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องเฉลี่ยปีละประมาณร้อยละ 1-2 โดยในปี 2010 ตลาดปลา และอาหารทะเลแช่แข็งในเดนมาร์กมีมูลค่ามีมูลค่า 59.6 ล้านดอลลาร์สหรัฐ หรือคิดเป็นสัดส่วนประมาณร้อยละ 8.9 ของการบริโภคปลา และอาหารทะเลทั้งหมด

ขนาดตลาด

การนำเข้า และส่งออก ตลาดสินค้าปลาและอาหารทะเลในเดนมาร์ก

ในปี 2010 เดนมาร์กส่งออกปลาและอาหารทะเลมูลค่า 2,973.65 ล้านดอลลาร์สหรัฐ ขยายตัวเพิ่มขึ้นจากปี 2009 ร้อยละ 5.33 และนำเข้ามูลค่า 2,270.64 ล้านดอลลาร์สหรัฐ ขยายตัวเพิ่มขึ้นร้อยละ 8.27 เดนมาร์กส่งออกปลาและอาหารทะเลมากกว่านำเข้ารวมมูลค่า 703.01 ล้านดอลลาร์สหรัฐ ตลาดส่งออกสำคัญ ได้แก่ ฝรั่งเศส มีมูลค่าสูงสุดที่ 543.82 ล้านดอลลาร์สหรัฐ และรองลงมาได้แก่ เยอรมันนี อิตาลี และเนเธอร์แลนด์อยู่ในลำดับถัดมา สำหรับประเทศไทยอยู่ที่ลำดับ 25 มีมูลค่า 11.85 ล้านดอลลาร์สหรัฐ สำหรับการนำเข้า ในปี 2010 เดนมาร์กมีการนำเข้า สินค้าปลา และอาหารทะเล รวมมูลค่า 2,270 ล้านดอลลาร์สหรัฐ เพิ่มขึ้นจากช่วงเดียวกันของปี 2009 ร้อยละ 5.33 แหล่งนำเข้านำเข้าของเดนมาร์กที่สำคัญ คือ นอร์เวย์ มีมูลค่ารวม 1,159 ล้านดอลลาร์สหรัฐ รองลงมาได้แก่ หมู่เกาะแฟโร กรีนแลนด์ และสวีเดน

การนำเข้าสินค้าอาหารทะเลแช่แข็งจากไทย

มูลค่าการนำเข้าสินค้าอาหารทะเลแช่แข็งจากไทยในปี 2010 มีมูลค่า 5.84 ล้านดอลลาร์สหรัฐ ขยายตัวเพิ่มขึ้น ร้อยละ 54.83 จากการเริ่มฟื้นตัวของภาวะเศรษฐกิจโลก ไทยเป็นแหล่งนำเข้าอันดับที่ 26 ของเดนมาร์ก สินค้านำเข้าที่สำคัญจากไทย ได้แก่ กุ้งสด แปรรูป และกึ่งแปรรูป แช่เย็น และแช่แข็ง ซึ่งมีแนวโน้มขยายตัวอย่างต่อเนื่อง และสำหรับปลาหมึกสด แปรรูป และกึ่งแปรรูป แช่เย็น และแช่แข็ง ซึ่งเดิมเคยเป็นสินค้าทะเลแช่แข็งอันดับหนึ่งของไทยที่ส่งมาเดนมาร์ก มีการส่งออกมูลค่าและปริมาณลดลง

จากเหตุภัยธรรมชาติทำให้ปริมาณสัตว์น้ำที่จับได้มีปริมาณลดลงราคาวัตถุดิบเพิ่มสูงขึ้นและเกิดการขาดแคลน สำหรับรายละเอียดการส่งออกและนำเข้าปลา และอาหารทะเลของเดนมาร์ก แยกรายละเอียด

ทั้งนี้ การนำเข้าสินค้าอาหารทะเลแช่แข็งจากไทยมายังเดนมาร์ก นอกจากจะนำเข้าโดยตรงจากประเทศไทยแล้วโดยผ่านท่าเรือกรังโคเปนเฮเกน และท่าเรือเมือง Aarhus เดนมาร์กแล้ว ยังมีการนำเข้าผ่านต่อมาจากเนเธอร์แลนด์ และสหพันธรัฐเยอรมันด้วย ทั้งนี้ ขึ้นกับปริมาณที่สั่งซื้อและช่วงเวลาที่ต้องการสั่งซื้อ

ผู้ผลิต/ผู้ประกอบการอาหารทะเลแช่แข็งที่สำคัญ

ผู้ผลิต/ ผู้ประกอบการ/ ผู้ส่งออกปลา และอาหารทะเลแช่แข็งที่สำคัญในเดนมาร์ก คือบริษัท Royal Greenland A/S โดยครองส่วนแบ่งตลาดสูงสุด มียอดขายหน่วยประมาณ 908 ล้านเหรียญสหรัฐในปี 2009 และคิดเป็นส่วนแบ่งตลาดร้อยละ 3.1 ของตลาดอาหารแช่แข็งทั้งหมด และรองลงมา คือ Rahbekfisk A/S คิดเป็นร้อยละ 0.7 ของตลาดอาหารแช่แข็งทั้งหมด นอกจากนี้ยังมีบริษัท Gamba Food, Nordfoods Frozen A/S และ Artic

ผู้นำเข้า หรือผู้ดำเนินการ

- **ผู้ค้าปลีก** ในตลาดการค้าปลีกในกลุ่มผู้บริโภคหลัก (Main stream) ในเดนมาร์กนั้น มีบริษัทค้าปลีกที่สำคัญอยู่ 2 กลุ่ม ซึ่ง 2 กลุ่มนี้ครองส่วนแบ่งค้าปลีกเกือบร้อยละ 70 ของยอดขายค้าปลีกทั้งหมด คือ Coop Danmark และ Dansk Supermarked ซึ่งกลุ่ม Coop Danmark มีซูเปอร์มาร์เก็ตในเครือข่ายที่สำคัญ ได้แก่ Kvickly, SuperBrugsen, Dagli'Brugsen, LokalBrugsen, Fakta และ Irma ในขณะที่ กลุ่ม Dansk Supermarked เป็นเจ้าของซูเปอร์มาร์เก็ต F?tex, Bilka, Netto และ Salling นอกจากนี้ ยังมีกลุ่มห้าง METRO INCO ALDI นอกจากนี้ยังมีร้านชุมชนเอเชีย (Asia Grocery) เช่น ไทย จีน อินเดีย กระจายอยู่ทั่วไป และร้านค้าปลีกขายปลาแบบดั้งเดิมซึ่งมีปริมาณไม่มากนัก
- **บริษัทบริการ จัดเตรียมอาหาร** ในเดนมาร์กมีบริษัทบริการจัดอาหาร (Food service and Catering) ที่สำคัญได้แก่ Foodservice Denmark, Dansk Cater และ BC Catering เป็นผู้นำในภาคธุรกิจนี้ ซึ่งให้บริการการจัดอาหารทั้งอาหารแห้ง สด และอาหารแช่แข็ง ในปี 2010 อาหารทะเลแช่แข็งเย็นเติบโตขึ้นร้อยละ 1 ในภาคธุรกิจบริการจัดการด้านอาหาร เมื่อเปรียบเทียบกับเนื้อสัตว์อื่นที่มีอัตราการถดถอยลดลงร้อยละ 0.5 บริษัท Findus Danmark A/S เป็นอีกผู้นำหนึ่งในส่วนแบ่งตลาดในผลิตภัณฑ์อาหารแช่แข็งในช่องทางจำหน่ายภาคการบริการจัดอาหารนี้ โดยเน้นเฉพาะการใช้ปลา และอาหารทะเลแบบยั่งยืน (Findus Fish Policy from sustainable stocks)

แนวโน้มอาหารทะเลแช่แข็งในเดนมาร์ก

แม้ว่าในช่วงปี 2008 และ 2009 ได้เกิดสภาวะเศรษฐกิจตกต่ำแต่ปริมาณการบริโภคปลา และอาหารทะเลแช่แข็งไม่ได้ลดลงมากนัก เนื่องจากผู้บริโภคหันมานิยมการปรุงอาหารแบบง่าย ๆ และรับประทานเองที่บ้านแทนการรับประทานอาหารนอกบ้านเพื่อเป็นการประหยัดค่าใช้จ่าย ดังนั้น สินค้า

ประเภทพร้อมปรุงหรือพร้อมรับประทาน (Ready to cook or ready meal) ได้รับการตอบรับจากตลาดเป็นอย่างดี เนื่องจากทำให้ผู้บริโภคสามารถประหยัดเวลาในการปรุงอาหาร ชาวเดนมาร์กนิยมซื้ออาหารทะเลแช่แข็งแบบพร้อมปรุงสำเร็จรูปไปปรุงหรือรับประทานร่วมกับผักสด หรืออาหารสดชนิดอื่น เพื่อเพิ่มคุณค่าโภชนาการในอาหาร ซึ่งผลิตภัณฑ์อาหารสดแช่แข็งที่ได้รับความนิยมในเดนมาร์กที่สำคัญ ได้แก่ ปลาชุบเกล็ดขนมปังทอด (Breaded fish fillets) เป็นสินค้าที่ได้รับความนิยมสูงสุด คิดเป็นร้อยละ 40 ของมูลค่ายอดขายจำหน่ายปลีกสินค้าประเภทปลาและอาหารทะเลแช่แข็งในปี 2010 สินค้าที่ได้รับความนิยมอื่น ๆ อาทิ ปลาก้อนกลมทอด (Fish cakes) ปลาแท่งทอด (Fish fingers) กุ้งตัวใหญ่ทอดกับเนย (Scampi) และปลาคลุกเกล็ดขนมปังชนิดอื่น ๆ

กฎข้อบังคับและพิกัดอัตราภาษีศุลกากรที่สำคัญ

เดนมาร์กเป็นสมาชิกสหภาพยุโรป กฎข้อบังคับที่เกี่ยวข้องกับอาหารทะเลจึงเป็นไปตามที่กำหนดไว้ใน EU Common Fisheries Policy (CFP) ดังนั้น สินค้าประมงจากประเทศไทยที่ส่งมาจำหน่ายในเดนมาร์กหรือประเทศสมาชิกสหภาพยุโรปจะต้องปฏิบัติตามกฎระเบียบทางการค้าของสหภาพยุโรปและรัฐบาลเดนมาร์ก หน่วยงานที่รับผิดชอบด้านความปลอดภัยของอาหารของอียู คือ The European Commission's Directorate General for Health and Consumers (SANCO) ดังนี้

ผู้ผลิตและส่งออกปลา และอาหารทะเลแช่แข็งต้องมีใบรับรองการจับสัตว์น้ำจากกรมประมง โดยแนบเอกสารการจับสัตว์น้ำ (Catch Certificate) เพื่อให้มั่นใจว่าการจับสัตว์น้ำตลอดห่วงโซ่การผลิตและต้องเอกสารรับรองจากกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ว่ามาตรฐานสุขภาพอนามัย และสาธารณสุขถูกต้องตามมาตรฐาน หลักเกณฑ์ และเป็นไปตามมาตรฐาน IUU ของ EU

รายละเอียดเพิ่มเติม สามารถดูรายละเอียดได้จาก Ministry of Food, Agriculture and Fisheries , Danish Veterinary and Food Administration , The Danish Directorate of Fisheries และ Danish Food Industry Agency

สินค้านำเข้าจำหน่ายจะเสียภาษีมูลค่าเพิ่มในอัตราร้อยละ 25 นอกจากนี้ ยังมีกฎระเบียบที่เกี่ยวข้องที่สำคัญที่ควรคำนึงถึง ได้แก่

- กฎหมายต่อต้านการทำประมงที่ผิดกฎหมาย (Illegal, Unreported and Unregulated Fishing: IUU)
- กฎหมายต่อต้านการทำประมงที่ผิดกฎหมายกำหนดขึ้นเพื่อป้องกันการค้าและการตลาดสินค้าประมงที่ผิดกฎหมายให้เกิดขึ้นยากที่สุด และเพื่อสร้างความมั่นใจว่าสินค้าประมงทุกประเภทสามารถตรวจสอบย้อนกลับได้แบบ from net to plate และต่อมาสหภาพยุโรปได้ออกกฎระเบียบรวมภายใต้ EU's Fisheries Control Policy เมื่อวันที่ 12 เมษายน 2011 กำหนดระบบควบคุมการทำประมงที่ผิดกฎหมายและการตรวจสอบย้อนกลับตลอดห่วงโซ่ตลาดตั้งแต่เมื่อจับปลาได้จนถึงผู้บริโภค ซึ่งกำหนดให้เจ้าหน้าที่สหภาพยุโรป จะสามารถจับผิด

ได้ในทุกจุดของห่วงโซ่ตลาด และตรวจสอบย้อนกลับไปถึงต้นกำเนิดของการทำผิดดังกล่าวได้ ซึ่งการตรวจสอบนี้จะเป็นแนวทางเดียวกันทั่วยุโรป

ข้อกำหนดของฉลากอาหาร และการบรรจุภัณฑ์

กฎหมายของ EU กำหนดให้อาหารทุกชนิด รวมทั้งอาหารทะเล ต้องระบุชื่ออาหาร รายการส่วนผสม (เรียงตามขนาดน้ำหนักจากมากไปหาน้อย) ขนาดน้ำหนักก่อนบรรจุใส่ภาชนะอาหาร วันหมดอายุ วิธีการจัดเก็บอาหาร หรือวิธีการนำไปบริโภค และชื่อผู้ผลิตอาหาร ผู้บรรจุหีบห่อ หรือผู้ขายใน EU ซึ่งอาหารประเภทปลา และการประมงที่ผลิตหรือบรรจุในประเทศที่สามที่มีได้อยู่ในสหภาพยุโรป ห้ามระบุด้วย “EC”, หรือ “EC approval number ” หรือ อักษรย่อของกลุ่มประเทศอียู เช่น “DK” , “NL” เป็นต้น

สรุปและข้อคิดเห็น

- เดนมาร์กจัดเป็นประเทศพัฒนาและมีความก้าวหน้าทางอุตสาหกรรม แม้จะเป็นตลาดขนาดเล็กที่มีประชากรประมาณ 4.5 ล้านคน แต่ประชากรมีรายได้สูง นิยมสินค้าที่มีคุณภาพ มีความสะดวกสบาย เป็นสังคมประชากรสูงวัย ห่วงใยสุขภาพและเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม แม้ว่าจะเกิดภาวะเศรษฐกิจตกต่ำในช่วงปี 2008-2009 แต่เศรษฐกิจก็เริ่มมีการฟื้นตัวในปี 2010 และต่อเนื่องถึงปี 2011 จากการคาดคะเนของ Euromonitor International พบว่าแนวโน้มตลาดปลา และอาหารทะเลแช่แข็งยังคงเติบโตอย่างต่อเนื่องไปจนถึงปี 2558 เนื่องจากกระแสความนิยมการบริโภคปลา และอาหารทะเลที่เพิ่มมากขึ้น โดยมีมูลค่าเพิ่มขึ้นจาก 61.21 ล้านเหรียญสหรัฐในปี 2009 เป็น 64.62 ล้านเหรียญสหรัฐในปี 2015 เนื่องจากกระแสการนิยมอาหารสุขภาพ เช่น ปลา และอาหารทะเลแทนเนื้อสัตว์อื่น แม้ว่า ประชาชนชาวเดนมาร์กนิยมบริโภคอาหารสดมากกว่าอาหารแช่แข็ง แต่สินค้าที่มีความสะดวกสบาย ประเภท พร้อมรับประทานหรือพร้อมปรุง ก็เริ่มได้รับความนิยมมากขึ้น
- ผู้ส่งออกไทยที่สนใจจะขยายตลาดสินค้าในเดนมาร์กจำเป็นต้องปรับและพัฒนาสินค้าให้เข้ากับรสนิยมของผู้บริโภค โดยการทำกรวิจัยพัฒนาสินค้า ปรับปรุงให้มีคุณภาพ รสชาติ รูปลักษณ์ได้ใกล้เคียงกับอาหารทะเลสดมาก สามารถนำไปใช้กับเมนูอาหารของชาติต่างๆได้หลายอย่าง เช่น เหมปูระ หน้าซูชิในภัตตาคารญี่ปุ่น เกียวกุ้ง บะหมี่กึ่ง ข้าวแกง ในอาหารไทย/ จีน หรือ ปลาซุบแป้งทอด ใช้เป็นส่วนประกอบของไส้แซนวิช ในร้านอาหารแบบตะวันตก ซึ่งง่ายต่อการนำไปปรุงรับประทาน เพียงนำไปอุ่น หรืออบไมโครเวฟ ก็นำไปรับประทานได้ทันทีซึ่งสะดวกสบายเข้ากับการใช้ชีวิตในปัจจุบัน ทำให้ได้รับความสนใจจากผู้บริโภคเพิ่มขึ้น
- ผู้ส่งออกไทยควรหาโอกาสเดินทางมาสร้างความสัมพันธ์ ศึกษาและทดลองตลาดร่วมกับผู้นำเข้า และนำจุดเด่นของสินค้าหรือบริษัท ในด้านการค้าโดยชอบธรรม (Fairtrade) คุณภาพสินค้า (Quality), ความปลอดภัย (Food safety) ความยั่งยืน (Sustainability) ความสะดวกสบายใน

การบริโภค (Convenient trend) และสินค้าประมงอินทรีย์ (Organic) มาเป็นจุดแข็งเพื่อให้สามารถแข่งขันกับคู่แข่งอื่น ๆ ได้

- ราคาสินค้าเป็นปัจจัยสำคัญอีกปัจจัยหนึ่งในการแข่งขันเท่านั้น การรักษาคุณภาพมาตรฐานสินค้า การรักษาสัญญา การส่งมอบ การสร้างตราสินค้าของตนเอง (Private Label) เพื่อให้ลูกค้าเกิดความเชื่อมั่น จะทำให้ผู้ส่งออกไทยสามารถรักษาลูกค้าไว้ได้อย่างยาวนาน ซึ่งลูกค้าเดนมาร์กส่วนใหญ่จะไม่นิยมเปลี่ยนผู้ส่งออกร้อย ๆ นิยมทำการค้าแบบพันธมิตรอย่างยั่งยืน

แนวโน้มธุรกิจ และอุตสาหกรรมอาหารแช่แข็ง ปี 2022-2024

รายได้ของผู้ประกอบการอุตสาหกรรมอาหารพร้อมทานโดยรวมในปี 2022-2024 จะยังเติบโตต่อเนื่อง โดยตลาดอาหารพร้อมทานแช่แข็งยังมีแนวโน้มเติบโตต่อเนื่องทั้งตลาดในประเทศและตลาดส่งออกตามการขยายตัวของชุมชนเมือง และร้านค้าปลีกสมัยใหม่ และความนิยมของตลาดลูกค้าหลัก อย่างไรก็ตาม ผู้ผลิตยังมีความเสี่ยงจากต้นทุนการผลิตที่มีแนวโน้มอยู่ในระดับสูง และนโยบายภาครัฐที่อาจจำกัดภาษีตามปริมาณโซเดียมเป็นการเพิ่มภาระต้นทุน และมีผลลดต้นความสามารถในการทำกำไรของผู้ผลิต ทั้งนี้ผู้ผลิตอาหารแช่แข็ง ได้คาดการณ์ว่า รายได้จะเติบโตดี ปัจจัยหนุนจากตลาดในประเทศที่เติบโตต่อเนื่องตามการขยายตัวของชุมชนเมืองและร้านค้าปลีกสมัยใหม่ที่เน้นการแข่งขันจัดโปรโมชั่น ส่วนลด เพื่อดึงดูดลูกค้า พร้อมนำเสนอเมนูใหม่ที่ผู้ประกอบการพัฒนาสู่ตลาดในรูปแบบที่หลากหลายมากขึ้น ส่วนตลาดส่งออกคาดว่าจะขยายตัวต่ำในปี 2022 จากภาวะชะลอตัวทางเศรษฐกิจของประเทศคู่ค้า เช่น สหรัฐฯ และยุโรป แต่จะเติบโตขึ้นในปี 2023-2024 เนื่องจากอาหารที่ผลิตจากไทยได้รับการยอมรับจากต่างชาติทั้งด้านคุณภาพ และรสชาติ อย่างไรก็ตาม อุตสาหกรรมนี้ยังมีปัจจัยกดดันด้านต้นทุนการผลิต ได้แก่

(1) ราคาวัตถุดิบการเกษตรและเม็ดพลาสติก HDPE ที่คาดว่าจะมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นในปี 2022 ผลจากสงครามรัสเซีย-ยูเครน โดยน่าจะเริ่มผ่อนคลายลงแต่ยังคงอยู่ในระดับสูงในปี 2023-2024

(2) ความเข้มงวดด้านการตรวจสอบสินค้าของประเทศคู่ค้า อาทิ การผลิตภายใต้การควบคุมคุณภาพและการรับรองตามมาตรฐานต่าง ๆ อาทิ ระบบ HACCP, GMP, ISO 9001-2000 และ HALAL รวมถึงข้อกำหนดการติดฉลาก และระบบการตรวจสอบข้อมูลย้อนกลับไปยังแหล่งผลิตวัตถุดิบ ซึ่งอาจเพิ่มค่าใช้จ่ายในการลงทุนด้านปรับปรุงกระบวนการผลิต

อาหารพร้อมทานแช่เย็น-แช่แข็ง (Chilled and Frozen Ready-to-eat Food)

คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 41.8 ของมูลค่าอาหารพร้อมทานในประเทศ แบ่งเป็นอาหารพร้อมทานแช่เย็น (Chilled Ready-to-eat Food) (สัดส่วนคิดเป็นร้อยละ 28.7 ของมูลค่าอาหารพร้อมทานแช่เย็น-แช่แข็งทั้งหมด) เป็นอาหารที่ต้องเก็บที่อุณหภูมิ 4-7 องศาเซลเซียส สามารถเก็บรักษาได้

ประมาณ 3-7 วัน ส่วนอาหารพร้อมทานแช่แข็ง (Frozen Ready-to-eat Food) (สัดส่วนคิดเป็นร้อยละ 71.3 ของมูลค่าอาหารพร้อมทานแช่เย็น-แช่แข็งทั้งหมด) ต้องเก็บที่อุณหภูมิต่ำกว่า -18 องศาเซลเซียส โดยผ่านกระบวนการเปลี่ยนน้ำให้เป็นน้ำแข็ง ทำให้แบคทีเรียไม่สามารถเติบโตได้ จึงสามารถรักษาความสดและรสชาติของอาหารไว้ได้นาน (สูงสุดประมาณ 18 เดือน) อาหารพร้อมทานแช่เย็น-แช่แข็งยังสามารถผลิตได้หลากหลายเมนูมากกว่าอาหารพร้อมทานประเภทอื่น

- ตลาดมีมูลค่าประมาณ 1.8 หมื่นล้านบาท (ข้อมูลปี 2021) อาหารพร้อมทานแช่เย็น-แช่แข็งที่จำหน่ายภายในประเทศเป็นอาหารไทยมากที่สุดโดยมีสัดส่วนคิดเป็นร้อยละ 45 ของมูลค่าจำหน่ายอาหารแช่แข็งทั้งหมด รองลงมาคือ อาหารจีนมีสัดส่วนคิดเป็นร้อยละ 29 อาหารอิตาลี (คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 11) อาหารญี่ปุ่น (คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 6) และอาหารสัญชาติอื่น ๆ (คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 9) [ที่มา: Euromonitor, December 2020]
- เป็นอุตสาหกรรมที่ใช้เงินทุนไม่มาก เทคโนโลยีการผลิตไม่ซับซ้อน ทำให้การเข้า-ออกของผู้ผลิตรายใหม่ทำได้ไม่ยากนัก การแข่งขันจึงรุนแรงจากผลิตภัณฑ์ที่ไม่แตกต่างกันมากนัก อีกทั้งยังต้องแข่งขันกับสินค้าทดแทนจากผลิตภัณฑ์อาหารที่มีหลากหลายประเภท อาทิ อาหารกระป๋อง บะหมี่กึ่งสำเร็จรูป อาหารปรุงสดสำเร็จ (ก๋วยเตี๋ยว ข้าวราดแกง) เป็นต้น
- ผู้ผลิตรายใหญ่มีจำนวนน้อยรายและมีความได้เปรียบทั้งด้านต้นทุนวัตถุดิบและช่องทางการจำหน่าย โดยอาหารพร้อมทานแช่เย็นถูกผูกขาดโดย บมจ. ซีพี ออลล์ ภายใต้แบรนด์ “อิชี้โก” และ “อิชี้ช้อยส์” ซึ่งมีส่วนแบ่งตลาดรวมกันถึงร้อยละ 98 ของมูลค่าตลาดอาหารพร้อมทานแช่เย็นทั้งหมด (ข้อมูลปี 2021) โดยอาศัยจุดแข็งจากการจำหน่ายผ่านร้านสะดวกซื้อในเครือของตนเองที่มีสาขาเป็นจำนวนมาก ส่วนอาหารพร้อมทานแช่แข็งถูกครองตลาดโดย บมจ. ซีพี ออลล์ ภายใต้แบรนด์ “เซเว่น เฟรช” มีส่วนแบ่งตลาดคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 50.9 และ บมจ.เจริญโภคภัณฑ์อาหาร ภายใต้แบรนด์ “ซีพี” (คิดเป็นร้อยละ 15.0) และแบรนด์ “เจต ดราก้อน” (คิดเป็นร้อยละ 11.0%) โดยทั้ง บมจ. ซีพี ออลล์ และ บมจ.เจริญโภคภัณฑ์อาหาร อยู่ในเครือบริษัทเดียวกัน ทำให้มีส่วนแบ่งตลาดรวมกันถึง 76.9% ขณะที่ผู้ผลิตรายอื่นมีส่วนแบ่งตลาดไม่มากนัก อาทิ บมจ.สุรพล ฟู้ดส์ แบรนด์ “สุรพล” (11.0%) บมจ.เอสแอนด์พีซินดิเคท แบรนด์ “ควิกมิล” (คิดเป็นร้อยละ 4.7) และ บมจ.ไทย อกริ ฟู้ดส์ แบรนด์ “ลิตเติลเชฟ” (คิดเป็นร้อยละ 2.6)
- ต้นทุนการผลิตของอุตสาหกรรมนี้ผันผวนตามโครงสร้างต้นทุนหลัก ซึ่งประกอบด้วย วัตถุดิบสินค้าเกษตร (คิดเป็นร้อยละ 50-60) บรรจุภัณฑ์ (คิดเป็นร้อยละ 15-20) ค่าขนส่ง (คิดเป็นร้อยละ 20-25) และอื่น ๆ เช่น เครื่องปรุงและค่าการตลาด (คิดเป็นร้อยละ 10-15) โดยไทยมีความได้เปรียบด้านวัตถุดิบสินค้าเกษตรภายในประเทศที่หลากหลาย ทำให้สามารถควบคุมต้นทุนการ

ผลิตได้โดยการปรับเปลี่ยนเมนูอาหารให้เหมาะสมตามผลผลิตเกษตรที่ออกสู่ตลาดตามฤดูกาลตลอดทั้งปี

- ส่วนใหญ่เป็นการผลิตเพื่อจำหน่ายในประเทศ คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 80-90 ของปริมาณการผลิตอาหารพร้อมทานแช่เย็น-แช่แข็งทั้งหมด (เฉลี่ยปี 2016-2021) ตามทิศทางการขยายตัวของชุมชนเมือง และวิถีชีวิตของผู้บริโภคในสังคมเมืองที่มีพฤติกรรมเร่งรีบ ทำให้มีความต้องการบริโภคอาหารที่มีความสะดวก ประกอบกับสามารถหาซื้อได้ง่ายตามร้านสะดวกซื้อซึ่งมีสาขากระจายอยู่ทั่วประเทศและเปิดบริการตลอด 24 ชั่วโมง ส่วนตลาดส่งออกมีสัดส่วนร้อยละ 10-20 โดยไทยมีศักยภาพในการแข่งขันจากความได้เปรียบด้านวัตถุดิบทางการเกษตรที่มีอยู่มาก อีกทั้งอาหารที่ผลิตจากไทยเป็นที่นิยมและได้รับการยอมรับด้านรสชาติและคุณภาพโดยเฉพาะอาหารพร้อมทานแช่แข็ง เนื่องจากสามารถคงรสชาติและเก็บรักษาไว้ได้นานสูงสุดถึง 18 เดือน จึงเหมาะกับการส่งออกที่ต้องใช้ระยะเวลาขนส่ง

อุตสาหกรรมอาหาร พร้อมทาน ในโรงงานที่จดทะเบียนกับกรมพัฒนาธุรกิจการค้าจำนวน 249 แห่ง (ข้อมูล ณ ปี 2020) ส่วนใหญ่เป็นโรงงานขนาดกลาง-เล็ก (SME) แบ่งเป็น (1) โรงงานผลิตอาหารพร้อมทานแบบแห้งและแบบจัดวางบนชั้น 100 แห่ง หรือคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 40 ของจำนวนผู้ผลิตอาหารพร้อมทานทั้งหมด โดยโรงงานผลิตอาหารพร้อมทานแบบแห้งมีจำนวนทั้งหมด 12 แห่ง แบ่งเป็นโรงงานขนาดกลาง-เล็ก จำนวน 10 แห่ง คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 83 ของจำนวนโรงงานผลิตอาหารพร้อมทานแบบแห้งทั้งหมด ที่เหลือเป็นโรงงานขนาดใหญ่ โดยโรงงานในกลุ่มนี้ส่วนใหญ่ผลิตบะหมี่กึ่งสำเร็จรูปเป็นหลัก ส่วนโรงงานผลิตอาหารพร้อมทานแบบจัดวางบนชั้นมีจำนวนทั้งหมด 88 แห่ง เป็นโรงงานขนาดกลาง-เล็ก จำนวน 80 แห่ง คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 91 ของจำนวนโรงงานผลิตอาหารพร้อมทานแบบจัดวางบนชั้นทั้งหมด และ (2) โรงงานผลิตอาหารพร้อมทาน แช่เย็น-แช่แข็ง 149 แห่ง คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 60 ของจำนวนโรงงานผลิตอาหารพร้อมทานทั้งหมด แบ่งเป็นโรงงานขนาดกลาง-เล็ก จำนวน 138 แห่ง คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 93 ของจำนวนโรงงานผลิตอาหารพร้อมทานแช่เย็น-แช่แข็งทั้งหมด

ซึ่งสถานการณ์ที่ผ่านมา อาหารพร้อมทานแช่เย็น-แช่แข็ง: ช่วงปี 2016-2021 การผลิตมีทิศทางเติบโตต่อเนื่องตามตลาดในประเทศซึ่งเป็นตลาดหลักที่เติบโตเฉลี่ย คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 8.5 ต่อปี และตลาดส่งออกเติบโตเฉลี่ย คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 9.6 ต่อปี ขณะที่ต้นทุนวัตถุดิบหลักโดยรวมยังปรับเพิ่มขึ้นไม่มากนัก อาทิ ราคาเม็ดพลาสติก HDPE ซึ่งใช้สำหรับผลิตกล่องอาหารเพิ่มขึ้นเฉลี่ยต่อปี คิดเป็นร้อยละ 0.4 ดัชนีราคากลุ่มปศุสัตว์เพิ่มขึ้นเฉลี่ยต่อปี คิดเป็นร้อยละ 0.4 ดัชนีราคากลุ่มพืชผักเพิ่มขึ้นเฉลี่ยต่อปี คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 3.6 ขณะที่ดัชนีราคาข้าวเปลือกหดตัวเฉลี่ยต่อปี คิดเป็นร้อยละ

ละ -0.8 และดัชนีราคากลุ่มประมงหดตัวเฉลี่ยต่อปี คิดเป็นร้อยละ -3.8 ผู้ผลิตจึงสามารถบริหารต้นทุนได้ไม่มากนัก

ปี 2021 การผลิตยังคงเติบโตต่อเนื่องตามความต้องการบริโภคในประเทศและตลาดส่งออก โดยมีแรงกดดันด้านต้นทุนบรรจุภัณฑ์จากราคาเม็ดพลาสติก HDPE ที่ขยับสูงขึ้นถึง คิดเป็นร้อยละ 30.7 ตามราคาน้ำมันโลกที่ปรับตัวสูงขึ้นจากภาวะเศรษฐกิจโลกประเทศแกนหลักที่ทยอยฟื้นตัว อย่างไรก็ตาม ต้นทุนวัตถุดิบหลักทางการเกษตรบางรายการปรับลดลง โดยเฉพาะดัชนีราคาข้าวเปลือก (คิดเป็นร้อยละ -18.0) และดัชนีราคากลุ่มพืชผัก (คิดเป็นร้อยละ -7.4) ส่วนดัชนีราคากลุ่มปศุสัตว์ (คิดเป็นร้อยละ +0.7) และดัชนีราคากลุ่มประมง (คิดเป็นร้อยละ 0.0) ทรงตัวใกล้เคียงกับปีก่อน

ตลาดในประเทศเติบโต คิดเป็นร้อยละ 7.8 คิดเป็นมูลค่า 1.9 หมื่นล้านบาทในปี 2021 แบ่งเป็นอาหารพร้อมทานแช่เย็น 5.3 พันล้านบาท เติบโต คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 8.3 และอาหารพร้อมทานแช่แข็ง 1.3 หมื่นล้านบาท เติบโต คิดเป็นร้อยละ 7.5 เป็นผลจาก (1) ผู้บริโภคหลีกเลี่ยงการออกจากบ้าน และนโยบายเข้มงวดของภาครัฐที่กำหนดให้ร้านอาหารปิดให้บริการในส่วนของที่นั่งภายในร้านบางช่วงเวลา หนุนให้อุปสงค์เพิ่มขึ้น (2) การขยายช่องทางจำหน่ายออนไลน์และการขยายตัวของร้านค้าปลีกสมัยใหม่โดยเฉพาะร้านสะดวกซื้อ ซูเปอร์มาร์เก็ต และดิสเคาท์สโตร์ โดยการจำหน่ายผ่านร้านค้าปลีกสมัยใหม่ทั้งสามประเภทมีสัดส่วนรวมกันสูงถึง คิดเป็นร้อยละ 92 ของมูลค่าจำหน่ายอาหารแช่เย็น-แช่แข็งทั้งหมดในไทย (3) การขยายตัวของชุมชนเมือง ทำให้พฤติกรรมผู้บริโภคเปลี่ยนแปลงไปสู่วิถีชีวิตที่เร่งรีบ ต้องการความสะดวกสบาย (4) ผู้ประกอบการพัฒนารสชาติให้เข้ากับรสนิยมของผู้บริโภค และมีเมนูหลากหลายเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง (5) ราคาสินค้าจูงใจตามต้นทุนที่ประหยัดได้จากขนาดของการผลิต รวมทั้งการจัดโปรโมชั่นของร้านค้าปลีกสมัยใหม่อย่างต่อเนื่อง ทำให้ราคาสินค้าแตกต่างจากอาหารปรุงสดใหม่ไม่มากนัก

ตลาดส่งออกมีมูลค่า 95.5 ล้านดอลลาร์สหรัฐ เติบโต คิดเป็นร้อยละ 9.2 ในปี 2021 เนื่องจากรัฐบาลหลายประเทศทยอยผ่อนคลายมาตรการควบคุมการแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 ส่งผลให้กิจกรรมทางเศรษฐกิจของประเทศคู่ค้ากระเตื้องขึ้น ประกอบกับอาหารพร้อมทานแช่เย็น-แช่แข็งของไทยได้รับความนิยมเพิ่มขึ้น เนื่องจากเป็นอาหารทางเลือกเพื่อสุขภาพและแปลกใหม่ในรูปแบบเอเชีย (Asian cultural style) ทำให้ไทยส่งออกไปสหรัฐอเมริกาเพิ่มขึ้น คิดเป็นร้อยละ 13.3 และประเทศในแถบสหภาพยุโรปเพิ่มขึ้น คิดเป็นร้อยละ 21.2 ซึ่งมีสัดส่วนส่งออกรวมกัน คิดเป็นร้อยละ 56.1 ของมูลค่าส่งออกอาหารพร้อมทานแช่เย็น-แช่แข็งทั้งหมดของไทย นอกจากนี้ ผู้ประกอบการไทยยังมุ่งขยายตลาดส่งออกไปยังจีน (เติบโต คิดเป็นร้อยละ 6.8 ต่อเนื่องจากปี 2020 ที่เติบโตถึง 655.1%) ทำให้สัดส่วนส่งออกของไทยไปจีนเพิ่มขึ้นเป็นร้อยละ 8.6 ในปี 2020 และคิดเป็นร้อยละ 8.4 ในปี 2021 จากเพียงร้อยละ 1.0 ในปี 2019 เนื่องจากพฤติกรรมการบริโภคของชาวจีนโดยเฉพาะคนวัยหนุ่มสาวเริ่มนิยมรับประทานอาหารแช่เย็น-แช่แข็งมากขึ้น

อาหารพร้อมทานแช่เย็น-แช่แข็ง: ในปี 2022-2024 คาดว่าการผลิตจะขยายตัวคิดเป็นร้อยละ 9-10 ต่อปี ตามความต้องการบริโภคทั้งในประเทศและต่างประเทศที่ยังเติบโตดี ขณะที่ต้นทุนการผลิตหลักทั้งวัตถุดิบการเกษตรและเม็ดพลาสติกคาดว่าจะมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นในปี 2022 ผลจากสงครามรัสเซีย-ยูเครนทำให้ราคาพลังงานสูงขึ้นผลักดันให้ราคาปุ๋ยและราคาเม็ดพลาสติกเพิ่มขึ้น อย่างไรก็ตามในปี 2023-2024 คาดว่าต้นทุนการผลิตมีแนวโน้มผ่อนคลายลงบ้างจากสถานการณ์สงครามรัสเซีย-ยูเครนที่น่าจะเริ่มคลี่คลาย

ความต้องการบริโภคในประเทศ คาดว่าจะมีมูลค่าเติบโตต่อเนื่องเฉลี่ย คิดเป็นร้อยละ 10-12 ต่อปี โดยอาหารพร้อมทานแช่เย็นมีแนวโน้มเติบโตเฉลี่ย คิดเป็นร้อยละ 11-12 ต่อปี และอาหารพร้อมทานแช่แข็งเติบโตเฉลี่ย คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 10-11 ต่อปี ปัจจัยหนุนจาก (1) การขยายตัวของชุมชนเมือง ทำให้พฤติกรรมผู้บริโภคเปลี่ยนแปลงไปสู่วิถีชีวิตของสังคมเมืองที่เร่งรีบ และต้องการความสะดวกสบาย (2) การขยายตัวต่อเนื่องของร้านค้าปลีกสมัยใหม่โดยเฉพาะร้านสะดวกซื้อ (ช่วงปี 2016-2020 เติบโตเฉลี่ย คิดเป็นร้อยละ 6.6 ต่อปี) ซึ่งมีสาขาจำนวนมากและกระจายไปยังแหล่งชุมชน ทำให้ผู้บริโภคสามารถเข้าถึงแหล่งจำหน่ายได้ง่าย (3) ผู้ประกอบการพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้เลือกหลากหลายเมนู และหลากหลายสัญชาติ อาทิ อาหารจีน อาหารญี่ปุ่น อาหารอิตาเลียน (4) คุณค่าทางโภชนาการมากกว่าอาหารพร้อมทานแบบแห้งจึงยังคงดึงดูดความสนใจของผู้บริโภครุ่นใหม่ที่ใส่ใจสุขภาพแต่เน้นความสะดวกสบาย (5) เครื่องใช้ไฟฟ้าในบ้านรุ่นใหม่ ที่เอื้อให้การซื้ออาหารแช่เย็น-แช่แข็งมาบริโภคสะดวกขึ้น เช่น ตู้เย็นสมัยใหม่มีช่องแช่แข็งขนาดใหญ่ และไมโครเวฟมีราคาถูกลง และ (6) การแข่งขันจัดโปรโมชั่น ส่วนลด ของร้านค้าปลีกสมัยใหม่จูงใจผู้บริโภค อย่างไรก็ตาม การพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ ๆ ของอาหารพร้อมทานประเภทอื่น อาทิ อาหารพร้อมทานแบบจัดวางชั้น และอาหารพร้อมทานปรุงสดใหม่ รวมถึงอาหารทดแทนอื่น อาทิ เบเกอรี่ ขนมขบเคี้ยว ธัญพืชอบกรอบ (ซีเรียล) ที่ออกสู่ตลาดมากขึ้น อาจเป็นปัจจัยกดดันด้านการแข่งขันทางธุรกิจ

มูลค่าส่งออก คาดว่าจะเติบโตเฉลี่ย คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 3-4 ต่อปี โดยการเติบโตในปี 2022 อาจยังไม่สูงนักอยู่ที่ ซึ่งคิดเป็นร้อยละ 1-2 จากผลของการระบายนโยบายสต็อกของผู้นำเข้าในช่วงครึ่งแรกของปีหลังพ้นช่วงกักตุนเมื่อโควิด-19 คลี่คลาย และภาวะเศรษฐกิจของตลาดหลัก เช่น สหรัฐฯ และยุโรป ที่ชะลอตัวลง ปี 2023-2024 มูลค่าส่งออกกลับมาเติบโตเฉลี่ย คิดเป็นร้อยละ 4-5 ต่อปี ปัจจัยสนับสนุนจาก (1) อาหารที่ผลิตจากไทยได้รับการยอมรับจากต่างชาติในด้านกระบวนการผลิตที่ทันสมัย สะอาด และปลอดภัย จึงเป็นอีกทางเลือกหนึ่งของผู้บริโภคโดยเฉพาะในภาวะที่ยังมีความเสี่ยงของโรคระบาด (2) แนวโน้มนวัตกรรมการเก็บรักษาอาหารพร้อมทานให้คงรสชาติและรูปลักษณะเหมือนอาหารปรุงสดใหม่มีการพัฒนาเพิ่มขึ้น และ (3) การคิดค้นเมนูแปลกใหม่ที่มีความหลากหลายเพื่อดึงดูดผู้บริโภค สำหรับปัจจัยท้าทายธุรกิจ ได้แก่ มาตรการเข้มงวดของประเทศคู่ค้าในด้านการตรวจสอบสินค้า อาทิ การผลิตภายใต้มาตรการควบคุมคุณภาพและการรับรองต่างๆ อาทิ ระบบ HACCP, GMP, ISO 9001-2000 และ HALAL รวมถึงข้อกำหนดการติดฉลาก และระบบการตรวจ สอบข้อมูลย้อนกลับไปยังแหล่งผลิตวัตถุดิบ ซึ่งอาจกระทบต้นทุนการผลิต

พฤติกรรมผู้บริโภค

กลุ่มประเทศนอร์ดิกส์ประกอบด้วยเดนมาร์ก สวีเดน นอร์เวย์ ฟินแลนด์ และไอซ์แลนด์ มีประชากรรวม 27.89 ล้านคน แบ่งเป็น เดนมาร์ก 5.94 ล้านคน สวีเดน 10.53 ล้านคน ฟินแลนด์ 5.56 ล้านคน นอร์เวย์ 5.48 ล้านคน และไอซ์แลนด์ 0.38 ล้านคน GDP per capita เฉลี่ยกลุ่มประเทศนอร์ดิกส์ ที่ 54,678 เหรียญสหรัฐ และมีรายได้เฉลี่ย (GNI per Capita) ที่ 65,423 เหรียญสหรัฐ (GDP per capita เฉลี่ยกลุ่มประเทศสหภาพยุโรปที่ 38,411 เหรียญสหรัฐ และ GNI per Capita สหภาพยุโรปเฉลี่ย ที่ 48,791 เหรียญสหรัฐ) เป็นกลุ่มประเทศที่มีระดับรายได้ และกำลังซื้อสูงที่สุดกลุ่มหนึ่งของโลก ผู้บริโภคกลุ่มประเทศนอร์ดิกส์มีพฤติกรรมการบริโภคที่คล้ายคลึงกัน โดยเฉพาะเรื่องความต้องการบริโภคสินค้าออร์แกนิกสูงที่สุดแห่งหนึ่งของโลก สินค้านำเข้ากลุ่มอาหารออร์แกนิกสำคัญที่เป็นสินค้าศักยภาพของไทย เช่น ถั่ว ผลไม้ ผักสด แซ่เย็น แซ่แข็ง และแปรรูป ผลไม้อบแห้ง กาแฟ น้ำผลไม้ สมุนไพร และเครื่องเทศ ช็อกโกแลต ข้าว และเนื้อสัตว์แปรรูป เป็นต้น

กิจกรรมงานแสดงสินค้าหรือการจับคู่ธุรกิจ

งานแสดงสินค้านานาชาติที่น่าสนใจ ตัวอย่างเช่น



“ Natural Products Scandinavia 2015
& Nordic Organic Food Fair 2015”

สถานที่จัดงาน: MalmöMassan เมืองเมลโม
ประเทศสวีเดน ระยะเวลาจัดงาน ช่วงเดือน
พฤศจิกายน 2558

ที่มา : https://oldweb.ditp.go.th/contents_attach/142583/142583.pdf

การจัดงานครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อให้เป็นศูนย์กลางการซื้อขายสินค้า และพบปะผู้ผลิต ผู้จัดจำหน่าย ผู้นำเข้าสินค้า ผู้ส่งออกสินค้า ตัวแทน และบุคคลที่เกี่ยวข้องในวงการของกลุ่มประเทศนอร์ดิกส์ และทั่วโลก โดยองค์กร Diversified Business Communications ผู้เป็นผู้จัดงานเดียวกับงานแสดงสินค้าสุขภาพ และความงาม Natural & Organic Products Europe ที่ประเทศสหราชอาณาจักร ซึ่งได้จัดต่อเนื่องมานาน 18 ปี และการจัดงานในครั้งนี้เป็นนับเป็นครั้งที่ 4 ของงานฯ สามารถชมวิดีโอคลิปบรรยากาศงานฯ ได้ที่ลิงก์ <http://vimeo.com/97734811>

กลยุทธ์การเข้าสู่ตลาด (Market Entry Strategy)

แนวทางการขยายตลาด

ตลาดเดนมาร์กเป็นอีกตลาดหนึ่งที่น่าสนใจ ถึงแม้ว่าจะมีประชากรน้อยเมื่อเปรียบเทียบกับประเทศยุโรปอื่น ๆ แต่ มีบริษัทผู้นำเข้ารายใหญ่ตั้งอยู่ในเดนมาร์ก ที่ทำหน้าที่เป็นช่องทางการกระจายสินค้าไปยังกลุ่มประเทศนอร์ดิกส์ และ ยุโรปอื่น ๆ ได้ หากผู้ส่งออกไทยสนใจการส่งออกสินค้ามายังตลาดนี้ สามารถติดต่อกับบริษัทผู้นำเข้าต่าง ๆ ได้โดยตรง (ปรากฏตั้งรายชื่อด้านล่าง) และยังสามารถเข้าเยี่ยมชมงานฯ เพื่อพบปะพูดคุยกับบริษัทผู้นำเข้าภายในงานฯ และทราบ แนวโน้มตลาดได้การจัดงานครั้งต่อไปมีกำหนดขึ้นในช่วงต้นเดือนพฤศจิกายน ดังแผนภาพที่ 1

แผนภาพที่ 1 รายชื่อบริษัทผู้นำเข้าจากบริษัทต่าง ๆ

รายชื่อบริษัทผู้นำเข้าที่เป็นคู่ค้ากับบริษัท Hørkram Foodservice



ช่องทางการเข้าสู่ตลาด

ช่องทางการนำเข้าปลา และอาหารทะเลแช่แข็งในเดนมาร์ก

ข้อมูลจาก Danish Seafood Association พบว่า ผู้ส่งออกปลา และอาหารทะเลแช่แข็งจากประเทศไทยสามารถติดต่อผู้นำเข้า (Importer) ของเดนมาร์กได้โดยตรง ซึ่งผู้นำเข้าส่วนใหญ่จะทำหน้าที่หลายบทบาท เช่น บางรายทำหน้าที่เป็นผู้ผลิต/แปรรูป (Processor) ยังขั้นตอนต่อไปด้วย เช่น การแล่เนื้อปลา การแปรรูปผลิตภัณฑ์ และการแปรรูปเพื่อเพิ่มมูลค่าและส่งออกไปยังประเทศที่สาม บางรายก็เป็นผู้ค้าส่งผู้กระจายสินค้า และผู้ค้าปลีกด้วยเป็นต้น เช่น ซูเปอร์มาร์เก็ตรายใหญ่ หรือ ร้านขายของชำเอเชีย และเป็นที่น่าสังเกตว่าในปัจจุบัน บทบาทของนายหน้า (Broker) และพ่อค้าขายปลา (Fishmonger)

มีบทบาทน้อยมากในระบบห่วงโซ่อุปทานปลา และอาหารทะเลแช่แข็ง หลังจากสินค้าได้ถูกนำเข้า/แปรรูป โดยผู้นำเข้าแล้ว ก็จะกระจายสินค้าส่งต่อไปยัง ไปยัง 3 ช่องทางหลักคือ ผู้ค้าขายส่ง (Wholesaler)/ ภัตตาคารร้านอาหาร บริษัทการจัดบริการด้านอาหาร(Restaurant / Foodservice/ Catering) / ผู้ค้ารายย่อย (Retailer) หลังจากนั้นผู้บริโภคสามารถซื้อสินค้าได้จากร้านค้ารายย่อย เช่น ซูเปอร์มาร์เก็ต ร้านสะดวกซื้อ ร้านขายของชาวเอเชีย เป็นต้น

แนวทางการส่งออก (Export Solutions)

ในการเข้าสู่ตลาดเดนมาร์กมีปัจจัยสำคัญที่ผู้ประกอบการต้องคำนึงถึงเพื่อให้สามารถเข้าสู่ตลาดต่างประเทศได้อย่างถูกต้องคือ การเลือกช่องทางขนส่ง และการศึกษาเกี่ยวกับระเบียบ ข้อกำหนดที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมอาหารแช่แข็ง (Frozen Food) ดังนี้

การเลือกช่องทางขนส่ง

การส่งสินค้าอาหารแช่แข็ง สำหรับผู้ประกอบการ SME ควรเลือกการใช้ระบบขนส่งทางเรือโดยใช้ตู้สินค้าแช่เย็นเพื่อถนอมอาหารให้สามารถนำไปจำหน่ายต่อได้ อย่างไรก็ตามความรับผิดชอบเรื่องค่าขนส่งสินค้าขึ้นอยู่กับข้อตกลงระหว่างผู้ส่งออกและผู้นำเข้าว่าจะเลือกรูปแบบการขนส่งรูปแบบใด และสัญญาซื้อขายสินค้าระหว่างกัน ในขณะที่การเลือกท่าเรือปลายทางนั้น ผู้ส่งออกควรเลือกท่าเรือปลายทางตามที่ผู้นำเข้าต้องการ

การขอใบอนุญาตและใบรับรองมาตรฐานต่าง ๆ

ขั้นตอนส่งออกที่สำคัญคือการเตรียมเอกสารให้พร้อมสำหรับการส่งออกสินค้า โดยเอกสารที่ต้องเตรียมจะเป็นเอกสารขั้นพื้นฐานในการส่งออกไปจนถึงเอกสารเฉพาะสำหรับอุตสาหกรรมโดยส่วนใหญ่เป็นเอกสารที่ต้องเตรียมเพื่อให้สามารถจำหน่ายสินค้าหรือส่งสินค้าไปยังประเทศปลายทางได้นอกจากนี้อาจเป็นเอกสารที่ผู้นำเข้าต้องการขอเพิ่มเติม เพื่อเป็นการรับรองคุณภาพสินค้าโดยใช้หน่วยงานกลางรับรอง

โดยสินค้าอาหารแช่แข็งจะต้องมีหนังสือรับรองและปฏิบัติตามระเบียบต่าง ๆ ตามมาตรการส่งออกของไทยและมาตรการนำเข้าของเดนมาร์กเบื้องต้น ดังนี้

1. มาตรการและกฎหมายเกี่ยวกับสินค้าอาหารแช่แข็งของไทย

ขอใบรับรองแหล่งผลิตแหล่งกำเนิดอาหารปลอดภัย

ใบรับรองแหล่งผลิตแหล่งกำเนิดอาหารปลอดภัย เป็นเอกสารที่ออกโดยหน่วยงานราชการเพื่อรับรองว่าแหล่งผลิตหรือแหล่งกำเนิดอาหารนั้นปราศจากโรคหรือเชื้อโรคที่เป็นอันตรายต่อสุขภาพของผู้บริโภค ใบรับรองนี้มักใช้สำหรับอาหารสัตว์เลี้ยง อาหารทะเล และผลิตภัณฑ์อาหารอื่น ๆ

ผู้ประกอบการที่ส่งออกอาหารสัตว์เลี้ยงหรือผลิตภัณฑ์อาหารทะเลไปยังต่างประเทศ มักต้องขอใบรับรองแหล่งผลิตแหล่งกำเนิดอาหารปลอดภัยจากหน่วยงานราชการของประเทศต้นทาง เพื่อยืนยันว่าสินค้านั้นปลอดภัยและเป็นไปตามข้อกำหนดของกฎหมายของประเทศนั้น ๆ ผ่านเว็บไซต์ สำนักโรคติดต่อทั่วไป กรมควบคุมโรค <http://www.pinkforms.com/>

ขอใบอนุญาตและจดทะเบียนเป็นผู้มีอาชีพในการประมง

ใบอนุญาตและจดทะเบียนเป็นผู้มีอาชีพในการประมง เป็นเอกสารที่ออกโดยหน่วยงานราชการ เพื่อบอกให้บุคคลหรือนิติบุคคลประกอบอาชีพทำการประมงตามกฎหมาย ใบอนุญาตนี้มักใช้สำหรับ เรือประมง เครื่องมือทำการประมง และอุปกรณ์ทำการประมง

ผู้ประกอบการที่ประกอบอาชีพทำการประมงในประเทศไทย จำเป็นต้องขอใบอนุญาตและจดทะเบียนเป็นผู้มีอาชีพในการประมงจากกรมประมง เพื่อยืนยันว่ามีสิทธิ์ในการประกอบอาชีพทำการประมงตามกฎหมาย โดยสามารถขอใบอนุญาตการค้าสินค้าสัตว์น้ำ ผลิตภัณฑ์สัตว์น้ำ และอุตสาหกรรมสัตว์น้ำ (คำขอ อ. 6) ที่กลุ่มควบคุมการนำเข้าส่งออกสัตว์น้ำและปัจจัยการผลิต กรมประมง

(<https://www4.fisheries.go.th/local/index.php/main/welcome/importandexportcontrol>)

ขออนุญาตส่งออกสัตว์น้ำ หรือ ผลิตภัณฑ์สัตว์น้ำ

ใบอนุญาตส่งออกสัตว์น้ำ หรือ ผลิตภัณฑ์สัตว์น้ำ เป็นเอกสารที่ออกโดยหน่วยงานราชการ เพื่อบอกให้บุคคลหรือนิติบุคคลส่งออกสัตว์น้ำหรือผลิตภัณฑ์สัตว์น้ำไปยังต่างประเทศ ใบอนุญาตนี้มักใช้สำหรับ สัตว์น้ำหรือผลิตภัณฑ์สัตว์น้ำที่มีความสำคัญทางเศรษฐกิจ เช่น กุ้ง ปลา และปู

ผู้ประกอบการที่ส่งออกสัตว์น้ำหรือผลิตภัณฑ์สัตว์น้ำในประเทศไทย จำเป็นต้องขอใบอนุญาตส่งออก สัตว์น้ำ หรือ ผลิตภัณฑ์สัตว์น้ำจากกรมประมง เพื่อยืนยันว่ามีสิทธิ์ในการส่งออกสัตว์น้ำหรือผลิตภัณฑ์สัตว์น้ำไปยังต่างประเทศตามกฎหมาย

(https://www4.fisheries.go.th/local/index.php/main/view_blog2/1206/33449/1870)

มาตรฐานด้านความปลอดภัย

มาตรฐาน Good Manufacturing Practice (GMP)

มาตรฐาน GMP เป็นมาตรฐานที่ครอบคลุมข้อกำหนดพื้นฐานในการผลิตอาหาร เพื่อให้อาหารมีคุณภาพและปลอดภัยต่อผู้บริโภค โดยผู้ประกอบการสามารถขอรับการรับรองมาตรฐาน GMP จากหน่วยงาน ที่ให้การรับรอง เช่น สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา (อย.) (<https://www.fda.moph.go.th/>) หรือสมาคมอาหารแช่แข็งไทย (<https://www.thai-frozen.or.th/>) เป็นต้น

มาตรฐาน Hazard Analysis and Critical Control Points (HACCP)

มาตรฐาน HACCP เป็นมาตรฐานที่มุ่งเน้นการป้องกันอันตรายที่อาจเกิดขึ้นกับอาหาร โดยกำหนดจุด ควบคุมวิกฤต (CCP) ซึ่งเป็นขั้นตอนในกระบวนการผลิตที่หากควบคุมได้จะสามารถป้องกันอันตรายที่อาจเกิด ขึ้นกับอาหารได้ ผู้ประกอบการสามารถขอรับการรับรองมาตรฐาน HACCP จากหน่วยงานที่ให้การรับรอง เช่น สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา (อย.) (<https://www.fda.moph.go.th/>) หรือสมาคมอาหาร แช่แข็งไทย (<https://www.thai-frozen.or.th/>) เป็นต้น

มาตรฐาน ISO 22000:2018 - Food safety management systems - Requirements for all organizations in the food chain

มาตรฐาน ISO 22000 เป็นมาตรฐานสากลที่ครอบคลุมข้อกำหนดด้านความปลอดภัยของอาหาร ตลอดห่วงโซ่อาหาร โดยมาตรฐาน ISO 22000 ประกอบด้วยข้อกำหนดของมาตรฐาน GMP และ HACCP เป็นหลัก โดยผู้ประกอบการสามารถขอรับการรับรองมาตรฐาน ISO 22000 จากหน่วยงานที่ให้การรับรอง เช่น สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา (อย.) (<https://www.fda.moph.go.th/>) หรือสมาคมอาหารแช่แข็งไทย (<https://www.thai-frozen.or.th/>) เป็นต้น

2. มาตรการทางการค้าทางภาษีและที่มีใช้ภาษี

มาตรการและกฎหมายเกี่ยวกับภาษีนำเข้า

อัตรากาสิโนำเข้าอาหารแช่แข็งของประเทศเดนมาร์กอยู่ที่ร้อยละ 10-30 และอัตรากาสิโนมูลค่าเพิ่มที่ร้อยละ 25 โดยผู้ประกอบการสามารถตรวจสอบอัตรากาสิโนำเข้าและกาสิโนมูลค่าเพิ่มสำหรับอาหารแช่แข็งได้จากเว็บไซต์ของ Danish Customs and Tax Administration (SKAT) (<https://toldst.dk/>)

มาตรการนำเข้าของประเทศเดนมาร์ก

ผู้ประกอบการ SME ไทยที่ต้องการนำเข้สินค้าไปขายยังประเทศเดนมาร์กจะต้อง ลงทะเบียนเข้าระบบ NEMLOG แม้ว่าผู้ประกอบการจะใช้ตัวแทนศุลกากร (ผู้จัดส่ง/ผู้ขนส่ง) เพื่อจัดทำใบขนสินค้านำเข้า แต่หากผู้ประกอบการลงทะเบียนด้วยตนเองก็จะมีสิทธิ์เข้าถึงข้อมูลและสอบถามข้อมูลในระบบ เพื่อให้ผู้ประกอบการสามารถติดตามและพิมพ์ใบขนสินค้านำเข้าของผู้ประกอบการเองได้

โดยสามารถศึกษาเพิ่มเติมผ่านเว็บไซต์ของกรมศุลกากรประเทศเดนมาร์ก

<https://toldst.dk/erhverv/handelsaftaler/praeferencedokumentation-for-importoerer>

โดยผู้ประกอบการที่สนใจส่งอาหารแช่แข็งไปประเทศเดนมาร์กควรศึกษาหรือขอรับการรับรองตามมาตรฐานหรือระเบียบต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง ดังนี้

- **ระเบียบเกี่ยวกับใบอนุญาตนำเข้า (Import License)**

ปกติสินค้านำเข้าโดยทั่วไปไม่ได้มีข้อกำหนดที่ต้องมีใบอนุญาตนำเข้า เว้นแต่สินค้าบางประเภท อาทิ เครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ เกษภัณฑ์เคมีภัณฑ์ อาวุธ และสินค้าที่สหภาพยุโรปกำหนดโควตาการนำเข้า เช่น สิ่งทอ เป็นต้น ที่ต้องมีใบอนุญาตนำเข้า

- **ระเบียบเกี่ยวกับการนำเข้สินค้าอาหาร**

การส่งสินค้าอาหารเข้าไปยังเดนมาร์กจะถูกควบคุมภายใต้กฎหมายที่เรียกว่า European Food Law โดยสหภาพยุโรปได้ให้ความสำคัญในการควบคุมด้านสุขอนามัย (Veterinary and Health Control) เพื่อปกป้องสุขอนามัยของผู้บริโภค และมาตรการตรวจสอบสินค้าอาหารเนื้อสัตว์ทุกชนิด (รวมทั้งอาหารทะเล) สหภาพยุโรปได้จัดตั้งหน่วยงานที่มีอำนาจในการกำกับดูแลการตรวจสอบคือ EU's Food Veterinary Office (FVo) โดย FVo จะส่งผู้แทนไปยังประเทศต่างๆ ที่เป็นผู้ส่งออกอาหารไปยังสหภาพยุโรปเพื่อตรวจสอบโรงงานร่วมกับหน่วยงานของรัฐบาลของประเทศนั้น ๆ (Competent Authority) เพื่อจัดทำรายชื่อโรงงาน (EstablishmentList) ให้การรับรองว่าเป็นสินค้าที่ผลิตจากโรงงานที่ได้รับการรับรอง ในส่วนของเดนมาร์ก

หน่วยงานที่ทำหน้าที่ในการควบคุมตรวจด้านสุขอนามัยในอาหารคือ Danish Veterinary and Food Administration

ดังนั้นในการส่งออกสินค้าอาหารมายังเดนมาร์กจึงต้องมีความเข้มงวดในด้านสุขอนามัยและมีใบรับรองการตรวจสอบความปลอดภัย ระดับสารตกค้าง ที่เรียกว่า Health Certificate กำกับมาพร้อมกับสินค้าอาหารที่ส่งออก

- **ข้อกำหนดด้านฉลากและการหีบห่อ (Labeling & Packaging)**

สำหรับกรณีสินค้าอาหาร มีกฎระเบียบกำหนดให้ต้องติดฉลากเป็นภาษาเดนิช ระบุส่วนผสมในอาหาร น้ำหนักสุทธิ วันที่ผลิตและวันหมดอายุ ประเทศที่ผลิต และกำหนดการหีบห่อสินค้าอาหารบางอย่างใส่ในหีบห่อที่เป็นพลาสติกหรือกระดาษถึงแม้ว่าไม่ระบุข้อกำหนดการห้ามใช้พลาสติกพีวีซี แต่บางครั้งเป็นความต้องการของผู้ค้าปลีกที่ต้องการให้หีบห่อบรรจุสินค้าอาหารปราศจากพลาสติกพีวีซี

- **มาตรฐานทางเทคนิคและใบรับรองคุณภาพสินค้า (Technical standards and Certification)**

มาตรฐานทางเทคนิคเป็นมาตรฐานที่แต่ละประเทศกำหนดขึ้นและเพิ่มเงื่อนไขหรือคุณภาพจากมาตรฐานทั่วไปของสหภาพยุโรปโดยถือเป็นข้อยกเว้นให้ประเทศสมาชิกสหภาพยุโรปสามารถทำได้ตามกฎระเบียบที่ประเทศนั้น ๆ กำหนด อาทิ การวางเงื่อนไขที่คำนึงถึงสุขอนามัยความปลอดภัยสิ่งแวดล้อมแต่อย่างไรก็ตามข้อกำหนดที่แตกต่างจากกฎระเบียบมาตรฐานของสหภาพยุโรปเหล่านี้จะได้รับความเห็นชอบจากคณะกรรมการของสหภาพยุโรปเป็นประเทศๆไป แต่อย่างไรก็ตามในอนาคตทางสหภาพยุโรปมีเป้าหมายที่ให้กฎระเบียบทางด้านเทคนิคของทุกประเทศในสหภาพเป็นระเบียบเดียวกันและบังคับใช้เหมือนกันในทุกประเทศของสหภาพยุโรปโดยไม่มีข้อยกเว้นภายใต้มาตรฐานเดียวคือ CE- marking

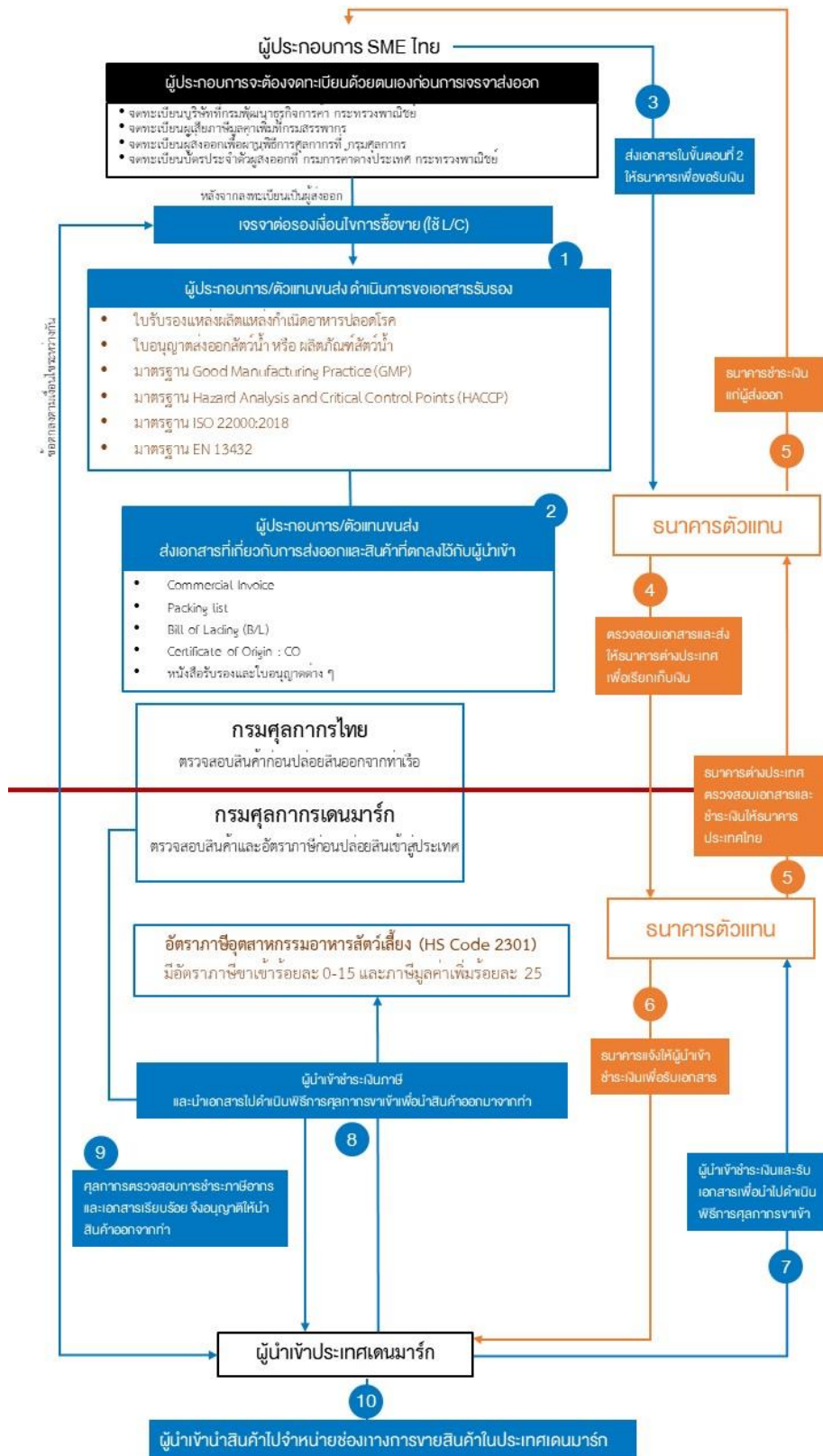
- **มาตรฐานด้านสิ่งแวดล้อม**

มาตรฐาน EN 13432:2021 - Compostable packaging - Requirements for packaging materials and articles intended to be composted in municipal or industrial composting facilities

มาตรฐาน EN 13432 เป็นมาตรฐานยุโรปที่กำหนดข้อกำหนดสำหรับบรรจุภัณฑ์ที่สามารถย่อยสลายได้ทางชีวภาพ โดยบรรจุภัณฑ์ที่สามารถย่อยสลายได้ทางชีวภาพต้องสามารถย่อยสลายได้ภายใน 6 เดือนภายใต้สภาวะที่เหมาะสม โดยผู้ประกอบการสามารถขอรับการรับรองมาตรฐาน EN 13432 จากหน่วยงานที่ให้การรับรอง เช่น สถาบันมาตรวิทยาแห่งสหภาพยุโรป (European Metrology Institute: EMI) (<https://www.eumetsat.int/international-cooperation/european-meteorological-infrastructure-emi>) หรือสถาบันทดสอบและรับรองผลิตภัณฑ์แห่งประเทศเยอรมนี (Deutsches Institut für Normung: DIN) (<https://www.din.de/de>) เป็นต้น

สรุปขั้นตอนการส่งออก

แผนภาพที่ 2 ขั้นตอนการส่งออกสินค้ากลุ่มอาหารแช่แข็ง ไปเดนมาร์ก



ที่มา: คณะที่ปรึกษา

