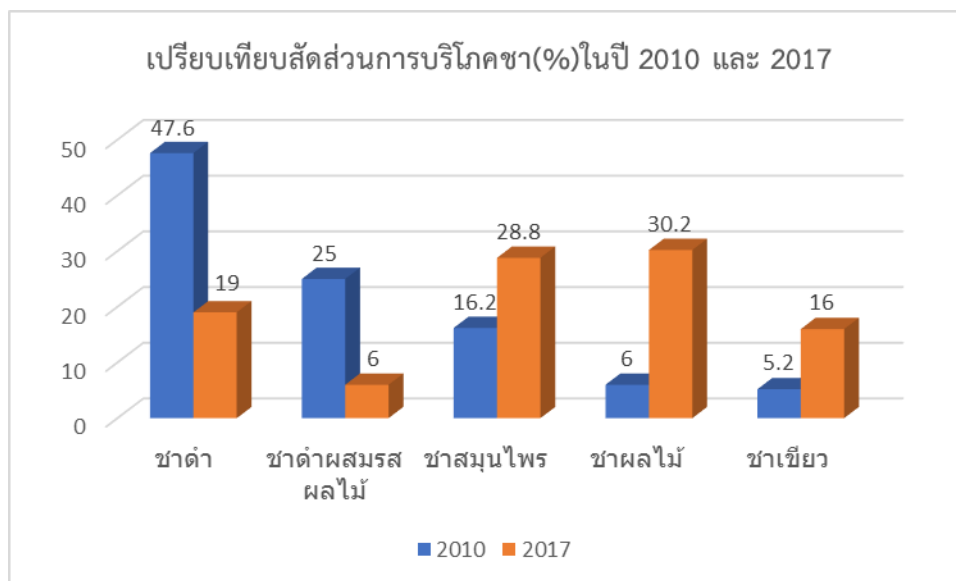


ตลาดเครื่องดื่มชาในอังกฤษ

การบริโภคชาของชาวอังกฤษ

การบริโภคชาของชาวอังกฤษเฉลี่ยอยู่ระหว่าง 2,100-2,300 ตัน/ปี ในปี 2017 การบริโภคชาเพิ่มขึ้น 4% อยู่ที่ปริมาณ 225 กรัม/คน/ปี ซึ่งเป็นตัวเลขที่สูงกว่าในบางประเทศเช่น นอร์เวย์ ออสเตรีย และสหรัฐอเมริกา ปริมาณการบริโภคชาของชาวอังกฤษในปี 2017 สูงกว่าปี 1990 ถึง 2 เท่า อย่างไรก็ตามประชาชนในกลุ่มประเทศ Central Europe (CE) ที่นิยมดื่มชาอย่างมากได้แก่ โปแลนด์ 1000 กรัม/คน/ปี สาธารณรัฐเช็ก 420 กรัม/คน/ปี และ สโลวาเกีย 360กรัม/คน/ปี

รสนิยมการดื่มชาของชาวอังกฤษเปลี่ยนไปจากที่เคยดื่มชาดำ (black tea) กับมะนาว เปลี่ยนมาดื่มชาผลไม้ และชาสมุนไพรมากขึ้น เนื่องจากกระแสการดูแลสุขภาพ อีกทั้ง ในช่วงไม่กี่ปีที่ผ่านมา ชาเขียว (green tea) ได้รับความนิยมเพิ่มขึ้น โดยเป็นที่รู้จักในสรรพคุณของการรักษาสุขภาพ



นอกจากนี้ ฤดูการมีส่วนอย่างมากต่อการบริโภคชาของชาวอังกฤษ มากกว่าครึ่งหนึ่งของครัวเรือนที่ซื้อชาในช่วงฤดูใบไม้ร่วง-ฤดูหนาว ในขณะที่ในฤดูใบไม้ผลิ - ฤดูร้อนสัดส่วนของผู้ซื้อครัวเรือนต่ำกว่า 40 เปอร์เซ็นต์ โดยทั่วไปยอดขายภายในประเทศจะสูงขึ้นถึง 20-30% ในช่วงหนาวจัด (4 - 5 เดือน) มากกว่าฤดูกาลอื่น ๆ

ตลาดชาฮังการีแบ่งออกเป็น 5 กลุ่มคือ

1. ชาดำ

ชาดำและชาดำรสชาติผลไม้จะบรรจุในกล่องจำนวน 20 ซอง ราคาขายปลีกจะขึ้นอยู่กับคุณภาพซึ่งอยู่ ระหว่าง 250 - 400 HUF



2. ชาเขียว

ชาเขียวบรรจุกล่องจำนวน 20-25 ซองราคาขายปลีกอยู่ระหว่าง HUF 400 – 850



3. ชาดำ/ชาเขียวผสมรสชาติผลไม้

ชาดำและชาเขียวผสมรสผลไม้จะบรรจุในกล่องจำนวน 20 ซอง ราคาขายปลีกจะขึ้นอยู่กับคุณภาพซึ่งอยู่ระหว่าง 250 - 400 HUF

4. ชาผลไม้

ชาผลไม้เป็นผลิตภัณฑ์ยอดนิยมของนักดื่มชาฮังการี มากกว่าครึ่งหนึ่งของครัวเรือนได้ซื้อผลิตภัณฑ์เหล่านี้ในปีที่ผ่านมา ชาผลไม้มีส่วนแบ่งการตลาดมากที่สุด (30%) ในฮังการี ช่วงราคาอยู่ระหว่าง 550 - 1200 HUF

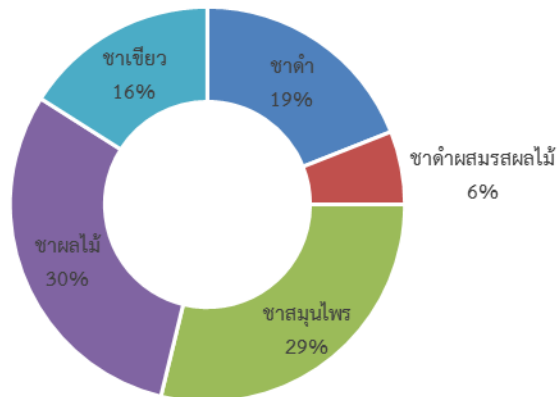


5. ชาสมุนไพร

ชาสมุนไพรส่วนใหญ่จะจำหน่ายในแบบบรรจุภัณฑ์ถุง/กล่อง ราคาของสมุนไพรสูงถึง 1500 HUF สมุนไพรที่ได้รับความนิยมสูงได้แก่ ดอกกุหลาบ (rose hip) ดอกชบา (hibiscus) และดอกคาโมไมล์ (chamomile)



สัดส่วนการบริโภคชาของชาวฮังการีในปี 2017



Source: Hungarian Food Association

สถานการณ์ตลาด

ในปี 2017 มูลค่าการค้าเครื่องดื่มชาเติบโตทั้งในภาคการค้าปลีกและภาคการบริการด้านอาหาร ภาคการค้าปลีกมีมูลค่า 28.6 พันล้านฟอรินท์ (92.26 ล้านยูโร) เพิ่มขึ้น 5% ขณะที่ภาคการบริการด้านอาหารยอดขายเพิ่มขึ้นที่ 3% จากธุรกิจท่องเที่ยวและวัฒนธรรมการดื่มชาที่ได้รับความนิยมมากขึ้น

ชาถุง เป็นบรรจุภัณฑ์ที่ได้รับความนิยมสูงสุดในฮังการีมีส่วนแบ่งตลาด 70-80% แม้ว่าใบชา (Loose Tea) จะมีมูลค่าสูงก็ตามแต่มีส่วนแบ่งการตลาดเพียงเล็กน้อย เนื่องด้วยวิถีชีวิตที่เร่งรีบจึงทำให้สินค้าได้รับความนิยมเฉพาะกลุ่มผู้บริโภค

ส่วนแบ่งตลาดของชาสมุนไพร ชาผลไม้และชาผสมรสชาติยังคงเติบโตในฮังการี ความก้าวหน้าของการสื่อสารและวิถีชีวิตที่ใส่ใจในสุขภาพ ทำให้ผู้บริโภคตอบรับชาผลไม้ /ชาสมุนไพรมากขึ้น

Sales of Tea in Hungary by Category

Retail Value RSP - HuF million - Current - 2017

Black Tea	8,229.9
Fruit/Herbal Tea	14,251.4
Green Tea	4,315.5
Instant Tea	109.7
Other Tea	1,740.4
TEA	28,646.9

แนวโน้มตลาด

แนวโน้มการรักษาสุขภาพมีผลต่อยอดขายของชาเขียวและสารสกัดจากสมุนไพรเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง ซึ่งเห็นได้จากการเปิดตัวสินค้า Pickwick Double ชาเขียวเสริมรสชาติสมุนไพรในปี 2017 ที่ประสบความสำเร็จสูง แนวโน้มนี้คาดว่าจะพัฒนาต่อไป ผู้ผลิตจะแข่งขันกันด้วยการเปิดตัวสินค้าใหม่ ซึ่งเป็นการผสมผสานรสชาติระหว่างผลไม้และสมุนไพรเพื่อดึงดูดใจผู้บริโภคที่ต้องการดูแลสุขภาพ โดยเฉพาะอย่างยิ่ง การนำเสนอสินค้าที่ทำจาก **superfruits** หรือสมุนไพรที่กำลังได้รับความนิยมในช่วงเวลาดังกล่าว วัฒนธรรมการดื่มชาคาดว่าจะแพร่หลายมากขึ้นทั้งในกลุ่มคนฮังการีและนักท่องเที่ยว

กลุ่มเป้าหมาย

ผู้ซื้อสมุนไพรทั่วไปอยู่ในช่วงอายุ 41-60 ปีหรือมากกว่า 60 ปี ร้อยละ 94 ซื้อสมุนไพรเพื่อการบริโภคของตัวเอง และผู้หญิงจะซื้อสมุนไพรมากกว่าผู้ชายถึง 30%

การแข่งขัน

ตลาดฮังการีถูกครอบครองโดยผู้ผลิตชั้นนำจากต่างประเทศ 3 แบรินด์ ซึ่งต่างมีกิจกรรม การตลาดและพัฒนาสินค้าใหม่ๆสู่ตลาดอย่างต่อเนื่องได้แก่

1. บริษัท Jacobs Douwe Egberts Hungaria แบรินด์ Pickwick นำเสนอสินค้าหลายรสชาติในราคาปานกลาง ส่วนใหญ่เป็นชาเขียว ชาผลไม้และแบบผสมรสชาติ
2. บริษัท Unilever Magyarország แบรินด์ Lipton สินค้าพรีเมียมหลากหลายรสชาติ ทั้งชาดำและชาผลไม้ รวมทั้งแบรินด์ Saga ชาราคาถูกเจาะกลุ่มลูกค้าระดับล่าง
3. บริษัท Sara Lee Hungary แบรินด์ Sir Morton



นอกจากผู้ผลิต 3 แบรินด์หลักที่กล่าวมา ตลาดฮังการียังประกอบด้วย ชาสมุนไพรและผลไม้จากออสเตรีย Teakanne และ Milford ส่วนชาจากประเทศโปแลนด์ได้แก่ Loyd



ในขณะเดียวกัน ห้างค้าปลีกข้ามชาติอย่าง TESCO, AUCHAN และ SPAR ที่เริ่มเปิดตัวสินค้าออกสู่ตลาด โดยเน้นขายชาผลไม้

บริษัทชั้นนำในประเทศเน้นจำหน่ายชาผลไม้และชาสมุนไพร

แม้ว่าผู้ผลิตชาท้องถิ่นจะยังคงมีบทบาทที่แข็งแกร่งในตลาด แต่ด้วยงบประมาณในการทำกิจกรรมส่งเสริมการตลาดที่จำกัด จึงไม่สามารถครองตำแหน่งผู้นำตลาดได้

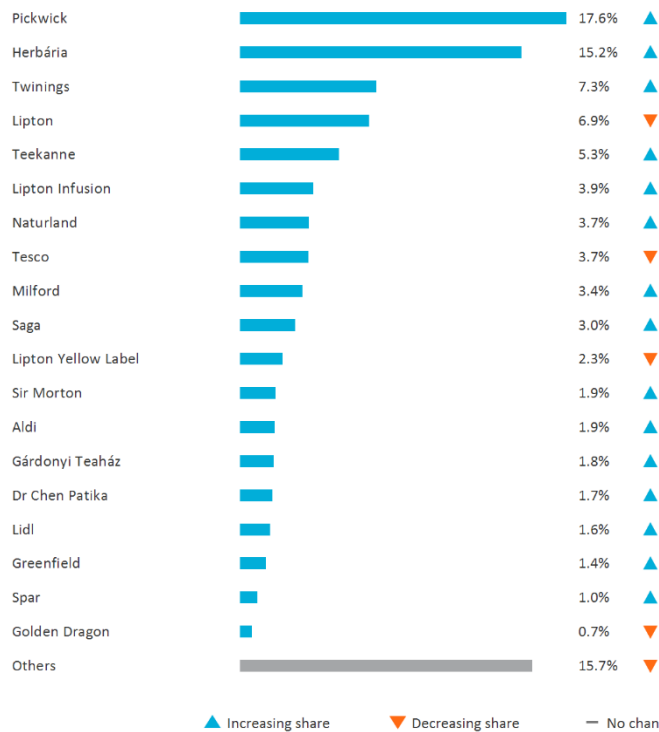
บริษัท Herbária คือผู้ผลิตและจัดจำหน่ายชาสมุนไพรและสมุนไพรพื้นเมืองที่ใหญ่ที่สุด รวมทั้งผลิตภัณฑ์ชาผลไม้ซึ่งส่วนใหญ่จะใช้ผลไม้และสมุนไพรที่ผลิตในท้องถิ่น Herbária มีประวัติอันยาวนานในฮังการี จึงได้รับความเชื่อถือและประสบความสำเร็จในการขยายเครือข่ายแฟรนไชส์ร้านขายยา Herbária ซึ่งกระจายอยู่ทั่วทุกเมืองในประเทศ

บริษัทท้องถิ่นรายใหญ่เป็นอันดับสองคือ Naturland Magyarország และมีส่วนแบ่งตลาดโดยรวมอยู่ในอันดับที่หก ผลิตภัณฑ์ที่สร้างความโดดเด่นคือ ชาเขียวและผลิตภัณฑ์จากชาเขียวซึ่งเป็นนวัตกรรมใหม่ที่เน้นเรื่องสุขภาพ รวมทั้งชาแบบดั้งเดิมและชาลดสัดส่วน

นอกเหนือจากสองบริษัทดังกล่าวข้างต้นแล้ว ยังมีผู้จัดจำหน่ายและร้านค้าปลีกขนาดกลางที่จำหน่ายผลิตภัณฑ์ชาสมุนไพรและอาหารเพื่อสุขภาพที่ได้รับความนิยมในฮังการี เช่น Bijo Élelmiszer , Bennovum, Mediline และ Pharmarex

Brand Shares of Tea in Hungary

% Share (LBN) - Retail Value RSP - 2017



Passport

© Euromonitor International 2018

การค้าระหว่างประเทศ

ตั้งแต่ปี 2016 การนำเข้าชาในฮังการีมีปริมาณลดลง หรือกล่าวได้ว่าผลผลิตในประเทศสามารถรองรับความต้องการชาผลไม้หรือสมุนไพรของตลาดท้องถิ่นได้ การนำเข้าเกือบทั้งหมดมาจากสหภาพยุโรป โดยประเทศโปแลนด์ครองส่วนแบ่งตลาดถึง 37%

ประเภทของชาที่นำเข้าในฮังการี

HS	Description	TON		% Change
		2016	2017	- 17/16 -
0902 Tea, Whether Or Not Flavored	-- World --	790	759	-3.92
090230	Black Tea,Fermented	531	510	-3.95
090210	Green Tea,N Fermntd	196	192	-2.04
090240	O Black Tea,Fermntd	26	31	19.23
090220	O Green Tea,N Fermt	34	26	-23.53

Source of data EuroStat

ตลาดนำเข้าหลักของชาแต่ละประเภท

09023000 Black Fermented Tea And Partly Fermented Tea tons

					% Change
Rank	Country	2015	2016	2017	- 17/16 -
0	-- World --	583	531	510	-3.95
1	Poland	300	217	244	12.44
2	Netherlands	196	156	144	-7.69
3	Germany	36	46	51	10.87
4	United Kingdom	17	17	20	17.65
5	Russia	4	8	12	50
6	Czech Republic	4	15	11	-26.67
7	Austria	12	9	11	22.22
8	Sri Lanka	6	12	8	-33.33
9	Slovakia	4	51	2	-96.08
10	Italy	1	1	1	0

Source of data EuroStat

09021000 Green Tea In Immediate Packings Of <= 3 Kg tons

					% Change
Rank	Country	2015	2016	2017	- 17/16 -
0	-- World --	213	196	192	-2.04
1	Germany	41	47	54	14.89
2	Netherlands	58	45	48	6.67
3	Poland	44	40	35	-12.5
4	Austria	24	19	15	-21.05

5	Russia	5	8	11	37.5
6	China	12	6	7	16.67
7	Sri Lanka	7	7	7	0
8	United Kingdom	4	2	3	50
9	Romania	0	0	1	0
10	Vietnam	3	1	1	0

Source of data EuroStat

09024000 Black Fermented Tea And Partly Fermented Tea, Whet tons

					% Change
Rank	Country	2015	2016	2017	- 17/16 -
0	-- World --	23	26	31	19.23
1	Austria	9	9	19	111.11
2	Germany	9	10	6	-40
3	Romania	0	0	4	0
4	United Kingdom	2	0	2	0

Source of data EuroStat

09022000 Green Tea In Immediate Packings Of > 3 Kg tons

					% Change
Rank	Country	2015	2016	2017	- 17/16 -
0	-- World --	21	34	26	-23.53
1	Austria	8	18	10	-44.44
2	Germany	3	4	5	25.0
3	China	0	3	5	66.67
4	Romania	1	3	3	0
5	United Kingdom	0	0	1	0
6	India	0	0	0	0
7	Iran	0	1	0	-100
8	Japan	0	0	0	0
9	Pakistan	0	0	0	0

ภาษีศุลกากรในสหภาพยุโรป

รหัสศุลกากร	ประเภท	อัตราภาษีการนำเข้า (%)
090210	Green Tea Nt Fermted In Immed Packg Content Nov 3Kg	3.2
090220	Green Tea (Not Fermented) Nesoi	0
090230	Black Tea Fermted & Partly Fermted Tea, Packg Nov 3Kg	0
090240	Black Tea Fermted & Other Partly Fermentd Tea Nesoi	0

ภาษีมูลค่าเพิ่มในฮังการี

VAT 27 %

กฎหมายสหภาพยุโรป

ฮังการีเป็นสมาชิกของสหภาพยุโรป ดังนั้นขั้นตอนและกฎระเบียบการส่งออกขาไปยังฮังการีจะต้องสอดคล้องกับกฎหมายด้านความปลอดภัยด้านอาหารของยุโรป ตลาดยุโรป (ซึ่งรวมถึงตลาดฮังการี) มีข้อกำหนดที่เข้มงวดเกี่ยวกับความปลอดภัยและคุณภาพของอาหาร โดยมีกฎหมายด้านความปลอดภัยของอาหารในระดับสูงสุด (MRLs) กฎหมายเกี่ยวกับสารปนเปื้อน การติดฉลาก และการสกัดด้วยตัวทำละลาย (solvent extraction)

สามารถอ่านข้อมูลเพิ่มเติมเกี่ยวกับกฎหมายอาหารทั่วไปและระเบียบที่เกี่ยวข้องได้ที่ EU Trade Helpdesk

<http://trade.ec.europa.eu/tradehelp/>

โอกาสสำหรับผู้ส่งออกไทย

ผู้ส่งออกไทยอาจพิจารณาแนะนำผลิตภัณฑ์จากสมุนไพรและชาผลไม้ เข้าสู่ตลาดฮังการีโดยร่วมแสดงสินค้า SIRHA Budapest 2019 ที่จะจัดขึ้นในบูดาเปสต์ระหว่างวันที่ 7 - 9 February 2019 ซึ่งเป็นหนึ่งในงานแสดงสินค้าอาหารและธุรกิจบริการอาหารนานาชาติที่ใหญ่ที่สุดในภูมิภาคยุโรปตะวันออก

ชาสมุนไพรและผลไม้ไทยที่มีสรรพคุณหลายชนิดยังไม่เป็นที่รู้จักในกลุ่มประเทศ CE รวมทั้งฮังการี ได้แก่ มะตูม ใบย่านาง คาวตอง เจริญกู่หลาน/ปัญญาจันทร์ ลูกยอ ดอกอัญชัญ มะรุม ถั่วดาวอินคา (Sacha Inchi) กระจับแดง เห็ดหลินจือ ดอกคำฝอย ใบมะละกอ ฯลฯ



มะตูม



ใบย่านาง



เจียวกู่หลาน

กลุ่มเป้าหมายสำหรับชาวไทยในฮังการี

1. ไฮเปอร์มาร์เก็ต: SPAR, INTERSPAR, AUCHAN, TESCO เป็นต้น
2. ร้านขายอาหารเพื่อสุขภาพ: BIJO, Mediline , Bennovum เป็นต้น
3. ธุรกิจบริการอาหาร – ร้านอาหารไทย, โรงแรม เป็นต้น

สำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ ณ กรุงบูดาเปสต์
กรกฎาคม 2561