

รายงานตลาดสินค้าสุขภาพและความงามในกลุ่มประเทศนอร์ดิกส์

๑. บทนำ

ตลาดสินค้าสุขภาพ และความงาม (เครื่องสำอางค์ ยา ผลิตภัณฑ์สมุนไพร และอื่นๆ) ในกลุ่มประเทศนอร์ดิกส์ ๔ ประเทศ (เดนมาร์ก สวีเดน ฟินแลนด์ และนอร์เวย์ ยกเว้นไอซ์แลนด์) ในปี ๒๕๕๓ มีมูลค่าการค้ารวม ๑๖.๒๘ ล้านเหรียญสหรัฐ สวีเดนเป็นตลาดที่ใหญ่ที่สุด ด้วยมูลค่าตลาดประมาณ ๕.๔๖ พันล้านเหรียญสหรัฐ รองลงมาได้แก่ นอร์เวย์ ๔.๔๕ พันล้านเหรียญสหรัฐ ฟินแลนด์ ๓.๓๓ พันล้านเหรียญสหรัฐ และเดนมาร์ก ๓.๐๔ พันล้านเหรียญสหรัฐ เนื่องจากสวีเดนมีแนวโน้มการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจค่อนข้างดี และมีจำนวนประชากรมากกว่าประเทศอื่น จึงทำให้ผู้บริโภคมีการใช้จ่ายใช้สอยมากขึ้น ผู้บริโภคมีความสามารถในการซื้อสินค้าที่ไม่จำเป็นต่อการดำรงชีวิตประจำวัน ซึ่งในตลาดนอร์ดิกส์ผู้บริโภคมีรสนิยมคล้ายกัน คือ นิยมสินค้าเพื่อสุขภาพ สินค้ารักษ์ธรรมชาติ ปราศจากสิ่งเจือปน กระแสความนิยมนี้จึงกระจายตัวไปยังสินค้ากลุ่มต่างๆ เช่น อาหาร และเครื่องดื่ม เครื่องนุ่งห่ม รวมไปถึง เครื่องสำอางค์ ผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร และต้องการสินค้า "Organic" มากขึ้น

๒. การนำเข้าจากทั่วโลก

ในช่วง ๗ เดือนแรกปี ๒๕๕๕ การนำเข้าสินค้ากลุ่มเครื่องสำอาง (HS code ๓๓) ของกลุ่มนอร์ดิกส์จากทั่วโลกนั้นพบว่ามีอัตราการลดลงโดยรวมทุกประเทศ โดยที่นอร์เวย์มีอัตราการลดน้อยที่สุดด้วย มูลค่านำเข้า ๓๘๐ ล้านเหรียญสหรัฐ ลดลงร้อยละ ๐.๙๗ รองลงมาได้แก่สวีเดน มูลค่า ๔๘๐.๕๗ ล้านเหรียญสหรัฐลดลงร้อยละ ๒.๒๐ ไอซ์แลนด์มูลค่า ๑๔.๘๔ ล้านเหรียญสหรัฐ ลดลงร้อยละ ๖.๖๐ เดนมาร์กมูลค่า ๓๒๒.๖๖ ล้านเหรียญสหรัฐลดลงร้อยละ ๘.๗๑ และฟินแลนด์มูลค่า ๑๙๒.๔๒ ล้านเหรียญสหรัฐ ลดลงร้อยละ ๙.๙๖ โดยที่สวีเดนมีมูลค่าการนำเข้าในช่วงนี้สูงที่สุด ดังตารางด้านล่าง

การนำเข้าสินค้าเครื่องสำอางของกลุ่มประเทศนอร์ดิกส์จากทั่วโลกในช่วงเดือนมค - กค ๒๕๕๕

ประเทศ	๒๕๕๔	มค - กค ๒๕๕๕	อัตราขยายตัว (%)
เดนมาร์ก	๖๑๕.๗๒	๓๒๒.๖๖	-๘.๗๑
สวีเดน	๘๕๒.๖๘	๔๘๐.๕๗	-๒.๒๐
ฟินแลนด์	๓๑๖.๔๑	๑๙๒.๔๒	-๙.๙๖
นอร์เวย์	๖๖๙.๒๙	๓๘๐.๐๐	-๐.๙๗
ไอซ์แลนด์	๒๘.๗๗	๑๔.๘๔	-๖.๖๐

เนื่องจากกลุ่มประเทศนอร์ดิกส์ส่วนใหญ่นิยมซื้อขายกันภายในกลุ่มและประเทศในยุโรปด้วยกัน แหล่งนำเข้าที่สำคัญในกลุ่มนอร์ดิกส์คือ เดนมาร์ก และสวีเดน และประเทศผู้นำเศรษฐกิจยุโรป คือฝรั่งเศส และเยอรมันนี้ ดังรายละเอียดตามตารางด้านล่าง

แหล่งนำเข้าสินค้าเครื่องสำอางที่สำคัญของกลุ่มประเทศนอร์ดิกส์ในช่วงเดือนมค - กค ๒๕๕๕

ประเทศ	แหล่งนำเข้าที่สำคัญ	มูลค่า	อัตราการขยายตัว
เดนมาร์ก	เยอรมันนี	๕๗.๐๗	-๒.๔๘
	ฝรั่งเศส	๕๔.๒๓	-๑๕.๒๕
	สวีเดน	๓๘.๖๗	-๓.๓๗
	ไทย (๒๕)	๐.๒๖	-๔๖.๙๓
สวีเดน	เดนมาร์ก	๘๙.๙๐	+๔.๑๖
	เยอรมันนี	๗๖.๒๐	-๑๑.๒๙
	ฝรั่งเศส	๖๐.๔๖	-๕.๒๒
	ไทย (๓๓)	๐.๕๑	+๕๙.๐๔
ฟินแลนด์	สวีเดน	๔๓.๕๓	-๑๕.๕๑
	ฝรั่งเศส	๓๒.๖๗	-๘.๑๗
	เยอรมันนี	๒๗.๔๓	+๙.๓๙
	ไทย (๓๐)	๐.๑๒	+๑๙.๔๙
นอร์เวย์	ฝรั่งเศส	๖๖.๓๔	-๒.๖๘
	ไอร์แลนด์	๔๘.๔๔	-๓.๒๙
	เดนมาร์ก	๔๖.๙๙	+๓๔.๑๕
	ไทย (๒๔)	๐.๘๗	-๑.๕๖
ไอซ์แลนด์	ฝรั่งเศส	๒.๗๕	-๕.๖๒
	เดนมาร์ก	๒.๔๓	-๑.๖๖
	สหราชอาณาจักร	๒.๑๕	๒.๓๙
	ไทย (๑๗)	๐.๐๗	-๕.๖๖

๓. การนำเข้าจากประเทศไทย

ในช่วง ๘ เดือนแรกปี ๒๕๕๕ การนำเข้าสินค้ากลุ่มเครื่องสำอางค์ และผลิตภัณฑ์รักษาผิวจากประเทศไทยนั้นพบว่า ไทยส่งออกมายังฟินแลนด์มากที่สุด ด้วยมูลค่า ๔.๗ ล้านเหรียญสหรัฐ ถือเป็นอัตราการเจริญเติบโตร้อยละ ๔๑.๖๐ รองลงมาได้แก่ สวีเดน ๐.๕ ล้านเหรียญสหรัฐ เดนมาร์ก ๐.๔ ล้านเหรียญสหรัฐ และนอร์เวย์ ๐.๒ ล้านเหรียญสหรัฐ ดังรายละเอียดด้านล่างการส่งออกสินค้าเครื่องสำอาง สบู่ และผลิตภัณฑ์รักษาผิวของไทยในกลุ่มประเทศนอร์ดิกส์ ช่วงเดือนมกราคม - สิงหาคม ๒๕๕๕ (หน่วย ล้านเหรียญสหรัฐ)

ประเทศ/ลำดับตลาด	๒๕๕๔	มค - สค ๒๕๕๕	อัตราขยายตัว (%)	สัดส่วน (%)
เดนมาร์ก (๕๕)	๑.๑	๐.๔	-๕๔.๑๘	๐.๑๓
สวีเดน (๕๖)	๐.๕	๐.๕	๔๐.๒๒	๐.๑๒
ฟินแลนด์ (๑๐)	๔.๖	๔.๗	๔๑.๖๐	๑.๗๕
นอร์เวย์	๐.๑	๐.๒	๑๓๗.๗๑	๐.๑๓

๔. ช่องทางการเข้าสู่ตลาด

การจำหน่ายสินค้าเพื่อสุขภาพ ความงาม ยา และเครื่องสำอางค์ นั้น สามารถนำเข้าได้หลายทาง เช่น ผ่านทางผู้นำเข้า ผู้แทนจำหน่าย (Agency) ห้างสรรพสินค้า เนื่องจากเป็นสินค้าที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับความปลอดภัย สุขภาพร่างกายของผู้บริโภคเป็นสำคัญ การนำเข้าจึงต้องผ่านผู้นำเข้าซึ่งเป็นตัวกลางในการติดต่อการขออนุญาตกับทางการต่างๆ และดูแลด้านการตรวจสอบสารเคมี การติดฉลาก บรรจุภัณฑ์ การระบุแหล่งผลิต ผู้ผลิต และชื่อผู้นำเข้า เพื่อให้แน่ใจว่า สินค้าถูกผลิตอย่างถูกต้องตามกฎหมายที่กำหนดและได้รับการยอมรับในกระบวนการผลิตที่เหมาะสมตามมาตรฐานของสังคมและสิ่งแวดล้อม และ/หรือเป็นที่นิยมสอดคล้องในตลาดท้องถิ่น ซึ่งผู้นำเข้าจะไปจำหน่ายต่อร้านค้าปลีกอื่นๆต่อไป เช่น Life Sverige <http://www.lifebutiken.se/>) ห้างสรรพสินค้า ซูเปอร์มาร์เก็ต ร้านสปา และโรงแรมอีกต่อหนึ่ง

การจำหน่ายโดยผ่านร้านสปา และนวดแผนโบราณไทยในกลุ่มประเทศนอร์ดิกส์เป็นอีกทางเลือกหนึ่งที่ได้รับคามนิยม เนื่องจากผู้บริโภคกลุ่มนอร์ดิกส์นิยมใช้บริการนี้ ผู้ใช้บริการมักเป็นผู้ที่ชื่นชอบนวดไทยแผนโบราณหรือเดินทางไปใช้บริการที่ประเทศไทยแล้ว และต้องการหาสินค้าและบริการจากประเทศไทย ปัจจุบันมีร้านสปาและนวดแผนโบราณไทยกว่า ๒๐๐ แห่งในกลุ่มประเทศนอร์ดิกส์ ทั้งนี้ ร้านสปา และนวดแผนโบราณเหล่านี้เป็นร้านขนาดเล็กที่มียอดการสั่งซื้อน้อย (เฉลี่ยร้านละประมาณ ๑ ตู้คอนเทนเนอร์ต่อปี)

สำหรับผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร (Fortified/Functional food) จะมีน้อยมากในตลาดเดนมาร์ก เนื่องจากผู้บริโภคไม่ให้ความนิยม (Negative consumer attitude) ดังที่ได้กล่าวไป ผู้บริโภคนิยมสินค้าที่มาจากธรรมชาติแท้ ๑๐๐% มากกว่าการเติมแต่งสิ่งใดๆ ในอาหาร อีกทั้งกฎหมายของเดนมาร์กที่เข้มงวด ซึ่งมีสินค้าจากหลายบริษัทที่ถูกถอดออกจากตลาดไป รวมทั้งสินค้าจาก Nestlé และ The Coca-Cola Co. ด้วย

บริษัทสินค้าเครื่องสำอางค์ และความงามที่มีส่วนแบ่งตลาดมากที่สุด ๕ อันดับแรก

อันดับ	เดนมาร์ก	สวีเดน	ฟินแลนด์	นอร์เวย์
๑	L'Oréal Danmark A/S	L'Oréal AB	L'Oréal Finland Oy	L'Oréal Norges
๒	Sæther A/S,	Procter & Gamble	Lumene Oy	Engelschinson Marwell
๓	Procter & Gamble	Invima AB	Nordic Cosmetics	Invima
๔	Beiersdorf A/S	Lumene Oy	Estee Lauder Cos	Christian Dior AS
๕	L'Oréal Luxury Products	Clinique	Oriflame Finland	Estee Lauder

บริษัทร้านค้าปลีกสินค้าเพื่อสุขภาพ เครื่องสำอางค์ และความงามที่มีส่วนแบ่งตลาดมากที่สุด ๕ อันดับแรกปี ๒๕๕๔

อันดับ	เดนมาร์ก	สวีเดน	ฟินแลนด์	นอร์เวย์
๑	Apotekerforenings	Apoteket AB	Yliopiston Apteekki Oy	NMD AS
๒	Matas A/S	ApoPharm AB	Avainapteekien	Apokjeden AS
๓	Profil Optik A/S	Apoteksgruppen i Sverige AB	Oma PLUS Apteekkipalvelut	Boots Norge AS
๔	Louis Nielsen A/S	Kronans Droghandel	Hyvan Mielen Apteeki	Cosmetic Group AS
๕	Thiele A/S, F A	Medstop Holding	Specsavers	Life Europe AB

งานแสดงสินค้าสินค้าเพื่อสุขภาพ และความงาม

งานแสดงสินค้าในสินค้ากลุ่มนี้ที่ใหญ่ที่สุดในกลุ่มประเทศนอร์ดิกคืองาน Allt for Halsan ณ กรุงสตอกโฮล์ม ประเทศสวีเดน ซึ่งเป็นงานแสดงสินค้าเพื่อสุขภาพ และการออกกำลังกาย (Health, Wellness and Fitness) ซึ่งสินค้าภายในงานแบ่งออกเป็น ๕ ประเภท ได้แก่ การออกกำลังกาย (Fitness & Training), ร่างกายและจิตใจ (Body & Soul), อาหารและพลังงาน (Food & Energy) และการพักผ่อนและผลิตภัณฑ์เพื่อความสวยงามตามธรรมชาติ (Relaxation & Natural beauty) มีบริษัทออกคูหาจำนวนประมาณ ๓๐๐ ราย และผู้เข้าร่วมชมงานประมาณ ๓๐,๐๐๐ คน สำหรับปีนี้ มีกำหนดการจัดงานระหว่างวันที่ ๘ - ๑๑ พฤศจิกายน ๒๕๕๕ รายละเอียดดูเพิ่มเติมได้ที่ <http://www.alltforhalsan.se/>

นอกจากนี้ ยังมีงานแสดงสินค้าอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องอีก เช่น Med Info <http://www.medinfo2013.dk/> ณ กรุงโคเปนเฮเกน ประเทศเดนมาร์ก (๒๐ - ๒๓ สิงหาคม ๒๕๕๕) และ Natural Products Scandinavia เมืองเมลโบ ประเทศสวีเดน (๑๔ - ๑๕ ตุลาคม ๒๕๕๕)

<http://www.naturalproductsscandinavia.com/>



ตัวอย่างสินค้า Home Spa Set ซึ่งประกอบด้วยซีดีเพลง เครื่องหอม ครีมเกลือสำหรับอาบน้ำ ซึ่งจำหน่ายที่ร้านขายหนังสือในช่วงเทศกาลคริสต์มาส ภายใต้คอนเซ็ป Sleep, Wellness Spa, Harmony และ Escape

๕. กฎระเบียบที่สำคัญ

๕.๑ ฉลากสินค้า

- ต้องระบุรายการของส่วนผสม และสารที่ควบคุม หรือต้องห้ามอย่างชัดเจน
- ควรระบุด้วยว่าเครื่องสำอางนั้นๆ ปราศจากน้ำหอม (perfume) กลิ่นหอม (aroma) สารกันบูด/เสียหรือสีหรือไม่
- ต้องมีชื่อและที่อยู่ของผู้ผลิตระบุไว้อย่างชัดเจน ที่สามารถติดต่อได้ในกรณีที่มีปัญหาจากการใช้ผลิตภัณฑ์ หากผู้ผลิตมีแหล่งผลิตหลายแห่ง ให้เลือกใช้ที่อยู่ที่สามารถเรียกตรวจสอบหรือติดต่อขอข้อมูลได้เพียงแห่งเดียว
- ต้องมีวันผลิตและวันหมดอายุ (Best before + วันที่) หากผลิตภัณฑ์มีอายุมากกว่า 30 เดือน กฎหมายไม่บังคับต้องบอกวันหมดอายุ แต่ให้ใช้สัญลักษณ์รูปขวดครีมฝาเปิด และมีจำนวนเดือนเป็นตัวเลขเขียนข้างอักษร M กำกับระยะเวลา เพื่อแจ้งผู้บริโภคว่า ควรใช้ผลิตภัณฑ์ไม่เกินกี่เดือนตามที่กำกับไว้หลังจากเปิดขวดผลิตภัณฑ์แล้ว ซึ่งก็ต้องดูวันผลิตประกอบด้วย
- ต้องระบุน้ำหนักหรือปริมาณ
- ต้องมีหมายเลขการผลิต เพื่อใช้ในการติดตามตรวจสอบการผลิตแต่ละงวดได้ ทั้งนี้ สามารถระบุบนกล่องผลิตภัณฑ์ หากบนฉลากผลิตภัณฑ์มีเนื้อที่ไม่เพียงพอ
- สามารถอ้างถึงส่วนผสมที่มีส่วนประกอบของน้ำแร่ โคลนแร่ หรือสารสกัดจากพืชตามธรรมชาติบนฉลาก แต่ห้ามใช้ข้อความในเชิงโฆษณาด้านการบำบัดหรือรักษาโรค
- ต้องมีคำแนะนำ/คำเตือนแก่ผู้บริโภค วิธีการวิเคราะห์อาการแพ้ว่ามีอาการอย่างไร ควรปฏิบัติตนอย่างไรในกรณีที่เกิดอาการแพ้ หรือควรหลีกเลี่ยง/จำกัดการใช้สำหรับการแพ้ประเภทใด
- ต้องมีการระบุถึงวิธีใช้/จำนวนครั้งและระยะเวลาที่เหมาะสมในการใช้ผลิตภัณฑ์ เช่นหากเป็นผลิตภัณฑ์เกี่ยวกับการทำความสะอาดส่วนต่างๆของร่างกาย จะต้องระบุว่าควรล้างออกทันที หรือควรทิ้งไว้เป็นเวลาเท่าไรจึงจะล้างออก หรือควรระบุว่าคุณสมบัติของร่างกายที่ควรและไม่ควรสัมผัสกับผลิตภัณฑ์ (ถ้ามี) เป็นต้น
- ต้องระบุว่าผลิตภัณฑ์สำหรับเด็ก หรือผู้ใหญ่ และระบุด้วยว่าผลิตภัณฑ์นั้นจะเหมาะกับผู้ที่มีการแพ้ง่ายได้หรือไม่
- ผู้ผลิตจะต้องมีการระบุอย่างชัดเจนบนบรรจุภัณฑ์ว่าผลิตภัณฑ์นั้นมีความเสี่ยงที่ผู้บริโภคจะเกิดอาการแพ้มากน้อยเพียงใด ซึ่งส่วนผสมต่างๆที่ใช้ในผลิตภัณฑ์ และกระบวนการผลิตเป็นตัวแบ่งระดับอาการแพ้และระคายเคืองของผลิตภัณฑ์เสริมความงาม แบ่งออกเป็น 4 ระดับ ได้แก่ non irritation, light irritation, moderate irritation และ strong irritation
- หากเป็นสินค้านำเข้า ต้องระบุประเทศผู้ผลิต
- หากใส่ชื่อส่วนผสมบนฉลากติดผลิตภัณฑ์ไม่พอ สามารถทำเป็นแผ่นกระดาษเล็กๆพับใส่ในกล่องผลิตภัณฑ์ หรือกำกับไว้บนกล่องที่ใช้บรรจุผลิตภัณฑ์นั้นๆ

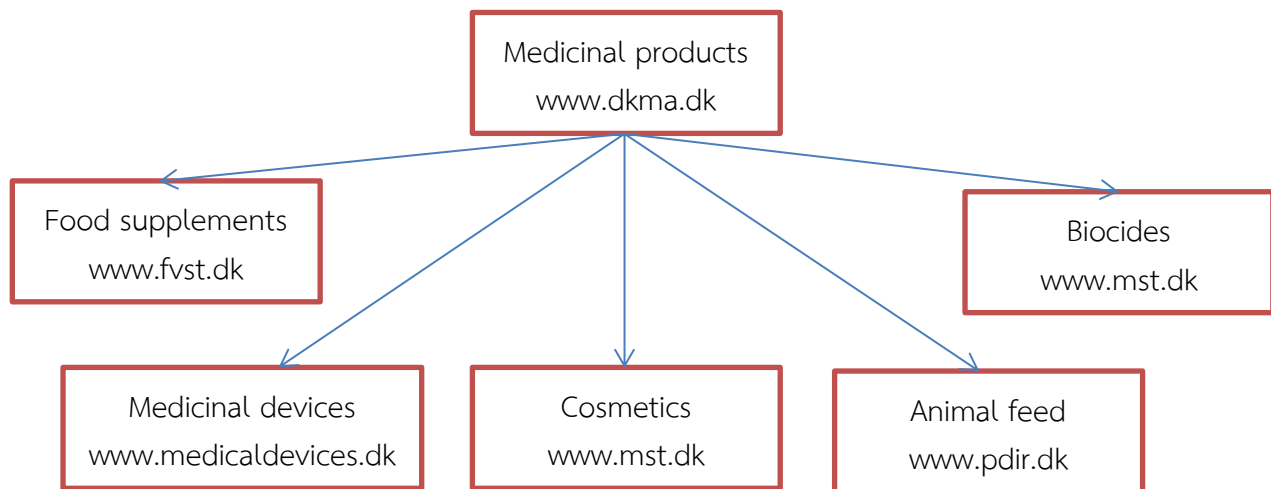
- จัดทำฉลากเป็นภาษาท้องถิ่น

ทั้งนี้ สามารถหาข้อมูลเพิ่มเติมได้จาก Environmental Protection Agency, Danish Ministry of the Environment

http://www.mst.dk/English/Chemicals/legislation_on_chemicals/fact_sheets/fact_sheet_classification_labelling_and_packaging_the_CLP_regulation.htm

๕.๒ การจำแนกผลิตภัณฑ์

การจำแนกผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพ และความสามารถศึกษาได้จาก Danish Health and Medicines Authority และเว็บไซต์ด้านล่าง



๕.๓ อาหารเสริม (Food supplements)

สินค้าที่ถือว่าเป็นอาหารเสริม (Food supplements) คือ สินค้าที่ส่วนผสมของวิตามิน และ/หรือแร่ธาตุ หรือเส้นใยอาหารกรดไขมันที่จำเป็น (dietary fibers) ส่วนผสมของไขมันสัตว์ (Essential fatty acids) น้ำมันปลา (Fish oil) ส่วนผสมจากพืช (Plant ingredient เช่น Extracts of garlic) และส่วนผสมดังกล่าวในอาหารเสริม ต้องมีปริมาณมากพอที่จะส่งผลต่อความเปลี่ยนแปลงของร่างกาย นอกจากนี้ อาหารเสริมต้องอยู่ในรูปแบบใน ปริมาณที่น้อย เช่น ยา ของเหลว หรือผงและมีข้อมูลการรับประทานกำกับ

ก่อนที่จะขายผลิตภัณฑ์อาหารเสริมในเดนมาร์ก บริษัทผู้นำเข้าต้องทำการจดทะเบียนสินค้านี้ก่อน เข้าตลาดที่ the Danish Veterinary and Food Administration หรือจดทะเบียนออนไลน์ที่เว็บไซต์ www.virk.dk

กฎระเบียบสำหรับอาหารเสริม

ตามปกติแล้ว ผลิตภัณฑ์อาหาร และอาหารเสริมต้องปฏิบัติตามกฎ Regulation (EC) No. 178/2002 ของสหภาพยุโรป โดยเฉพาะ Article 14 ที่เกี่ยวกับความปลอดภัยของอาหาร และ Article 16 ที่เกี่ยวกับการฉลาก การโฆษณา และการขายผลิตภัณฑ์

ผลิตภัณฑ์อาหารเสริมที่เข้ามาจำหน่ายในเดนมาร์ก ต้องปฏิบัติตามกฎระเบียบของสหภาพยุโรป the Commissions Regulation (EC) No 1170/2009 และกฎระเบียบของเดนมาร์ก kosttilskudsbekendtgørelsen (1440/2009)

การปิดฉลากอาหารเสริม

การปิดฉลากอาหารเสริมที่เข้ามาจำหน่ายในเดนมาร์กต้องปฏิบัติตามกฎ mærkningsbekendtgørelsen (1308/2005) ซึ่งต้องให้ผู้บริโภคอ่านง่าย เขียนเป็นภาษาเดนมาร์ก หรือภาษาใกล้เคียง ต้องระบุชื่ออาหาร บริษัทผู้ผลิต และส่วนประกอบต่างๆ

การกล่าวอ้างถึงสรรพคุณในอาหารเสริม

การกล่าวอ้างถึงสรรพคุณในอาหารเสริมสามารถทำได้ด้วยความสมัครใจ แต่ต้องปฏิบัติตามกฎระเบียบ Regulation (EC) No 1924/2006 ของสหภาพยุโรป สินค้าที่อ้างว่าสามารถป้องกัน หรือรักษาโรคได้นั้น จะถือว่าเป็นยา ดังนั้น จะถูกควบคุมโดย the Danish Medicines Agency

รายละเอียดอื่นๆ สามารถดูเพิ่มเติมได้ที่

http://www.foedevarestyrelsen.dk/english/Nutrition/Pages/Food_supplements.aspx

๕.๔ ผลิตภัณฑ์ยาสมุนไพร (Herbal medicinal products)

ผลิตภัณฑ์ยาสมุนไพรเป็นผลิตภัณฑ์ที่ประกอบด้วยพืชแห้ง หรือส่วนประกอบของพืช สารสกัดจากพืช หรือธรรมชาติต่างๆ (Dried plants, plant parts, plant extracts or other naturally occurring substances) กฎหมายของเดนมาร์กให้ขำจำกัดความของผลิตภัณฑ์ยาสมุนไพร (Herbal medicinal products) ว่า "Medicinal products whose active substances are only naturally occurring substances in doses that are not significantly higher than those found in the environment".

ผลิตภัณฑ์ยาสมุนไพรสามารถจำหน่ายได้ทั่วไป กล่าวคือ ไม่ใช่เฉพาะร้านขายยา เนื่องจากแพทย์ หรือเภสัชกรจะไม่เข้ามาเกี่ยวข้องกับการรักษา ดังนั้นการรักษาของผลิตภัณฑ์ยาสมุนไพรเป็นการรักษาเพียงแค่วโรคเล็กๆ น้อยๆ (The treatment of minor diseases) เท่านั้น อย่างไรก็ตาม ผลิตภัณฑ์ยาสมุนไพรต้องผ่านการอนุญาตจาก Danish Health and Medicines Authority ก่อนการจำหน่ายในเดนมาร์ก ซึ่งมีข้อกำหนดเกี่ยวกับการผลิต คุณภาพ ความปลอดภัย และประสิทธิภาพของผลิตภัณฑ์ยาสมุนไพร นอกจากนี้ ผลิตภัณฑ์ยาสมุนไพรต้องเขียนระบุ Herbal medicinal product อย่างชัดเจน เพื่อให้ผู้บริโภคสามารถรับรู้ถึงประเภทของผลิตภัณฑ์

๕.๕ สารต้องห้ามในผลิตภัณฑ์เสริมความงาม

ในกลุ่มผลิตภัณฑ์เสริมความงามที่มีจำหน่ายตามท้องตลาด ส่วนประกอบต่อไปนี้เป็นตัวที่ทำให้เกิดอาการแพ้และระคายเคืองได้ง่ายที่สุด คือ น้ำหอมที่ผู้ผลิตใช้ในผลิตภัณฑ์เสริมความงาม รองลงมาได้แก่ สีที่ผู้ผลิตยาเปลี่ยนสีผสมใช้ในผลิตภัณฑ์ สาร excipient และวัตถุกันเสียในผลิตภัณฑ์ ตามลำดับ ดังนั้นผู้ผลิตจะต้องมีความระมัดระวังในเรื่องนี้เป็นพิเศษหากจะต้องใช้ส่วนประกอบดังกล่าวในการผลิตเครื่องสำอาง

รายชื่อสารต้องห้ามในผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางค์ออร์แกนิกส์

สารต้องห้าม	ผลิตภัณฑ์ที่พบ	สารทดแทนที่สามารถใช้ได้
Petrochemicals (paraffin, Vaseline, etc.)	ครีมสำหรับหน้า หรือตัว น้ำมันนวด ผลิตภัณฑ์สำหรับเด็ก	Absorbent natural plant oils
Glycerine of plant origin	ครีมสำหรับหน้า เจลอาบน้ำ สบู่	Glycerine of plant origin
Propylene glycol, butylene glycol	ครีมสำหรับหน้า หรือตัว ผลิตภัณฑ์สำหรับเด็ก	Glycerine of plant origin
Sodium Laureth Sulphate (S.L.S.)	ผลิตภัณฑ์ชำระล้างร่างกาย โยเฉพาะเจลอาบน้ำ และสบู่อาบน้ำสำหรับเด็ก	Non-ethoxylated surfacants – such as coconut oil based detergents and sugar tensides
Ethoxylated emulsifiers	ครีมสำหรับหน้า หรือตัว เจลอาบน้ำ สบู่	Coconut oil based gentle detergents, glutamic acid derivatives, betaine derivatives, sugar tensides
Synthetic colouring agents	เครื่องสำอางค์สีเกือบทุกชนิด	Natural colouring agents or no colouring agents at all
Synthetic scents	ครีม ผลิตภัณฑ์อาบน้ำ ผลิตภัณฑ์	Natural essential oils, taking

	สำหรับเด็ก	into account non-allergenic amount levels and mixtures
EDTA based chelators	ผลิตภัณฑ์ล้างเครื่องสำอางค์ และ เครื่องสำอางค์อื่นๆ	Gentle skin cleansing agents, such as sugar tensides and betaine derivaties
Synthetic chemical sun-blocking agents	ผลิตภัณฑ์ป้องกันแสงแดด	Natural sun-blocking agents or mineral pigments as well as antioxidants to combat free radical and UV-ray caused deterioration
Aluminium derivatives and compounds	แป้ง และเครื่องระงับกลิ่นกาย	Gentle sweat-pore tightening materials eg. Witch-hazel extract
Ionizing and other electric radiation	เครื่องสำอางค์บางชนิด	Natural essential oils and/or natural preservatives (eg. Benzoic acid) and preservative salts
Talcum	แป้ง และแป้งเด็ก	เช่น aluminium free mineral substances

เทคโนโลยีการผลิตต้องห้ามในการผลิตเครื่องสำอางค์ออร์แกนิกส์

- การแยกตัวให้เปลี่ยนเป็นไอออน (Ionizing) หรือรังสีอื่นๆ ทางจุลชีววิทยา
- การใช้เฮกเซน (Hexane) น้ำมันพาราฟิน (Paraffin) หรือโพรพิลีนไกลคอล (Propylene glycol)
- การใช้ซากสัตว์ที่ตายแล้ว
- การทดลองด้วยสัตว์

รายชื่อสารที่บังคับให้ระบุบนผลิตภัณฑ์ในส่วนผสม (Ingredients)

สารดังต่อไปนี้ หากมีปริมาณร้อยละ ๐.๐๐๑ หรือมากกว่า ในผลิตภัณฑ์ที่การใช้ไม่ต้องชะล้างออกด้วยน้ำ และปริมาณร้อยละ ๐.๐๑ และมากกว่าในผลิตภัณฑ์ที่การใช้ต้องชะล้างออกด้วยน้ำ จะต้องระบุชื่อสารดังกล่าวบนผลิตภัณฑ์ ในส่วนที่เป็นส่วนผสมของ.. (Ingredient ..)

สาร Amylcinnamal (n. CAS122-40-7)

Alcole benzilico (n. CAS 100-21-6 พบในผักและผลไม้หลายชนิด)

Alcole cinnamilico (n.CAS 104-54-1)

Citrale (n.CAS 5392-40-5)

Eugenolo (n.CAS 97-53-0 ที่มีอยู่ในน้ำมันของต้น Cloves)

Idrossicitronellale (n.CAS 107-75-5)

Isoeugenolo (n.CAS 97-54-1)

Alcole beta-pentilcinna-milico (n.CAS 101-85-9)

Salicilato di benzile (n.CAS 118-58-1)

Cinnamaldeide (n. CAS 104-55-2)

Cumarina (n. CAS 91-64-5)

Geraniolo (n. CAS 106-24-1 Geranium มีมากในองุ่นบางพันธุ์)

4-(4-idrossi-4-mentilpentil)cicloes-3-encarbaldeide (n. CAS 31906-04-4)

Alcole anisilico (n. CAS 105-13-5)

Cinnamato di benzile (n. CAS 103-41-3)

Farnesolo (n. CAS 4602-84-0)

2-(-4-terz-butylbenzil)-propionaldeide (n. CAS 80-54-6)

Linalolo (n. CAS 78-70-6 ในน้ำมันสน)

Benzoato di benzile (n. CAS 120-51-4)

Citronellolo (n. CAS 106-22-9)

Alfa-esilcinnamaldeide (n. CAS 101-86-0)

D'limonene (n. CAS 5989-27-5)

Ott-2-inoato di metile (n. CAS 111-12-6)

3-metil-4-(2,6,6-trimetil-2-cicloesen-1-il)-3-buten-2-one (n. CAS 90028-68-5)

Estratto di evernia prunastri ed evernia furfuracea (n. CAS 90028-68-5)

Evernia furfuracea, estratto (n. CAS 90028-67-4)

กระบวนการผลิตเครื่องสำอางและขั้นตอนการบรรจุภัณฑ์ จะต้องอยู่ภายใต้การควบคุมของผู้เชี่ยวชาญเฉพาะทางสาขาเคมี อุตสาหกรรมเคมี เกษศาสตร์ วิศวกรรมเคมี หรือชีววิทยา รวมถึงเครื่องมือที่ใช้ในกระบวนการผลิตเครื่องสำอางและการบรรจุภัณฑ์จะต้องได้มาตรฐาน การผลิตเครื่องสำอางในประเทศเดนมาร์ก (หากนำเข้าในเดนมาร์ก) โดยยื่นหนังสือต่อ The Danish Environmental Protection Agency <http://www.mst.dk/>

ทั้งนี้ ต้องให้รายละเอียดตัวสินค้าและส่วนผสมที่ใช้ และห้ามนำเยื่อ เซล ของเหลว ที่ได้จากสัตว์ หากไม่รู้ที่มาของวัตถุดิบที่แน่นอนจะต้องนำไปผ่านการตรวจสอบตามขบวนการทางวิทยาศาสตร์ก่อน และห้ามนำสัตว์มีชีวิตมาทำการทดสอบผลิตภัณฑ์



ผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางค์ Comwell ของเดนมาร์ก

กรณีเป็นผลิตภัณฑ์ที่มาจากธรรมชาติต้องมีการตรวจประเภทของพืชว่าไม่ใช่พืชที่อยู่ในรายการพืชพันธุ์สงวนและพืชต้องห้าม และปริมาณของสารสกัดแต่ละประเภทต้องไม่เกินกว่าที่กำหนดไว้ หากมีการสงสัยในสารตัวใดก็ตามเจ้าหน้าที่จะต้องตรวจสอบ และต้องได้รับอนุญาตการนำสารนั้นไปใช้

๕.๖ การส่งตัวอย่างผลิตภัณฑ์เพื่อทำการตรวจสอบก่อนจำหน่าย

หากผู้ผลิตต้องการส่งเครื่องสำอาง/สปา มาจำหน่ายยังประเทศเดนมาร์ก จำเป็นต้องส่งผลิตภัณฑ์ตัวอย่างเพื่อให้กระทรวงสาธารณสุขของเดนมาร์กตรวจสอบส่วนผสม และฉลากก่อน ที่อยู่ของหน่วยงานที่รับผิดชอบ ได้แก่ The Danish Environmental Protection Agency <http://www.mst.dk/> สามารถตรวจสอบรายละเอียดเพิ่มเติมได้ที่เว็บไซต์ด้านล่าง <http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=OJ:L:2009:342:0059:0209:EN:PDF>

ในแง่ของกฎระเบียบในปี ๒๕๕๕ นี้ เป็นปีที่มีการปรับเปลี่ยนมากมาย เพื่อให้สอดคล้องกับข้อมูลใหม่ๆ ของ Food Information for Consumers Regulation (FIR) เช่น อาหารที่ใช้เทคโนโลยีการผลิตแบบใหม่ (Novel food) กฎระเบียบอื่นๆ ที่สำคัญ แสดงดังตารางด้านล่าง

ข้อกฎระเบียบ	รายละเอียดกฎระเบียบ
Regulation 1924/2006	โภชนาการและสุขภาพ เช่น การกล่าวอ้างถึงสรรพคุณของอาหาร โดยอ้างถึงวิตามิน หรือปริมาณน้ำตาล รวมทั้งการระบุปริมาณเกลือ เป็นต้น
Regulation 1169/2011	ข้อกำหนดการติดฉลากแก้ไขใหม่ล่าสุด
EU Directive 76/768/EEC	ข้อกำหนดเกี่ยวกับเครื่องสำอางค์และส่วนประกอบ

Regulation (EC) 1223/2009	ข้อกำหนดเกี่ยวกับเครื่องสำอางค์และส่วนประกอบ (แก้ไขเพิ่มเติม)
REACH Regulation (EC) 1907/2006	ข้อกำหนดเกี่ยวกับสารเคมีในเครื่องสำอางค์
Commission Recommendation 2006/406/EC	ข้อกำหนดเกี่ยวกับการทดลองเครื่องสำอางค์ในสัตว์
Directive 2001/83/EC	ข้อกำหนดเกี่ยวกับการตลาดสินค้ายา
Directive 2001/20/EC	ข้อกำหนดเกี่ยวกับการทดลองทางจริยธรรม (Clinical trials to meet ethical requirements)
Directive 2004/24/EC	ข้อกำหนดเกี่ยวกับสินค้าเพื่อสุขภาพ (Herbal products)
Regulation (EC) No. 1272/2008	การติดฉลากและบรรจุภัณฑ์

อย่างไรก็ตาม สหภาพยุโรปกำลังวางแผนการเปลี่ยนแปลงกฎระเบียบ Regulation (EC) 1223/2009 ในเดือนมิถุนายน ๒๕๕๖ และมีผลบังคับใช้ทันที¹ ซึ่งต้องจับตามองกันต่อไป

๕.๗ การจดทะเบียนผลิตภัณฑ์ยาสมุนไพรกับสหภาพยุโรป

สำหรับการขึ้นทะเบียนนั้น ผลิตภัณฑ์ยาสมุนไพรจะต้องมีคุณสมบัติต่างๆ ตามที่สหภาพยุโรปกำหนดไว้ อาทิ

- คำจำกัดความของคำว่าผลิตภัณฑ์ยาสมุนไพร คือ ผลิตภัณฑ์ที่มีเพียงสารสมุนไพร (herbal substance) อย่างน้อยหนึ่งสารเป็นสารออกฤทธิ์ (active ingredients) หรือมีการเตรียมสารสมุนไพร (herbal preparation) หรือการผสมผสานแนวทางทั้งสองอย่างเข้าด้วยกัน
- สารสมุนไพร (herbal substance) คือ ส่วนหนึ่งส่วนใดหรือส่วนทั้งหมดของพืช บางส่วนของพืช สาหร่าย เห็ด รา ไลเคน (lichen) ซึ่งยังไม่ได้แปรรูป โดยอาจเป็นผ่านการทำให้แห้งหรือเป็นของสดก็ได้ โดยหนอง (exudate) ก็อาจนับเป็นสมุนไพรได้ สำหรับการเรียกชื่อสารสมุนไพรนั้น ให้เรียกตามระบบการเรียกชื่อสิ่งมีชีวิตแบบทวินาม (binomial system) อาทิ สกุล (genus) species variety และ author
- การเตรียมสารสมุนไพร (herbal preparation) ประกอบด้วยแนวทางต่างๆ อาทิ การสกัด การกลั่น การคั้น การแยกส่วน การฆ่าเชื้อ การทำให้เข้มข้น และการหมัก และรวมไปถึง การปั่น การละลายแอลกอฮอล์ (tincture) การสกัด เป็นต้น

นอกจากนี้ ผลิตภัณฑ์ยาสมุนไพรแผนโบราณยังมีต้องคุณสมบัติดังนี้

¹ ตามแหล่งข่าว http://www.cosmeticsdesign-europe.com/Product-Categories/Skin-Care/New-EU-cosmetics-regulation-in-place-next-year-a-closer-look/?c=m6xSA8l%2B801rlKqC9BpfVw%3D%3D&utm_source=Newsletter_Product&utm_medium=email&utm_campaign=Newsletter%2BProduct

- จะต้องเป็นผลิตภัณฑ์ยาสมุนไพรที่มีการใช้มาอย่างน้อย ๓๐ ปี และมีการใช้ในตลาดยุโรปมาอย่างน้อย ๑๕ ปี
- สามารถใช้ได้โดยที่แพทย์หรือเภสัชกรไม่จำเป็นต้องเป็นสิ่งยาหรือควบคุมดูแลในการใช้ยาดังกล่าว
- ต้องมีข้อมูลของผลิตภัณฑ์ดังกล่าวอย่างเพียงพอเพื่อสามารถพิสูจน์ได้ว่า ผลิตภัณฑ์จะไม่ก่อให้เกิดผลข้างเคียงที่อันตรายใดๆ และยังคงมีผลในการรักษาแม้จะใช้ในระยะเวลาสั้น (กล่าวคือ ไม้ตั๋ยยา)
- ผลิตภัณฑ์ยาดังกล่าวจะต้องมีปริมาณการใช้ที่เฉพาะเจาะจง
- ต้องเป็นยาใช้ภายนอก หากเป็นยาภายใน ต้องเป็นยาประเภทรับประทาน หรือสูดดม (ไม่ใช่ยาที่ฉีดเข้าภายในร่างกาย)

ทะเบียนผลิตภัณฑ์ยาสมุนไพรของสหภาพยุโรป

คณะกรรมการสำหรับผลิตภัณฑ์ยาสมุนไพร (Committee for Herbal Medicinal Products - HMPC) ที่จัดตั้งขึ้นภายใต้ European Medicines Agency (EMA) มีหน้าที่ประเมินและกำกับดูแลการจดทะเบียนผลิตภัณฑ์ยาสมุนไพรตามกฎระเบียบดังกล่าว

เมื่อ พ.ย. ๒๕๕๑ คณะกรรมาธิการยุโรปได้ประกาศรายชื่อผลิตภัณฑ์ยาสมุนไพรที่ได้จดทะเบียนแล้วดังนี้

<http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=OJ:L:2008:328:0042:0048:en:PDF>

ล่าสุดได้มีการเพิ่มสารสมุนไพรอีก ๓ ประเภท ได้แก่

- 'Calendula officinalis (L.)' และ 'Pimpinella anisum (L.)'
- 'Eleutherococcus senticosus (Rupr. et Maxim.) Maxim' and 'Echinacea purpurea (L.) Moench'
- 'Mentha x piperita L.'

ผู้ประกอบการสามารถอ่านข้อมูลเพิ่มเติมเกี่ยวกับข้อกำหนดต่างๆ รวมไปถึง แนวทางการจดทะเบียนผลิตภัณฑ์ ได้ที่เว็บไซต์ของคณะกรรมการสำหรับผลิตภัณฑ์ยาแผนโบราณของสหภาพยุโรป (Committee for Herbal Medicinal Products - HMPC) ได้ที่

http://www.ema.europa.eu/ema/index.jsp?curl=pages/regulation/general/general_content_000208.jsp&murl=menus/regulations/regulations.jsp&mid=WC0b01ac05800240cf&jsenabled=true

สำหรับผู้ประกอบการไทยที่ส่งออกผลิตภัณฑ์ยาสมุนไพรมายังสหภาพยุโรป

ผู้ประกอบการไทยที่ส่งออก ผลิตภัณฑ์ยาสมุนไพรมายังตลาดสหภาพยุโรป ขอให้ติดต่อผู้นำเข้าหรือผู้ซื้อผลิตภัณฑ์ของตนในยุโรปว่าจำเป็นต้องมีการ ดำเนินการจดทะเบียนผลิตภัณฑ์ยาสมุนไพรที่นำเข้ามาขายในสหภาพยุโรปหรือไม่ และหากจำเป็นผู้นำเข้าควรเป็นผู้แทนการประสานงานกับหน่วยงานที่มีหน้าที่รับผิดชอบ (national competent authority) ในประเทศที่ผลิตภัณฑ์ยาสมุนไพรนั้นวางจำหน่าย

ทั้งนี้ สามารถหาข้อมูลด้านการนำเข้าเพิ่มเติมได้จาก

- Danish Health and Medicines Authority

<http://laegemiddelstyrelsen.dk/en/topics/retail-and-online-sale/importing-medicines-to-denmark>

- European Medicines Agency

http://www.ema.europa.eu/ema/index.jsp?curl=pages/includes/medicines/medicines_landing_page.jsp&murl=menus/medicines/medicines.jsp&mid

http://www.ema.europa.eu/ema/index.jsp?curl=pages/regulation/general/general_content_000208.jsp&murl=menus/regulations/regulations.jsp&mid=WC0b01ac05800240cf&jsenabled=true

- EUBusiness

<http://www.eubusiness.com/topics/pharma/herbal>

- Danish Health and Medicines Authority

<http://medicaldevices.dk/en/menu/legislation-and-guidance>

<http://medicaldevices.dk/en/menu/national-requirements>

- EU Public Health

http://ec.europa.eu/health/documents/eudralex/vol-1/index_en.htm

๕.๘ ภาษี

สินค้ากลุ่มนี้ส่วนใหญ่ได้รับการยกเว้นภาษีนำเข้า เช่น ๓๓๐๗๓๐ เกลืออาบน้ำ ๓๔๐๑๑๑ สบู่ สามารถตรวจสอบเพิ่มเติมที่ EU Export Helpdesk

http://exporthelp.europa.eu/thdapp/display.htm?page=it%2fit_ImportTariffs.html&docType=main&languageId=en

ทั้งนี้ ผู้บริโภคในกลุ่มประเทศนอร์ดิกส์ต้องเสียภาษีมูลค่าเพิ่มในอัตราที่แตกต่างกันไป ได้แก่ เดนมาร์ก อัตราร้อยละ ๒๕ สวีเดนอัตราร้อยละ ๑๒ - ๒๕ ฟินแลนด์อัตราร้อยละ ๑๓ - ๒๓ นอร์เวย์อัตราร้อยละ ๑๔ - ๒๕ และไอซ์แลนด์อัตราร้อยละ ๗ - ๒๕.๕

๖. หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง

เดนมาร์ก

Ministry of Health and Prevention

Danish Medicines Agency

Institute for Rational Pharmacotherapy

Danish Association of the Pharmaceutical Industry

Generic Drugs Industry Association

Danish Pharmaceutical Association (pharmacists' association)

Danish Institute for Health Services Research

National Board of Health

Danish Centre for Evaluation and Health Technology Assessment (DACEHTA)

The Danish Regions

The National Association of Local Authorities in Denmark

Centralised Purchasing Agency for Hospital Sector

Statistics Denmark

Organisation of General Practitioners in Denmark

Health Insurance “denmark“

Association of Danish Pharmacies

The Danish Generic Medicines Industry Association

AMGROS (Centralised Purchasing Agency for Hospital Sector)

Danmarks Apotekerforening

(Danish Pharmacists Association)

Foreningen af Medicingrossister (MEGROS)

(Association of Pharmaceutical Wholesalers)

Økologisk Landsforening

(Ecologic Trade Association)

Danish Health Products Association

สวีเดน

Pharmaceutical Benefits Board

The Swedish Federation of County Councils

The National Corporation of Swedish Pharmacies

The Swedish Medical Products Agency

Ministry of Health and Social Affairs

The Swedish Institute for Health Economics

Swedish Association of the Pharmaceutical Industry

The National Social Insurance Board

The Swedish Patent and Registration Office

The National Board of Health and Welfare

ฟินแลนด์

Health Product Wholesalers' and Manufacturers' Association in Finland

<http://www.luontaistuotetukut.net/page010.aspx>

Finnish Health Product Retailers Association

<http://www.terveystuotekauppa.fi/> (Finnish only)

นอร์เวย์

Norwegian Food Safety Authority <http://www.mattilsynet.no/>

Debio (Norwegian Organic Certification) <http://www.debio.no/>

อื่นๆ

The European Federation of Associations of Health Product Manufacturers (EHPM)

<http://www.ehpm.org/>

๗. อุปสรรคในการนำเข้า

๗.๑ กฎระเบียบที่เข้มงวด โดยเฉพาะผลิตภัณฑ์ที่มีสรรพคุณในการรักษาในเดนมาร์กมีความเข้มงวดมาก (ไม่ใช่เฉพาะกับประเทศไทย) เมื่อเปรียบเทียบกับประเทศอื่นๆ

๗.๒ ค่าใช้จ่ายในการตรวจสอบค่อนข้างสูง และกินเวลายาวนาน จากการตรวจสอบพบว่า การส่งออกไปยังสวีเดน นั้นมีความสะดวกมากกว่า

๗.๓ ถึงแม้ว่าชาวนอร์ดิกส์จะเดินทางเข้าไปท่องเที่ยวในเมืองไทยเป็นจำนวนมากในแต่ละปี แต่ความนิยมในการใช้สินค้าเครื่องสำอางค์ สินค้าเพื่อสุขภาพ และความงามจากประเทศไทยยังน้อยมาก

๗.๔ นอกจากนั้น ผู้บริโภคนิยมบริโภค อุปโภคสินค้าที่เป็นแบรนด์ดังระดับโลก ไม่นิยมการทดลองใช้สินค้าใหม่ๆ ดังเช่นสินค้าประเภทอื่นๆ อีกทั้งมีการแข่งขันที่รุนแรงทั้งจากผู้ผลิตภายในประเทศ และกลุ่มประเทศเพื่อนบ้านในยุโรปด้วยกันเอง

๘. สรุปและข้อเสนอแนะ

กลุ่มประเทศนอร์ดิกส์ที่มีกำลังซื้อสูงของโลก รายได้เฉลี่ยต่อประชากร (นอร์เวย์ ๕๙,๖๕๐ เหรียญสหรัฐ เดนมาร์ก ๔๑,๕๐๐ เหรียญสหรัฐ สวีเดน ๔๑,๐๘๐ เหรียญสหรัฐ และฟินแลนด์ ๓๘,๖๐๐ เหรียญสหรัฐ) และนิยมใช้จ่ายสินค้าเพื่อสุขภาพ รักรักษาสิ่งแวดล้อม จากพิษเศรษฐกิจในอดีตที่ทำให้การใช้จ่ายของผู้บริโภคนั้น ผู้บริโภคได้ลดค่าใช้จ่ายต่างๆ ลง ซึ่งรวมทั้งสินค้าในกลุ่มนี้ด้วย ทั้งนี้ ตลาดกลุ่มประเทศนอร์ดิกส์มีจุดเด่นที่แตกต่างกันไป เช่น เศรษฐกิจฟื้นตัวของสวีเดน ทำให้การใช้จ่ายของผู้บริโภคมีอัตราเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง อีกทั้งตลาดสวีเดนเป็นตลาดที่มีมูลค่าเฉลี่ยสินค้าต่ำที่สุดในกลุ่มประเทศเพื่อนบ้าน (ราคาถูกกว่าประเทศในกลุ่มเดียวกัน)



ร้านค้าปลีก Harn & Thann ในกรุงสตอกโฮล์ม

ทำให้ประชาชนมีการใช้จ่ายสินค้ากลุ่มนี้มากที่สุด ในขณะที่ประชาชนชาวฟินแลนด์นิยมการใช้บริการชาน้ำ ชาวฟินแลนด์

เกือบทุกครัวเรือนมีห้องชาน้ำในบ้านพักของตนเอง วัฒนธรรมการเข้าชาน้ำทุกวันหลังเลิกงานเป็นกิจกรรมที่พบเห็นได้ทั่วไป ดังนั้น จึงเป็นสาเหตุหนึ่งที่ชาวฟินแลนด์นิยมการใช้ผลิตภัณฑ์สปา เครื่องสำอางค์ และบำรุงผิว และตลาดนอร์เวย์เป็นตลาดที่ผู้บริโภคมีย่านาการใช้จ่ายสูงที่สุด มูลค่าสินค้าและการขายจึงอยู่ในอัตราสูงด้วย

แม้ว่ากลุ่มประเทศเหล่านี้จะเป็นตลาดขนาดเล็กเมื่อเปรียบเทียบกับประเทศอื่นๆ ในยุโรป แต่ตลาดกลุ่มสินค้าเพื่อสุขภาพ และความงามมีแนวโน้มเติบโตมากขึ้น ไทยยังส่งออกสินค้ากลุ่มนี้มายังกลุ่มประเทศนอร์ดิกส์น้อยเมื่อเทียบกับขนาดตลาด

ปัจจุบันบริษัทผู้นำเข้าสินค้าเพื่อสุขภาพ และความงามที่นำเข้ามาจากประเทศไทยยังมีน้อย เช่น Harn & Thann ในกรุงสตอกโฮล์ม ประเทศสวีเดน ซึ่งจำหน่ายสินค้าทั้งหน้าร้าน และออนไลน์ เป็นต้น สินค้าไทยที่จำหน่ายในตลาดนอร์ดิกส์ส่วนใหญ่นำเข้าจากผู้นำเข้าร้านสปา และนวดแผนโบราณไทย ซึ่งยังเป็นจำนวนที่น้อย

อยู่ อีกทั้งงานแสดงสินค้าความงาม และสุขภาพที่ประเทศไทย (Health & Beauty) ยังไม่ได้รับความสนใจจากผู้
นำเข้ากลุ่มนอร์ดิกมากนัก

ทั้งนี้ สคร โคเปนเฮเกนเห็นว่า หากคณะผู้แทนการค้าสนใจเดินทางมาสำรวจตลาด สามารถเริ่มต้นจาก
ตลาดสวีเดน เป็นอันดับแรก และสำรวจตลาดนอร์เวย์ ฟินแลนด์ และเดนมาร์กเป็นอันดับถัดไป ซึ่งมีค่าใช้จ่ายถัว
เฉลี่ยทั้งโครงการประมาณ ๒,๗๓๕,๐๐๐ บาท (ระยะเวลาประมาณ ๑๐ วัน) ทั้งนี้ สคร. ณ กรุงโคเปนเฮเกนมี
ความยินดีในการจัดการนัดหมายเจรจาทางธุรกิจกับหน่วยงานอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องในอันดับต่อไป

สำนักงานส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ ณ กรุงโคเปนเฮเกน

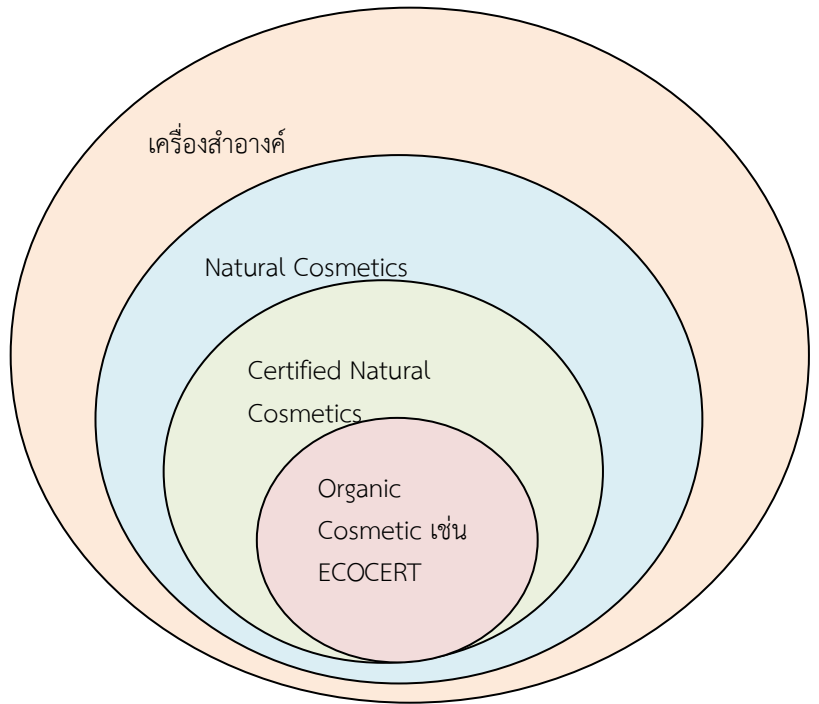
พฤศจิกายน ๒๕๕๕

ภาคผนวก สินค้าที่มีมูลค่าการซื้อขายที่สำคัญในปี ๒๕๕๔ ได้แก่

สินค้า	ประเทศ	มูลค่า (ล้าน \$)	อัตราการเปลี่ยนแปลง
Herbal/Traditional Products	เดนมาร์ก	75.33	-0.55%
	สวีเดน	186.92	+0.29%
	ฟินแลนด์	93.23	+3.41%
	นอร์เวย์	162.63	+3.11%
	รวม	518.11	
Vitamins and Dietary Supplements	เดนมาร์ก	165.98	+0.68%
	สวีเดน	358.58	+4.49%
	ฟินแลนด์	332.28	+3.82%
	นอร์เวย์	416.21	+1.59%
	รวม	1,273.05	
Sports nutrition	เดนมาร์ก	19.87	+1.04%
	สวีเดน	122.11	+5.85%
	ฟินแลนด์	40.35	+4.90%
	นอร์เวย์	25.46	+5.27%
	รวม	207.79	

การจำแนกประเภทเครื่องสำอางค์ในยุโรป

ตราสัญลักษณ์สินค้าเพื่อสุขภาพ และออร์แกนิกที่ใช้ในกลุ่มประเทศนอร์ดิกส์และยุโรป



COSMOS NATURAL



COSMOS ORGANIC



COSMOS NATURAL



COSMOS ORGANIC



COSMOS NATURAL



COSMOS ORGANIC



COSMOS NATURAL



COSMOS ORGANIC





www.shutterstock.com · 98131223



 NOP-USA	 EU	 P.R. CHINA	 JAPAN	 MALAYSIA	 Organic Alliance Malaysia
 USA	 USA	 USA	 USA	 USA	 CONTROL UNION HOLLAND
 GERMANY	 GERMANY	 GERMANY	 GERMANY	 GERMANY	 BRAZIL
 NEW ZEALAND	 NEW ZEALAND	 ITALY	 ITALY	 ITALY	 AUSTRALIA
 THAILAND	 BOLIVIA	 SWEDEN	 SWITZERLAND	 ARGENTINA	 GLOBAL PARTNERSHIP UK