

อาหารมังสวิรัต

Vegetarian Food and Drinks



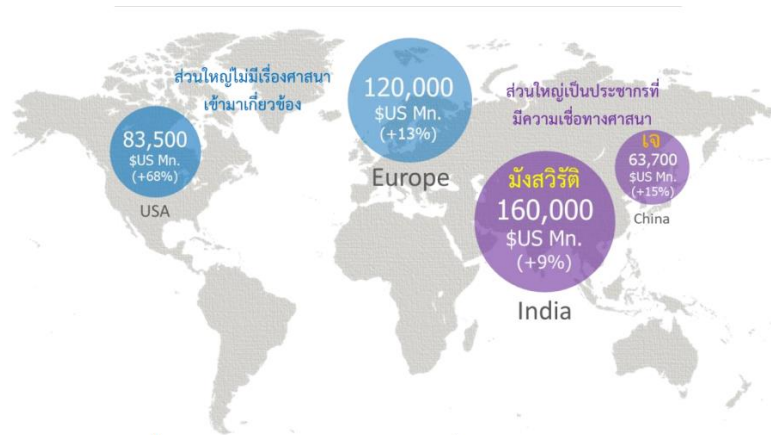
ผู้เขียนหลัก มธุรพจน์ ศรีโพหนอง , พิมพันธ์ ธีระธรรมสรณ์
ผู้เขียนร่วม สุภาวดี คุ่มราษฎร์

โอกาสด้านการตลาด (Market Opportunity)

แนวโน้มอุตสาหกรรม

จากจำนวนประชากรกว่า 400 ล้านคนของอินเดียรับประทานมังสวิรัต จึงเป็นโอกาสที่ผู้ประกอบการไทยสามารถเข้าไปทำแข่งขันในตลาดที่มีมูลค่า 160,000 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ ซึ่งแบบดั้งเดิมคือวิธีการกินที่มีมาตั้งแต่ยุคอินเดียและกรีกโบราณ โดยถือคติการกินที่ละเว้นจากการเบียดเบียนสัตว์ (มังสะ แปลว่า เนื้อสัตว์ ส่วน วิรัต แปลว่า ปราศจากความยินดี หรือไม่ยินดี) คนที่กินมังสวิรัตจึงหมายถึงผู้ที่ไม่ยินดีในการกินเนื้อสัตว์ ซึ่งคนที่กินมังสวิรัตแบบดั้งเดิมจะต้องปฏิเสธการกินอาหารที่ทำมาจากเนื้อสัตว์และส่วนประกอบทั้งทางตรงและทางอ้อมของสัตว์ เช่น นม ชีส ไข่ น้ำผึ้ง ไปจนถึงเจลลาติน 4 ดังนั้น ถ้าหากพิจารณาเฉพาะวิธีการกินแล้ว มังสวิรัตแบบดั้งเดิมกับวีแกนจึงเป็นเรื่องเดียวกัน

แผนภาพที่ 1 แสดงมูลค่าตลาดอาหารวีแกน/มังสวิรัตในตลาดโลก



ที่มา : ทีมวิจัย สถาบันอาหาร (2018)

จากรายงานการวิจัยของทีมนักวิจัยสถาบันอาหาร พบว่าประชากรอินเดียมีค่าใช้จ่ายด้านอาหารเฉลี่ย 400 เหรียญสหรัฐฯ ต่อคนต่อปี นั่นหมายความว่า ในแต่ละปีจะมีเม็ดเงินสะพัดในรูปของค่าใช้จ่ายด้านอาหารมังสวิรัตกว่า 160,000 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ ซึ่งค่าใช้จ่ายดังกล่าวเพิ่มขึ้นเฉลี่ยร้อยละ 9 ต่อปีในช่วงปี 2556-2561

สำหรับตลาดอาหารมังสวิรัตที่สำคัญในประเทศอินเดียส่วนใหญ่อยู่ในพื้นที่ตอนกลาง ตะวันตก และตอนเหนือของประเทศโดย 7 รัฐที่มีจำนวนประชากรที่บริโภคอาหารมังสวิรัตมากที่สุดในอินเดีย มีจำนวนประชากรรวมกัน 337 ล้านคน หรือ 85% ของผู้บริโภคมังสวิรัต 400 ล้านคนทั้งประเทศ ได้แก่

รัฐอุตตรประเทศ (Uttar Pradesh) มีผู้บริโภคอาหารมังสวิรัต 105 ล้านคน หรือร้อยละ 47 ของประชากรในรัฐ รัฐอุตตรประเทศตั้งอยู่บริเวณส่วนบนของประเทศโดยมีเขตแดนติดต่อกับประเทศเนปาลทางทิศเหนือ เป็นที่ตั้งของเมืองสำคัญในศาสนาฮินดูเช่น เมืองพาราณสีโยธยา (เมืองเกิดของพระราม) มธรา (เมืองเกิดของพระกฤษณะ) และอัลลาลาบัดหรือเมืองโกสัมพีในสมัยพุทธกาล

รัฐราชสถาน (Rajasthan) มีผู้บริโภคอาหารมังสวิรัต 58 ล้านคน หรือร้อยละ 75 ของประชากรในรัฐราชสถานเป็นรัฐที่ตั้งอยู่ทางตะวันตกของประเทศติดกับประเทศ ปากีสถานทางทิศตะวันออกเฉียงเหนือ มีเมืองเอกคือ ชัยปุระ

รัฐมหาราษฏระ (Maharashtra) มีผู้บริโภคอาหารมังสวิรัต 50 ล้านคน หรือร้อยละ 40 ของประชากรในรัฐเป็นรัฐที่ตั้งอยู่ทางตะวันตกเฉียงใต้ของประเทศ มีเมืองเอกคือเมืองมุมไบ รัฐมหาราษฏระเป็นรัฐที่มั่งคั่งที่สุดในอินเดีย เป็นรัฐที่มีพัฒนาด้านอุตสาหกรรม (Industrialization) มากที่สุดในอินเดีย รายได้ร้อยละ 15 ของประเทศอินเดียมาจากรัฐมหาราษฏระ ทำให้รัฐมหาราษฏระเป็นหนึ่งในรัฐที่มีส่วนสำคัญที่สุดรัฐหนึ่งที่ขับเคลื่อนเศรษฐกิจของประเทศอินเดีย

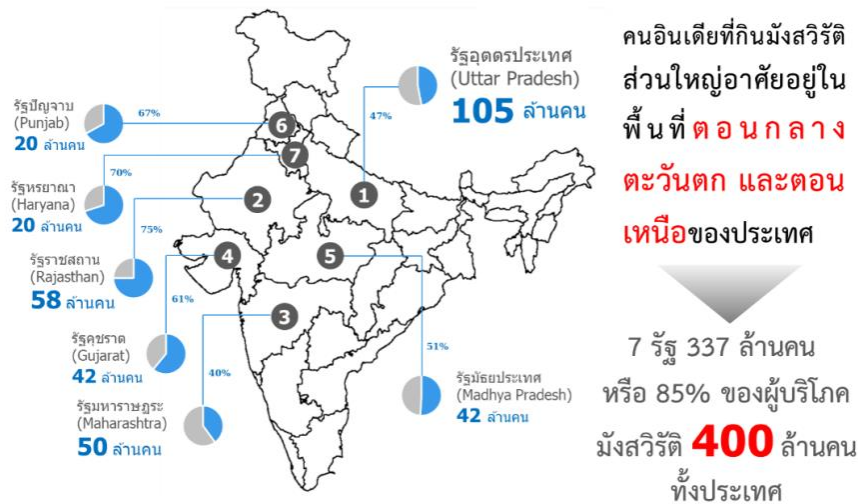
รัฐคุชราต (Gujarat) มีผู้บริโภคอาหารมังสวิรัต 42 ล้านคน หรือร้อยละ 61 ของประชากรในรัฐคุชราตตั้งอยู่ทางตะวันตกของประเทศติดกับประเทศปากีสถานและทะเลอาหรับ รัฐคุชราตเป็นแหล่งอุตสาหกรรมแหล่งแรก ๆ ของอินเดีย จนได้ชื่อว่าแมนเชสเตอร์ตะวันออก เป็นบ้านเกิดของมหาตมะ คานธีและเป็นรัฐที่ห้ามขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

รัฐมัธยประเทศ (Madhya Pradesh) มีผู้บริโภคอาหารมังสวิรัต 42 ล้านคน หรือ ร้อยละ 51 ของประชากรในรัฐ เป็นหนึ่งในรัฐของประเทศอินเดียที่ไม่มีอาณาเขตติดต่อกับทะเลเนื่องจากตั้งอยู่ตรงกลางประเทศ รัฐมัธยประเทศได้เป็นรัฐที่ใหญ่ที่สุดของอินเดีย จนถึงวันที่ 1 พฤศจิกายน พ.ศ. 2543 มีเมืองเอกคือเมืองโภปาล และมีเมืองใหญ่ที่สุดคือ เมืองอินโดร์

รัฐปัญจาบ (Punjab) มีผู้บริโภคอาหารมังสวิรัต 20 ล้านคน หรือร้อยละ 67 ของประชากรในรัฐตั้งอยู่ทางตอนเหนือของประเทศติดกับประเทศปากีสถาน เศรษฐกิจ ของปัญจาบขับเคลื่อนด้วยเกษตรกรรมเป็นหลัก เพราะมีแหล่งน้ำที่อุดมสมบูรณ์ รัฐปัญจาบมีโรงงานกลึงโลหะ (metal rolling) มากที่สุดในอินเดีย โดยเฉพาะใน "เมืองเหล็กกล้า" หรือ Mandi Gobindgarh ในจังหวัด Fatehgarh Sahib

รัฐหaryana (Haryana) มีผู้บริโภคอาหารมังสวิรัต 20 ล้านคน หรือร้อยละ 70 ของประชากรในรัฐมีที่ตั้งอยู่ตอนเหนือของประเทศ เป็นดินแดนที่มีความสำคัญ ในประวัติศาสตร์ เป็นที่ตั้งของทุ่งกุรุเกษตร ในมหาภารตะ เมืองเอกคือเมืองจันซีครห์ เมืองใหญ่ที่สุดคือเมืองฟาริดาบาด

แผนภาพที่ 2 แสดงข้อมูล 7 รัฐที่มีจำนวนประชากรที่บริโภคอาหารมังสวิรัต้มากที่สุดในอินเดีย



ที่มา : คณะวิจัย สถาบันอาหาร (2018)

กลุ่มสินค้าอาหารมังสวิรัตที่มีศักยภาพในตลาดอินเดีย

กลุ่มสินค้าอาหารมังสวิรัตที่มีศักยภาพในตลาดอินเดีย โดยใช้เกณฑ์ส่วนแบ่งตลาดและมีอัตราเติบโตที่สูงในช่วง 5 ปีหลัง (ปี 2013-2018) ประกอบด้วย 3 กลุ่มหลัก ได้แก่

1) ผลิตภัณฑ์ทดแทนมื้ออาหาร (Meal Replacement) เป็นกลุ่มสินค้าที่ขยายตัวสูงมากในประเทศอินเดีย โดยอาหารมังสวิรัตกลุ่มนี้มีสัดส่วนสินค้าใหม่ที่ยังออกสู่ตลาดร้อยละ 2.8 ของอาหารวีแกนทั้งหมดในปี 2561 มีอัตราขยายตัวเฉลี่ยในช่วง 5 ปี สูงถึงที่ร้อยละ 102 สินค้าในตลาดส่วนใหญ่ เช่น กลุ่มเวย์โปรตีนของบริษัท Bright Lifecare โปรตีนผงของบริษัท Herbalife International และ Vokin Biotech เป็นต้น

2) ขนมขบเคี้ยวจากผลไม้ (fruit Snacks) เป็นสินค้าที่สอดคล้องกับพฤติกรรมผู้บริโภคของคนอินเดีย โดยคนอินเดียที่ทำอาชีพทั่วไปจะมีการพักผ่อนเป็นส่วนใหญ่ประจำวันทั้งในภาคเช้าและบ่าย รวมทั้งมักรับประทานอาหารเช้าและของขบเคี้ยวควบคู่กันด้วยซึ่งวัฒนธรรมนี้ได้ถูกถ่ายทอดไปยังประเทศอังกฤษที่เคยเป็นประเทศผู้ปกครองอินเดียมาก่อนหน้านี้โดยอาหารกลุ่มนี้ในอินเดียมีสัดส่วนสินค้าใหม่ที่ยังออกสู่ตลาดร้อยละ 2.8 ของจำนวนสินค้าอาหารวีแกนทั้งหมด และมีอัตราขยายตัวเฉลี่ยในช่วง 5 ปีที่ร้อยละ 4.8

3) วิตามินและผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร (Vitamins & Dietary Supplements) โดยอาหารกลุ่มนี้มีสัดส่วนสินค้าใหม่ที่ยังออกสู่ตลาดร้อยละ 2.1 มีอัตราขยายตัวเฉลี่ยในช่วง 5 ปีที่ร้อยละ 6.0 สินค้ากลุ่มนี้ส่วนใหญ่เป็นกลุ่มวิตามินและผลิตภัณฑ์เสริมอาหารที่มีคุณค่าทางโภชนาการ โดยบริษัทผู้ผลิตที่เป็นเจ้าของแบรนด์ที่สำคัญ เช่น N R D Enterprises, Biodeal Pharmaceuticals, Sanjevani Lifesciences, Emmbros Overseas, GHS Pharmaceutical เป็นต้น ซึ่งประเทศอินเดียถือเป็นประเทศผู้ผลิตวิตามินและผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร รวมถึงยารายใหญ่ของโลกโดยเฉพาะยาสามัญ (generic) ที่อินเดียมีส่วนแบ่งตลาดโลกสูงถึงร้อยละ 20

นอกจากรายงานของทีเอ็มวีจียจากสถาบันอาหารแล้ว ยังพบรายงานจาก IMARC Group ที่รายงานว่า มูลค่าตลาดมังสวิรัตินอินเดียในปี 2022 มีมูลค่า 1,324 ล้านดอลลาร์สหรัฐ นอกจากนี้ IMARC Group ยังได้มีการประมาณการว่า มูลค่าตลาดอาหารมังสวิรัตินอินเดียจะมีมูลค่าสูงถึง 2,463 ล้านดอลลาร์สหรัฐ ในปี 2028 และมีอัตราการเติบโตต่อเฉลี่ยต่อปีร้อยละ 10.9 (CAGR) ระหว่างปี 2023-2028

ผลิตภัณฑ์อาหารของไทยที่มีศักยภาพพัฒนาไปสู่ตลาดมังสวิรัตินอินเดีย

ข้าวจากผัก (rice veggies)

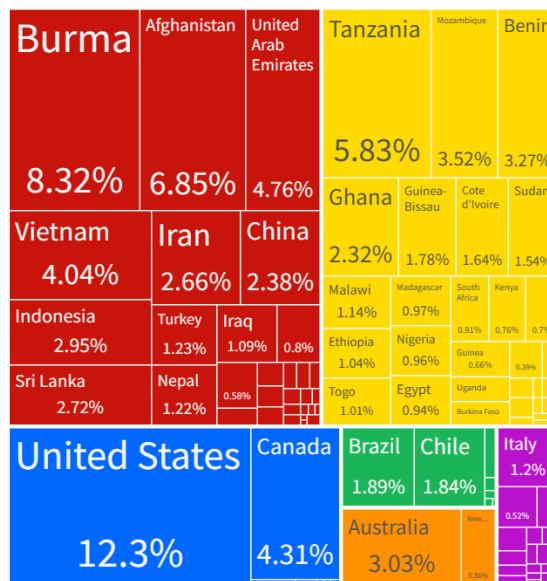
“ข้าว” (rice) อาหารหลักของประชากรโลก โดยเฉพาะในภูมิภาคเอเชีย และเป็นอาหารหลักของคนไทย กำลังจะถูกแทนที่ด้วย ผลิตภัณฑ์รูปแบบใหม่ในกลุ่มอาหารวีแกน และมังสวิรัติน ที่เกิดจากกระแสของความห่วงใยเรื่องสุขภาพและความงาม โดยผู้บริโภคปัจจุบันนั้นมีแนวโน้มบริโภคผลิตภัณฑ์ที่มีส่วนประกอบของคาร์โบไฮเดรตลดลง ไม่ว่าจะเป็น แป้งหรือน้ำตาล แต่ยังคงต้องการพลังงานและคุณค่าทางโภชนาการที่มีในอาหารเหล่านั้นอยู่ จึงมีผู้ประกอบการที่มีแนวคิดใหม่ ๆ ได้คิดค้นและพัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อสนองตอบความต้องการดังกล่าวในรูปแบบของ “ข้าวจาก ผัก” ขึ้น ด้วยการนำดอกกะหล่ำมาสไลด์ให้มีขนาดเล็กเท่าเมล็ดข้าว และนำไปอบแห้ง บรรจุภาชนะปิดสนิท พร้อมจำหน่าย บริษัท B&G Foods จำกัด ของสหรัฐอเมริกา ผู้ผลิตผลิตภัณฑ์อาหารเพื่อสุขภาพได้ออก ผลิตภัณฑ์ใหม่เป็น “ข้าวจากดอกกะหล่ำพร้อมปรุง” สำหรับผู้ที่รักสุขภาพและต้องการอาหารที่มีคุณค่าภูมิแพ้ (ปราศจากกลูเตน) ซึ่งมีให้เลือกหลากหลายรสชาติทั้งข้าวจากดอกกะหล่ำผสมบร็อคโคลี่ ข้าวจากดอกกะหล่ำผสมเมล็ดถั่ว และข้าวจากดอกกะหล่ำผสมแครอท เป็นต้นทางโภชนาการ (มีใยอาหาร วิตามิน และแร่ธาตุ) แต่ให้พลังงานต่ำเพียง 35 กิโลแคลอรี และปลอดภัยจากสารก่อภูมิแพ้ (ปราศจากกลูเตน) ซึ่งมีให้เลือกหลากหลายรสชาติทั้งข้าวจากดอกกะหล่ำผสมบร็อคโคลี่ ข้าวจากดอกกะหล่ำผสมเมล็ดถั่ว และข้าวจากดอกกะหล่ำผสมแครอท เป็นต้น

คู่แข่งที่สำคัญในตลาดส่งออก

จากรายงานของ OEC พบว่าในปี 2021 ไทยส่งออกอาหารที่มีส่วนประกอบหลักจากพืชไปทั่วโลก มูลค่า 14.3 พันล้านดอลลาร์สหรัฐ ขยายตัวจากปี 2020 ร้อยละ 2.24 ซึ่งมีมูลค่า 11.4 พันล้านดอลลาร์สหรัฐ โดยในปี 2021 มีมูลค่าส่งออกไปอินเดีย 45.4 ล้านดอลลาร์สหรัฐ เท่านั้น จากมูลค่าการนำเข้าสินค้าอาหารมีส่วนประกอบหลักจากพืชของอินเดีย ที่มีมูลค่า 7.84 พันล้านดอลลาร์สหรัฐ

ในปี 2021 ประเทศที่ส่งออกอาหารที่มีส่วนประกอบหลักจากพืชไปอินเดียมากที่สุดอันดับที่ 1 คือ สหรัฐอเมริกา มูลค่า 965,252,077 ดอลลาร์สหรัฐ คิดเป็นร้อยละ 12.3 อันดับที่ 2 คือ พม่า มูลค่า 652,576,402 ดอลลาร์สหรัฐ คิดเป็นร้อยละ 8.32 อันดับที่ 3 คือ อัฟกานิสถาน มูลค่า 537,502,426 ดอลลาร์สหรัฐ คิดเป็นร้อยละ 6.85 อันดับที่ 4 คือ แทนซาเนีย มูลค่า 457,190,264 ดอลลาร์สหรัฐ คิดเป็นร้อยละ 5.83 อันดับที่ 5 คือ ยูเออี มูลค่า 373,157,055 ดอลลาร์สหรัฐ คิดเป็นร้อยละ 4.76 ส่วนการส่งออกอาหารที่มีส่วนประกอบหลักจากพืชไปอินเดียอยู่ในอันดับที่ 37 คิดเป็นมูลค่า 45,359,619 ดอลลาร์สหรัฐ คิดเป็นเพียงร้อยละ 0.58

แผนภาพที่ 3 แสดงมูลค่าการส่งออกอาหารที่มีส่วนประกอบหลักจากพืชไปอินเดีย

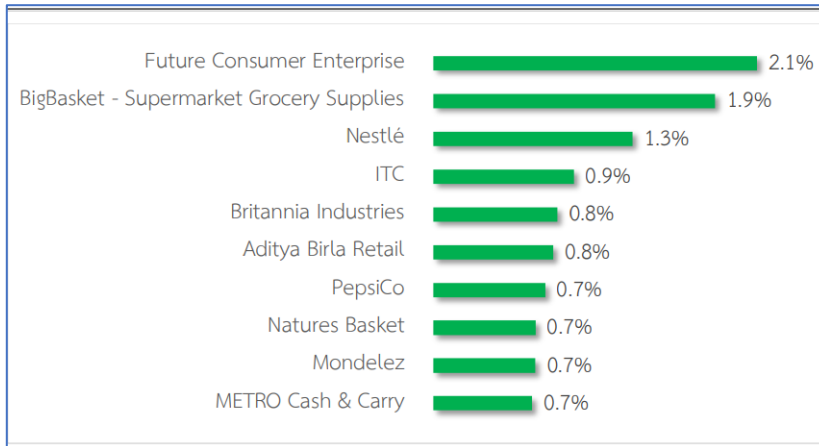


ที่มา: OEC (2021)

กลุ่มบริษัทผู้ผลิต/เจ้าของแบรนด์สินค้า

กลุ่มบริษัทผู้ผลิต/เจ้าของแบรนด์สินค้าอาหารวีแกนที่วางจำหน่ายในสหรัฐฯ 10 อันดับแรก เฉลี่ยในช่วงปี 2559-2561 ได้แก่ Wegmans Food Markets เป็นซูเปอร์มาร์เก็ตที่มีการพัฒนาผลิตภัณฑ์อาหารวีแกนในเชิงสุขภาพออกสู่ตลาดมาอย่างต่อเนื่อง รองลงมา คือ Organic Spices (เครื่องปรุงรส), Whole Foods Market (ซูเปอร์มาร์เก็ต), So Delicious Dairy Free (ผลิตภัณฑ์นมทดแทน), Suja Life (เครื่องดื่มออร์แกนิก), Nature's Path Foods (อาหารเข้าซีเรียล สลัดชาติแคนาดา), Califia Farms (ผลิตภัณฑ์นมทดแทน), Kashi (ซีเรียล), Kroger (ห้างค้าปลีก) และบริษัทผู้ผลิตเครื่องดื่มอย่าง Bai Brands

แผนภาพที่ 4 แสดงสัดส่วนจำนวนสินค้าอาหารมังสวิรัตที่วางจำหน่ายในประเทศอินเดียในช่วงปี 2016-2018 จำแนกตามผู้ประกอบการที่นำสินค้าออกวางจำหน่ายมากที่สุด 10 อันดับ



ที่มา : คณะวิจัย สถาบันอาหาร (2018)

จากการประเมินผลิตภัณฑ์วีแกนหรือมังสวิรัตที่วางขายในตลาดสำคัญของโลกของทีเอ็มวีจีสถาบันอาหาร (2561) ทั้งในกลุ่มประเทศพัฒนา ได้แก่ เยอรมนี สหรัฐอเมริกา อังกฤษ ออสเตรเลีย นิวซีแลนด์ และประเทศในสหภาพยุโรป และกลุ่มประเทศกำลังพัฒนา ได้แก่ อินเดีย จีน ไต้หวัน สิงคโปร์ เวียดนาม ไทย และอินโดนีเซีย โดยพิจารณาและวิเคราะห์จากรูปแบบผลิตภัณฑ์ที่มีส่วนแบ่งการตลาดมากที่สุดในช่วง 5 ปีที่ผ่านมา ซึ่งผลการวิเคราะห์สรุปเป็นประเด็นสำคัญ ดังนี้

1) ผลิตภัณฑ์เนื้อสัตว์ และไข่ทดแทน (Meat & Egg Substitutes) กลุ่มผลิตภัณฑ์ที่มีส่วนแบ่งตลาดมากเป็นอันดับ 1 ที่ร้อยละ 20.3 ของรูปแบบผลิตภัณฑ์ที่จำหน่ายในตลาดทั้งหมด ทั้งนี้ผลิตภัณฑ์เนื้อสัตว์ทดแทนที่วางจำหน่ายส่วนใหญ่มีลักษณะเป็นอาหารแช่เย็นแช่แข็ง สำหรับนำไปประกอบอาหารโดยเนื้อสัตว์วีแกนหรือมังสวิรัตที่ได้รับความนิยมในตลาด ได้แก่ เนื้อปลาและเนื้อวัว ขณะที่ผลิตภัณฑ์ไข่ทดแทนส่วนใหญ่จะอยู่ในรูปแบบผงเป็นหลัก

2) ผลิตภัณฑ์นมทดแทน (Milk Substitutes) กลุ่มผลิตภัณฑ์ที่มีส่วนแบ่งตลาดมากเป็นอันดับ 2 ที่ร้อยละ 12.3 ของผลิตภัณฑ์ที่จำหน่ายในตลาดทั้งหมด โดยผลิตภัณฑ์นมวีแกนในตลาดส่วนใหญ่ ได้แก่ ครีมโยเกิร์ต และชีส ซึ่งมีการผสมกลิ่น และรสชาติต่าง ๆ เพื่อสร้างความหลากหลายให้ผลิตภัณฑ์ อาทิ กลิ่นรสผลไม้และผัก ตระกูลถั่วและธัญพืช และสมุนไพร เป็นต้น

3) ผลิตภัณฑ์อาหารพร้อมรับประทาน (ready meal) กลุ่มผลิตภัณฑ์ที่มีส่วนแบ่งตลาดมากเป็นอันดับ 3 ที่ร้อยละ 10.2 ของรูปแบบผลิตภัณฑ์ที่จำหน่ายในตลาดทั้งหมด โดยผลิตภัณฑ์อาหารพร้อมรับประทานในตลาดส่วนใหญ่ ได้แก่ พิซซา สลัด และผลิตภัณฑ์อาหารสำเร็จรูปต่าง ๆ อาทิ พาสต้า สปาเกตตี้ ข้าวแกงกะหรี่ เป็นต้น

4) ผลิตภัณฑ์เครื่องปรุงรส (Seasonings) กลุ่มผลิตภัณฑ์ที่มีส่วนแบ่งตลาดมากเป็นอันดับ 4 ครองสัดส่วนร้อยละ 9.1 ของรูปแบบผลิตภัณฑ์ที่กำหนดในตลาดทั้งหมด โดยเครื่องปรุงรสวีแกน/มังสวิรัตที่พบเห็นในตลาดส่วนใหญ่ ได้แก่ มายองเนส ซอสพาสต้า และน้ำสลัด

5) ผลิตภัณฑ์เบเกอรี่ (bakery) กลุ่มผลิตภัณฑ์ที่มีส่วนแบ่งตลาดมากเป็นอันดับ 5 อยู่ที่ร้อยละ 7.7 ของรูปแบบผลิตภัณฑ์ที่กำหนดในตลาดทั้งหมด โดยผลิตภัณฑ์เบเกอรี่วีแกนหรือมังสวิรัต ส่วนใหญ่ตลาดนิยมจำหน่ายในรูปแบบเค้ก ขนมอบ บิสกิต และคุกกี้ โดยรสชาติที่นิยม ได้แก่รสช็อคโกแลต รสผลไม้ และรสธัญพืช

6) ขนมอบกรอบ (Snack) กลุ่มผลิตภัณฑ์ที่มีส่วนแบ่งตลาดมากเป็นอันดับ 6 ครองสัดส่วนร้อยละ 6.1 กลุ่มผลิตภัณฑ์อบกรอบในตลาดส่วนใหญ่เป็นขนมอบกรอบกลุ่มธัญพืชซีเรียลบาร์ และ Energy Bar โดยรสชาติที่นำมาผสมส่วนใหญ่เป็นรสผลไม้และผัก

กลยุทธ์การเข้าสู่ตลาด

(Market Entry Strategy)

แนวทางการขยายตลาด

ผู้ประกอบการ SME ที่ต้องการขยายตลาดอาหารมังสวิรัตไปยังประเทศอินเดียจำเป็นต้องศึกษาข้อมูลรอบด้านเพื่อประเมินศักยภาพและความพร้อมของกิจการเสียก่อน เนื่องจากตลาดมังสวิรัตในอินเดียมีคู่แข่งมาก นอกจากประเมินศักยภาพของกิจการของตนแล้วการประเมินศักยภาพของคู่แข่งก็มีความสำคัญ ประกอบกับต้องศึกษากฎระเบียบว่าด้วยเรื่องการของโลโก้อาหารมังสวิรัตมีกระบวนการและเอกสารที่เกี่ยวข้องอย่างไร เพื่อให้แน่ใจว่าสามารถส่งออกอาหารมังสวิรัตได้อย่างถูกต้องตามกฎหมาย

นอกจากนี้ประชากรชาวอินเดียมีรสนิยมการบริโภคที่หลากหลาย รสชาติอาหารถูกปากคนรัฐทางตอนเหนือ แต่ในทางตรงกันข้ามกับไม่ถูกใจคนทางใต้ของอินเดียก็เป็นได้ ดังนั้นการที่ผู้ประกอบการศึกษาและเข้าใจพฤติกรรมการบริโภคอาหารหรือเครื่องดื่มมังสวิรัตอย่างลึกซึ้ง ประกอบกับประเทศไทยมีวัตถุดิบสำหรับนำมาผลิตอาหารมังสวิรัตที่หลากหลาย นำมาดัดแปลงปรุงเป็นอาหารได้อย่างสร้างสรรค์ ซึ่งก็จะทำให้การเจาะตลาดชาวมังสวิรัตในอินเดียที่มีจำนวนกว่า 400 ล้านคนได้ไม่ยาก

ช่องทางการเข้าสู่ตลาด

การนำสินค้าอาหารมังสวิรัตเข้าตลาดอินเดียควรนำเข้ามาผ่านผู้นำเข้า และหรือผู้จัดจำหน่ายในตลาดอินเดียมากกว่าหนึ่งราย เนื่องจากอินเดียเป็นประเทศที่มีขนาดใหญ่ มีภูมิภาคและรัฐต่าง ๆ แต่ก็สามารถหาและสั่งซื้อได้ง่ายผ่านช่องทางต่าง ๆ ตามความสะดวกของผู้บริโภค ช่องทางการจัดจำหน่ายของอาหารมังสวิรัตในอินเดียมีด้วยกัน 2 ช่องทางหลักคือ ออนไลน์ และออฟไลน์ โดยที่ร้านสะดวกซื้อช่องทางการจัดจำหน่ายที่ใหญ่ที่สุด สินค้าชั้นนำคือผลิตภัณฑ์ทดแทนเนื้อสัตว์ ตามมาด้วยไฮเปอร์มาร์เก็ต ซูเปอร์มาร์เก็ต สินค้าชั้นนำคือ กลุ่มโปรตีนจากพืชและผัก และด้วยร้านอาหารและเครื่องดื่มเฉพาะมังสวิรัตตามลำดับ

กิจกรรมงานแสดงสินค้าหรือการจับคู่ธุรกิจ

นอกจากนี้เพื่อให้ผู้บริโภคชาวอินเดียได้ลองรสชาติอาหารมังสวิรัตของไทย ผู้ผลิตและผู้ส่งออกไทยสามารถนำอาหารที่แปลกใหม่มาจัดแสดงและแจกชิมเพื่อทดลองตลาดภายในงานแสดงสินค้าอาหารและเครื่องดื่มของอินเดีย เป็นสถานที่สำคัญที่ทำให้ผู้ประกอบการได้แลกเปลี่ยนประสบการณ์ การจับคู่ธุรกิจกับผู้เกี่ยวข้องในธุรกิจอาหารและการเกษตร รวมถึงเป็นโอกาสในการส่งเสริมการสร้างแบรนด์และการเสนอผลิตภัณฑ์ใหม่ในตลาด อาทิ

INDIA FOOD EX

งานแสดงสินค้าอาหารและเจรจาธุรกิจ (B2B) ระดับนานาชาติที่ใหญ่ที่สุดของอินเดีย ซึ่งรวมถึงผลิตภัณฑ์อาหารสดและแห้ง เครื่องดื่ม เทคโนโลยีการแปรรูปอาหาร เครื่องครัวและอุปกรณ์ ผลิตภัณฑ์เกษตร และสินค้าที่เกี่ยวข้อง เป็นโอกาสของ SME ไทย ในการแลกเปลี่ยนเทคโนโลยีและความรู้ในวงการอาหารและการเกษตร ภายในงานจะได้พบกับผู้ผลิต ผู้จัดจำหน่าย ผู้นำเข้า ผู้ส่งออก และผู้ค้าปลีกผลิตภัณฑ์อาหาร และภาคส่วนพันธมิตรจากเอเชียใต้และประเทศอื่น ๆ จัดขึ้นช่วงเดือนสิงหาคมที่เมืองบังคาลอร์ ประเทศอินเดีย ติดตามข่าวสารการจัดกิจกรรมได้ที่เว็บไซต์ www.indiafoodex.in/



ANUFOOD India

งานแสดงสินค้าในอุตสาหกรรมอาหารและเครื่องดื่ม ระดับนานาชาติของอินเดีย ครอบคลุมไปถึงโอกาสในการแลกเปลี่ยนเทรนด์ใหม่ ๆ แนวโน้มและนวัตกรรมล่าสุดของอุตสาหกรรมอาหาร เหมาะสำหรับการนำเสนอสินค้าและเจรจาธุรกิจ (B2B) ผู้เข้าร่วมหลักประกอบด้วย ผู้เชี่ยวชาญ ผู้ค้าส่ง ผู้ค้าปลีก เจ้าของภัตตาคาร ผู้แทนจากสมาคมและสถาบันต่าง ๆ จนถึงบริษัทสตาร์ทอัพหน้าใหม่ จัดขึ้นในช่วงเดือนกันยายนที่เมืองมุมไบ ประเทศอินเดีย ติดตามข่าวสารการจัดกิจกรรมได้ที่เว็บไซต์ <https://anufoodindia.com/index.php>

ตัวอย่างรายชื่อผู้นำเข้า

IMPORTER NAME

HOLY LAND MARKETING (P) LTD.,
SARWAR FOOD PRODUCTS
ZIPPY EDIBLE PRODUCTS PRIVATE LTD.
DEVASHREE FOODS PVT.LTD.,

WEBSITE

<https://www.holylandmarketing.com>
<https://www.srivarahafoods.com>
<https://zippyedibles.com>
<https://shreedevashreefoods.com>

ที่มา : Trade Atlas (2023)

แนวทางการส่งออก (Export Solutions)

การเลือกช่องทางขนส่ง

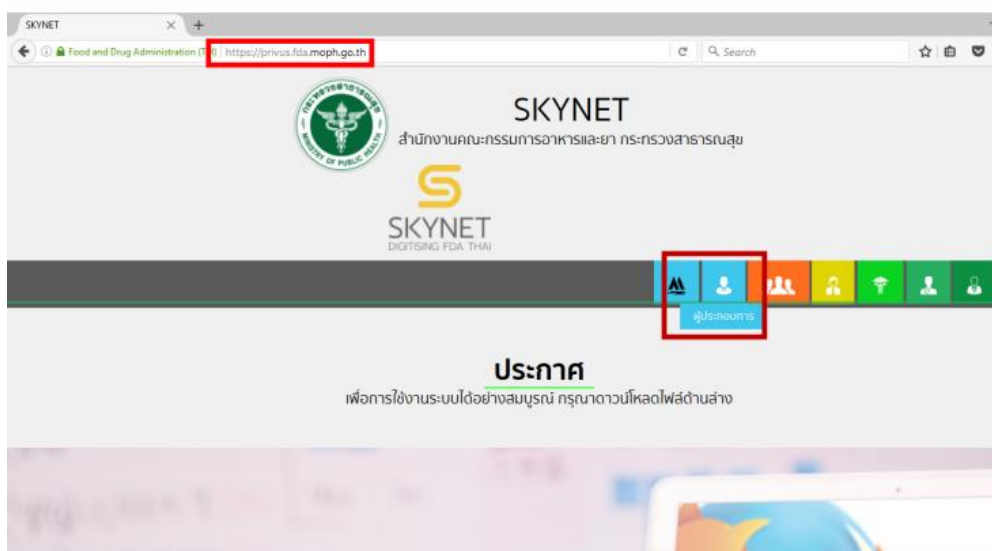
การส่งออกสินค้าอาหารมั่งสวิงไปยังประเทศอินเดีย ควรเลือกการส่งทางเรือโดยตู้สินค้าธรรมดา เพื่อลดต้นทุนในการขนส่งซึ่งเหมาะกับการส่งสินค้าจำนวนมากและมีการแปรรูปบรรจุหีบห่อเรียบร้อย ในการเลือกใช้ผู้ให้บริการขนส่งสินค้าทางเรือระหว่างประเทศ ควรเลือกผู้ให้บริการที่ให้เครดิตในการชำระเงินที่มีประสิทธิภาพ ส่งออกสินค้าประเภทอาหาร และให้บริการแบบครบวงจร เช่น การจัดหายานพาหนะ พิธีการศุลกากร และให้บริการคลังสินค้า เป็นต้น และหากมีเครือข่ายกับผู้นำเข้าที่ประเทศปลายทาง จะทำให้การดำเนินการได้สะดวกและง่ายขึ้น และจะต้องตรวจสอบระยะเวลาการดำเนินงานของผู้ให้บริการขนส่งก่อนการเลือกใช้บริการอีกด้วย

การขอใบอนุญาตและใบรับรองมาตรฐานต่าง ๆ

1. มาตรการและกฎหมายการส่งออกจากไทย

อุตสาหกรรมอาหารและเครื่องดื่ม: ผู้ประกอบการส่งออกสินค้าอาหารจากพืชไปอินเดียต้องขอหนังสือรับรอง สถานที่ผลิตและผลิตภัณฑ์อาหารเพื่อการส่งออก ผ่านเว็บไซต์ กองอาหารสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา: privus.fda.moph.go.th

แผนภาพที่ 5 เว็บไซต์สำหรับขอหนังสือรับรอง สถานที่ผลิตและผลิตภัณฑ์อาหารเพื่อการส่งออก



ที่มา: กองอาหารสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา (2023)

1) หนังสือรับรองอาหาร จากสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา (อย.) 3 ประเภท ได้แก่

1.1) หนังสือรับรองสถานที่ผลิตอาหาร (Certificate of Manufacturer: COM) คือ หนังสือรับรองที่ประกอบด้วย รายละเอียดผู้ผลิตอาหาร เลขที่ใบอนุญาต ที่ตั้ง สถานที่ผลิต และประเภทอาหารตามสลักหลังใบอนุญาตผลิตอาหาร ที่ได้รับอนุญาตจากสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยาหรือสำนักงานสาธารณสุขจังหวัดเรียบร้อยแล้ว (รวมการรับรองข้อความเพิ่มเติมการได้ รับรองมาตรฐาน GMP ตามกฎหมาย ที่ได้รับการตรวจประเมินจากทางสำนักงานงานคณะกรรมการอาหารและยา หรือจากหน่วยตรวจสอบสถานที่ผลิต ที่ได้รับการขึ้นทะเบียนกับสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยาแล้ว)

1.2) หนังสือรับรองผลิตภัณฑ์ (Certificate of Free Sale: COF) คือ หนังสือรับรองที่ ประกอบด้วยรายละเอียดผู้ผลิต/นำเข้าอาหาร เลขที่ใบอนุญาต ที่ตั้ง สถานที่ผลิต/นำเข้าอาหาร และรายชื่อผลิตภัณฑ์ที่ได้รับการอนุญาตจากสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา หรือ สำนักงานสาธารณสุขจังหวัดเรียบร้อยแล้ว

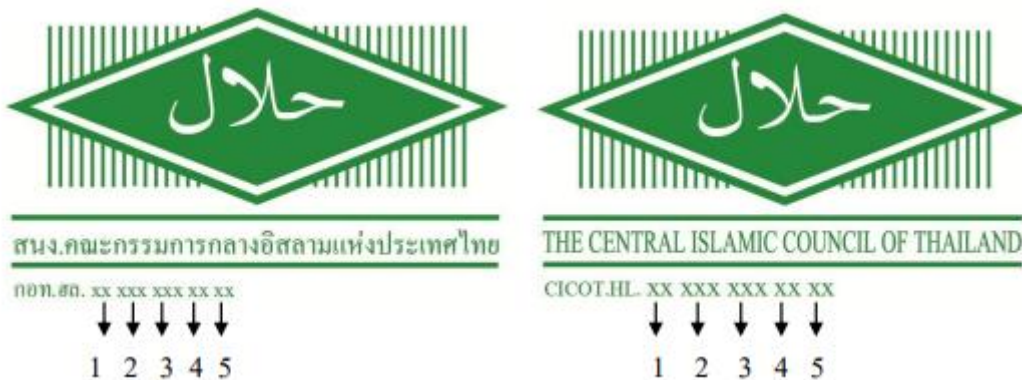
1.3) หนังสือรับรองสูตรส่วนประกอบ (Certificate of Ingredient) คือหนังสือรับรองที่ประกอบด้วยรายละเอียดผู้ผลิต/นำเข้าอาหาร เลขที่ใบอนุญาต ที่ตั้ง สถานที่ผลิต/นำเข้า และ รายชื่อผลิตภัณฑ์ พร้อมรายละเอียดสูตรส่วนประกอบที่ได้รับการอนุญาตจากสำนักงาน คณะกรรมการอาหารและยา หรือสำนักงานสาธารณสุขจังหวัดเรียบร้อยแล้ว

ทั้งนี้ผู้ประกอบการสามารถศึกษาเงื่อนไขการขอหนังสือรับรองสถานที่ผลิตและผลิตภัณฑ์อาหารเพื่อการส่งออก ที่เว็บไซต์:

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

2) กรณีสินค้าของผู้ประกอบการต้องการขอเครื่องหมายรับรองฮาลาล และขอใบรับรองผลิตภัณฑ์ฮาลาลแสดงบนฉลากผลิตภัณฑ์สินค้าส่งออก ผู้ประกอบการจะต้องดำเนินการขอที่สำนักงานคณะกรรมการกลางอิสลามแห่งประเทศไทย

แผนภาพที่ 6 ตัวอย่างเครื่องหมายรับรองฮาลาล



ที่มา: สำนักงานคณะกรรมการกลางอิสลามแห่งประเทศไทย (2023)

ส่วนประกอบของเครื่องหมายฮาลาล

กอท.ฮล. xx xxx xxx xx xx คือ รหัสประจำตัวผลิตภัณฑ์ที่ขอใช้เครื่องหมายรับรองฮาลาล

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

เอกสารที่ขออนุญาตใช้เครื่องหมายรับรองฮาลาล 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 (คม.1)	6. ใบสำคัญการขึ้นทะเบียนตำรับอาหาร (อ.18)
7. คำขออนุญาตใช้ฉลากอาหาร สบ. 3 หรือ สำเนาการใช้ฉลากอาหาร แบบ ฉ.1	7. หนังสือสำคัญแสดงการจดทะเบียนเครื่องหมายการค้า (คม.1)
8. แบบจดทะเบียนอาหาร (สบ.๕)	8. คำขออนุญาตใช้ฉลากอาหาร สบ. 3 หรือ สำเนาการใช้ฉลากอาหาร แบบ ฉ.1
9. หนังสือแสดงรายละเอียดวิธีการผลิต, ขั้นตอน, วัตถุดิบ, ส่วนผสม	9. แบบจดทะเบียนอาหาร (สบ.๕)
10. ผลิตภัณฑ์ตัวอย่างเพื่อประกอบการพิจารณาเบื้องต้น	10. หนังสือแสดงรายละเอียดวิธีการผลิต, ขั้นตอน, วัตถุดิบ, ส่วนผสม
11. แผนที่ตั้งโรงงาน	11. ผลิตภัณฑ์ตัวอย่างเพื่อประกอบการพิจารณาเบื้องต้น
	12. แผนที่ตั้งโรงงาน

ปัจจุบันผู้ประกอบการสามารถยื่นขอใช้เครื่องหมายรับรองฮาลาลผ่านช่องทางออนไลน์ที่เว็บไซต์ <https://www.halal.or.th/>

2. มาตรการทางการค้าทางภาษีและที่มิใช่ภาษีของประเทศอินเดีย

อัตรารภาษีนำเข้าสินค้า

รัฐบาลอินเดียและไทยมีข้อตกลงเขตการค้าเสรีอาเซียน-อินเดีย (ASEAN-India Free Trade Agreement: AIFTA) ส่งผลให้อินเดียปรับลดอากรขาเข้าในสินค้าอาหารมังสวิรัตเป็นอัตราร้อยละ 0 ผู้ส่งออกที่ต้องการใช้สิทธิลดภาษีนำเข้าจะต้องมีหนังสือรับรองแหล่งกำเนิดสินค้า ฟอรัมอี (Form AL) ซึ่งสามารถยื่นขอได้ที่กรมการค้าต่างประเทศของไทย หอการค้าแห่งประเทศไทย หรือสภาอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย เพื่อใช้ประกอบการลดภาษีนำเข้าไปยังประเทศอินเดีย

มาตรการนำเข้าสินค้า

1) ระเบียบควบคุมมาตรฐานอาหารมังสวิรัต <https://shorturl.asia/Vafu6>

หน่วยงานความปลอดภัยและมาตรฐานด้านอาหารของอินเดีย (Food Safety and Standards Authority of India; FSSAI) ได้ออกระเบียบของมาตรฐานฉบับใหม่เกี่ยวกับอาหารมังสวิรัต หรือ Vegan food ซึ่งมีการให้รายละเอียดเกี่ยวกับบทนำ, บทนิยาม, ข้อกำหนดทั่วไป ข้อกำหนดการติดฉลากและการแสดงผล และการปฏิบัติตามข้อกำหนดด้านอาหารมังสวิรัต โดยมีรายละเอียดดังนี้

- นอกเหนือไปจากตัวอาหารมังสวิรัตที่ต้องควบคุมแหล่งที่มาและขั้นตอนการผลิตให้ปราศจากการปนเปื้อนของสัตว์แล้ว ส่วนประกอบอาหาร, สารปรุงแต่ง, เอนไซม์ และสารช่วยในการแปรรูป ก็ต้องทำการควบคุมด้วยเช่นกัน
- อาหารมังสวิรัตนั้น ขั้นตอนการทดลองที่มีการดำเนินการกับสัตว์ จะสามารถดำเนินการได้ในกรณีที่ดำเนินการโดยหน่วยงานกำกับดูแลเท่านั้น
- การใช้สายการผลิตเดียวกันกับการผลิต ผลิตภัณฑ์อาหารที่ไม่ใช่อาหารมังสวิรัตจะยังสามารถดำเนินการได้แต่ก่อนเริ่มขั้นตอนในการผลิตผลิตภัณฑ์มังสวิรัต จะต้องดำเนินการทำความสะอาดอย่างละเอียด หรือเทียบเท่าตามแนวทางปฏิบัติที่ดีในการผลิต (Good Manufacturing Practice) ก่อนเริ่มกระบวนการผลิต ซึ่งครอบคลุมถึงเครื่องจักร, อุปกรณ์ที่เกี่ยวข้องทั้งหมด, เครื่องใช้และพื้นผิว
- อาหารมังสวิรัตที่ผ่านการรับรองแล้วต้องมีการแสดงเครื่องหมายอาหาร Vegan อย่างชัดเจน
- ผู้ประกอบการต้องทำการยื่นขอใบอนุญาตก่อนดำเนินกิจการอาหารมังสวิรัต
- การนำเข้าอาหารมังสวิรัตจะต้องนำเข้าจากประเทศที่ได้การยอมรับจากหน่วยงานเท่านั้น

2) มาตรฐานและความปลอดภัยสำหรับผลิตภัณฑ์อาหารวีแกน

หน่วยงานด้านความปลอดภัยอาหารของอินเดีย หรือ Food Safety and Standards Authority of India (FSSAI) ได้ประกาศบังคับใช้ระเบียบว่าด้วยมาตรฐานและความปลอดภัยสำหรับผลิตภัณฑ์อาหารวีแกนโดยมีสาระสำคัญ ดังนี้

ข้อกำหนดทั่วไป

1. การผลิต บรรจุ จำหน่าย ขาย เสนอขาย การกระจายสินค้า การนำเข้าอาหารวีแกน ต้องสอดคล้องกับข้อกำหนดต่าง ๆ ที่ระบุไว้ในระเบียบฉบับนี้
2. ผลิตภัณฑ์อาหารวีแกน ต้องไม่เกี่ยวข้องกับการทดลองในสัตว์ ไม่ว่าจะเพื่อวัตถุประสงค์ใดก็ตาม แม้กระทั่งการประเมินความปลอดภัยก็ตาม เว้นแต่ได้รับอนุญาตจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง
3. วัสดุที่นำมาผลิตเป็นบรรจุภัณฑ์สำหรับอาหารวีแกน ต้องสอดคล้องกับข้อกำหนดต่าง ๆ ที่ระบุไว้ในระเบียบฉบับนี้
4. ผู้ประกอบการธุรกิจอาหารวีแกนต้องมีมาตรการที่เหมาะสมตามหลักปฏิบัติที่ดีในการผลิตอาหาร (Good Manufacturing Practice; GMP) ก่อนเริ่มดำเนินการผลิตอาหารวีแกน หมายรวมถึง การเตรียมปัจจัยการผลิต หรือการบรรจุหีบห่อ
5. ต้องมีการบันทึกการดำเนินงานต่าง ๆ ทั้งระดับการผลิตและบริการจัดการธุรกิจ เพื่อรับการตรวจสอบจากหน่วยงานผู้มีอำนาจอย่างคงสอดคล้องกับข้อกำหนดสำหรับอาหารวีแกน

การแสดงฉลากอาหารวีแกน

1. ผู้จำหน่ายผลิตภัณฑ์อาหารวีแกน ไม่ว่าจะผลิตจะจัดจำหน่ายเอง หรือเป็นผู้ค้าปลีก จำเป็นต้องเก็บรักษาผลิตภัณฑ์อาหารวีแกนแยกออกจากผลิตภัณฑ์ที่ไม่สอดคล้องตามข้อกำหนด
2. ในทุกบรรจุภัณฑ์ของผลิตภัณฑ์อาหารวีแกนที่ได้รับอนุญาตจากหน่วยงานผู้มีอำนาจแล้ว ต้องแสดงตราสัญลักษณ์ต่อไปนี้



3. ผลิตภัณฑ์อาหารวีแกนทั้งหมด ต้องแสดงฉลากสอดคล้องตามข้อกำหนดด้านความปลอดภัยและมาตรฐานอาหารว่าด้วยการแสดงฉลากและการแสดงข้อมูล ณ จุดจำหน่าย ค.ศ.2020 โดยสามารถละเว้นการแสดงสัญลักษณ์ของอาหารมังสวิรัต (Vegetarian Food) ตามที่ระบุไว้ในกำหนดการแสดงฉลาก



กฎระเบียบด้านความปลอดภัยของอาหารและมาตรฐาน (Vegan Food)

https://www.fssai.gov.in/upload/uploadfiles/files/Compendium_Labelling_Display_23_09_2021.pdf

https://www.fssai.gov.in/upload/notifications/2022/06/62ac3f9dba33cGazette_Notification_Vegan_Food_17_06_2022.pdf

กำหนดการปฏิบัติตามต่อไปนี้จะเกี่ยวกับอาหารมังสวิรัต

- ผู้ประกอบธุรกิจอาหารจะต้องยื่นคำขอพร้อมรายละเอียดที่จำเป็นทั้งหมดเกี่ยวกับโรงงาน/เครื่องจักร/สถานที่ต่อสำนักงานอาหาร การตรวจสอบและตรวจสอบสถานที่ให้กระทำโดยเจ้าหน้าที่ความปลอดภัยด้านอาหารหรือเจ้าหน้าที่ที่ได้รับมอบหมายที่เกี่ยวข้อง
- ห้ามนำเข้าผลิตภัณฑ์อาหารมังสวิรัต ยกเว้นต้องมีใบรับรองที่ออกโดยหน่วยงานที่ได้รับการยอมรับของประเทศผู้ส่งออก

เอกสารที่จำเป็นสำหรับการรับรองโลโก้ FSSAI Vegan

เอกสารและรายละเอียดที่จำเป็นในการสมัครขอการรับรองโลโก้ FSSAI วีแกนบนผลิตภัณฑ์อาหาร:

- ชื่อและที่อยู่ของผู้สมัคร ผู้ประกอบธุรกิจอาหาร (FBO)
- ผู้มีอำนาจลงนาม;
- ใบอนุญาตเลขที่;
- ข้อมูลติดต่อ;
- หมวดอาหารที่ใกล้เคียงที่สุด
- ชื่อผลิตภัณฑ์ เช่น ชื่อแบรนด์/ชื่อทั่วไป
- สำเนาฉลาก

- ข้อความชี้แจงว่าผลิตภัณฑ์ดังกล่าวผลิต/นำเข้าในประเทศ
- CoA จากห้องปฏิบัติการที่ได้รับแจ้งจาก FSSAI;
- ประกาศการปฏิบัติตาม FSSR ที่ยังหลงเหลืออยู่
- คำชี้แจงที่ชี้แจงว่าผลิตภัณฑ์ได้รับการรับรองว่าเป็นวีแกนโดยบุคคลที่สามหรือไม่
- ในกรณีของการรับรองจากบุคคลที่สาม
- ชื่อและที่อยู่ของหน่วยงานออกใบรับรอง
- ปฏิบัติตามเงื่อนไขในการได้รับใบรับรอง
- การรับรองกระบวนการ/ผลิตภัณฑ์
- สินค้าที่มีจำหน่ายในท้องตลาดที่มีโลโก้ดังกล่าวข้างต้น
- สำเนาโลโก้และฉลากที่มีโลโก้
- การออกแบบฉลากเบื้องต้นพร้อมโลโก้มังสวิรัตที่สอดคล้องกับ FSSAI หรือกฎระเบียบด้านความปลอดภัยและมาตรฐานอาหารที่มีอยู่
- วัสดุบรรจุภัณฑ์ที่พิมพ์ไว้ล่วงหน้าสำหรับหน่วยงานด้านอาหาร
- การประกาศตนเองว่าผลิตภัณฑ์ปลอดจากสัตว์

ขั้นตอนการรับรองโลโก้ FSSAI Vegan

FSSAI ออกบรรทัดฐานสำหรับการยื่นคำขอรับการรับรองโลโก้วีแกน และบรรทัดฐานเหล่านี้ประกอบด้วยกระบวนการต่อไปนี้:

1. ผู้ประกอบธุรกิจอาหารหรือ FBO ต้องส่งแบบฟอร์มใบสมัคร A และเอกสารที่จำเป็นทั้งหมด
2. ณ เวลาที่ยื่นเรื่อง FBO จะต้องชำระค่าธรรมเนียมที่จำเป็นให้กับเจ้าหน้าที่บัญชีอาวูโส
3. จากนั้น Food Authority จะตรวจสอบแบบฟอร์มการสมัครและเอกสารที่ยื่นโดยผู้สมัคร FBO
4. หน่วยงานด้านอาหารออกการอนุมัติ/ปฏิเสธการสมัครตามแบบฟอร์ม B
5. ผู้สมัครหรือ FBO ยื่นอุทธรณ์ต่อประธานเจ้าหน้าที่บริหาร (CEO) Food Authority เพื่อคัดค้านการปฏิเสธแบบฟอร์มการสมัคร
6. หากยังไม่เป็นที่พอใจ ผู้สมัครที่ได้รับความเดือดร้อนหรือ FBO จะต้องยื่นคำร้องเพื่อพิจารณาเพื่อพิจารณาในการประชุมของแผนกอาหาร
7. ด้วยเหตุผลที่เกี่ยวข้องหรือเหตุผลใดๆ ที่ต้องบันทึกไว้เป็นลายลักษณ์อักษร Food Authority จะระงับ/เพิกถอนการอนุมัติใดๆ ที่มอบให้กับ FBO

8. หาก FBO เชื่อว่าผลิตภัณฑ์อาหารมังสวิรัติที่ได้รับอนุมัตินั้นมีความเสี่ยงต่อสุขภาพหรือไม่เป็นไปตามข้อกำหนดทั่วไปของกฎระเบียบ FSSAI จากนั้น FBO นั้นจะเพิกถอนหรือระงับการผลิต นำเข้า จัดจำหน่ายหรือขายผลิตภัณฑ์อาหารดังกล่าวทันทีและดำเนินการตามขั้นตอนต่างๆ เพื่อเรียกคืนผลิตภัณฑ์ดังกล่าวภายใต้การแจ้งเตือนต่อหน่วยงานด้านอาหารตามข้อกำหนดของกฎระเบียบด้านความปลอดภัยและมาตรฐานด้านอาหาร (การเรียกคืนอาหาร) ปี 2017
9. เจ้าหน้าที่ความปลอดภัยด้านอาหารและเจ้าหน้าที่อื่นๆ ที่ได้รับมอบหมายจำเป็นต้องแจ้งให้หน่วยงานด้านอาหารทราบทันทีถึงข้อร้องเรียนใดๆ ที่ได้รับเกี่ยวกับความปลอดภัยของผลิตภัณฑ์อาหารที่ได้รับการอนุมัติจากหน่วยงานด้านอาหาร
10. หลังจากการอนุมัติ FBO จะยื่นขอใบอนุญาตตามกระบวนการที่ระบุไว้ในข้อบังคับ FSSAI ปี 2011

<https://corpbiz.io/learning/fssai-clarifies-the-application-for-vegan-logo-endorsement/>

3) การนำเข้าผลิตภัณฑ์อาหารสู่ประเทศอินเดีย

ใบอนุญาตและระเบียบการนำเข้าอาหารเข้าสู่ประเทศอินเดีย (Licenses and Regulations)

การนำเข้าผลิตภัณฑ์อาหารให้ยื่นขอใบอนุญาตและปฏิบัติตามระเบียบที่กำหนด ซึ่งเป็นขั้นตอนแรกของการนำเข้าเพื่อการจำหน่ายผลิตภัณฑ์อาหารในประเทศอินเดีย

- จดทะเบียนภาษีมูลค่าเพิ่ม (VAT Registration)
- ขอรหัสผู้นำเข้าและส่งออกที่ออกโดยอธิบดีกรมการค้าต่างประเทศของอินเดีย (Director-General of Foreign Trade)
- การขออนุมัติผลิตภัณฑ์จากหน่วยงานกำกับดูแลความปลอดภัยด้านอาหารของประเทศอินเดีย (FSSAI)

ขั้นตอนการนำเข้าผลิตภัณฑ์อาหารสู่ประเทศอินเดีย

- **ขั้นตอนที่ 1** การตรวจ/ปล่อยและพิธีการศุลกากร (Customs Clearance) ในการนำเข้าผลิตภัณฑ์อาหารในทุกด่านศุลกากร ผู้นำเข้าจะต้องทำหนังสือมอบอำนาจ (Authorized Letter) ให้กับตัวแทนดำเนินพิธีการศุลกากร (Customs Handling Agent) และให้ทำหนังสือถึง FSSAI หรือเจ้าหน้าที่ผู้มีอำนาจ พร้อมจัดส่งผลิตภัณฑ์อาหารนำเข้าให้กับเจ้าหน้าที่ศุลกากรตามปริมาณที่กำหนด เพื่อทำการประเมินภาษี เมื่อเจ้าหน้าที่ตรวจสอบผลิตภัณฑ์แล้วให้ชำระภาษีศุลกากร
- **ขั้นตอนที่ 2** ยื่นขอใบอนุญาตจากหน่วยงานกำกับดูแลความปลอดภัยด้านอาหารของอินเดีย (FSSAI Clearance) ตัวแทน (Customs Handling Agent) จะยื่นใบขอตรวจสอบผลิตภัณฑ์อาหารผ่านระบบการตรวจผ่านผลิตภัณฑ์อาหารนำเข้า (Food Import Clearance System) ของหน่วยงานกำกับดูแลความปลอดภัยด้านอาหารของอินเดีย หลังจากผ่านการตรวจผ่านเรียบร้อยแล้วจะได้รับใบรับรองไม่คัดค้าน (No Objection Certificate: NOC) โดยจะต้องกรอกรายละเอียดและแนบหลักฐานลงบนเว็บไซต์ของหน่วยงานฯ มีดังนี้

- รหัสผู้นำเข้าและส่งออกที่ออกโดยอธิบดีการค้าต่างประเทศของอินเดีย (Importer Exporter Code issued by Director-General of Foreign Trade)
- ใบอนุญาตประกอบธุรกิจอาหารจากหน่วยงานกำกับดูแลความปลอดภัยด้านอาหารของอินเดีย
- ใบแสดงปริมาณและมูลค่าของผลิตภัณฑ์ (Bill of Entry)
- ใบสั่งการตรวจสอบที่สร้างขึ้นโดยระบบ EDI ของศุลกากร

● **ขั้นตอนที่ 3** การตรวจสอบและการสุ่มตัวอย่างของผลิตภัณฑ์อาหาร (Inspection and Sampling of the Consignment) เมื่อยื่นใบขอตรวจสอบผลิตภัณฑ์อาหารผ่านตามขั้นตอนที่ 2 แล้วเจ้าหน้าที่จากหน่วยงานกำกับดูแลความปลอดภัยด้านอาหารของอินเดียจะเป็นผู้ตรวจเอกสาร (เจ้าหน้าที่อาจขอเอกสารอย่างอื่นเพิ่มเติม) ทั้งนี้ถ้าหากผ่านการตรวจสอบเรียบร้อยแล้ว เจ้าของผลิตภัณฑ์จะต้องจ่ายค่าธรรมเนียมการตรวจสอบผลิตภัณฑ์ตามจำนวนผลิตภัณฑ์ของกลุ่มตัวอย่างโดยเจ้าหน้าที่กำหนดวันและเวลาสำหรับการตรวจสอบทางกายภาพของผลิตภัณฑ์อาหารซึ่งจะมีการตรวจสอบ ดังต่อไปนี้

- การตรวจสอบทางกายภาพของผลิตภัณฑ์อาหาร เช่น แมลง หรือเชื้อรา
- การตรวจสอบอายุการเก็บรักษาของผลิตภัณฑ์อาหารที่เหลืออยู่ต้องมากกว่าร้อยละ 60 ตามอายุการเก็บรักษาของต้นฉบับผลิตภัณฑ์จากช่วงเวลาการตรวจสอบจากศุลกากร
- การตรวจสอบบรรจุภัณฑ์และการติดฉลากตามข้อบังคับปี 2011 และผลิตภัณฑ์อาหารต้องมีการติดฉลากเฉพาะ
- การติดฉลากและซีลหลังจากผ่านการตรวจสอบแล้ว

หลังการตรวจสอบทางกายภาพเสร็จสิ้น เจ้าหน้าที่ของ FSSAI จะเก็บเอาตัวอย่างของผลิตภัณฑ์จำนวน 2 ตัวอย่างไปตรวจสอบทางวิทยาศาสตร์ ซึ่งตัวอย่างที่ 1 จะถูกส่งไปที่ห้องปฏิบัติการ และตัวอย่างที่ 2 จะถูกเก็บไว้ในสถานที่ที่เหมาะสมเพื่อตรวจสอบซ้ำ (ถ้ามีความต้องการ)

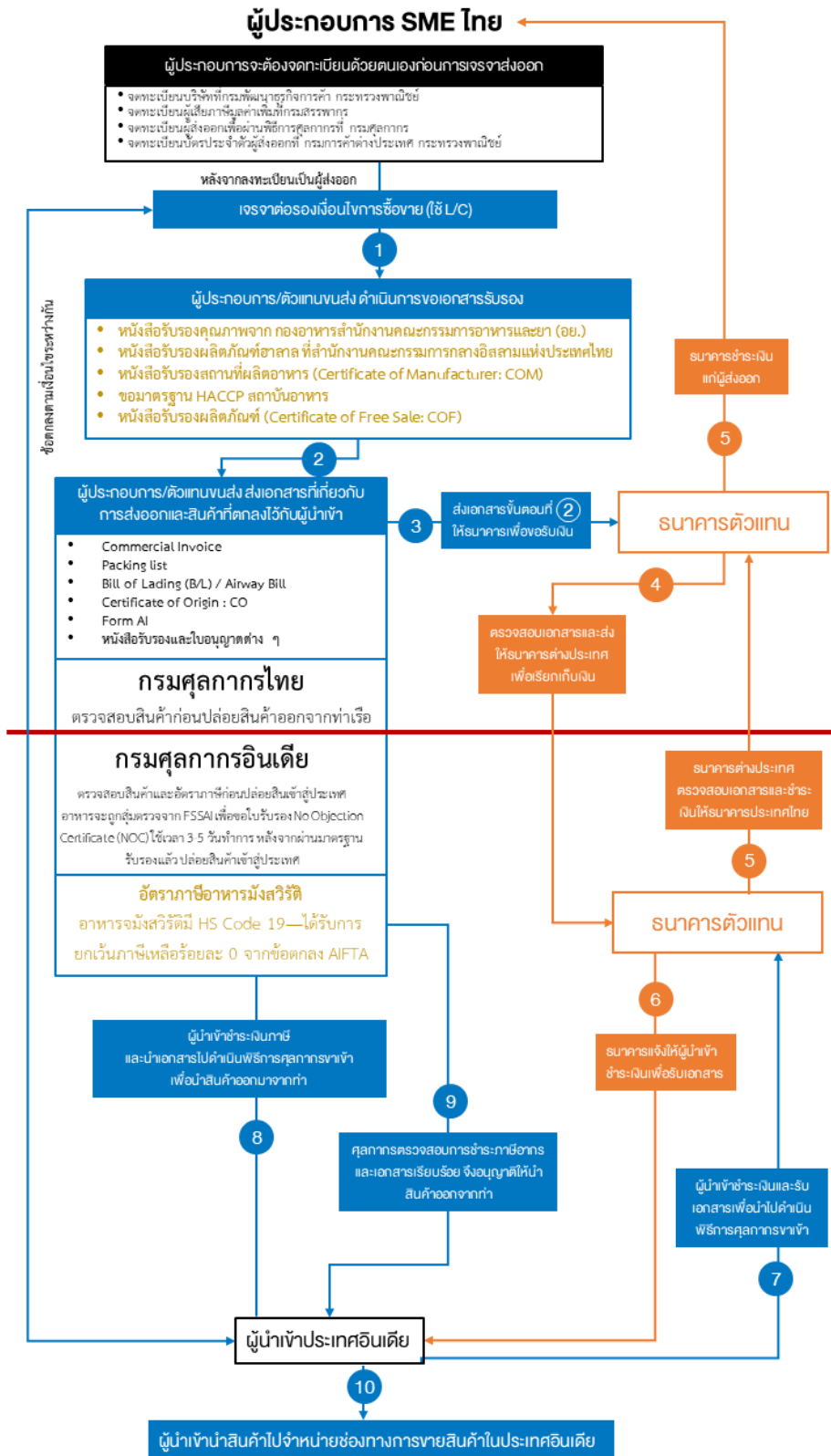
ตัวอย่างผลิตภัณฑ์อาหารนำเข้าจะถูกส่งไปตรวจสอบโดยเจ้าหน้าที่ FSSAI และห้องปฏิบัติการวิจัยจะวิเคราะห์ตามข้อกำหนดของ FSSAI โดยภายในระยะเวลา 5 วัน เจ้าหน้าที่ ฯ จะได้รับการรายงานผลจากห้องปฏิบัติการวิจัยพร้อมกับข้อสรุปความคิดเห็นเกี่ยวกับการตรวจสอบผลิตภัณฑ์ที่เป็นไปตามข้อกำหนดหรือไม่เป็นไปตามข้อกำหนดของ FSSAI

● **ขั้นตอนที่ 4** การได้รับการอนุมัติของผลิตภัณฑ์อาหารเข้ามาในอินเดีย (Approval of Food Product into India) ห้องปฏิบัติการออกใบสรุปรายงานว่าผลิตภัณฑ์อาหารสอดคล้องกับข้อกำหนดของ FSSAI ดังนั้น เจ้าหน้าที่จาก FSSAI จะออกใบรับรอง NOC และใบ NCC ซึ่งหมายถึงผลิตภัณฑ์อาหารผ่านการตรวจสอบเรียบร้อยแล้วทั้งหมด และจะได้รับอนุญาตให้นำผลิตภัณฑ์ทั้งหมดออกจากคลังสินค้าศุลกากรได้เพื่อนำไปจำหน่ายในลำดับต่อไป

หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง : หน่วยงานกำกับดูแลความปลอดภัยด้านอาหารของประเทศอินเดีย (FSSAI) <https://shorturl.asia/ziHs0>

สรุปขั้นตอนการส่งออก

แผนภาพที่ 7 ขั้นตอนการส่งออกสินค้าอาหารมังสวิรัตไปประเทศอินเดีย



ที่มา : คณะที่ปรึกษา (2023)

