

## ตลาดอาหารเฉพาะกลุ่มศาสนา...โอกาสเปิดกว้างในฝรั่งเศส

ฝรั่งเศสเป็นตลาดส่งออกอาหารสำคัญแห่งหนึ่งของไทย สินค้าอาหารที่ไทยส่งออกไปฝรั่งเศสมากที่สุด คือ อาหารทะเลกระป๋องและแปรรูป ผักและผลไม้ ข้าว ปลาสดแช่เย็นแช่แข็ง และกุ้งสดแช่เย็นแช่แข็ง อย่างไรก็ตาม ตลาดสินค้าอาหารดังกล่าวสำหรับผู้บริโภคทั่วไปมีการแข่งขันรุนแรงขึ้นมาก การหันไปเจาะตลาดอาหารเฉพาะทาง (Niche Market) โดยเฉพาะอาหารสำหรับผู้บริโภคเฉพาะกลุ่มศาสนา จึงเป็นอีกทางเลือกหนึ่งที่ผู้ส่งออกอาหารของไทยสามารถขยายตลาดในฝรั่งเศสได้ เนื่องจากเป็นสินค้าที่มีศักยภาพสูงในการเติบโตตามความต้องการบริโภคจากผู้บริโภคเฉพาะกลุ่มศาสนาและผู้บริโภคกลุ่มอื่น ๆ ที่มีแนวโน้มเพิ่มขึ้นตามลำดับ

อาหารสำหรับผู้บริโภคเฉพาะกลุ่มศาสนาที่น่าสนใจ มีดังนี้

- **อาหารโคเชอร์ (Kosher Food) :** ฝรั่งเศสเป็นศูนย์กลางตลาดอาหารโคเชอร์ (อาหารที่ชาวยิวผู้นับถือศาสนาญูดายสามารถรับประทานได้) ที่สำคัญใน EU ด้วยมูลค่าตลาด 549 ล้านดอลลาร์สหรัฐ คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 10 ของมูลค่าจำหน่ายอาหารโคเชอร์ทั้งหมดใน EU ขยายตัวเฉลี่ยราวร้อยละ 16 ต่อปี และมีแนวโน้มว่าตลาดอาหารโคเชอร์ในฝรั่งเศสจะขยายตัวอย่างต่อเนื่อง เนื่องจากกลุ่มผู้บริโภคอาหารโคเชอร์ในฝรั่งเศสไม่ได้จำกัดเฉพาะชาวยิวผู้นับถือศาสนาญูดายเท่านั้น แต่ยังได้รับความสนใจมากขึ้นจากผู้บริโภคกลุ่มอื่น ๆ อาทิ ชาวมุสลิม เนื่องจากอาหารโคเชอร์ไม่มีหมูเป็นส่วนประกอบ รวมไปถึงกลุ่มผู้บริโภคอาหารมังสวิรัต และกลุ่มผู้แพ้อาหาร (นม ข้าวโพด ปู และกุ้ง) และกลุ่มผู้บริโภคที่ใส่ใจในคุณภาพอาหารเป็นพิเศษ ส่งผลให้ปัจจุบันมีอาหารโคเชอร์วางจำหน่ายไม่เฉพาะแต่ในร้านอาหารโคเชอร์เท่านั้น แต่ทั้งร้านค้าปลีกและซูเปอร์มาร์เก็ตขนาดใหญ่ของฝรั่งเศส อาทิ Carrefour และ Auchan ต่างนำอาหารโคเชอร์มาวางจำหน่ายมากขึ้น ทั้งนี้ เกณฑ์ที่ผู้บริโภคใช้ในการพิจารณาเลือกซื้ออาหารโคเชอร์ที่สำคัญที่สุด คือ ตราสัญลักษณ์โคเชอร์ ซึ่งตราที่ได้รับการยอมรับมากที่สุดในฝรั่งเศส คือ ตราที่ได้รับการตรวจรับรองจากองค์กรของสหรัฐฯ อาทิ OU OK Star-k และ K of K ส่วนเกณฑ์พิจารณารองลงมา คือ ส่วนผสมของอาหาร รสชาติ และความสวยงามของบรรจุภัณฑ์ ตามลำดับ

- **อาหารฮาลาล (Halal Food) :** ฝรั่งเศสนับเป็นตลาดอาหารฮาลาล (อาหารที่ผู้นับถือศาสนาอิสลามสามารถรับประทานได้ตามบทบัญญัติศาสนาอิสลาม) ใหญ่ที่สุดใน EU เนื่องจากฝรั่งเศสมีชาวมุสลิมมากถึง 4.7 ล้านคน จากประชากรทั้งหมดประมาณ 63 ล้านคน ส่งผลให้มูลค่าตลาดอาหารฮาลาลในฝรั่งเศสสูงถึง 1-3 พันล้านยูโร ทั้งนี้ ตลาดอาหารฮาลาลนับเป็นตลาดส่งออกที่น่าจับตามองอย่างยิ่ง เนื่องจากมีแนวโน้มขยายตัวดีทั้งจากผู้นับถือศาสนาอิสลามในฝรั่งเศสซึ่งกว่าร้อยละ 80 มีอายุต่ำกว่า 30 ปี และมีรายจ่ายในการซื้ออาหารฮาลาลประมาณ 150-250 ยูโรต่อเดือน ขณะเดียวกันผู้ที่มีได้นับถือศาสนาอิสลามแต่นิยมบริโภคอาหารฮาลาลก็มีมากขึ้นเป็นลำดับ เพราะมั่นใจว่าอาหารฮาลาลเป็นอาหารที่สะอาดและไม่เป็นอันตรายต่อสุขภาพ เนื่องจากมีการควบคุมอย่างเข้มงวดในทุกขั้นตอนการผลิตอาหารฮาลาลที่ชาวฝรั่งเศสนิยมเลือกซื้อ คือ เนื้อวัวและเนื้อแพะ มีปริมาณราว 350,000 ตันต่อปี เป็นที่น่าสังเกตว่าปัจจุบันเริ่มมีการวางจำหน่ายอาหารฮาลาลที่มีความหลากหลายยิ่งขึ้น อาทิ ปอเปี๊ยะทอด ไก่ทอดนึ่งเค็ม และพิซซ่า

อย่างไรก็ตาม ปัจจุบันฝรั่งเศสยังไม่มีกฎระเบียบหรือมาตรฐานที่ชัดเจนเกี่ยวกับเครื่องหมายฮาลาล ทำให้เครื่องหมายฮาลาลในฝรั่งเศสมีความหลากหลายแต่ยังไม่เป็นที่เชื่อถือของผู้บริโภคเท่าที่ควร

ตลาดอาหารโคเชอร์และอาหารฮาลาลยังขยายตัวได้อีกมาก เพราะตลาดนี้ได้จำกัดอยู่เฉพาะผู้บริโภคในสองศาสนานี้เท่านั้น แต่ยังคงรวมถึงผู้บริโภคทั่วไปที่ใส่ใจในคุณภาพอาหารเป็นพิเศษ ไทยในฐานะผู้ส่งออกอาหารรายใหญ่รายหนึ่งของโลก จึงควรหันมาสนใจตลาดเหล่านี้มากขึ้น อย่างไรก็ตาม การที่ผู้บริโภคชาวมุสลิมกระจายอยู่ทั่วโลก การจัดการช่องทางการจัดจำหน่ายสินค้าจึงเป็นหัวใจสำคัญไม่ยิ่งหย่อนไปกว่ามาตรฐานอาหารซึ่งต้องเป็นไปตามบทบัญญัติทางศาสนา และเป็นสิ่งที่ผู้สนใจส่งออกต้องศึกษาอย่างละเอียดก่อนเข้าไปเจาะตลาดฝรั่งเศส

ส่วนวิเคราะห์ธุรกิจ ฝ่ายวิชาการ

เดือนสิงหาคม 2550