

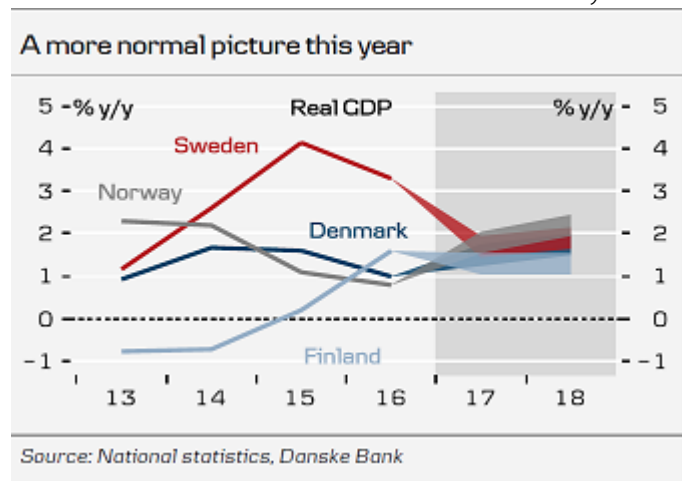
## ข้อมูลการส่งออกเครื่องเทศและสมุนไพรไปยังตลาดกลุ่มประเทศนอร์ดิกส์

### 1. สถานการณ์เศรษฐกิจกลุ่มประเทศนอร์ดิกส์

ธนาคาร Danske Bank เดนมาร์กวิเคราะห์สถานการณ์เศรษฐกิจในกลุ่มประเทศนอร์ดิกส์ในปัจจุบันว่า ในแง่ของวัฏจักรเศรษฐกิจโลกที่เข้าสู่ปี 2560 นั้น สถานการณ์ยังคงอยู่ในแง่บวก ทำให้สถานการณ์เศรษฐกิจในกลุ่มประเทศนอร์ดิกส์มีแนวโน้มฟื้นตัวตามภาวะเศรษฐกิจโลกด้วย ซึ่งแตกต่างจากสภาพเศรษฐกิจปีที่ผ่านมา มาและคาดว่า การเติบโตทางเศรษฐกิจจะอยู่ที่ประมาณร้อยละ 1.3 (ฟินแลนด์) จนไปถึงร้อยละ 1.8 (นอร์เวย์)

ถึงแม้ว่าอัตราการเจริญเติบโตกลุ่มประเทศนอร์ดิกส์จะต่ำกว่าร้อยละ 2 แต่เมื่อเปรียบเทียบกับอัตราการคาดการณ์การเติบโตทางเศรษฐกิจกับประเทศอื่น ๆ ในโลกที่คาดว่าจะลดลงแล้วนั้น สภาพเศรษฐกิจกลุ่มประเทศนอร์ดิกส์ยังถือว่าอยู่ในเกณฑ์ดี คาดว่าการจ้างงานในกลุ่มประเทศนอร์ดิกส์จะเพิ่มมากขึ้น ในขณะที่การลงทุนฟื้นตัวดีขึ้น ซึ่งรวมไปถึงการลงทุนในภาคการขนส่งทางทะเล

ที่มา Danske Bank Nordic Outlook January 2017



### ตารางที่ 1: สถานการณ์เศรษฐกิจกลุ่มประเทศนอร์ดิกส์ และกลุ่มประเทศยูโรโซน 2560 - 2561

ประเทศ	ปี	GDP	การบริโภคภาคเอกชน	การบริโภคสาธารณะ	การลงทุน	ส่งออก	นำเข้า	การว่างงาน
เดนมาร์ก	2560	1.5	1.6	1.0	3.2	2.2	3.4	4.1
	2561	1.8	2.0	0.5	3.7	2.7	3.4	3.9
สวีเดน	2560	1.7	1.5	2.0	1.9	3.5	3.4	-0.7
	2561	1.9	2.0	1.3	2.1	4.1	4.4	-0.5
นอร์เวย์	2560	1.8	2.0	2.0	1.0	1.3	1.9	-
	2561	2.2	2.2	2.3	2.5	1.3	2.3	-
ฟินแลนด์	2560	1.3	0.8	0.0	3.5	3.0	2.5	8.3
	2561	1.3	1.0	0.2	2.5	3.5	3.0	8.0
กลุ่มยูโรโซน	2560	1.5	1.1	1.2	2.7	3.0	3.1	9.5
	2561	1.5	1.1	1.1	3.6	3.6	4.0	9.1

ที่มา Danske Bank Nordic Outlook January 2017

## 2. ข้อมูลด้านการตลาดสินค้าเครื่องเทศและสมุนไพรในตลาดกลุ่มประเทศนอร์ดิกส์

- เนื่องจากพื้นที่กลุ่มประเทศนอร์ดิกส์ที่ตั้งอยู่ในแถบภูมิภาคยุโรปเหนือที่มีอากาศหนาวเย็นปกคลุมเกือบตลอดทั้งปี ทำให้การผลิตของเครื่องเทศและสมุนไพรในกลุ่มประเทศนอร์ดิกส์ถูกจำกัด
- ถึงแม้ว่ากลุ่มประเทศนอร์ดิกส์จะเป็นผู้นำเข้ารายเล็กหากเทียบกับประเทศยุโรปอื่นๆ แต่การนำเข้ามีแนวโน้มเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องทั้งในแง่มูลค่าการนำเข้า และปริมาณ
- กลุ่มประเทศนอร์ดิกส์ยังมีบทบาทสำคัญในการนำเข้า และส่งออกเครื่องเทศและสมุนไพรไปยังประเทศที่สามในภูมิภาคยุโรปอีกด้วย
- การนำเข้าส่วนใหญ่ในกลุ่มประเทศนอร์ดิกส์จะนำเข้าผ่านประเทศอื่นๆ ในสหภาพยุโรป

รายงานฉบับนี้ให้ข้อมูลด้านการตลาดการส่งออกสินค้ากลุ่มเครื่องเทศและสมุนไพรโดยมุ่งเน้นไปยังตลาดกลุ่มประเทศนอร์ดิกส์ (เดนมาร์ก สวีเดน นอร์เวย์ ฟินแลนด์ และไอซ์แลนด์) ครอบคลุมสินค้าดังต่อไปนี้

### ตารางที่ 2: รหัสพิกัดศุลกากรสินค้าเครื่องเทศและสมุนไพร

รหัสพิกัดศุลกากร	สินค้า	รหัสพิกัดศุลกากร	สินค้า
130219	ผลิตภัณฑ์จากพืช (รวมทั้งขมิ้นชัน)	09109190	เครื่องเทศผสม (ยกเว้นเครื่องแกง)
091030	ขมิ้นชัน	09109999	เครื่องเทศอื่นๆ
09042200	พริกในตระกูลไปเปอร์	090412	พริกไทย
09101200	ขิง	09109105	เครื่องเทศผสม (เครื่องแกง)
09052000	วนิลา	09096200	Juniper berries
09072000	กานพลู	09102000	หญ้าฝรั่ง
09062000	อบเชย	09109110	หอมแขก (mixtures of different types of spices (excl. crushed or ground))
09081200	ต้นจันทน์เทศ (nutmeg)	09109939	Thyme
09082200	คทา ดอกจันทน์เทศ (mace)	09083200	กระวาน



ผลิตภัณฑ์ Pukka Herbs: Turmeric Lifekind ที่มีจำหน่ายในตลาดกลุ่มประเทศนอร์ดิกส์

## 2.1 แนวโน้มการบริโภค

- ผู้บริโภคในกลุ่มประเทศนอร์ดิกส์มีความสนใจการบริโภคอาหารต่างประเทศเพิ่มมากขึ้น เช่น อาหารไทย อินเดีย เอเชียตะวันออกเฉียงใต้ อเมริกา และประเทศแถบเมดิเตอร์เรเนียน แนวโน้มนี้สะท้อนให้เห็นถึงการเพิ่มขึ้นของร้านอาหารต่างประเทศที่เพิ่มขึ้นด้วย ทำให้มีความต้องการการนำเข้าเครื่องเทศ และสมุนไพรเข้ามาในธุรกิจการบริการอาหาร และร้านค้าปลีกสำหรับผู้บริโภคที่นิยมการปรุงอาหารด้วยตนเองในครัวเรือน
- จากแนวโน้มการเปลี่ยนแปลงทางสังคมที่อาศัยอยู่คนเดียวในครัวเรือนเพิ่มมากขึ้น ประกอบกับความต้องการบริโภคอาหารที่สะดวกสบาย ทำให้ผลิตภัณฑ์อาหารสำเร็จรูป (Fast food, convenient products & ready – made meals) มีความต้องการมากขึ้น
- นอกจากนี้ กลุ่มผู้บริโภคนอร์ดิกส์นิยมรับประทานอาหารที่สดใหม่ และมีคุณค่าทางโภชนาการมากขึ้น ประกอบกับต้องการความสะดวกสบาย จึงมีความต้องการอาหารที่มีคุณภาพสูง อีกทั้งยังมีความสนใจด้านประเด็นสิ่งแวดล้อม ทำให้กลุ่มสินค้าเกษตรอินทรีย์ สินค้าที่ได้รับการรับรองจากตราสัญลักษณ์ Fairtrade และ functional foods ได้รับความนิยม
- รัฐบาลยังพยายามกระตุ้นการทำเกษตรอินทรีย์ (organic farming) โดยการเพิ่มการบริโภคสินค้าเกษตรอินทรีย์ในภาครัฐบาล เช่น โรงเรียน โรงพยาบาล และห้องอาหารในสถาบันรัฐอื่นๆ อีกด้วย

## 2.2 กลุ่มเป้าหมายตลาด (market segments)

กลุ่มสินค้าเครื่องเทศและสมุนไพรสามารถเข้าได้ 3 ตลาด ได้แก่

- กลุ่มอุตสาหกรรม (Industrial) ซึ่งเครื่องเทศและสมุนไพรจะถูกนำไปประกอบอาหารต่างๆ เช่น เนื้อ ปลา อาหารกระป๋อง ซอส ซุป สินค้าเบเกอรี่ และผลิตภัณฑ์อาหารอื่นๆ
- ตลาดค้าปลีก (retail)
- ตลาดภาคการบริการอาหาร (Catering) ซึ่งถึงแม้จะเป็นตลาดที่เล็กเมื่อเปรียบเทียบกับตลาดอื่นๆ แต่เป็นตลาดที่เติบโตอย่างต่อเนื่อง

## 3. แหล่งวัตถุดิบ: ตัวอย่างสินค้าสมุนไพรขมิ้นชัน (Turmeric)

ขมิ้นชัน (*Curcuma longa/ turmeric*) เป็นพืชที่มีถิ่นกำเนิด และปลูกกันอย่างแพร่หลายในทางตอนใต้ของทวีปเอเชีย และยังปลูกในทวีปอเมริกาอีกด้วย นอกจากประเทศไทยแล้ว ยังมีประเทศอื่นๆ ที่สามารถปลูกขมิ้นชัน และส่งออกมายังยุโรปได้ ได้แก่ อินเดีย ปากีสถาน จีน ไต้หวัน เกาหลีใต้ ญี่ปุ่น อินโดนีเซีย และมาดากัสการ์

รากและเหง้าของขมิ้นชันสามารถนำไปใช้ในอาหาร (เช่น เครื่องเทศ และอาหารเสริมสำหรับสีและกลิ่น) เครื่องสำอาง และผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพ ผลิตภัณฑ์ขมิ้นชันจำหน่ายในหลายรูปแบบในตลาดยุโรป (ดังตารางที่ 3) ผลิตภัณฑ์ขมิ้นชันในรูปแบบ food-grade powder, powder capsules และ high-potency tablets พบมากที่สุดในตลาด นอกจากนี้ ยังมีขมิ้นสดในตลาดสำหรับการปรุงอาหาร

เหง้าจะถูกเก็บรวบรวม ต้ม ทำให้แห้ง และบดเพื่อให้ได้ผงแห้งสีเหลือง ผงนี้จะใช้ในการสร้างสารสกัด ตามมาตรฐานส่วนผสมของขมิ้นชันเพื่อให้ได้จำนวนที่เฉพาะเจาะจงในการนำไปใช้ ซึ่งปกติอยู่ที่ร้อยละ 93 - 95

#### 4. ข้อมูลเชิงลึก

##### 4.1 ช่องทางการค้า

การนำเข้าเครื่องเทศและสมุนไพรโดยตรงจากประเทศกำลังพัฒนาส่วนใหญ่เป็นสินค้าประเภท whole และ un-ground products ในขณะที่การนำเข้าสินค้าประเภทผ่านกระบวนการผลิต (processed and packed spices) มีจำนวนน้อย ช่องทางการนำเข้าเครื่องเทศและสมุนไพรใช้ช่องทางเดียวกัน โดยผ่านผู้นำเข้า และโบรกเกอร์ ซึ่งผู้นำเข้าอาจทำหน้าที่เป็นทั้งผู้ขายส่ง และ/หรือขายปลีกด้วยก็ได้

กลุ่มประเทศนอร์ดิกยังนำเข้าจากประเทศยุโรปอื่นๆ ด้วย เช่น เยอรมนี และเนเธอร์แลนด์ สำหรับสวีเดนนั้น กลุ่มเป้าหมายที่ใหญ่ที่สุดคือ อุตสาหกรรมแปรรูปอาหาร (food-processing industry) ซึ่งสั่งซื้อทั้งจากผู้ผลิตอาหาร (มักจะเป็นประเทศยุโรปอื่นๆ) หรือนำเข้าโดยตรงจากผู้นำเข้า (ส่วนใหญ่คือเยอรมัน หรือเนเธอร์แลนด์) กลุ่มเป้าหมายอื่นๆ เช่น ภาคการค้าปลีก และภาคธุรกิจบริการอาหาร ซึ่งจัดซื้อเครื่องเทศโดยตรงจากผู้ผลิตผลิตภัณฑ์แปรรูป

- **สินค้าเกษตรอินทรีย์**

ผู้ผลิตและผู้ส่งออกเครื่องเทศและสมุนไพรเกษตรอินทรีย์ส่วนใหญ่จัดส่งสินค้าฯ ให้กับผู้ค้าเฉพาะ (specialised traders) ผู้นำเข้า หรือผู้ผลิตอาหาร กลุ่มประเทศนอร์ดิกเป็นกลุ่มที่มีการบริโภคสินค้าเกษตรอินทรีย์มากที่สุดแห่งหนึ่งของโลก จึงเป็นโอกาสที่ดีของผู้ส่งออกในการเข้าถึงช่องทางการค้านี้

- **ช่องทางการค้าปลีก**

การค้าปลีกของกลุ่มเครื่องเทศและสมุนไพรนำโดยซูเปอร์มาร์เก็ต ซึ่งซูเปอร์มาร์เก็ตจำนวนมากจำหน่ายเครื่องเทศและสมุนไพรเกษตรอินทรีย์ ซูเปอร์มาร์เก็ตที่มีขนาดใหญ่จะมีอำนาจซื้อสูง (strong buying power) กลุ่มค้าปลีกขนาดใหญ่ในสวีเดนได้แก่ ICA, COOP และ Axfood ซึ่งครองตลาดกว่า 70% ของยอดขายผลิตภัณฑ์อาหารในสวีเดน กลุ่มค้าปลีกเหล่านี้ยังเป็นผู้จำหน่ายสินค้าเกษตรอินทรีย์ที่สำคัญ โดยซูเปอร์มาร์เก็ตในเครือ COOP เพียงบริษัทเดียวคิดเป็นสัดส่วน 40% ของยอดขายตลาด ตามมาด้วย ICA และ Axfood

#### 4.2 ตัวอย่างการเข้าตลาดสินค้าขมิ้นชัน (Turmeric)

- **ตลาดผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร (Food supplements)**

ในยุโรป ขมิ้นชัน (Curcuma Longa/Turmeric) ได้รับการอนุญาตในผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร ตารางที่ 3 และตารางที่ 4 แสดงภาพรวมของผลิตภัณฑ์ขมิ้นชันที่พบมากในตลาดยุโรปมากที่สุด ตัวอย่างผลิตภัณฑ์ขมิ้นชันที่พบในตลาดเดนมาร์ก เช่น Pukka Herbs: Turmeric Lifekind และ Fortodol S ภายใต้บริษัท A/S Anjo ทั้งนี้ยังไม่พบผลิตภัณฑ์น้ำมันหอมระเหยจากขมิ้นชันในตลาดเดนมาร์ก

ตารางที่ 3: การใช้และการจัดหมวดหมู่ของขมิ้นชันในผลิตภัณฑ์สุขภาพ

ผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร (Food supplements)	เหง้าของขมิ้นชันได้รับอนุญาตในผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร ซึ่งถูกบรรจุไว้ใน BELFRIT และ German national positive lists น้ำมันหอมระเหยจากขมิ้นชันยังถูกบรรจุไว้ใน BELFRIT ด้วย
ผลิตภัณฑ์ยาสมุนไพร (Herbal medicinal products)	ขมิ้นชันได้รับอนุญาตในตลาดยุโรปโดยระบุไว้ใน European Pharmacopoeia monograph #2543: Curcuma longae rhizome ซึ่งสามารถใช้เป็นผลิตภัณฑ์ยาสมุนไพรได้ และได้อธิบายไว้ใน Community Herbal Monograph on Curcuma longa rhizoma For more information on use outside Europe
Chemical Administration Service number	84775-52-0
European Community Number	283-881-2

ถึงแม้ว่าตลาดหลักสำหรับผลิตภัณฑ์สุขภาพในยุโรปจะขึ้นอยู่กับผลิตภัณฑ์ขมิ้นชัน (Curcuma Longa) แต่ก็ยังมีขมิ้นพันธุ์อื่นๆ ที่ได้รับการอนุญาตในผลิตภัณฑ์เสริมอาหารในตลาดยุโรป เช่น Curcuma xanthorrhiza rhizome และ Curcuma zedoaria rhizome

ทั้งนี้ ผู้ผลิตผลิตภัณฑ์เสริมอาหารจะต้องไม่อ้างถึงสรรพคุณการรักษาโรค (Medical claims) ใดๆ ก็ดี คำกล่าวดังต่อไปนี้คือตัวอย่างที่ใช้ในผลิตภัณฑ์เสริมอาหารจากส่วนผสมของขมิ้นชันในตลาดยุโรป

*'... to help overall wellbeing'*

*'... to help maintain joint health'*

*'Supports digestive health'*

*'Turmeric root ... contains the active constituent curcumin'*

*'Turmeric and ginger may help to manage inflammatory responses'*

#### ตารางที่ 4: ผลิตภัณฑ์จากขมิ้นชันที่มีอยู่ทั่วไปในตลาดยุโรป

	ขั้นตอนการผลิตสินค้าที่จำเป็น
ผงดิบ (Crude powder)	-
Food-grade powder	- บด - บรรจุภัณฑ์
แคปซูลผง (Powder capsules)	- บด - Encapsulating - บรรจุภัณฑ์
Pharmaceutical-grade capsules (มักจะขายเป็นผลิตภัณฑ์สมุนไพร)	- การปฏิบัติตามตำรับยา - บด - Encapsulating - บรรจุภัณฑ์
แคปซูล/ยาเม็ดที่มีส่วนผสมของสารสกัดจากขมิ้นชัน	- สกัด - Encapsulating หรือเม็ด - บรรจุภัณฑ์
ยาเม็ดที่บรรจุสมุนไพรในปริมาณสูง: standardised curcumin content (เช่น 95%)	- สกัด - Standardising extract - บรรจุเม็ด - บรรจุภัณฑ์

- **ตลาดผลิตภัณฑ์ยาสมุนไพร (Herbal medicinal products)**

สมุนไพรขมิ้นชันสามารถนำมาใช้ในผลิตภัณฑ์ยาสมุนไพรได้ในตลาดยุโรป ซึ่งรวมไปถึง

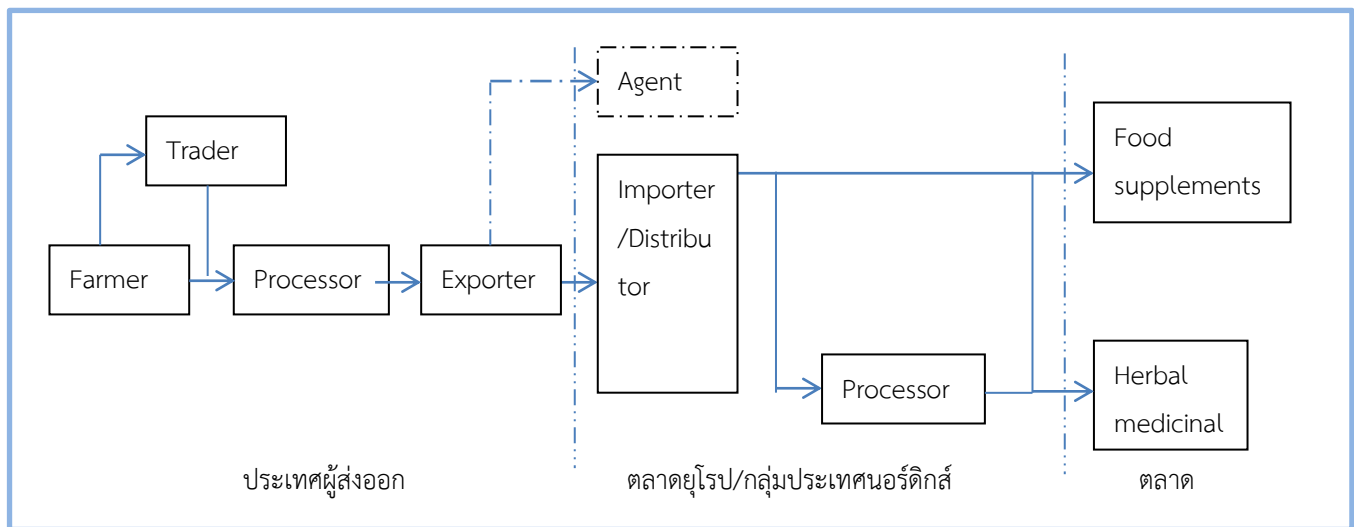
- Powdered *Curcuma longa* herbal substance

- Tincture (extraction solvent ethanol)
- Dry extract (extraction solvent ethanol)

ผลิตภัณฑ์ยาสมุนไพรจากขมิ้นชันจะถูกกำหนดโดย Community Herbal Monograph ตัวอย่างการกล่าวถึง เช่น ‘... increase[s] the bile flow for the relief of symptoms of indigestion (sensation of fullness, flatulence and slow digestion) หากผู้ประกอบการต้องการที่จะเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายตลาดนี้ จะต้องปฏิบัติให้สอดคล้องกับกฎหมายอุตสาหกรรมการแพทย์สมุนไพรของยุโรปอย่างเข้มงวด

ทั้งนี้ หน่วยงาน European Medicines Agency มีหน้าที่พัฒนามาตรฐาน (monograph) ของขมิ้นชัน และ Curcuma xanthorrhiza rhizome ซึ่งพันธุ์ Curcuma xanthorrhiza rhizome นี้สามารถใช้ในผลิตภัณฑ์ยาสมุนไพรได้ ตามสรรพคุณที่กล่าวไว้ว่า: ‘[for] symptomatic treatment of digestive disturbances, such as feelings of fullness, slow digestion and flatulence’. ดังนั้น Curcuma xanthorrhiza rhizome จึงสามารถแข่งขันกับขมิ้นชันได้

### ตัวอย่างช่องทางการค้าผลิตภัณฑ์ขมิ้นชัน



ที่มา Profound/CBI

## 5. กฎระเบียบการเข้าตลาด

ข้อกำหนดที่ผู้ประกอบการจะต้องปฏิบัติตาม ได้แก่ กฎระเบียบการนำเข้า ซึ่งรวมไปถึงฉลาก และระบบการจัดการ ซึ่งขึ้นอยู่กับสิ่งแวดล้อม สุขภาพและความปลอดภัยของผู้บริโภค และผลกระทบต่อสังคม อีกทั้งต้องคำนึงถึงกฎระเบียบที่ไม่ใช่กฎหมาย (non-legislative requirements) ที่ผู้นำเข้าอาจต้องการด้วย ทั้งนี้ กลุ่ม

ประเทศนอร์ดิกส์มีกฎระเบียบการนำเข้าที่เข้มงวดมากที่สุดแห่งหนึ่งของยุโรป เนื่องจากมีมาตรฐานความปลอดภัยด้านอาหารที่สูง จึงอาจมีข้อกำหนดเพิ่มเติมนอกเหนือจากข้อกำหนดของสหภาพยุโรปด้วย

- **กฎระเบียบเฉพาะผลิตภัณฑ์ยาสมุนไพร (herbal medicinal products)**

ผู้ประกอบการที่ส่งออกผลิตภัณฑ์ยาสมุนไพร (รวมทั้งขมิ้นชัน) จะต้องปฏิบัติตามกฎระเบียบ ดังนี้

- European legislation (Directive 2004/24/EC) ที่เกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์ยาสมุนไพรแบบดั้งเดิม (traditional herbal medicinal products)
- การระบุรายละเอียดของคุณภาพ เอกสาร การติดฉลากบรรจุภัณฑ์ และการตรวจสอบย้อนกลับ ตามกฎระเบียบ EudraLex เว็บไซต์ [http://ec.europa.eu/health/documents/eudralex\\_en](http://ec.europa.eu/health/documents/eudralex_en)
- กฎระเบียบการทำการตลาด (marketing authorization) ผลิตภัณฑ์ยาที่ขายในตลาดสหภาพยุโรป เว็บไซต์ [http://exporthelp.europa.eu/thdapp/taxes/show2Files.htm?dir=/requirements&reporterId1=EU&file1=ehir\\_eu14\\_03v001/eu/main/req\\_spmedhu\\_eu\\_010\\_0612.htm&reporterLabel1=EU&reporterId2=NL&file2=ehir\\_n14\\_03v001/nl/main/req\\_spmedhu\\_nl\\_010\\_0612.htm&reporterLabel2=N](http://exporthelp.europa.eu/thdapp/taxes/show2Files.htm?dir=/requirements&reporterId1=EU&file1=ehir_eu14_03v001/eu/main/req_spmedhu_eu_010_0612.htm&reporterLabel1=EU&reporterId2=NL&file2=ehir_n14_03v001/nl/main/req_spmedhu_nl_010_0612.htm&reporterLabel2=N)
- Good Agricultural and Collection Practices (GACP) for raw plant materials ตามกฎระเบียบ European Medicines Agency [http://www.ema.europa.eu/docs/en\\_GB/document\\_library/Scientific\\_guideline/2009/09/WC500003362.pdf](http://www.ema.europa.eu/docs/en_GB/document_library/Scientific_guideline/2009/09/WC500003362.pdf)
- Good Manufacturing Practices (GMP) for extracts or active substances used as starting materials [http://ec.europa.eu/health/sites/health/files/files/eudralex/vol-4/vol4\\_an7\\_2008\\_09\\_en.pdf](http://ec.europa.eu/health/sites/health/files/files/eudralex/vol-4/vol4_an7_2008_09_en.pdf)  
[http://ec.europa.eu/health/sites/health/files/files/eudralex/vol-4/2007\\_09\\_gmp\\_part2\\_en.pdf](http://ec.europa.eu/health/sites/health/files/files/eudralex/vol-4/2007_09_gmp_part2_en.pdf)

- **กฎระเบียบเฉพาะผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร (food supplements)**

ผู้ประกอบการที่ส่งออกผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร (รวมทั้งขมิ้นชัน) จะต้องปฏิบัติตามกฎระเบียบ ดังนี้

- ข้อกำหนดเฉพาะสำหรับผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร ตามกฎระเบียบของ European Commission เว็บไซต์ [http://ec.europa.eu/food/safety/labelling\\_nutrition/supplements\\_en](http://ec.europa.eu/food/safety/labelling_nutrition/supplements_en)
- กฎระเบียบอาหารทั่วไป [http://ec.europa.eu/food/safety/general\\_food\\_law\\_en](http://ec.europa.eu/food/safety/general_food_law_en)
- กฎระเบียบด้านความปลอดภัยอาหาร ได้แก่
- ระดับสารตกค้างสูงสุด (maximum residue levels) เว็บไซต์ [http://exporthelp.europa.eu/thdapp/taxes/show2Files.htm?dir=/requirements&reporterId1=EU&file1=ehir\\_eu14\\_03v001/eu/main/req\\_heapestires\\_eu\\_010\\_1003.htm&reporterLabel1=EU&reporterId2=NL&file2=ehir\\_n14\\_03v001/nl/main/req\\_heapestires\\_nl\\_010\\_1003.htm&reporter](http://exporthelp.europa.eu/thdapp/taxes/show2Files.htm?dir=/requirements&reporterId1=EU&file1=ehir_eu14_03v001/eu/main/req_heapestires_eu_010_1003.htm&reporterLabel1=EU&reporterId2=NL&file2=ehir_n14_03v001/nl/main/req_heapestires_nl_010_1003.htm&reporter)



- สารปนเปื้อนในอาหาร และการปนเปื้อนทางจุลชีววิทยา (การปนเปื้อนกับ ochratoxins, aflatoxins และ Salmonella เป็นปัญหาหลักของสินค้าขมิ้นชันในการเข้าสู่ยุโรป)
 

[http://exporthelp.europa.eu/thdapp/taxes/show2Files.htm?dir=/requirements&reporterId1=EU&file1=ehir\\_eu14\\_03v001/eu/main/req\\_heafacon\\_eu\\_010\\_1010.htm&reporterLabel1=EU&reporterId2=NL&file2=ehir\\_n14\\_03v001/nl/main/req\\_heafacon\\_nl\\_010\\_1010.htm&reporterLabel2](http://exporthelp.europa.eu/thdapp/taxes/show2Files.htm?dir=/requirements&reporterId1=EU&file1=ehir_eu14_03v001/eu/main/req_heafacon_eu_010_1010.htm&reporterLabel1=EU&reporterId2=NL&file2=ehir_n14_03v001/nl/main/req_heafacon_nl_010_1010.htm&reporterLabel2) ข้อมูลเพิ่มเติมดูได้ที่ European Commission RASFF Portal โดยค้นหาคำว่า turmeric
- สุขอนามัยอาหารทั่วไป (HACCP: Hazard Analysis Critical Control Point)
 

[http://exporthelp.europa.eu/thdapp/taxes/show2Files.htm?dir=/requirements&reporterId1=EU&file1=ehir\\_eu14\\_03v001/eu/main/req\\_heanahc\\_eu\\_010\\_0612.htm&reporterLabel1=EU&reporterId2=NL&file2=ehir\\_n14\\_03v001/nl/main/req\\_heanahc\\_nl\\_010\\_0612.htm&reporterLabel2=N](http://exporthelp.europa.eu/thdapp/taxes/show2Files.htm?dir=/requirements&reporterId1=EU&file1=ehir_eu14_03v001/eu/main/req_heanahc_eu_010_0612.htm&reporterLabel1=EU&reporterId2=NL&file2=ehir_n14_03v001/nl/main/req_heanahc_nl_010_0612.htm&reporterLabel2=N)
- extraction solvents: Directive 2009/32/EC
- food irradiation: [http://ec.europa.eu/food/safety/biosafety\\_en](http://ec.europa.eu/food/safety/biosafety_en)
- การตรวจสอบย้อนกลับ
 

[http://exporthelp.europa.eu/thdapp/taxes/show2Files.htm?dir=/requirements&reporterId1=EU&file1=ehir\\_eu14\\_03v001/eu/main/req\\_safefood\\_eu\\_010\\_1303.htm&reporterLabel1=EU&reporterId2=NL&file2=ehir\\_n14\\_03v001/nl/main/req\\_safefood\\_nl\\_010\\_1303.htm&reporterLabel2](http://exporthelp.europa.eu/thdapp/taxes/show2Files.htm?dir=/requirements&reporterId1=EU&file1=ehir_eu14_03v001/eu/main/req_safefood_eu_010_1303.htm&reporterLabel1=EU&reporterId2=NL&file2=ehir_n14_03v001/nl/main/req_safefood_nl_010_1303.htm&reporterLabel2)

หากต้องการข้อมูลภาวะเปรียบเทียบการนำเข้าที่เป็นกฎหมายเพิ่มเติม สามารถติดต่อองค์กร Open Trade Gate Sweden ได้ที่ [www.opentradegate.se](http://www.opentradegate.se) และข้อมูลตลาด CBI <https://www.cbi.eu/market-information/> และ International Trade Center <http://www.intracen.org/itc/market-insider/spices/> และ <http://www.intracen.org/itc/market-insider/medicinal-plants/>

- **กฎระเบียบสำหรับตลาดเฉพาะ (niche markets)**

หากผู้ประกอบการต้องการเข้าสู่ตลาดเฉพาะจะต้องปฏิบัติตามมาตรฐาน และข้อกำหนดด้านสังคมและสิ่งแวดล้อม ดังนี้

- เกษตรอินทรีย์ (organic production)
- การได้รับการรับรองด้านการผลิตอย่างยั่งยืน (sustainable production) เช่น FairWild, FLO Fairtrade, FairForLife, UNCTAD BioTrade Initiative และ Union for Ethical BioTrade
- การปฏิบัติตามกฎระเบียบซัพพลายเออร์ของผู้นำเข้า (supplier codes of conduct)
- มาตรฐาน ISO 26000 ด้านความรับผิดชอบต่อสังคม
- ISO 9001: 2008 (ด้าน health ingredients)

- มาตรฐาน International Featured Standards (IFS) ที่เกี่ยวข้องกับอาหาร (เช่น IFS Food และ IFS Global Markets Food)
- มาตรฐาน ISO 22000 (ความปลอดภัยของอาหาร)
- มาตรฐาน ISO 31000 (การจัดการความเสี่ยง)

นอกจากนี้ คณะกรรมาธิการยุโรปได้ออกกฎหมายใหม่ EU Directive 2014/95/EU (“CSR Directive”) สำหรับการรายงานที่ไม่ใช่ด้านการเงิน ซึ่งบังคับใช้กับบริษัทในยุโรปที่มีขนาดใหญ่ (มากกว่า 500 คน) ซึ่งส่งผลกระทบต่อซัพพลายเออร์ของบริษัทดังกล่าวด้วย โดยมีผลบังคับใช้ตั้งแต่วันที่ 1 มกราคม 2560 บริษัทในยุโรปที่มีขนาดใหญ่จะต้องมีเอกสารด้านความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม (CSR) แสดง ซัพพลายเออร์จึงจะต้องให้ข้อมูลห่วงโซ่อุปทานด้วย



ผลิตภัณฑ์ Tiger Balm จากผู้นำเข้า และตัวแทนจำหน่าย Evolan Pharma AB สวีเดน/ร้านค้าปลีกสินค้ายา  
เครื่องสำอางค์ ผลิตภัณฑ์สมุนไพร Matas ณ กรุงโคเปนเฮเกน

## 6. มาตรการด้านภาษี

อัตราภาษีกลุ่มสินค้าเครื่องเทศและสมุนไพรที่ส่งออกจากไทยมายังกลุ่มสหภาพยุโรปอยู่ที่อัตราร้อยละ 0 – 12.5 ดังตารางด้านล่าง (ข้อมูล ณ วันที่ 24 มกราคม 2560) ทั้งนี้ สามารถดูข้อมูลล่าสุดได้ที่ European Commission Trade Export Helpdesk <http://exporthelp.europa.eu>

### ตารางที่ 5: อัตราภาษีการนำเข้าในกลุ่มประเทศสมาชิกสหภาพยุโรป

รหัสพิกัดศุลกากร	สินค้า	อัตราภาษีนำเข้า(ร้อยละ)
13021970	ผลิตภัณฑ์จากพีช (รวมทั้งขมิ้นชัน)	0
09103000	ขมิ้นชัน	0
0904220090	พริกในตระกูลโปเปอร์	5
09101200	ขิง	0
0905200000	วนิลา	6
0907200000	กานพลู	8
0906200000	อบเชย	0
0908120000	ต้นจันทน์เทศ (nutmeg)	0
0908220000	คทา ดอกจันทน์เทศ (mace)	0
0908320000	กระวาน	0
0910919000	เครื่องเทศผสม (ยกเว้นเครื่องแกง)	12.5
0910999900	เครื่องเทศอื่นๆ	12.5
0904120000	พริกไทย	4
0910910500	เครื่องเทศผสม (เครื่องแกง)	0
0909620000	Juniper berries	0
0910200000	หญ้าฝรั่ง	N/A
0910911000	หอมแขก (mixtures of different types of spices (excl. crushed or ground))	0
0910993900	Thyme	8.5

ที่มา European Commission Trade Export Helpdesk 24 มกราคม 2560

### ตารางที่ 6: อัตราภาษีมูลค่าเพิ่มในกลุ่มประเทศนอร์ดิกส์ (หน่วย: ร้อยละ)

ประเทศ	อัตราภาษีมูลค่าเพิ่มกลุ่มสินค้าทั่วไป	อัตราภาษีมูลค่าเพิ่มกลุ่มสินค้าอาหาร
เดนมาร์ก	25	25
สวีเดน	25	12
นอร์เวย์	25	15
ฟินแลนด์	24	14
ไอซ์แลนด์	24	11

## 7. การนำเข้าสินค้าเครื่องเทศและสมุนไพรในกลุ่มประเทศนอร์ดิกส์

ในช่วงเดือนมกราคม – ตุลาคม 2559 เดนมาร์กเป็นประเทศที่นำเข้ากลุ่มสินค้าเครื่องเทศและสมุนไพรมากที่สุดจำนวน 7,702 ตัน รองลงมาได้แก่ สวีเดน (4,641 ตัน) ฟินแลนด์ (945 ตัน) นอร์เวย์ (851 ตัน) และ ไอซ์แลนด์ (48 ตัน) โดยไทยส่งสินค้าออกไปยังเดนมาร์กปริมาณมากที่สุดจำนวน 81 ตัน รองลงมาได้แก่ สวีเดน (23 ตัน) นอร์เวย์ (9 ตัน) ไอซ์แลนด์ (3 ตัน) และฟินแลนด์ ทั้งนี้ สินค้าที่กลุ่มประเทศนอร์ดิกส์นำเข้าจากทั่วโลกมากที่สุด คือ 09109999: เครื่องเทศอื่นๆ (Spices, crushed or ground not elsewhere specified) จำนวน 5,741 ตัน รองลงมา ได้แก่ 09042200: พริกในตระกูลไปเปอร์ จำนวน 2,802 ตัน และ 09109190: เครื่องเทศผสม (ยกเว้นเครื่องแกง) จำนวน 2,050 ตัน สินค้าที่มีอัตราการนำเข้าเติบโตในทุกตลาดได้แก่ 09042200: พริกในตระกูลไปเปอร์ 09109190: เครื่องเทศผสม (ยกเว้นเครื่องแกง) และ 09109939: Thyme ดังรายละเอียดในตารางถัดไป



ผลิตภัณฑ์เสริมอาหารที่มีส่วนผสมของ Turmeric ตรา Fortodol S ที่พบในตลาดเดนมาร์กภายใต้บริษัท A/S Anjo



ร้าน Specialty stores Helsam Urte huset และ Helsemin ที่จำหน่ายสินค้าเพื่อสุขภาพในกรุงโคเปนเฮเกน

ตารางที่ 7: สถิติการนำเข้าเครื่องเทศและสมุนไพรในกลุ่มประเทศนอร์ดิกส์ (มกราคม – ตุลาคม 2559)

ประเทศผู้นำเข้า	ปริมาณการนำเข้า จากทั่วโลก (ตัน)	ร้อยละการ เปลี่ยนแปลง	ปริมาณการนำเข้า จากไทย (ตัน)	ร้อยละการ เปลี่ยนแปลง	ประเทศ ผู้ส่งออกหลัก
สินค้า/รหัสพิกัดศุลกากร 130219: ผลิตภัณฑ์จากพืช (รวมทั้งขมิ้นชัน)					
เดนมาร์ก	531	+25	79	+72	สหรัฐอเมริกา
สวีเดน	156	-51	-	-	จีน
นอร์เวย์	102	+56	5	+48	อิตาลี
ฟินแลนด์	38	+72	-	-	สวีเดน
ไอซ์แลนด์	3	+382	-	-	เดนมาร์ก
สินค้า/รหัสพิกัดศุลกากร 091030: ขมิ้นชัน					
เดนมาร์ก	117	+17	0	-100	อินเดีย
สวีเดน	161	+5	0	+200	อินเดีย
นอร์เวย์	36	-4	1	+890	อินเดีย
ฟินแลนด์	61	+1	0	-	เนเธอร์แลนด์
ไอซ์แลนด์	6	+1	1	-9	อินเดีย
สินค้า/รหัสพิกัดศุลกากร 09042200: พริกในตระกูลไปเปอร์					
เดนมาร์ก	539	+39	-	-	สเปน
สวีเดน	1,766	+10	9	∞	สเปน
นอร์เวย์	181	+25	1	+278	สเปน
ฟินแลนด์	306	+7	-	-	สเปน
ไอซ์แลนด์	10	+26	0	-15	สเปน
สินค้า/รหัสพิกัดศุลกากร 09101200: ขิง					
เดนมาร์ก	96	-25	0	-62	เยอรมันนี
สวีเดน	237	+27	7	+942	เนเธอร์แลนด์
นอร์เวย์	36	+7	2	+168	อินเดีย
ฟินแลนด์	41	+5	0	-	เนเธอร์แลนด์
ไอซ์แลนด์	1	-43	0	-	เยอรมันนี
สินค้า/รหัสพิกัดศุลกากร 09109105: เครื่องเทศผสม (เครื่องแกง)					
เดนมาร์ก	143	+18	0	-88	อินเดีย
สวีเดน	37	-3	3	-13	เนเธอร์แลนด์
นอร์เวย์	-	-	-	-	-
ฟินแลนด์	151	+15	0	-100	ออสเตรีย
ไอซ์แลนด์	-	-	-	-	-
สินค้า/รหัสพิกัดศุลกากร 09109190: เครื่องเทศผสม (ยกเว้นเครื่องแกง)					
เดนมาร์ก	539	+23	2	+53	สวีเดน
สวีเดน	1,140	+14	1	-52	สเปน
นอร์เวย์	233	+6	0	+185	เยอรมันนี
ฟินแลนด์	138	+49	0	-100	ออสเตรีย
ไอซ์แลนด์	-	-	-	-	-

ประเทศผู้นำเข้า	ปริมาณการนำเข้า จากทั่วโลก (ตัน)	ร้อยละการ เปลี่ยนแปลง	ปริมาณการนำเข้า จากไทย (ตัน)	ร้อยละการ เปลี่ยนแปลง	ประเทศ ผู้ส่งออกหลัก
สินค้า/รหัสพิกัดศุลกากร 09109999: เครื่องเทศอื่นๆ (Spices, crushed or ground not elsewhere specified)					
เดนมาร์ก	5,220	+17	0	-97	สหราชอาณาจักร
สวีเดน	481	+5	2	+5	เบลเยียม
นอร์เวย์	-	-	-	-	-
ฟินแลนด์	40	-2	0	-25	สวีเดน
ไอซ์แลนด์	-	-	-	-	-
สินค้า/รหัสพิกัดศุลกากร 09052000: วนิลา					
เดนมาร์ก	16	-27	-	-	เยอรมันนี
สวีเดน	18	+20	-	-	แอฟริกาใต้
นอร์เวย์	1	+15	0	0	มาดากาสกา
ฟินแลนด์	2	+340	-	-	ฝรั่งเศส
ไอซ์แลนด์	12	+943	-	-	สหรัฐอเมริกา
สินค้า/รหัสพิกัดศุลกากร 09072000: กานพลู					
เดนมาร์ก	18	-7	-	-	เนเธอร์แลนด์
สวีเดน	92	+5	-	-	เนเธอร์แลนด์
นอร์เวย์	10	+16	-	-	Comoros
ฟินแลนด์	5	+2	-	-	เวียดนาม
ไอซ์แลนด์	1	+44	-	-	มาดากาสกา
สินค้า/รหัสพิกัดศุลกากร 09062000: อบเชย					
เดนมาร์ก	245	-13	0	-100	เนเธอร์แลนด์
สวีเดน	179	-13	0	-	เนเธอร์แลนด์
นอร์เวย์	101	+11	-	-	อินโดนีเซีย
ฟินแลนด์	142	+12	-	-	อินโดนีเซีย
ไอซ์แลนด์	12	+2	-	-	เนเธอร์แลนด์
สินค้า/รหัสพิกัดศุลกากร 09081200: ต้นจันทน์เทศ (nutmeg)					
เดนมาร์ก	34	+79	-	-	อินโดนีเซีย
สวีเดน	45	+11	-	-	เนเธอร์แลนด์
นอร์เวย์	23	-17	-	-	อินเดีย
ฟินแลนด์	4	+20	-	-	เวียดนาม
ไอซ์แลนด์	1	-30	-	-	เนเธอร์แลนด์
สินค้า/รหัสพิกัดศุลกากร 09082200: คทา ดอกจันทน์เทศ (mace)					
เดนมาร์ก	11	+205	-	-	เยอรมันนี
สวีเดน	1	+30	-	-	เนเธอร์แลนด์
นอร์เวย์	5	-9	-	-	เนเธอร์แลนด์
ฟินแลนด์	-	-	-	-	สหราชอาณาจักร
ไอซ์แลนด์	0	-59	-	-	เยอรมันนี

ประเทศผู้นำเข้า	ปริมาณการนำเข้า จากทั่วโลก (ตัน)	ร้อยละการ เปลี่ยนแปลง	ปริมาณการนำเข้า จากไทย (ตัน)	ร้อยละการ เปลี่ยนแปลง	ประเทศ ผู้ส่งออกหลัก
สินค้า/รหัสพิกัดศุลกากร 09083200: กระวาน					
เดนมาร์ก	34	+73	-	-	เยอรมันนี
สวีเดน	68	+9	-	-	เนเธอร์แลนด์
นอร์เวย์	112	+10	-	-	เนเธอร์แลนด์
ฟินแลนด์	4	-32	-	-	สหราชอาณาจักร
ไอซ์แลนด์	0	-48	-	-	เยอรมันนี
สินค้า/รหัสพิกัดศุลกากร 09096200: Juniper berries					
เดนมาร์ก	66	+35	-	-	เยอรมันนี
สวีเดน	63	-7	-	-	เยอรมันนี
นอร์เวย์	11	-22	-	-	สวีเดน
ฟินแลนด์	2	-17	-	-	สหราชอาณาจักร
ไอซ์แลนด์	2	+8	-	-	สเปน
สินค้า/รหัสพิกัดศุลกากร 09102000: หญ้าฝรั่ง					
เดนมาร์ก	15	+837	-	-	สเปน
สวีเดน	11	+24	-	-	สเปน
นอร์เวย์	0	+7	-	-	อิหร่าน
ฟินแลนด์	0	-	-	-	ออสเตรีย
ไอซ์แลนด์	0	-36	-	-	ซีเรีย
สินค้า/รหัสพิกัดศุลกากร 09109110: หอมแขก (mixtures of different types of spices (excl. crushed or ground))					
เดนมาร์ก	48	-19	-	-	เยอรมันนี
สวีเดน	65	+177	-	-	เนเธอร์แลนด์
นอร์เวย์	-	-	-	-	-
ฟินแลนด์	0	-100	-	-	เดนมาร์ก
ไอซ์แลนด์	-	-	-	-	-
สินค้า/รหัสพิกัดศุลกากร 09109939: Thyme					
เดนมาร์ก	30	+1	-	-	เยอรมันนี
สวีเดน	121	+48	-	-	ซีเรีย
นอร์เวย์	-	-	-	-	-
ฟินแลนด์	11	+63	-	-	เยอรมันนี
ไอซ์แลนด์	-	-	-	-	-

ทั้งนี้ตลาดขมิ้นชันทั่วโลกถูกขับเคลื่อนโดยการใช้งานจากผลิตภัณฑ์เสริมอาหารสมุนไพร (Herbal food supplements) ซึ่งกลุ่มผลิตภัณฑ์นี้เป็นส่วนแบ่งตลาดใหญ่ที่สุดของตลาดขมิ้นชันทั่วโลก คาดว่าตลาดขมิ้นชันยุโรปจะเติบโตที่ร้อยละ 17 จากปี 2558 – 2565 ซึ่งยุโรปเป็นตลาดใหญ่อันดับที่ 2 รองจากทวีปอเมริกาเหนือ

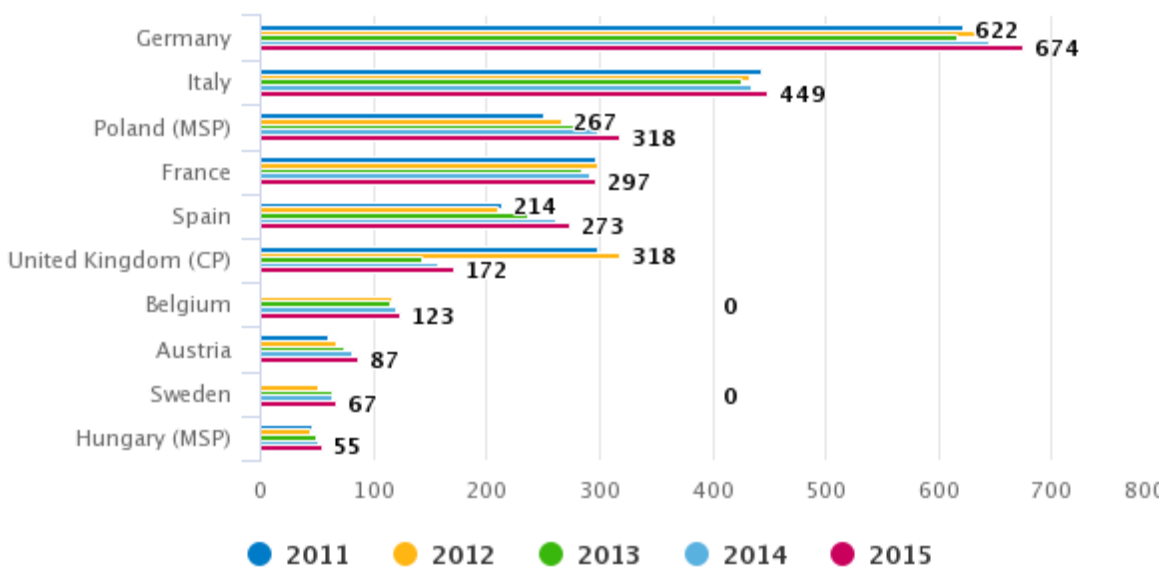
## 8. บทวิเคราะห์/ข้อเสนอแนะ

### 8.1 โอกาสและความท้าทายในตลาดกลุ่มประเทศนอร์ดิกส์

- + ตลาดผลิตภัณฑ์เสริมอาหารยุโรปคาดว่าจะเติบโตร้อยละ 9.5 จากปี 2558 – 2563
  - + จากแนวโน้มผู้บริโภคที่สนใจการรักษาสุขภาพ ทำให้มีความต้องการผลิตภัณฑ์สมุนไพรและไขมันชั้นเพิ่มขึ้นด้วย เพื่อป้องกันและรักษาโรค เช่น การเพิ่มส่วนผสมลงไปในการ
  - + ความต้องการการบริโภคผลิตภัณฑ์ที่สนับสนุนระบบภูมิคุ้มกัน (immune health supplements) และ ผลิตภัณฑ์สุขภาพที่ช่วยด้านทางเดินอาหาร (digestive health supplements) ในกลุ่มผู้บริโภคยุโรป และกลุ่มประเทศนอร์ดิกส์เพิ่มมากขึ้น ทำให้เป็นโอกาสสำหรับผลิตภัณฑ์เสริมอาหารไขมันชั้น ซึ่งการบริโภคจะขึ้นอยู่กับคุณสมบัติการต้านอนุมูลอิสระของไขมันชั้น
  - + การบริโภคเครื่องเทศและสมุนไพรมีการเติบโตอย่างต่อเนื่อง เนื่องจากความสนใจในการบริโภคผลิตภัณฑ์อาหารที่สะดวกสบาย อาหารจากต่างประเทศ อาหารเพื่อสุขภาพ (convenience, ethnic and healthy food) ทำให้เป็นโอกาสดีสำหรับผู้ส่งออกสินค้าเครื่องเทศและสมุนไพร โดยเฉพาะกลุ่มเครื่องเทศผสมที่มีอัตราการเติบโตอย่างแข็งแกร่งและมั่นคง
  - + โอกาสการเจาะตลาดกลุ่มสินค้าเกษตรอินทรีย์ และ Fairtrade ที่มีอัตราการเติบโตที่สูงมากเมื่อเทียบกับประเทศอื่นๆ ในยุโรป
  - + กลุ่มประเทศนอร์ดิกส์นำโดยเดนมาร์ก และสวีเดนนอกจากจะนำเข้าเพื่อการบริโภคภายในประเทศแล้ว ยังทำหน้าที่เป็นผู้ส่งออกไปยังประเทศยุโรปอื่นๆ อีกด้วย จึงเป็นช่องทางตลาดอีกแห่งหนึ่งที่น่าสนใจสำหรับผู้ส่งออก
  - + กลุ่มสินค้าที่มีอัตราการนำเข้าเพิ่มสูงขึ้นอย่างต่อเนื่องในตลาดนี้ ได้แก่ 130219: ผลิตภัณฑ์จากพืช (รวมทั้งไขมันชั้น) 091030: ไขมันชั้น 09042200: พริกในตระกูลไปเปอร์ 09109190: เครื่องเทศผสม (ยกเว้นเครื่องแกง) 09072000: กานพลู 09081200: ต้นจันทน์เทศ (nutmeg)
- % ความเข้มงวดของกฎระเบียบการนำเข้าของยุโรปทำให้ผู้ส่งออกต้องยกระดับมาตรฐานเพื่อให้สามารถเข้าตลาดนี้ได้ เช่น คณะกรรมาธิการยุโรปได้ออกกฎหมายใหม่ EU Directive 2014/95/EU (“CSR Directive”) สำหรับการรายงานที่ไม่ใช่ด้านการเงิน ซึ่งบังคับใช้กับบริษัทในยุโรปที่มีขนาดใหญ่ (มากกว่า 500 คน) ซึ่งส่งผลกระทบต่อซัพพลายเออร์ของบริษัทดังกล่าวด้วย โดยมีผลบังคับใช้ตั้งแต่วันที่ 1 มกราคม 2560 บริษัทในยุโรปที่มีขนาดใหญ่จะต้องมีเอกสารด้านความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม (CSR) แสดง ซัพพลายเออร์จึงจะต้องให้ข้อมูลห่วงโซ่อุปทานด้วย



## ตลาดสินค้าสุขภาพทางเดินอาหาร (digestive health product) ที่ใหญ่ที่สุด 10 ประเทศแรกในยุโรป



Source: AESGP

ที่มา CBI, AESGP, 2016

### 8.2 แนวโน้มการบริโภค

เนื่องจากภาวะเป็ยบของสหภาพยุโรปที่เข้มงวดมาก และมีมาตรฐานที่สูง จึงเป็นอุปสรรคหนึ่งของผู้ส่งออกในการส่งออกผลิตภัณฑ์เครื่องเทศและสมุนไพร

บริษัทซูเปอร์มาร์เก็ตขนาดใหญ่ที่มีหลายบริษัทในเครือมีอำนาจซื้อสูง จึงมีแรงดันด้านราคาสินค้า และบริษัทซูเปอร์มาร์เก็ตเหล่านี้มีแนวโน้มความต้องการสินค้าเครื่องเทศและสมุนไพรภายใต้แบรนด์ของตนเอง (private labels) มากขึ้น

ในตลาดค้าปลีก คุณภาพสินค้ามีความสำคัญมาก บริษัทค้าปลีกขนาดใหญ่ดำเนินการสั่งซื้อสินค้าโดยตรงกับผู้ผลิตเพื่อที่จะควบคุมและรับประกันคุณภาพเอง

### 8.3 การหาคู่ค้าที่เหมาะสม

การหาคู่ค้าในกลุ่มประเทศนอร์ดิกส์เป็นไปลักษณะเดียวกันกับกลุ่มประเทศยุโรปอื่นๆ กล่าวคือ ผู้ซื้อและผู้ผลิตสินค้ามักจะพบปะเจรจาการค้าที่งานแสดงสินค้า โดยเฉพาะอย่างยิ่ง BioFach ที่มีบทบาทสำคัญสำหรับสินค้าเครื่องเทศและสมุนไพรเกษตรอินทรีย์ นอกจากนี้ยังมีงาน THAIFEX, ANUGA, SIAL, FI Europe และ Natural Products Scandinavia และ Nordic Organic Food Fair ที่ผู้นำเข้ามักเดินทางไปเข้าเยี่ยมชมงานแสดงสินค้าและจัดทำคำสั่งซื้อ

## ตาราง 8: งานแสดงสินค้าที่เกี่ยวข้องกับสินค้าเครื่องเทศและสมุนไพรในกลุ่มประเทศนอร์ดิกส์

งานแสดงสินค้า	กำหนดการ	เมือง/ประเทศ	เว็บไซต์
Stockholm Food & Wine	10 – 13 พฤศจิกายน 2560	สตอกโฮล์ม สวีเดน	<a href="http://www.sthlmfoodandwine.se/summary-in-english">www.sthlmfoodandwine.se/summary-in-english</a>
Natural Products Scandinavia 2017 และ Nordic Organic Food 2017	15 – 16 พฤศจิกายน 2560	มัลโม สวีเดน	www.naturalproductsscandinavia.com www.nordicorganicexpo.com
Turku Food and Wine Fair 2017	6 – 8 ตุลาคม 2560	ฟินแลนด์	<a href="http://www.turunmessukeskus.fi/en/event/turku-food-and-wine-fair/">www.turunmessukeskus.fi/en/event/turku-food-and-wine-fair/</a>
Foodexpo 2018	18 – 20 มีนาคม 2561	Herning เดนมาร์ก	www.uk.foodexpo.dk
Gastronord	24 – 27 เมษายน 2561	สตอกโฮล์ม	<a href="http://www.gastronord.se">http://www.gastronord.se</a>

นอกจากนี้ การติดต่อกับบริษัทผู้นำเข้าโดยตรงสามารถทำได้เช่นเดียวกัน ทั้งนี้ การเขียนอีเมลถึงผู้ซื้อครั้งแรกเพื่อแนะนำบริษัท และสินค้าถือเป็นก้าวแรกที่สำคัญมาก เนื่องจากปริมาณอีเมลที่ผู้ซื้อได้รับจดหมายจากบริษัทซัพพลายเออร์ทั่วโลกมากมายมหาศาล การเขียนอีเมลที่สั้น กระชับ ได้ใจความ จึงมีความสำคัญ ควรมีข้อมูลที่ครบถ้วน เช่น วัตถุประสงค์การติดต่อ ข้อมูลการติดต่อบริษัท ที่อยู่ อีเมล เว็บไซต์ (ถ้ามี) ชื่อผู้ติดต่อ/ผู้รับผิดชอบ Company profile รูปถ่ายสินค้า ข้อมูลสินค้า และสิ่งที่ต้องการจากลูกค้า/คำถาม/การตอบกลับ ฯลฯ การจัดทำเว็บไซต์ของตนให้ดูน่าเชื่อถือถือเป็นอีกปัจจัยหนึ่งที่สำคัญในการเปิดประตูการค้า

### 8.4 การเข้าตลาดผ่านงานแสดงสินค้าในกลุ่มประเทศนอร์ดิกส์

งานแสดงสินค้าจากธรรมชาติ และผลิตภัณฑ์อาหารเกษตรอินทรีย์ Natural Products Scandinavia 2016 และ Nordic Organic Food Fair 2016 ที่จัดขึ้นระหว่างวันที่ 16 - 17 พฤศจิกายน 2559 ณ ศูนย์การแสดงสินค้า Malmömessan เมืองเมลโม ประเทศสวีเดน ได้ประกาศผลรางวัล Natural & Organic Awards Scandinavia 2016 ในสาขาต่างๆ เช่น ผลิตภัณฑ์อาหารและเครื่องดื่มจากธรรมชาติและเกษตรอินทรีย์ (natural and organic food and drink) ผลิตภัณฑ์จากสมุนไพร ผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพ ความงาม เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม และผลิตภัณฑ์ดูแลตนเอง (self-care products) โดยผลิตภัณฑ์ Pukka Herbs: Turmeric Lifekind ได้ผ่านเข้ารอบสุดท้ายในการประกาศรางวัลประเภท Best New Health & Nutrition Product ด้วย

ทั้งนี้ สังเกตได้ว่า ผลงานสินค้าใหม่ๆ ที่ได้รับรางวัลภายในงานฯ เป็นกลุ่มสินค้าที่มีศักยภาพในการเข้าตลาดกลุ่มประเทศนอร์ดิกส์ กล่าวคือ เป็นสินค้าที่เกิดจากแนวโน้มการนิยมบริโภคสิ่งที่มีประโยชน์ต่อร่างกาย รวมไปถึงสินค้าเกษตรอินทรีย์ ผู้ประกอบการ ผู้นำเข้า ร้านค้าปลีก ร้านค้าส่งหันมาให้ความสำคัญต่อสินค้ากลุ่มนี้เพิ่ม

มากขึ้น โดยในปี 2559 สินค้าสุขภาพ และความงามในตลาดนอร์ดิกส์ (เดนมาร์ก สวีเดน ฟินแลนด์ และนอร์เวย์ ไม่รวมไอซ์แลนด์) ประมาณการณ์ว่ามีมูลค่าประมาณ 13 พันล้านเหรียญสหรัฐ นอกจากการมองหาผู้ค้า/ผู้นำเข้า ภายในงานแสดงสินค้าในต่างประเทศแล้ว การเข้าร่วมงานแสดงสินค้าจึงเป็นโอกาสดีในการเปิดตัวสินค้าใหม่ๆ และรับทราบแนวโน้ม และความต้องการของตลาดเพื่อนำข้อมูลไปพัฒนาสินค้าต่อไป

## 8.5 ข้อเสนอแนะอื่นๆ

ความสัมพันธ์ระหว่างผู้นำเข้าและผู้ส่งออกส่วนผสมจากธรรมชาติสำหรับผลิตภัณฑ์สุขภาพเปลี่ยนแปลงไปในปัจจุบัน เช่น ต้องการเอกสารเพิ่มมากขึ้น และมีการเจรจาต่อรองเงื่อนไขการชำระเงินสินค้าเกษตรอินทรีย์ และสินค้าที่เป็นธรรม (fair-trade products) เพิ่มมากขึ้น โดยมีเคล็ดลับที่ผู้ส่งออกไทยต้องให้ความสำคัญเพื่อช่วยในการทำธุรกิจกับผู้ซื้อในกลุ่มประเทศนอร์ดิกส์ได้ อาทิ ศึกษาแนวทางและกฎหมายกลุ่มประเทศนอร์ดิกส์ กำหนดการนำเสนอสินค้าที่ชัดเจนและเฉพาะเจาะจง พิจารณาโครงสร้างพื้นฐานและระบบการขนส่ง เช่น ระบบการขนส่งอย่างยั่งยืน (Sustainable logistics) กำหนดราคาอย่างโปร่งใสและตามความเป็นจริง ใช้เทคโนโลยีที่ทันสมัยในการเก็บรวบรวมข้อมูลและผลิต กำหนดข้อตกลงการค้าที่ชัดเจน สนับสนุนภาพลักษณ์ของบริษัทที่แข็งแกร่ง มุ่งสู่นวัตกรรม แจ้งข้อมูลอย่างชัดเจน และสามารถตรวจสอบที่มาของส่วนผสมได้ และให้ข้อมูลและเอกสารที่ชัดเจนและเพียงพอ

## 9. แหล่งข้อมูลที่เป็นประโยชน์

European Commission: Trade: Export Helpdesk <http://exporthelp.europa.eu>

ข้อมูลเกี่ยวกับการตลาดอาหารอินทรีย์เดนมาร์ก <http://okologi.dk/> <http://en.mfvm.dk/> <http://organicdenmark.com/>

ข้อมูลเกี่ยวกับการตลาดอาหารอินทรีย์สวีเดน Krav - <http://www.krav.se>

ข้อมูลเกี่ยวกับการตลาดอาหารอินทรีย์นอร์เวย์ Debio <http://www.debio.no/information-in-english>

ฐานข้อมูลสถิติ FAOSTAT <http://www.fao.org/>

ผู้ผลิตอาหาร SFK Food A/S - <http://www.sfkfood.dk> - processor

AB Norrvea - <http://www.nordarom.se> - flavours and colorants

Coop Sverige AB - <http://www.coop.se> - retailer

ICA Sverige AB - <http://www.ica.se> - retailer

Santa Maria AB - <http://www.santamariaworld.com> - food processor

Axfood - <http://www.axfood.se> - food wholesaler and retailer

International Trade Center [www.intracen.org](http://www.intracen.org)

Statistics Sweden [www.scb.se](http://www.scb.se)

ฐานข้อมูล on-line บริษัทเกี่ยวข้องกับสินค้าเครื่องเทศและสมุนไพร

EUROPAGES - [www.europages.com](http://www.europages.com)

HerbImporters.com - <http://www.herbimporters.com>

Organic-market.info - <http://www.organic-market.info> - นิตยสารการค้าสินค้าเกษตรอินทรีย์ออนไลน์

IngrIDnet - <http://www.ingridnet.com>

The Swedish Food Federation <http://www.livsmedelsforetagen.se/in-english/>

Swedish Food and Drink Retailers Federation (SDH) <http://www.svenskdagligvaruhandel.se/>

สำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ ณ กรุงโคเปนเฮเกน | กุมภาพันธ์ 2560