



ผลไม้ในประเทศเยอรมนี

สำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ ณ กรุงเบอร์ลิน

ตุลาคม 2562

ผลไม้ในประเทศเยอรมนี

1. การบริโภคผลไม้ในประเทศเยอรมนี

ประเทศเยอรมนี เป็นประเทศที่มีการผลิต และจำหน่ายผลไม้ได้มากในระดับหนึ่งในสหภาพยุโรป (EU) แม้ว่าจะไม่สามารถผลิตได้ตลอดทั้งปี แต่ก็สามารถบริหารจัดการผลไม้บางชนิด ให้สามารถมีจำหน่ายได้ในประเทศตลอดทั้งปี โดยมีการผลิต และจำหน่ายผลไม้ได้กว่า 100 ชนิด และผลิตผลไม้ได้สูงถึง 1.3 ล้านตัน

ปริมาณการผลิตผลไม้ในเยอรมนี (ตัน)				
รายการ	2015	2016	2017	2018
แอปเปิ้ล	974	1033	597	1089
สตอเบอรี่	173	143	135	144
ตระกูลพลัม	47	38	24	61
แพร์	43	35	23	47
เชอร์รี่หวาน	31	29	17	41
เชอร์รี่เปรี้ยว	17	16	8	19
บลูเบอร์รี่	12	11	14	16
Currants	14	14	12	15
Mirabelle plum	5	4	3	6
อื่นๆ	12	11	14	9
รวม	1327	1334	847	1447

ผู้บริโภคชาวเยอรมัน มีการบริโภคผลไม้สดโดยเฉลี่ย 60 กิโลกรัมต่อคน และกว่า 45 กิโลกรัมเป็นผลิตภัณฑ์ที่ผลิตจากผลไม้ อย่าง น้ำผลไม้ หรือผลไม้กระป๋อง โดยมีดัชนีการบริโภคอาหารอยู่ที่ 102.1 จุด ซึ่งขยายตัวขึ้นเมื่อเทียบกับปี 2015 ที่อยู่ที่ 100 จุด

หมายเหตุ - ข้อมูลต่างๆ ที่ปรากฏ เป็นข้อมูลที่ได้ จากแหล่งข้อมูลหลากหลายที่มา และมีวัตถุประสงค์เพื่อเผยแพร่ข้อมูลแก่บุคคลที่สนใจ เท่านั้น ทั้งนี้ สำนักงานส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ ณ กรุงเบอร์ลิน จะไม่รับผิดชอบในความเสียหายใดๆ ที่อาจเกิดขึ้นจากการที่มีบุคคล นำ ข้อมูลไปใช้ไม่ว่าโดยทางใด

การบริโภคผลไม้ต่อหัวปี 2017/18 (ไม่รวมผลไม้ตระกูลมะนาว)	
รายการ	Kg/หัว
แอปเปิ้ล	21.3
กล้วย	12.4
องุ่น	5.3
พีช	3.9
สตอเบอรี่	3.5
แพร์	2.6
บิลเบอร์รี่, Elderberries, sea-buckthorn, เบอร์รี่อื่นๆ	3.1
เชอร์รี่	2.2
Currants, gooseberry, แบล็กเบอร์รี่, ราสเบอร์รี่	1.9
ตระกูลพลับ	0.9
แอปริคอต	0.9
ผลไม้สดอื่นๆ	11.5

ด้วยสภาพอากาศแล้ว เยอรมนีไม่สามารถผลิตผลไม้ได้ทั้งปี จึงทำให้ประเทศเยอรมนีต้องนำเข้าผลไม้จาก EU และประเทศที่ 3 สูงถึง 5 ล้านตันต่อปี ซึ่งรวมไปถึงผลไม้ ex-cotic และผลไม้ตระกูลส้มและมะนาวที่ไม่สามารถปลูกได้ในเยอรมนี

ปริมาณการนำเข้าผลไม้สู่เยอรมนี (ตัน)				
รายการ	2015	2016	2017	2018
กล้วย	1399	1403	1418	1257
แอปเปิ้ล	549	520	629	582
แตงโม	368	401	412	498
ส้มเปลือกหนา	487	490	462	480
ส้มแกะเปลือกง่าย	402	414	380	365
องุ่นเพื่อการบริโภค	338	330	338	304
แพร์	168	169	170	165

หมายเหตุ - ข้อมูลต่างๆ ที่ปรากฏ เป็นข้อมูลที่ได้ จากแหล่งข้อมูลหลากหลายที่มา และมีวัตถุประสงค์เพื่อเผยแพร่ข้อมูลแก่บุคคลที่สนใจเท่านั้น ทั้งนี้ สำนักงานส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ ณ กรุงเบอร์ลิน จะไม่รับผิดชอบในความเสียหายใดๆ ที่อาจเกิดขึ้นจากการที่มีบุคคลนำ ข้อมูลไปใช้ไม่ว่าโดยทางใด

สับปะรด	144	170	148	163
Nectarine	187	172	183	148
อื่นๆ	1301	1332	1449	1371
รวม	5332	5387	5589	5333

2. 7 เหตุผลที่มีอิทธิพล กับพฤติกรรมการบริโภคผลไม้ในประเทศเยอรมนี

2.1. ผักของชั้น ผลไม้ของชั้น ชีวิตของชั้น

- การซื้อสินค้าบริโภคเป็นมากกว่าระบบการทำงานให้บรรลุเป้าหมาย การบริโภคนั้นได้รับแรงผลักดันจากสังคมและวัฒนธรรมมากขึ้นกว่าในอดีต และผูกพัน ความอึด การสื่อสาร อำนาจ ศาสนา สุขภาพ และ สุขภาพเข้าด้วยกันมากขึ้น จนสร้างสัญลักษณ์ผ่านการบริโภคของบุคคลคนนั้นขึ้นมาเพื่อแสดงจุดยืนในสังคม

2.2. การจัดวางสินค้า

- สำหรับผู้บริโภคทั่วไปนั้น จะมีสินค้าผักผลไม้ให้เลือกซื้อจำนวนมากมหาศาล ซึ่งโดยเฉพาะการจำหน่ายสินค้าอย่างผลไม้สดนั้น การนำเสนอสินค้ามีความสำคัญมาก กว่าร้อยละ 80 ของผู้บริโภคไม่ต้องการที่จะซื้อผักผลไม้สด Online เพราะไม่ต้องการซื้อผ่านโลกดิจิทัล แต่ต้องการที่จะจับต้องสัมผัส ตมกลิ่น สินค้าสดนั่นเอง

2.3. การรักษาสุขภาพผลักดันให้มีการบริโภคมากขึ้น

- ผู้บริโภคให้ความสำคัญด้านการรักษาสุขภาพมากยิ่งขึ้น กว่า 1 ใน 3 ของผู้บริโภคเห็นว่า ตนเองเป็นผู้บริโภคแบบ “รักสุขภาพ” และกว่าร้อยละ 70 ของผู้ตอบแบบสอบถามเห็นว่า หัวข้อสุขภาพนั้นมีผลกับพฤติกรรมการซื้อสินค้า ทั้งนี้ “เทรนด์ Fast Food เพื่อสุขภาพ” กำลังเป็นเทรนด์ที่กำลังเข้ามามีความสำคัญขึ้นเรื่อยๆ จากแนวโน้มจากเทรนด์การออกกำลังกาย และเทรนด์การบริโภคอาหารเจ และ Vegan ที่เพิ่มขึ้น น่าจะส่งผลให้ผู้บริโภคซื้อสินค้าผลไม้สดเพื่อบริโภคระหว่างการเดินทาง และบริโภคในครัวเรือนมากยิ่งขึ้น

2.4. การบริโภคอย่างยั่งยืน ขนาดไหน

- แม้ว่าจะมีการพูดถึงการบริโภคอย่างยั่งยืน และมีการพูดถึงการอนุรักษ์ธรรมชาติผ่านสื่อต่างๆ มากขึ้นกว่าในอดีต แต่ในการจับจ่ายใช้สอยสำหรับทุกๆ วันนั้น หัวข้อดังกล่าวก็ยังไม่ได้เป็นหัวข้อหลักในการตัดสินใจให้ซื้อสินค้ามากนัก โดยพฤติกรรมการบริโภคนั้น ยังผูกพันกับรายได้ และระดับ

หมายเหตุ - ข้อมูลต่างๆ ที่ปรากฏ เป็นข้อมูลที่ได้ จากแหล่งข้อมูลหลากหลายที่มา และมีวัตถุประสงค์เพื่อเผยแพร่ข้อมูลแก่บุคคลที่สนใจ

เท่านั้น ทั้งนี้ สำนักงานส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ ณ กรุงเบอร์ลิน จะไม่รับผิดชอบในความเสียหายใดๆ ที่อาจเกิดขึ้นจากการที่มีบุคคลนำ ข้อมูลไปใช้ไม่ว่าโดยทางใด

การศึกษา ของผู้บริโภคอยู่มาก อย่างไรก็ตามการบริโภคอย่างยั่งยืน และการอนุรักษ์ธรรมชาติ นั้นจะค่อยๆ มีบทบาทในการตัดสินใจในการซื้อสินค้าบริโภคมากขึ้นเรื่อยๆ โดยสินค้าจากท้องถิ่น และสินค้าไร้บรรจุภัณฑ์ หรือที่ไม่ได้ใช้บรรจุภัณฑ์ที่พุ่มเพื่อยจะมีความสำคัญมากขึ้นกับการตัดสินใจในการซื้อสินค้าบริโภค ในเวลาเดียวกันความโปร่งใสด้านที่มาของสินค้าก็จะมีมีความสำคัญมากขึ้นตาม

2.5. หัวใจหลักในการตัดสินใจซื้อสินค้า เวลา ความอยาก ราคา

- ในทางหนึ่งผู้บริโภคมีความต้องการที่จะเข้าถึงผู้ผลิต และให้ความสนใจกับเรื่องราวของผู้ผลิตมากขึ้น แต่ในเวลาเดียวกัน ก็ต้องการใช้เวลาให้น้อยที่สุด สะดวกที่สุด และถ้าเป็นไปได้ทุกเวลาที่ต้องการ ในการซื้อสินค้ามากกว่าในอดีตนั้น หมายความว่า ตลาด Online จะได้รับความสำคัญมากยิ่งขึ้น นั้นหมายความว่า ต้องคิดถึงรูปแบบที่จะประสกับตัวผู้บริโภคใหม่ เช่น ทำอย่างไรให้ผู้บริโภคใช้เวลาในร้าน Offline มากขึ้น เพื่อที่จะได้ใช้เวลาเพียงพอในการพิจารณาสินค้าที่มีเป็นจำนวนมาก

2.6. Lost in Information

- กว่าครึ่งของผู้กรอกแบบสอบถามไม่มีความแน่ใจใน ปริมาณสารอาหารที่ได้รับ ระยะเวลาที่สามารถบริโภค หรือตราสัญลักษณ์ต่างๆ ในการเลือกซื้อผักหรือผลไม้หนึ่งชนิด ซึ่งคุณค่าทางจริยธรรมนั้นไม่ได้สอดคล้องกับความต้องการบริโภคตามธรรมชาติ หรือเม็ดเงินที่มีอยู่ในกระเป๋าเสมอไป ซึ่งสำหรับผู้ค้าแล้วควรจะต้องคิดว่า จะสามารถทำอะไร ให้เรื่องที่กำลังมาข้างต้นสามารถดำเนินไปได้ด้วยกัน และลดปัญหาให้กับผู้บริโภคมากที่สุด

2.7. ผู้บริโภคส่วนใหญ่เชื่อเรื่องปากต่อปากจากคนสนิท

- กว่าร้อยละ 60 ของผู้ตอบแบบสอบถามแจ้งว่า หาข้อมูลเรื่องผัก และผลไม้จากคนรอบข้างเป็นหลัก โดยเครือข่ายความรู้ที่ได้ถูกสั่งสมมาสร้างความเชื่อมั่นขึ้น และลดความซับซ้อนในชีวิตลงได้มาก แน่นนอนว่า Platform อย่าง Facebook หรือ Instagram นั้น ก็ถูกใช้ แต่ส่วนใหญ่จะใช้ในเชิงการสร้างแรงบันดาลใจเสียมากกว่า โดยในอนาคตนั้นจะมีการเชื่อมต่อโลก Offline และ Online เข้าหากันมากกว่านี้ ซึ่งการใช้เวลาในทั้ง 2 พื้นที่ของผู้บริโภคจะกลายเป็นหนึ่งเดียว

3. การนำเข้าผลไม้มาในประเทศไทย

หากต้องการนำเข้าสินค้าเกษตรจากประเทศที่ไม่ได้อยู่ใน EU แล้วนั้น ก็มีความต้องการด้านเอกสารที่แตกต่างกันออกไป โดยเอกสารหลักๆ ได้แก่

3.1. ใบรับรองมาตรฐาน (Konformitätsbescheinigung)

หมายเหตุ - ข้อมูลต่างๆ ที่ปรากฏ เป็นข้อมูลที่ได้ จากแหล่งข้อมูลหลากหลายที่มา และมีวัตถุประสงค์เพื่อเผยแพร่ข้อมูลแก่บุคคลที่สนใจ

เท่านั้น ทั้งนี้ สำนักงานส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ ณ กรุงเบอร์ลิน จะไม่รับผิดชอบในความเสียหายใดใด ที่อาจเกิดขึ้นจากการที่มีบุคคลนำ ข้อมูลไปใช้ไม่ว่าโดยทางใด

การนำเข้าผลไม้สดมายังประเทศเยอรมนี จะได้ก็ต่อเมื่อสินค้านั้นๆ ผ่านมาตรฐาน ที่จะสามารถนำสินค้านั้นๆ ไปจำหน่ายตามที่ได้ระบุไว้ตามกฎหมายที่ EU ได้กำหนดไว้ และใบ Konformitätsbescheinigung ที่ ออก จาก Bundesanstalt für Landwirtschaft und Ernährung (BLE) หรือจากหน่วยงานจากประเทศที่ 3 ที่ได้รับการรับรอง

3.2. ใบรับรองแหล่งกำเนิด

มีความจำเป็นต้องมีเอกสารดังกล่าว เพื่อที่จะสามารถปฏิบัติตามมาตรการต่างๆ ที่ได้ทำสัญญา ระหว่าง EU กับต่างประเทศได้ถูกต้อง

4. การนำเข้าผลไม้เข้ามาในประเทศเยอรมนี ของบุคคลธรรมดาเชิงการท่องเที่ยว

นักท่องเที่ยวไม่สามารถนำ วัตถุ และสิ่งของต่างๆ ติดตัวกลับมาได้ตามต้องการ และยังมีข้อจำกัด ข้อห้ามที่แตกต่างกันออกไป เช่น เป็นสัตว์ พืช ผลิตภัณฑ์แปรรูปจากสัตว์ หรือพืช สิ่งทอ เวชภัณฑ์ยา และดอกไม้ไฟ เป็นต้น อย่างไรก็ตามข้อกำหนดเบื้องต้นนั้น ผู้ที่เดินทางกลับมายังประเทศเยอรมนี สามารถนำ วัตถุ ของขวัญของที่ระลึก และสิ่งของต่างๆ กลับมาได้จำนวนหนึ่ง โดยไม่ต้องชำระภาษีอากร ทั้งนี้การเดินทางเข้าประเทศเยอรมนีของบุคคลนั้น มีการจำกัดจำนวนวัตถุที่ต้องการนำติดตัวกลับมา ซึ่งในนี้ก็รวมถึงวัตถุอื่นๆ ซึ่ง ผักและผลไม้ ก็ถูกจัดว่าเป็นวัตถุอื่นๆ ด้วยโดยมีการจำกัด ดังนี้

4.1. วัตถุที่ต้องการนำติดตัวกลับเข้ามานั้นจะต้องมีมูลค่ารวมกันสูงสุดไม่เกิน 430 ยูโร เมื่อเดินทางทางเรือ หรือทางอากาศยาน

4.2. วัตถุนั้นจะต้องเป็นวัตถุที่นำมาใช้เป็นการส่วนตัว หรือนำมาเป็นของฝากกับญาติสนิทเท่านั้น

4.3. วัตถุเหล่านี้ต้องไม่ได้นำไปใช้เชิงการค้า

5. การนำเข้าสิ่งมีชีวิตที่มีอันตราย พืช และผลิตภัณฑ์ที่ทำจากพืช และวัตถุอื่นๆ เข้ามายังสหภาพยุโรป (EU) เพื่อการศึกษา หรือด้านอื่นๆ ไม่ใช่เชิงพาณิชย์

การนำเข้าวัสดุเหล่านี้ไม่อนุญาตให้ทำได้โดยปกติ ซึ่งผลไม้สดจัดว่าเป็นวัตถุอื่นๆ อย่างไรก็ตามเมื่อนักท่องเที่ยวต้องการที่จะนำ พืช ชิ้นส่วนพืช (ไม้ตัดดอก) ผลไม้ เมล็ดพันธุ์ เข้ามายังเยอรมนีนั้น เจ้าหน้าที่ต้องดูแลตรวจสอบ และ ข้อจำกัดการนำเข้าข้างล่างนี้

5.1. หากเป็นการเข้าจากประเทศในแถบ เอเชีย อเมริกา แอฟริกา และ ออสเตรเลีย ซึ่งหากต้องการนำเข้า พืช ผลิตภัณฑ์ที่ทำจากพืช ชิ้นส่วนพืช (ไม้ตัดดอก) ผลไม้ เมล็ด มายัง EU นั้น ต้องมีใบรับรองปลอดศัตรูพืช (Phytosanitary Certificate; PC) โดยเมื่อมีการเดินทางเข้ามายัง

ประเทศเยอรมนีจะต้องมีการแสดงตนกับหน่วยคุ้มครองพันธุ์พืช หากวัตถุเหล่านี้ไม่มี PC ก็มักจะ
ถูกนำไปทำลายต่อไปโดยอัตโนมัติ

5.2. การนำเข้า จากประเทศที่ไม่ได้อยู่ในกลุ่ม EU และกลุ่มประเทศในแถบทะเลเมดิเตอร์เรเนียนที่ไม่
เกี่ยวกับกลุ่มประเทศในข้อ 3.1 มีการอนุญาตให้นำเข้าไม้ตัดดอกได้ 50 ก้าน หรือ ผลไม้สูงสุด 3
กิโลกรัม ซึ่งการนำเข้าสิ่งเหล่านี้เพื่อใช้ส่วนตัวเท่านั้น จึงไม่มีความจำเป็นที่จะต้องใช้ข้อบังคับการ
ตรวจสอบพืชทางกายภาพ (Pflanzenbeschauverordnung - BfI-BeschauV) มาห้ามนำเข้า
วัตถุนั้นๆ

6. การคุ้มครองพันธุ์พืชเชิงสุขาภิบาล

6.1. คำจำกัดความที่ชัดเจน ที่ระบุใน § 2 กฎหมายคุ้มครองพันธุ์พืช (§ 2 Pflanzenschutzgesetz -
PflSchG) :

- พืชที่ในที่นี่ก็คือ พืช และชิ้นส่วนของพืชที่มีชีวิต รวมไปถึง ผลไม้ และเมล็ดพันธุ์
- ผลิตภัณฑ์ที่ทำจากพืชคือ ผลิตภัณฑ์ที่มีที่มาจากพืช ที่ไม่ใช่เพียงผ่าน และไม่ผ่าน
กระบวนการแปรรูปแบบง่าย ๆ อย่างการ ตากแห้ง ทำให้เล็กลง หรือแปรรูปเท่านั้น ซึ่งในที่นี้
ไม่รวมถึงไม้แปรรูป
- สิ่งมีชีวิตที่มีอันตรายคือ สัตว์ พืช แมลง จุลินทรีย์ (เช่น ไวรัส หรือ เชื้อโรคต่างๆ) ในทุก
สถานะที่สามารถจะทำให้ พืช และผลิตภัณฑ์ที่ทำจากพืช เสียหายได้ อีกทั้งโรคที่ไม่ได้
เกิดขึ้นจากสิ่งมีชีวิตที่มีอันตรายนั้น จะถูกให้ความสำคัญเทียบเท่ากับสิ่งมีชีวิตที่มีอันตราย
เช่นกัน
- วัตถุที่ถูกเข้าทำลาย คือ พืช ผลิตภัณฑ์ที่ทำจากพืช หรือวัตถุอื่นๆที่เกี่ยวข้อง (เช่น ดิน หรือ
สารตั้งต้น) ที่เป็นสื่อในการนำ สิ่งมีชีวิตที่มีอันตรายเข้ามา หรือสามารถเป็นตัวกลางให้
สิ่งมีชีวิตที่มีอันตรายได้

6.2. หากมีความต้องการที่จะนำ พืช ผลิตภัณฑ์ที่ทำจากพืช หรือวัตถุอื่นๆ ที่มีสิ่งมีชีวิตที่มี
อันตราย และวัตถุที่ถูกเข้าทำลาย เพื่อใช้ในเชิงการค้า โดยมิหน่วยงานที่เกี่ยวข้องใน
การนำเข้าวัตถุเหล่านี้ได้แก่ ศุลกากรในท้องที่ รับหน้าที่เป็นผู้ตรวจสอบการ นำเข้า นำผ่าน
และ ส่งออก สิ่งมีชีวิตที่มีอันตราย และวัตถุที่ถูกเข้าทำลาย ตาม § 61 PflSchG ย่อหน้า 1
ว่า “วัตถุเหล่านี้สามารถนำผ่านหน่วยศุลกากรที่มีการระบุไว้เท่านั้น” และสามารถดูรายชื่อ

ในเว็บของกรมศุลกากรเยอรมัน ซึ่งหน่วยศุลกากรจะรับหน้าที่ในการขนย้าย และรักษาวัตถุ เพื่อนำไปตรวจสอบต่อไป ทั้งนี้ ศุลกากรในท้องถิ่นที่ใกล้ที่สุด ตาม Link

https://www.zoll.de/DE/Service/Dienststellensuche/Dienststellensuche/_function/DienststellenSuche_Formular.html?nn=288066

6.3. ข้อกำหนดพื้นฐาน

- การ นำเข้า นำผ่าน และส่งออกสิ่งมีชีวิตที่มีอันตราย และวัตถุที่ถูกเข้าทำลาย นั้น ต้องปฏิบัติตามกฎหมายคุ้มครองพันธุ์พืช (PflSchG) และข้อบังคับการตรวจสอบพืชทางกายภาพ (BflBeschauV) ซึ่งจะมีการอธิบายเรื่องเกี่ยวกับการนำวัตถุที่เรียกว่า พืชผลิตภัณฑ์ที่ทำจากพืช ชิ้นส่วนพืช (ไม้ตัดดอก) ผลไม้ เมล็ด ทั้งหมด มายังประเทศเยอรมนี โดยกฎหมายและข้อบังคับนี้ ได้บังคับอ้างอิงกฎระเบียบ/เงื่อนไข มาจากสหภาพยุโรป (EU) ที่มีการประกาศผ่านราชกิจจานุเบกษาของ EU และประเทศเยอรมนี จะนำมาปรับใช้เป็นกฎหมายและข้อบังคับต่างๆ ให้สอดคล้องกับกฎหมาย และข้อบังคับของประเทศตามเวลาที่กำหนดไว้ ซึ่งจะมีการเปลี่ยนแปลง และปรับปรุง อยู่ตลอดเวลา