

อาหารจากพืช หรือ Plant-Based Food



ผู้เขียนหลัก สันติ ชัยศรีสวัสดิ์สุข

ผู้เขียนร่วม สุภาวดี คุ่มราษฎร์ , ฉันทพร ดีสมสุข , เตชสิทธิ์ กันทะใจ

โอกาสด้านการตลาด (Market Opportunity)

แนวโน้มอุตสาหกรรม

อาหารจากพืชคืออาหารที่ผลิตโดยใช้พืชเป็นส่วนประกอบหลักมักจะผลิตให้มีรสชาติใกล้เคียงกับเนื้อสัตว์เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคในปัจจุบัน ที่ให้ความสำคัญกับสุขภาพมากขึ้นโดยต้องการที่จะทานอาหารจากพืชแต่มีการปรับแต่งให้มีลักษณะรสสัมผัสคล้ายเนื้อสัตว์ อีกทั้งกระบวนการผลิตอาหารจากพืชมีส่วนช่วยในการลดการปล่อยก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์ ปัจจัยเหล่านี้คือสิ่งที่ตอบสนองพฤติกรรมผู้บริโภคและสังคมที่ต้องการแก้ปัญหาสิ่งแวดล้อม จึงทำให้อุตสาหกรรมอาหารจากพืชเติบโตขึ้นอย่างต่อเนื่อง

ด้วยศักยภาพการส่งออกสินค้าในหมวดอาหารและเครื่องดื่มของไทยสู่ตลาดโลกที่มีมาอย่างยาวนาน ประกอบกับแนวโน้มความต้องการและพฤติกรรมผู้บริโภคของผู้บริโภคชาวเยอรมันที่เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง อาหารจากพืช (Plant-based food) เป็นหนึ่งในสินค้าอุตสาหกรรมอาหารและเครื่องดื่มที่สามารถเติบโตได้

หนึ่งในปัจจัยสำคัญที่ผลักดันอุตสาหกรรมอาหารจากพืชเติบโตทั่วโลกอย่างรวดเร็ว คือ มาตรการ CBAM (Carbon Border Adjustment Mechanism) เป็นกลไกภาษีที่จะมีการเก็บภาษีเพิ่มขึ้นจากการปล่อยคาร์บอนไดออกไซด์ก่อนข้ามพรมแดนซึ่งเป็นมาตรการการเพิ่มเงินภาษีหรืออื่น ๆ ค่าปรับตาม CBAM จะเกิดขึ้นโดยคำนวณจากปริมาณก๊าซเรือนกระจกที่ปล่อยออกมาในกระบวนการผลิตสินค้า ซึ่งจะถูกรับเก็บจากผู้นำเข้าสินค้าที่ทำกิจกรรมที่ปล่อยปริมาณก๊าซเรือนกระจกสูงกว่าที่กำหนดในประเทศนั้น ๆ

โดยการผลิตส่งออกสินค้า Plant-Based และมาตรการ CBAM จะเป็นเครื่องมือที่สามารถสร้างการเปลี่ยนแปลงที่ยั่งยืนในอุตสาหกรรมและส่งเสริมสิ่งแวดล้อมที่เป็นประโยชน์ต่อระบบโลก ดังนี้

1. มาตรการ CBAM ที่เน้นการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกในกระบวนการผลิตสินค้าสามารถส่งเสริมการใช้งานสินค้า Plant-Based ที่มีผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมน้อยกว่า โดยการเรียกเก็บค่าปรับตาม CBAM สามารถทำให้สินค้า Plant-Based มีความสามารถในการแข่งขันทางเศรษฐกิจที่ดีกว่าสินค้าที่ผลิตด้วยวิธีที่มีการปล่อยก๊าซเรือนกระจกสูงขึ้น
2. การเลือกใช้สินค้า Plant-Based จะช่วยลดการใช้ทรัพยากรธรรมชาติ เช่น ที่ดินและน้ำในกระบวนการผลิต ตัวอย่างเช่น การผลิตเนื้อวัวต้องใช้ทรัพยากรน้ำมากกว่าถั่วเหลือง เมื่อเราเลือกการบริโภคสินค้า Plant-Based เป็นส่วนใหญ่ จำนวนทรัพยากรที่ใช้จะลดลงอย่างมาก
3. สินค้า Plant-Based มีระดับการปล่อยก๊าซเรือนกระจกน้อยกว่าสินค้าที่ผลิตจากฟาร์มปศุสัตว์เนื่องจากพืชสามารถดูดซับก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์ได้ และช่วยเพิ่มระดับออกซิเจนในบรรยากาศ ผ่าน

กระบวนการสังเคราะห์แสง ดังนั้น การเลือกใช้สินค้า Plant-Based จะช่วยลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกในอุตสาหกรรมและสนับสนุนมาตรการ CBAM

4. การใช้สินค้า Plant-Based มีผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมที่ยั่งยืนมากขึ้น การลดการใช้สิ่งที่ทำให้เกิดก๊าซเรือนกระจกและการใช้ทรัพยากรธรรมชาติช่วยสร้างอนาคตที่ยั่งยืนและสร้างความมั่นคงให้กับโลก

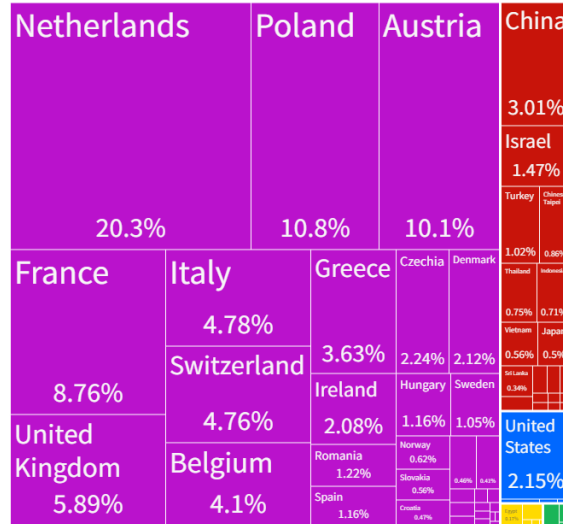
กระบวนการผลิตอาหารจากสัตว์สร้างผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมโดยการผลิตก๊าซเรือนกระจกจากปศุสัตว์ เช่น ก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์ และมีเทน ในขณะที่การปลูกพืชจะช่วยดูดซับก๊าซเรือนกระจกจากอากาศได้ด้วยสถานการณ์ดังกล่าว ถือเป็นโอกาสสำคัญของสินค้าจากไทยที่จะส่งสินค้าอาหารจากพืช (Plant-based food) ไปยังประเทศสหรัฐอเมริกา เนื่องจากกลุ่มคนสหรัฐอเมริการุ่นใหม่นอกจากจะนิยมอาหารจากพืช (Plant-based food) แล้วนั้น ยังมีลักษณะความเชื่อต่อการเลือกทานอาหารจากพืชจะเป็นทางเลือกที่ดีในการลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม และสามารถสร้างอากาศบริสุทธิ์ที่ดีขึ้นได้ นอกจากนี้ยังช่วยลดการใช้ทรัพยากรธรรมชาติและพลังงานไฟฟ้าในกระบวนการผลิตอาหาร การเลือกฟาร์มที่ทำเกษตรกรรมยังช่วยให้เกิดการใช้ทรัพยากรน้ำและพลังงานไฟฟ้าน้อยลง เพื่อสร้างสภาพแวดล้อมที่ยั่งยืนและลดการกระทบที่เกิดขึ้นต่อสิ่งแวดล้อม

ในปัจจุบัน มาตรการ CBAM เริ่มมีการบังคับใช้ในประเทศแถบฝั่งยุโรป และมีแนวโน้มว่าจะบังคับใช้ทั่วโลก หากผู้ประกอบการเตรียมความพร้อมปฏิบัติตามระเบียบจะช่วยเสริมความเชื่อมั่นที่มีต่อแบรนด์ ถึงแม้ว่าจะเป็นแบรนด์ใหม่ที่มีขนาดเล็ก แต่ถ้าสามารถปฏิบัติตามกฎระเบียบสากลจะช่วยสร้างโอกาสให้กับแบรนด์ในการเข้าสู่ตลาดต่างประเทศ

คู่แข่งที่สำคัญในตลาดส่งออก

แผนภาพที่ 1 ประเทศส่งออกสินค้าอาหารทางเลือกจากพืชไปยังเยอรมัน

Exporters of Other Edible Preparations to Germany (2021)
[Click to Select a Country]
Total: \$2.73B



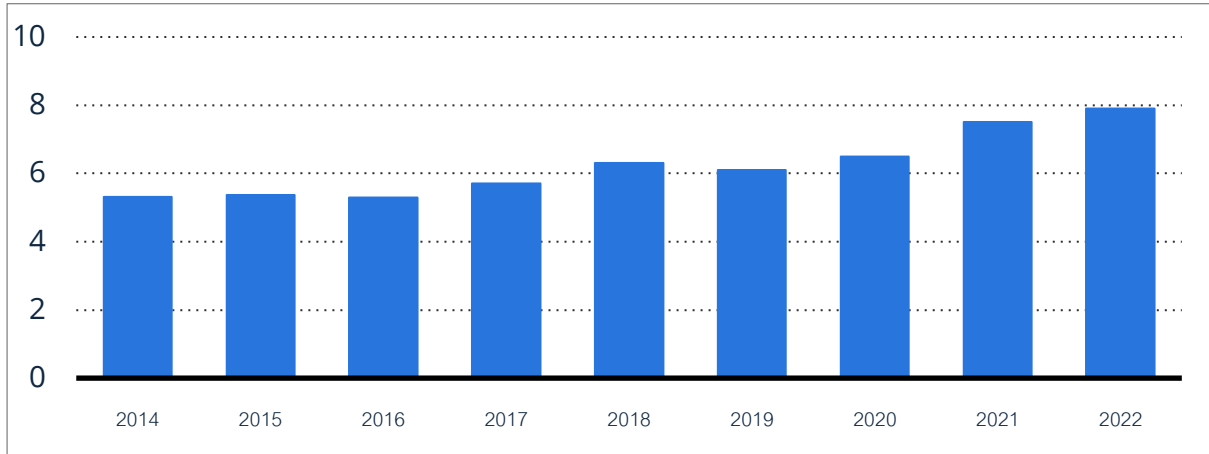
ที่มา : OEC

ประเทศส่งออกสินค้าอาหารทางเลือกจากพืช 5 อันดับแรก ได้แก่ เนเธอร์แลนด์ (553,283,975.00 ดอลลาร์สหรัฐ) โปแลนด์ (293,870,835.00 ดอลลาร์สหรัฐ) ออสเตรีย (275,378,150.00 ดอลลาร์สหรัฐ) ฝรั่งเศส (239,092,375.00 ดอลลาร์สหรัฐ) สหราชอาณาจักร (160,746,566.00 ดอลลาร์สหรัฐ) โดยประเทศไทยส่งออกสินค้าไปยังประเทศเยอรมันเป็นอันดับที่ 22 (20,376,816.00 ดอลลาร์สหรัฐ) โดยคู่แข่งที่มีมูลค่าการส่งออกใกล้เคียงได้แก่ ไต้หวัน (23,408,029 ดอลลาร์สหรัฐ) และ อินโดนีเซีย (19,284,795.00 ดอลลาร์สหรัฐ)

พฤติกรรมผู้บริโภค

ข้อมูลจาก Statista คนเยอรมันที่เป็นคนเป็นมังสวิรัต (vegetarians) ในปี 2022 อยู่ที่ประมาณ 7.9 ล้านคน โดยเติบโตอย่างต่อเนื่องตั้งแต่ปี 2014 ดังแผนภาพที่ 2

แผนภาพที่ 2 จำนวนผู้เป็นมังสวิรัตหรือผู้ที่ละเว้นเนื้อสัตว์เป็นส่วนใหญ่ในเยอรมนี



ที่มา: Statista

จากแผนภาพที่ 2 จะเห็นได้ว่าแนวโน้มของคนที่เป็นมังสวิรัตมีการเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องทุกปี จากเทรนด์รักสุขภาพที่มากขึ้นโดยแบรนด์ที่ผลิตอาหารสำหรับมังสวิรัตมากที่สุดในเยอรมนี คือ Alnatura, Rügenwalder Mühle, Alpro

เมื่อศึกษาไปถึงเหตุผลในการตัดสินใจไม่ทานเนื้อสัตว์พบว่า ส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับ เรื่องความยั่งยืน รู้สึกสงสารสัตว์ เรื่องสุขภาพ และมีคนแนะนำให้กิน โดยสินค้าที่นิยมซื้อทดแทนมากที่สุดคือ เนื้อสัตว์หรือไส้กรอกทดแทน (ร้อยละ 76) ขนมทางเลือกจากพืชหรืออื่น ๆ (ร้อยละ 72) ขนมทางเลือก (ร้อยละ 44) อาหารพร้อมทาน (ร้อยละ 27) สารทดแทนเนื้อปลา (ร้อยละ 14) และสารทดแทนไข่ (ร้อยละ 10)

ข้อมูลจาก Mintel (2022) กล่าวว่าในปัจจุบัน แบรนด์ในยุโรปพยายามจะผลิตอาหารที่ตอบโจทย์ชาววีแกน ด้วยอาหารทดแทนจากพืช โดยใช้ข้าวโอ๊ต เป็นส่วนผสมหลัก เพราะเป็นพืชที่คนวีแกนนิยมมาก สอดคล้องกับงานวิจัยของ Statista ที่ได้เก็บผลสำรวจว่า นมที่ผลิตจากวัตถุดิบทดแทนชนิดใดได้รับความนิยมสูงสุด ซึ่ง 5 อันดับแรกคือนมที่ผลิตจาก นมข้าวโอ๊ต นมอัลมอนด์ นมถั่วเหลือง มะพร้าว และ นำนมข้าว

กลยุทธ์การเข้าสู่ตลาด

(Market Entry Strategy)

แนวทางการขยายตลาด

การส่งออกสินค้าอาหารไปเยอรมนีไม่ใช่เรื่องง่ายในการส่ง เพราะของของระเบียบด้านอาหารที่ EU และเยอรมนีควบคุมอยู่ โดยมีการตรวจสอบที่เข้มงวดหลายขั้นตอน แต่ทั้งนี้ สินค้ามังสวิรัตหรือวีแกนในปัจจุบันยังไม่มีกฎระเบียบมาตรฐาน หรือต้องการใบรับรองสินค้ามากหรือเคร่งครัดเท่าสินค้าเกษตรอินทรีย์ทำให้การส่งออกมา EU หรือประเทศพัฒนาแล้วอื่น ๆ ทำได้ง่ายกว่าการผลิต/ส่งออกสินค้าเกษตรอินทรีย์และประหยัดค่าใช้จ่ายกว่า โดยจะมีเครื่องที่ออกให้สำหรับสินค้าวีแกนโดยเฉพาะ เป็นเครื่องหมาย V-Label ซึ่งเป็นเครื่องหมายรับรองสินค้าอาหารมังสวิรัตและวีแกนของสหภาพมังสวิรัตแห่งยุโรป (European Vegetarian Union หรือ EVU) ซึ่งทำงานร่วมกับสมาคมมังสวิรัตและวีแกนต่าง ๆ จากหลายชาติในยุโรป โดยในเยอรมนีหน่วยงานที่เป็นตัวแทนคือ ProVeg Deutschland เครื่องหมายดังกล่าวเป็นที่ยอมรับและได้รับความน่าเชื่อถือจากกลุ่มผู้บริโภคมังสวิรัตและวีแกน ทำให้ผู้บริโภคตัดสินใจซื้อสินค้าได้ง่ายขึ้นโดยสังเกตจากเครื่องหมาย

แผนภาพที่ 3 เครื่องหมาย V-Label



แนวทางการขยายตลาด

การขยายตลาดควรทำแบรนด์สินค้าให้ชัดเจนโดยใช้เอกลักษณ์ความเป็นไทย ทั้งในเรื่องของบรรจุภัณฑ์และรสชาติ โดยใช้จุดเด่นจากการที่ผู้บริโภคชาวเยอรมันรู้จักรสชาติอาหารไทย นอกจากนี้ควรจดทะเบียนเพื่อขายสินค้าให้ถูกต้องและขอการรับรองจากมาตรฐานที่เป็นสากลเพื่อสร้างความน่าเชื่อถือให้กับผลิตภัณฑ์ และสุดท้ายศึกษาช่องทางที่เป็นที่นิยมในการซื้อสินค้าอาหารทางเลือกจากพีชโดยเริ่มจากออกงานแสดงสินค้าเพื่อให้แบรนด์เป็นที่รู้จักและหาพาร์ทเนอร์ในการเข้าตลาดต่อไป



กิจกรรมงานแสดงสินค้าหรือการจัดบูธธุรกิจ

VeggieWorld คือ งานแสดงสินค้าที่มีกลุ่มเป้าหมายคือมังสวิรัตและวีแกนโดยจะเวียนจัดตามเมืองใหญ่ ๆ ทั่วยุโรป

ช่องทางการเข้าสู่ตลาด

ช่องทางการจำหน่ายสินค้ามังสวิรัตและวีแกนที่สำคัญสามารถจำแนกได้ ดังนี้

1. ซูเปอร์มาร์เก็ตออร์แกนิก ร้อยละ 74 เช่น Bio Company, Alnatura, Basic, Bioladen, Denn ในปัจจุบันมีร้านค้าจำหน่ายสินค้าเกษตรอินทรีย์เพิ่มมากขึ้นถึง 40,000 แห่งทั่วประเทศโดยร้านค้าเหล่านี้มักตั้งอยู่ในเมืองใหญ่และเมืองขนาดกลาง

2. Drugstore market ร้อยละ 63 เช่น DM, Rossmann

3. ซูเปอร์มาร์เก็ต ไฮเปอร์มาร์เก็ต ร้อยละ 60 โดยห้างใหญ่ ๆ มักจะมีการจัดแบ่งมุมเฉพาะสำหรับสินค้ามังสวิรัตและวีแกน

4. ซูเปอร์มาร์เก็ตแบบ SB-Warenhaus ร้อยละ 35 Reformhaus (เช่น Vitalia) ร้อยละ 35 (Reformhaus คือ ร้านขายสินค้าบริโภคเฉพาะด้านที่ขายสินค้าที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม สินค้าจากธรรมชาติ สินค้าออร์แกนิก สินค้าที่ไม่มีส่วนผสมของสารกันบูด สารปรุงแต่งสีและรส และวัตถุเจือปนต่าง ๆ)

5. ซูเปอร์มาร์เก็ตแบบ Discounter เช่น Lidl, Aldi, Netto, Penny

นอกจากนี้ ช่องทางออนไลน์ยังถือเป็นช่องทางที่สำคัญในปัจจุบัน เพราะเป็นช่องทางที่ผู้บริโภคใช้ศึกษาข้อมูลและสามารถสื่อสารกับผู้บริโภคได้โดยตรง ตัวอย่างเว็บไซต์ขายอาหารมังสวิรัตออนไลน์คือ www.velivery.com , www.lieferando.de

งานแสดงสินค้าและงานเทศกาลเกี่ยวกับมังสวิรัตและวีแกนในเยอรมนี

VeggieWorld งานแสดงสินค้าวีแกน โดยมีทั้งสินค้าที่เป็นวีแกนใหม่ ๆ และผู้เชี่ยวชาญมาให้คำแนะนำเกี่ยวกับการรับประทานอาหาร โดยงานจะจัดที่เมืองฮัมบูร์ก วันที่ 22 ตุลาคม 2023

VeggieWorld & FairGoods งานแสดงสินค้าที่จะเวียนจัดตามเมืองใหญ่ในเยอรมนี โดยงานจัดที่เมืองแฟรงก์เฟิร์ต วันที่ 23-24 กันยายน 2023 โดยงานนี้ถือเป็นการฉลองครบ 50 ปี งาน VeggieWorld & FairGoods

ตัวอย่างรายชื่อ Importer

IMPORTER NAME	WEB
K.W PFANNENS CHMIDT GMBH	https://www.pfannenschmidt.de
ASIA LAC THIEN IMPORT UND EXPORT	http://lacthien.de
ASIA LEBENSMITTEL-GROBHANDEL	https://www.asiafoodland.de
ASROPA FOOD GMBH	https://www.asropafood.com
LIL GMBH	https://www.lilgmbh.de
TINHSON HANDEL GMBH	https://www.tinhson.de

ทั้งนี้การเลือกผู้นำเข้าควรคัดเลือกตามความเหมาะสมของสินค้า และควรมีการพูดคุยให้เกิดความเข้าใจที่ตรงกัน โดยนอกจากเว็บไซต์แล้วสามารถหาผู้นำเข้าจากงานแสดงสินค้า หรืองานเจรจาจับสินค้า เป็นต้น

แนวทางการส่งออก (Export Solutions)

ในการเข้าสู่ตลาดเยอรมันมีปัจจัยสำคัญที่ผู้ประกอบการต้องคำนึงถึงเพื่อให้สามารถเข้าสู่ตลาดต่างประเทศได้อย่างถูกต้องคือ การเลือกช่องทางขนส่ง และการศึกษาเกี่ยวกับระเบียบ ข้อกำหนดที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมอาหารทางเลือกจากพืช ดังนี้

การเลือกช่องทางขนส่ง

การส่งสินค้าอาหารจากพืช สำหรับผู้ประกอบการ SME ไทย ควรเลือกการส่งทางเรือโดยตู้สินค้าธรรมดา เพื่อลดต้นทุนในการขนส่งซึ่งเหมาะกับการส่งสินค้าจำนวนมากและมีการแปรรูปเรียบร้อยแล้ว อย่างไรก็ตามความรับผิดชอบเรื่องค่าขนส่งสินค้าขึ้นอยู่กับข้อตกลงระหว่างผู้ส่งออกและผู้นำเข้าว่าจะเลือกรูปแบบการขนส่งรูปแบบใด และสัญญาซื้อขายสินค้าระหว่างกัน ในขณะที่การเลือกท่าเรือปลายทางนั้น ผู้ส่งออกควรเลือกท่าเรือปลายทางตามที่ผู้นำเข้าต้องการ

การขอใบอนุญาตและใบรับรองมาตรฐานต่าง ๆ

1. มาตรการและกฎหมายเกี่ยวกับสินค้า

เนื่องจากสินค้าอาหารจากพืช จัดอยู่ในหมวดสินค้าอาหารและเครื่องดื่ม ตามมาตรการส่งออกของไทยมีการควบคุมคุณภาพอาหารและเครื่องดื่มจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ได้แก่

หนังสือรับรองคุณภาพจาก กองอาหารสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา (อย.) เข้าถึงได้จาก privus.fda.moph.go.th และการขอหนังสือรับรองผลิตภัณฑ์ฮาลาล ที่สำนักงานคณะกรรมการกลางอิสลามแห่งประเทศไทย (ตามความประสงค์ของผู้ส่งออก) ศึกษาแบบฟอร์มคำขอใช้เครื่องหมายรับรองฮาลาล (สินค้าผลิต) เข้าถึงได้จาก <https://www.cicot.or.th/th/about/regulation/detail/94> แบบฟอร์มคำขอใช้เครื่องหมายรับรองฮาลาล-สินค้าผลิต-HLCicot-OC-01-08คู่มือฮาลาลเพื่อการรับรอง

กฎหมายและระเบียบต่าง ๆ ถือได้ว่าเป็นอุปสรรคใหญ่ในการส่งออกของผู้ประกอบการ SME สำนักงานนโยบายและยุทธศาสตร์การค้า (สนค.) ได้ให้ข้อแนะนำถึงเรื่องกฎระเบียบเป็นอีกเรื่องที่ผู้ประกอบการต้องคำนึงถึง อาหารจากพืชมีประเด็น อาทิ การติดฉลาก (Labelling) รัฐบาลบางประเทศออกกฎระเบียบเกี่ยวกับการติดฉลาก (เช่น แอฟริกาใต้ ฝรั่งเศส ตุรกี อินเดีย และสหรัฐอเมริกา ในบางมลรัฐ) เพื่อกำกับดูแลไม่ให้ผู้บริโภคสับสน เช่น ไม่ให้ฉลากอาหารจากพืชใช้ชื่อที่สื่อถึงความเป็นเนื้อสัตว์ จึงต้องศึกษาข้อมูลด้านการติดฉลากเพื่อปฏิบัติให้ถูกต้องตามกฎระเบียบประเทศนำเข้า

นอกจากนี้ อาหารจากพืชที่ผลิตด้วยนวัตกรรมใหม่ ๆ สามารถเข้าข่ายเป็นอาหารใหม่ (Novel Food) ซึ่งหมายถึง อาหารที่ทำจากวัตถุดิบที่ไม่เคยนำมาบริโภคเป็นอาหารมาก่อน มีประวัติการบริโภคเป็นอาหารมาไม่นาน หรือมีกระบวนการผลิตโดยใช้เทคโนโลยีที่ไม่เคยใช้มาก่อน ซึ่งต้องปฏิบัติตามกฎระเบียบที่เกี่ยวข้อง เช่น สหภาพยุโรป มีกฎระเบียบ EU Novel Food Regulation 2015/2283 ในส่วนของไทยมีประกาศกระทรวงสาธารณสุข (ฉบับที่ 376) ค.ศ. 2016 เรื่อง อาหารใหม่ เป็นต้น

ดังนั้น ผู้ประกอบการจะต้องจัดเตรียมเอกสาร หลักฐานและสินค้า เพื่อให้หน่วยงานดังกล่าว ตรวจสอบให้ถูกต้องตามเงื่อนไขก่อนการส่งออก ซึ่งโดยทั่วไปผู้ประกอบการ SME จะว่าจ้างผู้ให้บริการภายนอกในการยื่นขอใบรับรองต่าง ๆ เพื่อประหยัดเวลาในการดำเนินงาน

มาตรการทางการค้าทั้งทางภาษีและที่มิใช่ภาษีมาตรการนำเข้าของประเทศเยอรมนี

การนำเข้าสินค้าประเภท Vegan และ Vegetarian จะมีกฎระเบียบที่แตกต่างกันออกไปในแต่ละรัฐ (ในที่นี้อ้างอิงกฎของรัฐ Niedersachsen¹ ดังที่ได้กล่าวไปแล้วข้างต้นว่าประเทศเยอรมนีให้ความสำคัญกับการห้ามนำเข้าสินค้าดัดแปลงพันธุกรรมอย่างยิ่ง ผลิตภัณฑ์โดยเฉพาะถั่วเหลืองหรือถั่วที่มีกลูเตน เช่น ถั่วลิสง จะถูกสุ่มตรวจสอบในระดับโมเลกุลผลิตภัณฑ์ที่แจ้งว่าเป็นมังสวิรัตจะถูกสุ่มตรวจซ้ำอีกครั้งเช่นกัน เพื่อให้แน่ใจว่าไม่เจือปน DNA จากสัตว์

จากข้อมูลจาก label online² พบว่าการจำแนกประเภทผลิตภัณฑ์และติด label ให้ถูกประเภทเป็นสิ่งที่ผู้ประกอบการควรคำนึงถึงอย่างยิ่ง เนื่องจากการนำเข้าสินค้าไม่ตรงประเภทหากมีการสุ่มตรวจพบอาจนำไปสู่การถูกแบนสินค้าเป็นเวลาหลายปีได้

สำหรับผู้ประกอบการที่ต้องการนำอาหารทางเลือกจากพืชมาวางจำหน่ายจำเป็นต้องขึ้นทะเบียนบัญชีรายชื่ออาหารใหม่กับ คณะกรรมาธิการยุโรป หรือ EC ก่อน โดยต้องเตรียมเอกสารที่ต้องใช้ให้ครบตาม Commission Recommendation 97/618/EC ซึ่งได้แก่

1. ชื่อ และที่อยู่ของผู้สมัคร
2. ชื่อ และคำอธิบายของผลิตภัณฑ์อาหารใหม่
3. คำอธิบายวิธีการผลิต
4. ส่วนประกอบของผลิตภัณฑ์อาหารชนิดใหม่
5. หลักฐานทางวิทยาศาสตร์ซึ่งแสดงให้เห็นว่า ผลิตภัณฑ์อาหารใหม่
ไม่เป็นอันตรายต่อสุขภาพของผู้บริโภค
6. คำแนะนำสำหรับการบริโภคผลิตภัณฑ์และติดฉลากผลิตภัณฑ์เฉพาะให้ชัดเจน ซึ่งจะไม่ทำให้
ผู้บริโภคเกิดความเข้าใจผิด

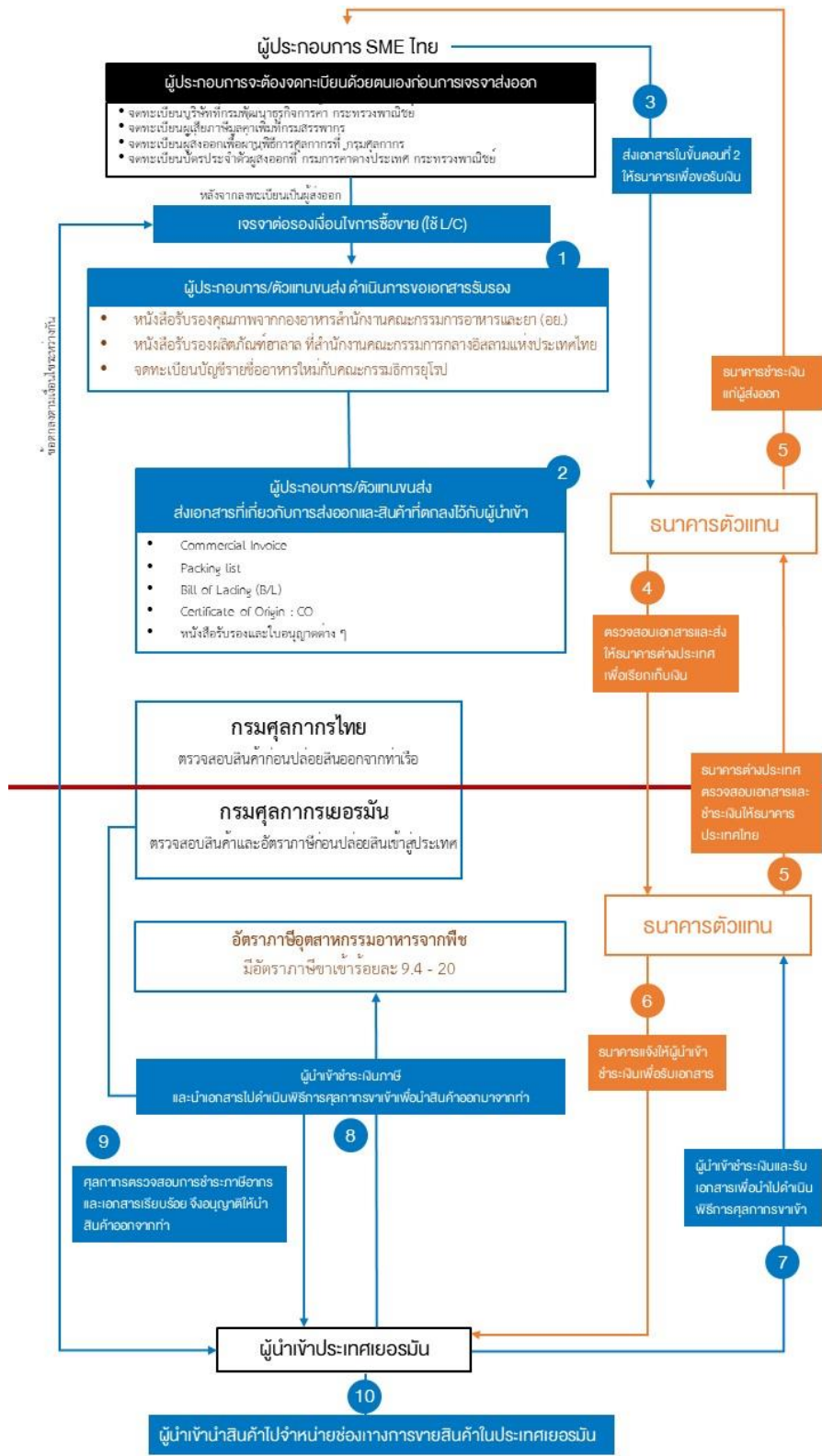
การขอใบรับรอง V-Label สามารถดำเนินการได้โดยส่งข้อมูลผ่าน <https://www.v-label.com/getcertified/> เพื่อขอรับการ certified ได้

¹ https://www.laves.niedersachsen.de/startseite/lebensmittel/lebensmittelgruppen/vegetarische_vegane_erzeugnisse/vegane-frei-von-tierischen-bestandteilen-147792.html

² <https://label-online.de/>

สรุปขั้นตอนการส่งออก

แผนภาพที่ 4 ขั้นตอนการส่งออกสินค้าอาหารจากพืช



ที่มา : คณะที่ปรึกษา

