อาหารแปรรูป
Processed Food

ผู้เขียนหลัก ธันยบูรณ์ ดีสมสุข , อัญชลี ห่วงทอง
ผู้เขียนร่วม เตชสิทธิ์ กันทะใจ

สสว.

โอกาสด้านการตลาด
(Market Opportunity)

แนวโน้มอุตสาหกรรม

แม้ว่าจะมีความพยายามสร้างกำลังการผลิตอาหารในประเทศตามแผนยุทธศาสตร์ชาติ แต่ปัจจุบันก็ยังไม่เพียงพอต่อความต้องการความมั่นคงทางด้านอาหารต่อประชากรในประเทศและนักท่องเที่ยวที่มาเยือน ประกอบกับความเร่งรีบในแต่ละวัน ทำให้ผู้บริโภคชาวซาอุดีอาระเบียไม่มีเวลาทำอาหารไว้ทานเอง และประชากรส่วนใหญ่ก็เป็นวัยทำงาน จึงนิยมที่จะซื้ออาหารแปรรูปพร้อมทานทั้งที่เป็นแบบกึ่งสำเร็จรูป และสำเร็จรูป หรือทานอาหารนอกบ้านเพราะประหยัดเวลา และสะดวกต่อการบริโภค

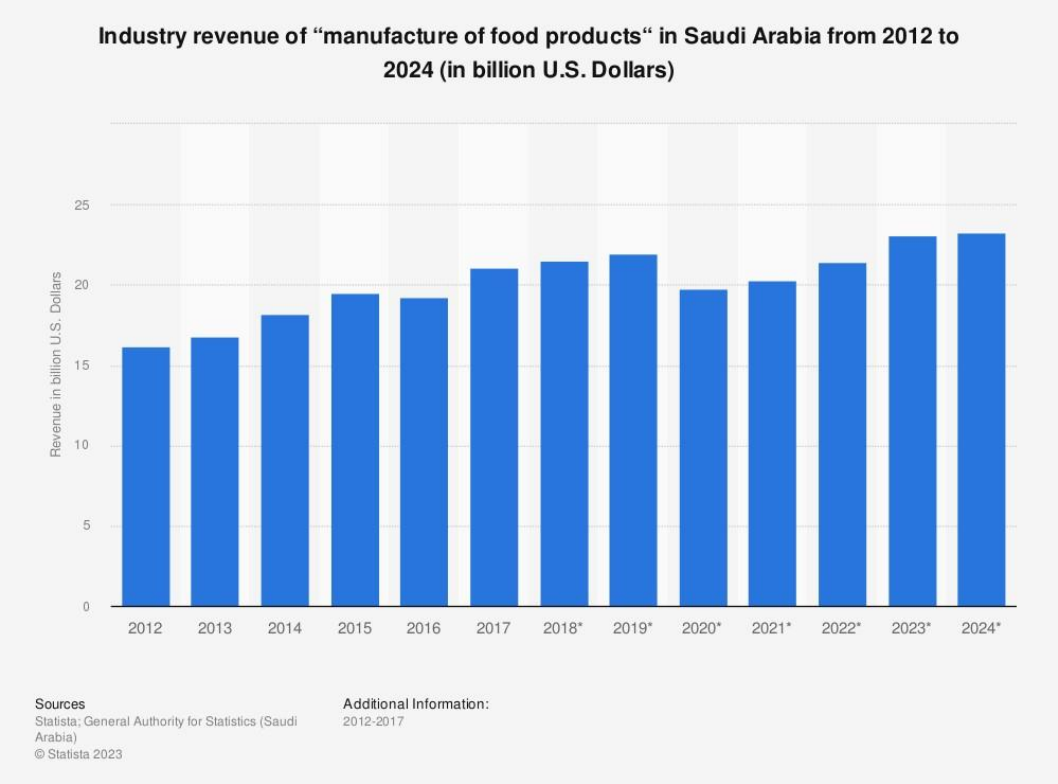
ขนาดตลาด

Statista ได้คาดการณ์มูลค่าผลิตภัณฑ์อาหารในซาอุดีอาระเบียปี 2024 ประมาณ 23.3 พันล้านดอลลาร์สหรัฐ ในส่วนตลาดอาหารแปรรูปพร้อมทาน มีแนวโน้มเติบโตขึ้นมากจากอัตราการเพิ่มขึ้นของประชากร TechsciResearch ได้รายงานถึงมูลค่าตลาดอาหารแปรรูปมีมูลค่า 3.79 พันล้านดอลลาร์สหรัฐ และคาดว่าจะเติบโตเฉลี่ยปีร้อยละ 3.73 ต่อปี โดยคาดว่าจะมีปริมาณเพิ่มขึ้นร้อยละ 2.6 ในปี 2024 และเพิ่มขึ้นเป็น 0.69 พันล้านกิโลกรัมภายในปี 2028

สัดส่วนของตลาดคาดการณ์ว่าจะเติบโตขึ้นอย่างต่อเนื่อง เนื่องจากการใช้จ่ายของผู้บริโภคที่เพิ่มตามขีดความสามารถกำลังซื้อ อีกส่วนของตลาดที่มีความน่าสนใจ คือ ตลาดอาหารพร้อมทาน (Ready to Eat Food) จากวิถีการใช้ชีวิตของชาวซาอุดีอาระเบียสมัยใหม่ที่ต้องทำงานเพิ่มมากขึ้นจากนโยบายพึ่งพาตัวเอง มีเวลาน้อย เร่งรีบ อาหารพร้อมทานที่มีความสะดวกในการรับประทาน สะอาด ถูกสุขลักษณะ เหมาะสำหรับผู้ที่มีเวลาน้อย และไม่มีเวลาทำอาหาร จึงเป็นผลิตภัณฑ์ที่ตอบโจทย์ตรงกับความต้องการ สอดคล้องกับรายงานจาก foodnavigator-asia.com (2023) ที่ระบุความถี่ของวัยรุ่นชาวซาอุดีอาระเบียที่รับประทานอาหารฟาสต์ฟู้ดมากกว่าสองครั้งต่อสัปดาห์ และมีความชื่นชอบมากกว่าอาหารที่ทำที่บ้าน

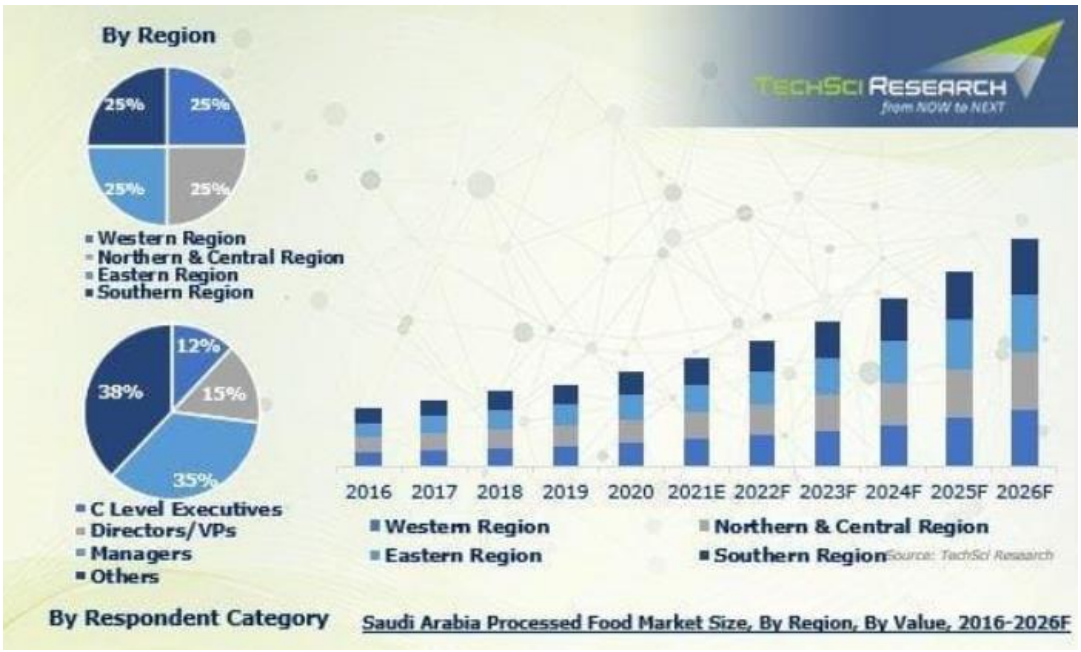
จากรายงานของ Statista พบว่า ตลาดอาหารพร้อมทานมีปริมาณการรับประทานเฉลี่ยต่อคนที่ 13.1 กิโลกรัม มีมูลค่าประมาณ 3 พันล้านดอลลาร์สหรัฐในปี 2023 และคาดว่าจะมีอัตราการเติบโตเฉลี่ยร้อยละ 3.71 ต่อปี

แผนภาพที่ 1 มูลค่าอุตสาหกรรมอาหารในซาอุดีอาระเบีย



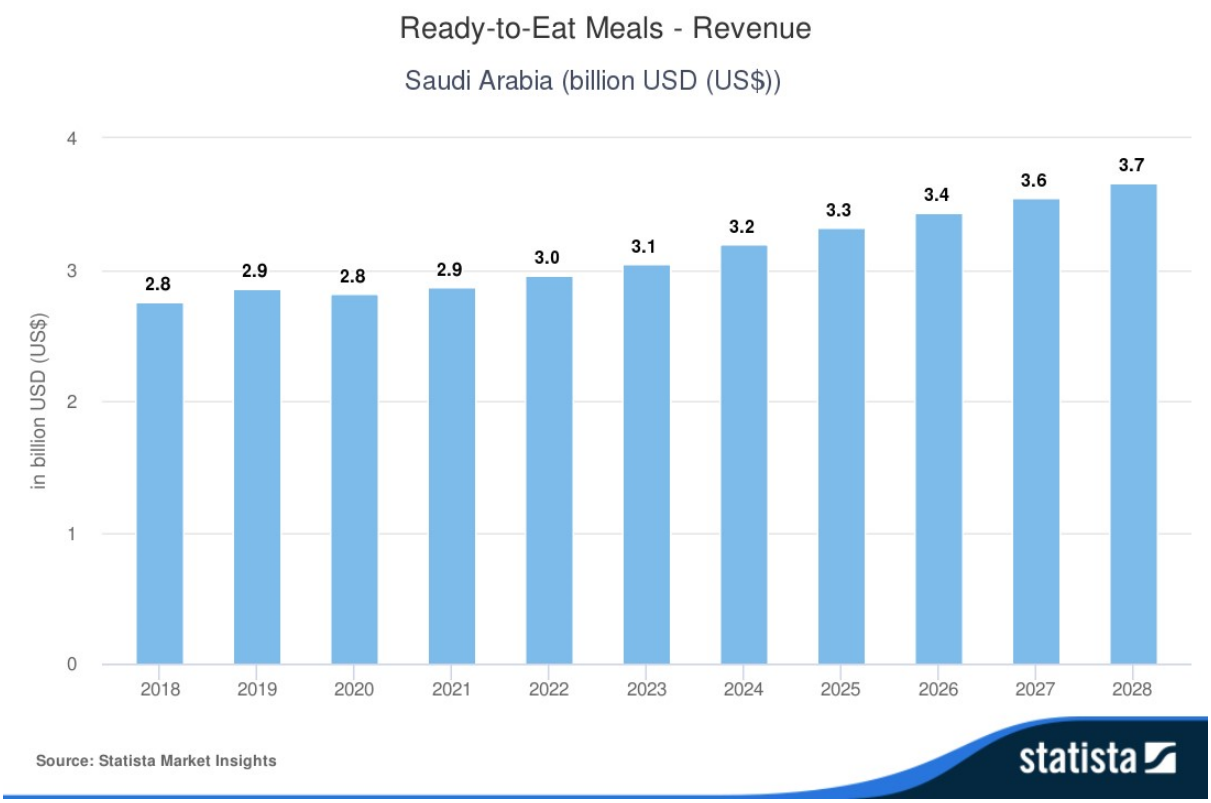
ที่มา: Statista

แผนภาพที่ 2 ขนาดตลาดอาหารแปรรูปในซาอุดีอาระเบีย



ที่มา: TechsciResearch

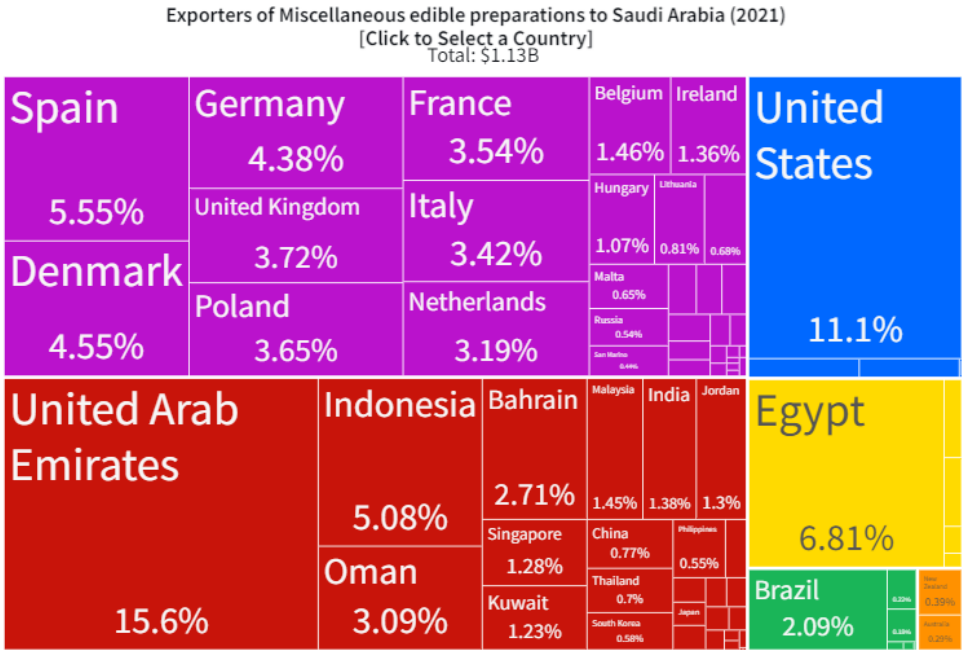
แผนภาพที่ 3 ขนาดตลาดอาหารพร้อมทานในซาอุดีอาระเบีย



ที่มา: Statista

คู่แข่งที่สำคัญในตลาดส่งออก

แผนภาพที่ 4 ส่วนแบ่งมูลค่าการนำเข้าสินค้าเครื่องสำอางในปี 2021 จำแนกตามภูมิภาค



ที่มา : OEC

การนำเข้าสินค้าอาหารแปรรูปทั่วโลกของประเทศซาอุดิอาระเบีย ปี 2021 พบว่า ประเทศที่มีมูลค่าการส่งออกสินค้าอาหารแปรรูป 5 อันดับแรก (พิกัด 21) มายังประเทศซาอุดิอาระเบีย ได้แก่ อันดับที่ 1 สหรัฐอาหรับเอมิเรตส์ (176,191,365 ดอลลาร์สหรัฐ) อันดับที่ 2 สหรัฐอเมริกา (125,816,258 ดอลลาร์สหรัฐ) อันดับที่ 3 อียิปต์ (76,871,321 ดอลลาร์สหรัฐ) อันดับที่ 4 สเปน (62,599,255 ดอลลาร์สหรัฐ) และอันดับที่ 5 อินโดนีเซีย (57,336,888 ดอลลาร์สหรัฐ) โดยประเทศไทยอยู่อันดับที่ 26 (7,921,140 ดอลลาร์สหรัฐ) แสดงในแผนภาพที่ 4

พฤติกรรมผู้บริโภค

การเพิ่มขึ้นของประชากรวัยรุ่นของสังคมซาอุดีอาระเบียเป็นส่วนสำคัญในการเพิ่มความต้องการบริโภคอาหารสำเร็จรูปที่นำเข้ามาจากต่างประเทศ ประกอบกับสังคมเมืองในซาอุดีอาระเบียที่มีชีวิตรีบเร่งหรือต้องทำงานจนไม่มีเวลาทำอาหารรับประทานเอง ผู้บริโภคจึงนิยมซื้ออาหารพร้อมรับประทานหรืออาหารที่นำกลับไปรับประทานที่บ้านจากซุปเปอร์มาร์เก็ต และไฮเปอร์มาร์เก็ต หรือนิยมรับประทานอาหารนอกบ้านแทน โดยเฉพาะในกลุ่มผู้หญิงวัยทำงานและชาวต่างชาติที่ทำงานในซาอุดีอาระเบีย ถึงแม้ว่าผู้บริโภคชาวซาอุดีอาระเบียต้องการรวดเร็วและความสะดวกสบายในการรับประทานอาหาร แต่ก็ยังมีความต้องการทราบรายละเอียดของสินค้าที่รับประทานอยู่ เช่น มีวิธีการผลิตอย่างไร หรือผู้ผลิตนำวัตถุดิบมาจากไหน เป็นต้น

อย่างไรก็ตาม ผู้บริโภคชาวซาอุดีอาระเบียก็มีปัญหาโภชนาการเช่นเดียวกับชาวอาหรับในกลุ่มประเทศคณะมนตรีความร่วมมือแห่งรัฐอ่าวอาหรับ (Gulf Cooperation Council) หรือกลุ่มประเทศ GCC ที่รัฐบาลเริ่มเก็บภาษีสรรพสามิตตามปริมาณน้ำตาล หรือที่เรียกว่า “ภาษีความหวาน” ถึงอัตราร้อยละ 50 ตั้งแต่ 1 ธันวาคม 2019 ยกเว้นเครื่องดื่มน้ำผลไม้ธรรมชาติ 100% นมที่มีส่วนผสมของนมสัตว์หรือทำจากพืชอย่างถั่วเหลืองมากกว่าร้อยละ 50 อาหารเด็กทารก และอาหารทางการแพทย์ ทำให้พฤติกรรมอาหารแปรรูปพร้อมทานเปลี่ยนไป โดยพิจารณาอาหารที่เป็นประโยชน์ต่อสุขภาพมากขึ้น มีสารปรุงแต่งที่ไม่มาก เน้นจำกัดและควบคุมแคลอรี่ มีปริมาณกากใย และที่สำคัญ ตราสัญลักษณ์อาหารฮาลาลยังมีความสำคัญในการพิจารณาเลือกซื้อ

Nutrition and Health (2022) ได้นำเสนอรายงานที่น่าสนใจถึงพฤติกรรมผู้บริโภคชาวซาอุดีอาระเบียในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์อาหารในซุปเปอร์มาร์เก็ตด้วยวิธีการสังเกต พบว่า จากจำนวนการสุ่มตัวอย่างมากกว่า 12,000 ราย พบว่า ร้อยละ 52.2 ไม่ได้ให้ความใส่ใจกับก่อนที่จะหยิบลงรถเข็น โดยกลุ่มตัวอย่างที่มีการตรวจสอบวันผลิตและวันหมดอายุมีจำนวนร้อยละ 66.6 และ 51.0 ตามลำดับ มากกว่าการให้ความสนใจยังฉลากโภชนาการอาหาร (Nutrition Fact) ซึ่งมีเพียงร้อยละ 23 เท่านั้น ยิ่งไปกว่านั้น ผู้บริโภคยังมีความรู้เกี่ยวกับโภชนาการอาหารในระดับที่ต่ำ เมื่อเทียบกับการสร้างแรงจูงใจจากบรรจุภัณฑ์และโฆษณา

จากผลวิจัยเบื้องต้น มีแนวโน้มที่หน่วยงานภาครัฐของซาอุดีอาระเบียจะให้ความสนใจในเรื่องของการให้ความรู้ทางโภชนาการ และเข้มงวดในเรื่องฉลากโภชนาการอาหารเพิ่มมากขึ้น

โอกาสของผู้ประกอบการ SME ไทย

ประเทศไทยถือได้ว่า เป็นแหล่งผลิตอาหารของโลก จนได้ชื่อว่า “ครัวโลก” โดยเฉพาะอาหารฮาลาล ที่ไทยเป็นประเทศผู้ส่งออกอาหารฮาลาลรายใหญ่เป็นอันดับที่ 11 ของโลกในปี 2019 ซึ่งตลาดอาหารฮาลาลเป็นตลาดขนาดใหญ่และมีกำลังซื้อสูง มีมูลค่าตลาดทั่วโลกประมาณ 1.2 ล้านล้านดอลลาร์ ทั้งนี้ไทยมีความได้เปรียบในด้านโลจิสติกส์ และมีสินค้าที่มีความหลากหลายตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคได้เป็นอย่างดี ดังนั้นจึงเป็นโอกาสทองให้ประเทศไทยที่จะส่งออกสินค้าอาหารไปยังซาอุดีอาระเบีย และประเทศอื่นในภูมิภาคตะวันออกกลาง

ปัจจุบัน สำนักงานคณะกรรมการกลางอิสลามแห่งประเทศไทย (CICOT) ร่วมกับสถาบันมาตรฐานฮาลาลแห่งประเทศไทย ดำเนินการยื่นเป็นสมาชิกกับหน่วยงานอาหารและยา (SFDA) ประเทศซาอุดีอาระเบีย ที่กำกับดูแลเรื่องการนำเข้าสินค้าฮาลาล โดยเพิ่มชื่อ CICOT เป็นสมาชิกในฐานะเป็นหน่วยงานรับรองฮาลาล และเป็นผู้ออกเครื่องหมายรับรองฮาลาลของประเทศไทย ซึ่งเป็นเครื่องหมายเดียวที่ใช้ในการรับรองฮาลาลของประเทศไทย ทำให้เกิดความเป็นเอกภาพในการนำมาตรฐานการรับรองมาใช้ทั้งประเทศ ส่งผลให้เครื่องหมายรับรองฮาลาลของประเทศไทยผ่านหลักเกณฑ์ที่หน่วยงาน SFDA กำหนด ทำให้สามารถส่งออกสินค้าไปยังประเทศซาอุดิอาระเบียได้เป็นที่เรียบร้อยแล้ว

ขณะนี้สำนักงานคณะกรรมการกลางอิสลามแห่งประเทศไทยได้เป็นสมาชิกในหน่วยงาน SFAD และได้รับใบรับรองฮาลาล (Halal Certificate) เป็นครั้งแรกที่ประเทศไทยซึ่งเป็นประเทศที่ไม่ใช่ประเทศมุสลิม (NON MUSLIM) ได้รับการรับรองให้สามารถส่งสินค้าที่ได้รับการรับรองฮาลาลจากสำนักงานคณะกรรมการกลางอิสลามแห่งประเทศไทยส่งเข้าไปขายในประเทศซาอุดิอาระเบียได้. โดยการส่งสินค้าฮาลาลไปแต่ละ Shipment จำเป็นต้องขอใบรับรองเฉพาะ ซึ่งไม่เหมือนประเทศใดๆที่ประเทศไทยเคยส่งออกสินค้าฮาลาลมาก่อน

นอกจากโอกาสของอุตสาหกรรมอาหารฮาลาล ยังมีอาหารแปรรูปทั้งกึ่งพร้อมทานและพร้อมทานที่เป็น ‘ผลิตภัณฑ์อาหารเสริมสุขภาพ’ และ ‘อาหารฟังก์ชัน (Functional Food)’ อันหมายถึง อาหารที่ประกอบด้วยสารสำคัญหรือสารออกฤทธิ์ที่ไม่ได้มีเพียงคุณค่าทางโภชนาการพื้นฐานที่เป็นประโยชน์ต่อร่างกาย แต่ยังมีส่วนช่วยป้องกันและลดความเสี่ยงในการเกิดโรคต่างๆ ได้ เช่น ลดระดับน้ำตาลในเลือด ลดคอเรสเตอรอล เสริมสร้างภูมิคุ้มกัน ฟื้นฟูสภาพร่างกาย อาหารฟังก์ชันยังรวมถึงการพัฒนาอาหารที่มีความเหมาะสมกับผู้บริโภคเฉพาะกลุ่มอย่างผู้สูงอายุ เป็นอีกหนึ่งโอกาสจากศักยภาพของผู้ประกอบการ SME ไทย

Krungthai Compass (2023) ระบุถึงโอกาสที่ประเทศไทยมีโอกาสเข้าไปลงทุนธุรกิจอาหารทะเลจากการให้ความสำคัญด้านความมั่นคงทางอาหารของรัฐบาลซาอุดีอาระเบีย โดยมีแผนส่งเสริมอุตสาหกรรมการประมงและการเพาะเลี้ยงสัตว์น้ำ พร้อมทั้งตั้งเป้าหมายการเพาะเลี้ยงสัตว์น้ำให้ได้ปีละ 600,000 ตัน ภายในปี 2030 ท่ามกลางซาอุดีอาระเบียที่มีพื้นที่ศักยภาพสำหรับการเพาะเลี้ยงสัตว์น้ำ โดยมีแนวชายฝั่งทะเลยาว 2,800 กิโลเมตร และมีคลื่นลมที่เหมาะสม จึงเป็นโอกาสของผู้ประกอบการไทยที่มีศักยภาพในการเข้าไปลงทุนในอุตสาหกรรมดังกล่าว

โดยซาอุดีอาระเบียตั้งเป้าดึงดูดการลงทุนในภาคอุตสาหกรรมอาหารในปี 2035 ด้วยมูลค่า 20 พันล้านดอลลาร์สหรัฐฯ (ประมาณ 703,000 ล้านบาท) เพื่อสนับสนุนและพัฒนาอุตสาหกรรมอาหารในซาอุดีอาระเบีย รวมถึงผลิตภัณฑ์นม เบเกอรี่ ขนม เครื่องดื่ม และเพิ่มมูลค่าสูงสุดของพืชผลทางการเกษตร รวมถึงการสร้างโอกาสในการทำงานมากกว่า 4,000 ตำแหน่ง (สำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ ณ เมืองเจดดาห์, 2023)

กลยุทธ์การเข้าสู่ตลาด
(Market Entry Strategy)

แนวทางการขยายตลาด

การขยายตลาดอาหารแปรรูปสำหรับผู้ประกอบการ SME ไทยนั้นสามารถทำได้ตั้งแต่ในประเทศไทย โดย 1. ผ่านกิจกรรมงานแสดงสินค้าหรือการจับคู่ธุรกิจที่ควรเลือกงานที่เป็น International เท่านั้น อย่างงาน ThaiFex โดยการออกหนังสือเชิญ (Invitation Card) แก่ผู้ประกอบการที่ขึ้นทะเบียน Importer List เพื่อมาร่วมงานและเจรจาการค้า เพื่อกระจายสินค้าไปยังช่องทางการจำหน่ายร้านค้าทั้งท้องถิ่นและสมัยใหม่ในซาอุดีอาระเบีย 2. นำเสนอผลิตภัณฑ์ผ่านช่องทางนักท่องเที่ยวชาวซาอุดีอาระเบีย ที่คาดการณ์ว่าจะมาเยือนประเทศไทยมากกว่า 100,000 รายในปี 2023 ผ่านช่องทางต่างๆ ไม่ว่าการวางจำหน่ายยังร้านค้าที่ร่วมกับบริษัทนำเที่ยว ห้างสรรพสินค้า และที่ร้านค้าปลอดภาษี (Duty Free Shop) 3. ผ่านช่องทาง e-Marketplace Platform อย่าง thaitrade.com หรือ noon.com 4. ผ่านชุมชนแรงงานไทยและชาวเอเชียที่ทำงานในประเทศซาอุดีอาระเบีย 5. ร้านอาหารไทยในซาอุดีอาระเบีย

โดยการสร้างแบรนด์หรือจุดขายของสินค้าไทยนอกจากการได้รับรองมาตรฐานฮาลาลในระดับสากลแล้วนั้น ยังมีเรื่องอัตลักษณ์รสชาติของอาหารไทยที่ได้รับการจัดอันดับโลก ไม่ว่าจะเป็นแกงมัสมั่น แกงพะแนง แกงส้ม หรือผัดกระเพรา สามารถใช้เป็นจุดขายในมิติของ Soft Power และความเป็นมิตรต่อสุขภาพในเรื่องของสมุนไพรไทย ในการสร้างความรู้จักและเชิญชวนให้ซื้อสินค้า

สัดส่วนผู้ประกอบการในตลาด

ผู้ประกอบการหลักในตลาดอาหารแปรรูปของซาอุดีอาระเบีย ได้แก่ SAVOLA Group, Wafrah for Industry & Development, Food & Fine Pastries Al Sunbulah Manufacturing Co, Al Babtain Biscuit Manufacturing & Foodstuff CO. LTD., NADA Dairy, Mars Inc., Middle East สำหรับ Food Solutions Co, Del Monte Arabia, Al Safi Danone Ltd, Danya Food Limited Saudi Arabia และอื่น ๆ

ช่องทางการจัดจำหน่าย

- **จัดจำหน่ายผ่านคนไทยที่ไปทำงาน** รายงานจากกรมจัดหางาน พบว่า ปัจจุบันมีแรงงานไทยที่ไปทำงานอยู่ในซาอุดีอาระเบีย จำนวน 1,345 คน (ข้อมูล ณ ธ.ค.2021) ซึ่งตำแหน่งงานที่แรงงานไทยเดินทางไปทำงาน เช่น ช่างเชื่อม ช่างเทคนิค ช่างเครื่องยนต์ เป็นต้น
- **ร้านอาหารไทย** เป็นวัตถุดิบในการประกอบอาหารให้แก่ลูกค้า
- **ซุปเปอร์มาร์เก็ต และไฮเปอร์มาร์เก็ต** ซาอุดีอาระเบีย มีซุปเปอร์มาเก็ตกระจายอยู่ทั่วประเทศมากกว่า 450 แห่ง มีไฮเปอร์มาร์เก็ตกระจายอยู่ในเมืองสำคัญ 3 เมือง ได้แก่ กรุงริยาด เมืองเจดดาห์

และเมืองดัมมาม จำนวนมากกว่า 50 แห่งห้างฯ ที่มีชื่อเสียง เป็นที่นิยม อาทิ Hyper Panda/Panda Supermarket , Tamimi Markets, Carrefour, Bin Dawood , Al Raya Supermarket, Al Sadhan ซึ่งในแต่ละที่ก็จะมีอาหารพร้อมทานให้ผู้บริโภคเลือกซื้อได้

- **ตลาดค้าส่งแบบดั้งเดิม** ตลาดค้าส่งแบบดั้งเดิมในซาอุดีอาระเบียจะมีพื้นที่ขนาดใหญ่ ประกอบด้วยร้านของผู้ค้าส่งหลาย ๆ ราย ขายสินค้าหลายประเภท เช่น ผักผลไม้สด เนื้อสัตว์แช่เย็น อาหารพร้อมทาน อาหารแห้ง เป็นต้น ร้านค้าส่งจะมีขนาดประมาณ 50-500 ตารางเมตร ลูกค้าที่มาซื้อสินค้าได้แก่ ลูกค้าองค์กร ผู้ค้าอาหาร ร้านค้าขนาดเล็ก และครอบครัวขนาดใหญ่
- **แพลตฟอร์มออนไลน์** อาทิ Souq , noon ซึ่งแพลตฟอร์มออนไลน์เหล่านี้มีบริการผลิตภัณฑ์อาหารพร้อมทานให้ผู้บริโภคสามารถเลือกซื้อออนไลน์ได้ อีกทั้งยังมีบริการจัดส่งถึงบ้านของผู้บริโภค ซึ่งสะดวกสบายอย่างมาก

กิจกรรมงานแสดงสินค้าหรือการจับคู่ธุรกิจ

ที่มา : https://www.brandbuffet.in.th/

THAIFEX – Anuga Asia งานแสดงสินค้าด้านอาหารและเครื่องดื่มชั้นนำของภูมิภาคเอเชีย จัดแสดงในประเทศไทยเป็นประจำทุกปี

ที่มา : https://www.foodexsaudiexpo.com/

***Saudi* Food Expo** เป็นงานแสดงสินค้าด้านอาหารและเครื่องดื่มที่ใหญ่ที่สุดในซาอุดีอาระเบีย โดยจัดต่อเนื่องมาแล้วเป็นปีที่ 8 ซึ่งมีแบรนด์สินค้าเข้าร่วมจำนวน 176 ราย จาก 18 ประเทศ ประกอบด้วยกลุ่มธุรกิจในด้านอาหารสด อาหารแช่แข็ง อาหารแปรรูป เครื่องดื่ม เทคโนโลยีด้านอาหาร บริการที่เกี่ยวข้องกับอาหาร และบรรจุภัณฑ์ มีผู้เข้าชมงานมากกว่า 8,500 คน

ที่มา : saudihalalexpo.com

Saudi International Halal Expo & Summit เป็นงานแสดงสินค้าฮาลาล ซึ่งมีแบรนด์สินค้าเข้าร่วมจำนวน 90 ราย จาก 28 ประเทศ มีผู้เข้าชมงานมากกว่า 4,500 คน

ตัวอย่างรายชื่อผู้นำเข้า

IMPORTER NAME	WEBSITE
AL MAS AL ASWAD TRADING EST	https://www.aswadgroup.com
YERGAT PACKING CO., INC.	http://yergatpacking.com
LULU SAUDI HYPERMARKETS [LLC]	https://www.luluhypermarket.com
LANDMARK ARABIA CO	https://www.landmarkgroup.com
MOHAMED OMAR ALESAYI FOR ELECTRONIC	https://alesayi.com
IBRAHIM ABDULLAH AL JARED EST	http://aljared.com.sa
AHMED ABDULWAHED TRADING CO	https://abdulwahed.com
SAMIR PHOTOGRAPHIC SUPPLIES CO.LTD	https://samirgroup.com
FAST CR,A.S	https://www.fastacard.com

IMPORTER NAME	WEBSITE
SAUDI GLOBAL TRADING CO.LTD.	https://saudi-global.com
IBRAHIM SHAKER CO LTD.	https://shaker.com.sa
KONOZ AL DIGITAL ABDULRAHIM BABKOUR	https://kunoz.com
TRANSMED LTD CO	https://transmed.com
UNITED TRADING & MARKETING LTD.	https://www.unitedgroup.com.sa
AL MARAI COMPANY PLANT	https://www.almarai.com
RED SEA ARABIA TRADING CO. LLC.	https://redseaarabia.com
White Bird Express	http://www.whitebirdexpress.com
SAMIR TRADING & MARKTING-CJSC	https://samirgroup.com
SMART APPLIANCES TRADING CO	https://smartappliancesuk.com
MARINETRANS INDIA PVT.LTD.	https://marinetrans.com

ที่มา : Trade Atlas

แนวทางการส่งออก
(Export Solutions)

ในการเข้าสู่ตลาดซาอุดีอาระเบียมีปัจจัยสำคัญที่ผู้ประกอบการต้องคำนึงถึงเพื่อให้สามารถเข้าสู่ตลาดต่างประเทศได้อย่างถูกต้อง คือ การเลือกช่องทางขนส่ง และการศึกษาเกี่ยวกับระเบียบ ข้อกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมอาหารแปรรูป ดังนี้

การเลือกช่องทางขนส่ง

การส่งสินค้าอาหารแปรรูป สำหรับผู้ประกอบการ SME ไทย ควรเลือกการส่งทางเรือโดยตู้สินค้าธรรมดา เพื่อลดต้นทุนในการขนส่งซึ่งเหมาะกับการส่งสินค้าจำนวนและมีการแปรรูปมาแล้ว อย่างไรก็ตาม ความรับผิดชอบเรื่องค่าขนส่งสินค้าขึ้นอยู่กับข้อตกลงระหว่างผู้ส่งออกและผู้นำเข้าว่าจะเลือกรูปแบบการขนส่งรูปแบบใด และสัญญาซื้อขายสินค้าระหว่างกัน ในขณะที่การเลือกท่าเรือปลายทางนั้น ผู้ส่งออกควรเลือกท่าเรือปลายทางตามที่ผู้นำเข้าต้องการ

การขอใบอนุญาตและใบรับรองมาตรฐานต่าง ๆ

ผู้ประกอบการไทยควรที่จะขอตราสัญลักษณ์ฮาลาลจากประเทศไทยเป็นตราสัญลักษณ์พื้นฐานก่อนการส่งออกไปยังซาอุดีอาระเบีย ปัจจุบัน สำนักงานคณะกรรมการกลางอิสลามแห่งประเทศไทย (CICOT) ร่วมกับสถาบันมาตรฐานฮาลาลแห่งประเทศไทย ดำเนินการยื่นเป็นสมาชิกกับหน่วยงานอาหารและยา (SFDA) ประเทศซาอุดีอาระเบียที่กำกับดูแลเรื่องการนำเข้าสินค้าฮาลาล โดยเพิ่มชื่อ CICOT เป็นสมาชิกในฐานะเป็นหน่วยงานรับรองฮาลาล และเป็นผู้ออกเครื่องหมายรับรองฮาลาลของประเทศไทย ซึ่งเป็นเครื่องหมายเดียวที่ใช้ในการรับรองฮาลาลของประเทศไทยและกำกับดูแลโดยองค์กรศาสนา ทำให้เกิดความเป็นเอกภาพในการนำมาตรฐานการรับรองมาใช้ทั้งประเทศ ส่งผลให้เครื่องหมายรับรองฮาลาลของประเทศไทยผ่านหลักเกณฑ์ที่หน่วยงาน SFDA กำหนด ทำให้สามารถส่งออกสินค้าไปยังประเทศซาอุดีอาระเบียได้เป็นที่เรียบร้อยแล้ว

ในประเทศไทยการขออนุญาตใช้เครื่องหมายฮาลาลและหนังสือรับรองการผลิตอาหารฮาลาล ผู้ผลิตจะต้องติดต่อหน่วยงานที่รับผิดชอบคือ “สำนักงานคณะกรรมการกลางอิสลามแห่งประเทศไทย (สกอท.)” https://www.cicot.or.th/

2. มาตรการและกฎหมายเกี่ยวกับภาษีนำเข้า

ภาษีนำเข้าอาหารแปรรูปอัตราร้อยละ 5 ตั้งแต่ปี 2023 ซาอุดีอาระเบียเริ่มจัดเก็บภาษีมูลค่าเพิ่มร้อยละ 15 รวมทั้งมีเงินบริจาคทานบังคับ (ซากาต) ร้อยละ 2.5 ผู้ประกอบการ SME สามารถดูรายละเอียดเพิ่มเติมได้ที่ www.customs.gov.sa

3. มาตรการนำเข้าของประเทศซาอุดีอาระเบีย

ประเทศในกลุ่ม GCC มีมาตรฐานสินค้าอาหารเรียกว่า Emirates Standards & Measurements Organization" (ESMO) ควบคุมดูแลและวางกฎระเบียบโดย National Food Safety Committee (NFSC) โดยมีข้อกำหนดเบื้องต้น ดังนี้

1. Invoice Certificate of Origin ประทับตรารับรองจากหอการค้าไทย และให้มีผลตามกฎหมาย (Legalize) จากสถานทูตประเทศสหรัฐอาหรับเอมิเรตส์ ในประเทศไทย
2. สินค้าอาหารต้องมีใบรับรองคุณภาพหรือสุขลักษณะ Health หรือ Sanitary Certificate (ออกโดยหน่วยงานสาธารณสุขของไทย) และต้องผ่านการตรวจสอบจากห้องทดลองกลาง กระทรวงสาธารณสุขของซาอุดีอาระเบีย
3. สินค้าเนื้อสัตว์ ต้องผ่าน การฆ่าตามหลักศาสนาอิสลามและมีใบรับรอง Halal Certificate จากองค์การศาสนาอิสลามในประเทศผู้ส่งออก ปัจจุบันซาอุดีอาระเบียได้รับรองตราฮาลาลของสำนักงานคณะกรรมการกลางอิสลามแห่งประเทศไทยแล้ว และต้องผ่านการตรวจสอบจากห้องทดลองกลาง กระทรวงสาธารณสุขของซาอุดีอาระเบีย เพื่อตรวจหาส่วนผสมของแอลกอฮอล์และโปรตีนจากเนื้อหมู

4. ฉลากอาหาร ภายใต้หลักเกณฑ์ Gulf standard GSO 9/2007 และ GSO 150/2007 สำหรับฉลากอาหารและระยะเวลาที่เหมาะสมสำหรับการบริโภคหรือ shelf life
5. สินค้าที่นำเข้าจะต้องส่งตัวอย่างไปตรวจสอบก่อน ระยะเวลาการตรวจสอบจะใช้เวลาประมาณ 3-4 วันทำการ หลังที่ผ่านการตรวจสอบแล้วจึงสามารถนำเข้าไปจำหน่ายในประเทศ
6. ส่งเสริมให้ใช้บรรจุภัณฑ์ย่อยสลายง่ายที่ผ่านการรับรองจาก Domestic Solid Waste Management Center (DSWMC)
7. อาหารที่ทำจากแมลงสำหรับผลิตเป็นอาหารสำหรับอนาคต (Future Food) ห้ามนำเข้าเด็ดขาด

โดยผู้ประกอบการสามารถศึกษารายละเอียดเพิ่มเติมได้จากเอกสาร GCC Guide For Control On Imported Foods ปี 2016 ดาวน์โหลดได้ที่ :

https://members.wto.org/crnattachments/2017/SPS/OMN/17_0111_00_e.pdf

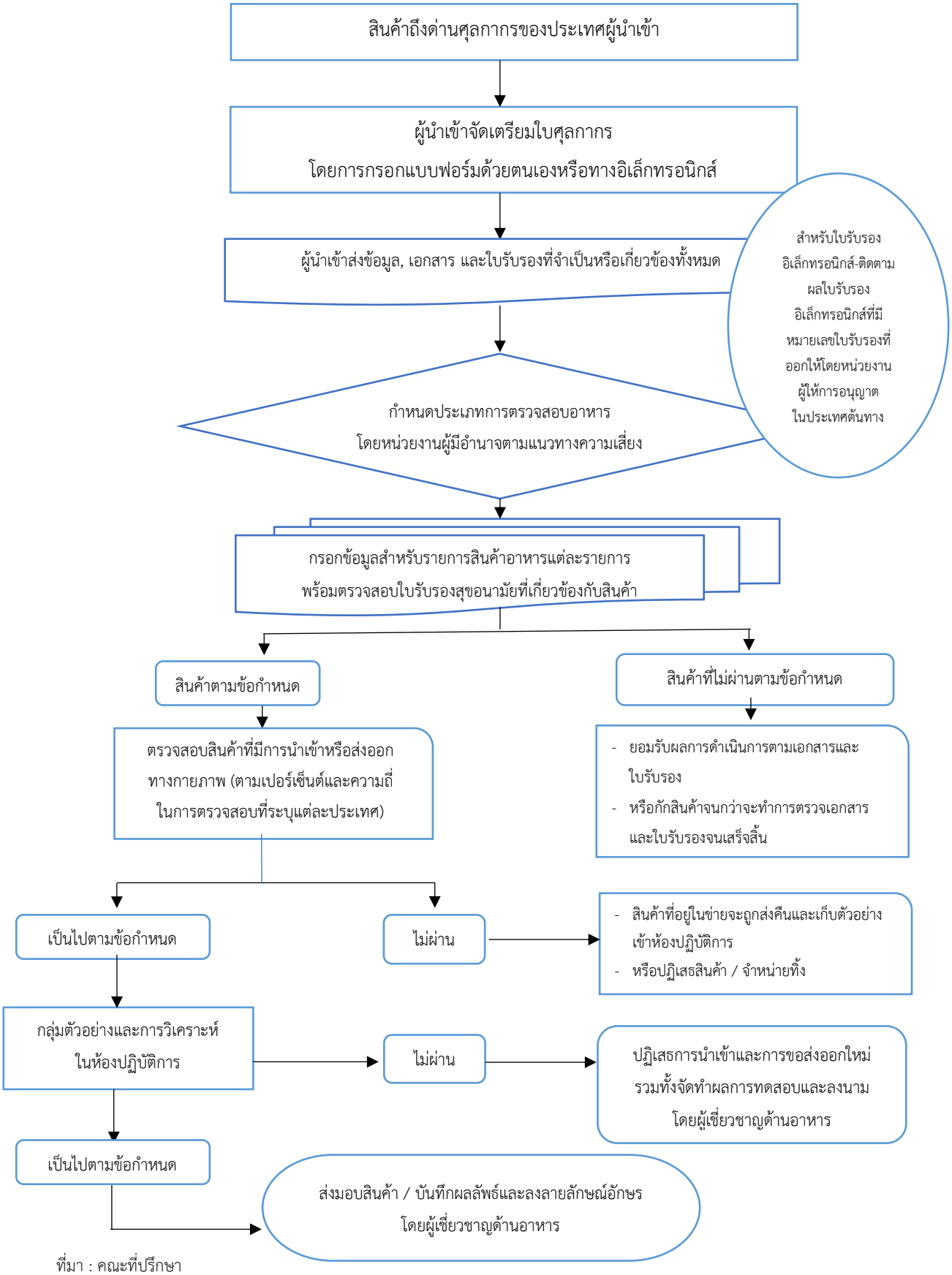
หลังจากได้รับการรับรองมาตรฐาน ESMO แล้วนั้น ผู้ประกอบการยังต้องผ่านการตรวจสอบมาตรฐานความปลอดภัยอาหารอีกครั้งจากหน่วยงาน Saudi Food & Drug Authority (SFDA) ภายใต้มาตรฐาน SASO 457/2005 ที่เกี่ยวกับฉลาก วันผลิต และวันหมดอายุของผลิตภัณฑ์อาหาร (ดูรายละเอียดเพิ่มเติมได้ที่ : https://www.mpi.govt.nz/dmsdocument/42099/direct)

โดยข้อกำหนดด้านฉลากผลิตภัณฑ์และฉลากโภชนาการอาหารอื่นๆ ได้แก่

- ถ้ามีการใช้สีผสมอาหาร ต้องระบุชื่อสารแต่งสี หมายเลขสี สารสำคัญ ข้อความที่ระบุ “ปราศจากแอลกอฮอล์” “สีที่ใช้สำหรับผสมอาหาร”
- กรณีใช้สารแต่งรสชาติหรือแต่งกลิ่น ต้องระบุชื่อสารแต่งกลิ่น หมายเลขสารแต่ง
- การใช้สารกันบูด ต้องระบุชื่อสารหรือหมายเลขใน EEC (European Economic Committee) พร้อมข้อความ “ใช้วัตถุกันเสียในอาหาร”

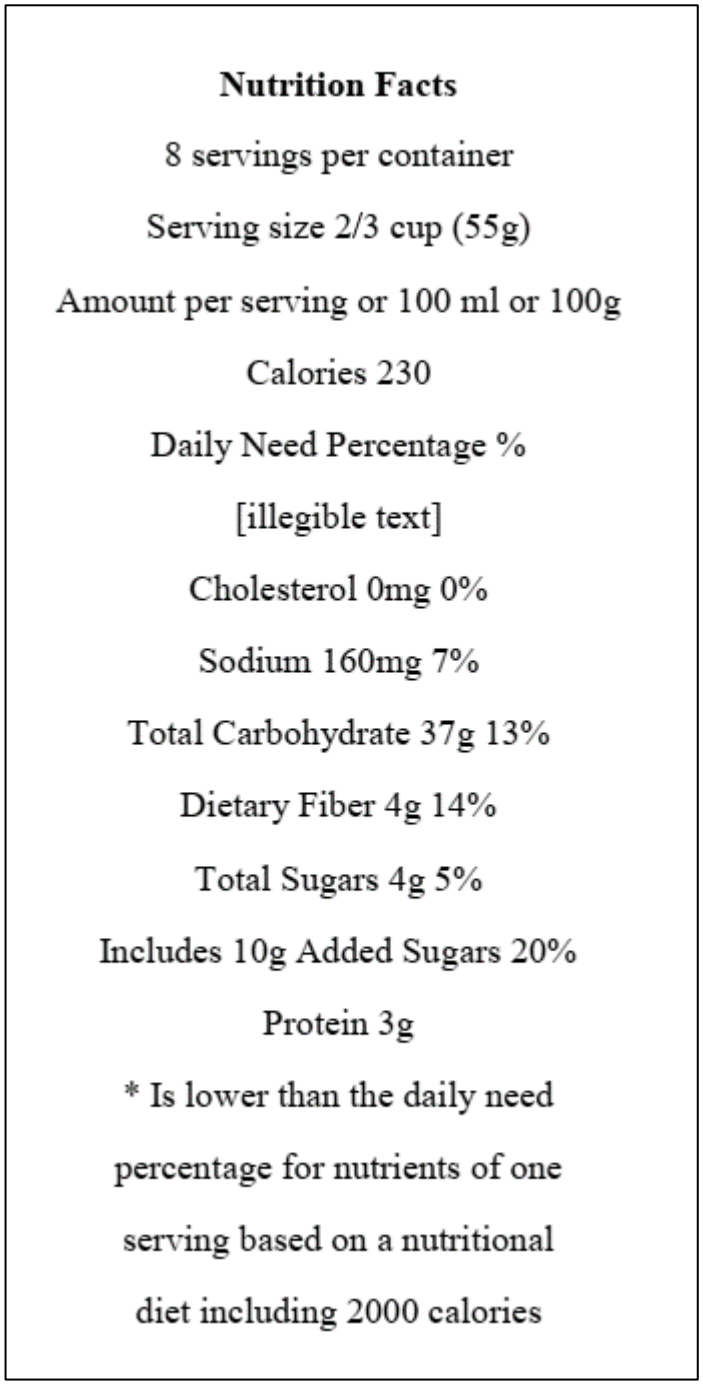
(ดูรายละเอียดเพิ่มเติมได้ที่ : https://apps.fas.usda.gov/newgainapi/api/Report/DownloadReportByFileName?fileName=Food%20and%20Agricultural%20Import%20Regulations%20and%20Standards%20Country%20Report_Riyadh_Saudi%20Arabia_12-31-2020)

แผนภาพที่ 5 ขั้นตอนการนำเข้าสินค้าอาหารของกลุ่มประเทศ GCC



ที่มา : คณะที่ปรึกษา

แผนภาพที่ 6 ตัวอย่างฉลากโภชนาการอาหารที่ได้รับการรับรองจาก SFDA



Nutrition Facts

8 servings per container

Serving size 2/3 cup (55g)

Amount per serving or 100 ml or 100g

Calories 230

Daily Need Percentage %

[illegible text]

Cholesterol 0mg 0%

Sodium 160mg 7%

Total Carbohydrate 37g 13%

Dietary Fiber 4g 14%

Total Sugars 4g 5%

Includes 10g Added Sugars 20%

Protein 3g

* Is lower than the daily need percentage for nutrients of one serving based on a nutritional diet including 2000 calories

ที่มา : SFDA