

สถานะตลาดสินค้าดอกไม้ กล้วยไม้ ในเนเธอร์แลนด์

● ลักษณะการผลิต/การตลาด

1. เนเธอร์แลนด์เป็นปลูกไม้ตัดดอกไม้ที่ใหญ่ที่สุดในยุโรป โดยมีปริมาณการปลูกมากกว่าครึ่งของการผลิตทั้งหมดของยุโรป
2. ลักษณะการซื้อขายของผู้บริโภค ร้อยละ 40 ผู้บริโภคซื้อไปเพื่อใช้เป็นการตกแต่งส่วนตัว และ ร้อยละ 60 ไปใช้เพื่อใช้เป็นของขวัญตามธรรมเนียม การใช้เพื่อประดับในงานศพ / หลุมศพ
3. ผู้บริโภคที่เป็นบุคคลจะมีสัดส่วนประมาณร้อยละ 80-75 โดยส่วนใหญ่จะเป็นกลุ่มผู้หญิง และเป็นกลุ่มที่มีอายุมากกว่า 50 ปี ในขณะที่กลุ่มลูกค้าที่เป็นองค์กร ที่ซื้อดอกไม้เพื่อการตกแต่งอาคารสำนักงาน มีสัดส่วนประมาณ ร้อยละ 20 – 25 แต่มีการขยายตัวอย่างต่อเนื่อง
4. ผู้บริโภค เริ่มให้ความสำคัญกับเรื่อง packaging มากขึ้น เนื่องจากสินค้าส่วนใหญ่จะถูกนำไปเป็นของขวัญ ดังนั้น การออกแบบกล่องบรรจุภัณฑ์ จึงมีความสำคัญ กลุ่มตลาดดอกไม้ที่ขายให้กับกลุ่มซื้อใช้ส่วนตัว จัดเป็นสินค้ามีราคาต่ำกว่า กลุ่มตลาดสินค้าที่เป็นของขวัญ และมีขายทั่วไปตาม supermarket
5. ดอกไม้ที่ได้รับความนิยมมากที่สุดคือ ดอกกุหลาบ มีส่วนแบ่งทางการตลาดประมาณร้อยละ 40 และ อีกร้อยละ 60 เป็นดอกไม้ในกลุ่มต่างๆ ได้แก่ Dendranthema, Tulipa, Gerbera และ Helianthus(กลุ่มดอกทานตะวัน)



Dendranthema



Tulipa



Gerbera



Helianthus

6. ผู้ปลูกไม้ดอกไม้เนเธอร์แลนด์พยายามปรับปรุงระบบเทคโนโลยีการปลูกให้สามารถปลูกดอกไม้ได้ตลอดปี โดยมีค่าแรงที่ลดลง และคุณภาพของดอกไม้ที่คงที่ได้มาตรฐาน ส่วนกลุ่มผู้ปลูกดอกไม้เขตร้อนในเรือนกระจกได้เร่งปรับปรุงเทคนิคของระบบเรือนกระจกให้ใช้พลังงานและแก๊สธรรมชาติที่ลดลง
7. กลุ่มผู้ปลูกกล้วยไม้เนเธอร์แลนด์ได้พยายามผลักดันกล้วยไม้ที่ปลูกในประเทศเพื่อสู้กับกล้วยไม้ที่นำเข้าจากต่างประเทศ โดยได้รวมตัวผลักดันแนวดำเนินงานหลายอย่าง อาทิ
 - 7.1 มกราคม 2553 ได้ดำเนินโครงการ Orchid Holland เพื่อสนับสนุนให้ผู้ปลูกได้รับข้อมูลทางด้านการตลาด และการขายในตลาดยุโรปให้มากขึ้น

7.2 มิถุนายน 2553 ผลักดันแผนการดำเนินงานใน 4 ด้าน ได้แก่ ด้านการปรับปรุงคุณภาพ ด้านข้อมูลการตลาดและการเชื่อมตลาด การให้ข้อมูลด้านการตลาดแก่ผู้ปลูกและผู้ค้า และการวาง position สินค้า และแผนการส่งเสริมการตลาด

7.3 กำหนดแผนที่จะเชื่อมตลาดประเทศต่างๆ ในยุโรป อาทิ อังกฤษ เยอรมนี ฝรั่งเศส อิตาลี ตั้งแต่ในช่วงฤดูร้อนของปี 2553

● **การนำเข้า**

8. เนเธอร์แลนด์ เป็นผู้นำเข้าไม้ตัดดอกอันดับ 3 ของยุโรปโดยส่วนใหญ่จะนำเข้ามาจากประเทศในแอฟริกา โดยมีการ re-export ไปยังประเทศอื่นๆ ในยุโรป ได้แก่ เยอรมนี อังกฤษ ฝรั่งเศส อิตาลี และ รัสเซีย

8.1. ดอกกุหลาบ: เนเธอร์แลนด์นำเข้ากุหลาบ เป็นหลัก โดยเป็นกุหลาบที่มาจากประเทศกำลังพัฒนาในแถบแอฟริกา เช่น เคนยา เอธิโอเปีย และ เอกวาดอร์ ทั้งนี้ มีอัตราการเติบโตปีละร้อยละ 15 โดยดอกไม้ที่มาจากเคนยา และ เอธิโอเปีย จะเป็นดอกกุหลาบในกลุ่ม “Intermediates” และ “Sweethearts” ในขณะที่ ดอกไม้ที่มาจากเอกวาดอร์ จะเป็นกลุ่ม “Tea-Hybrid”

8.2 ไม้ตัดดอกอื่นๆ: เนเธอร์แลนด์ เป็นผู้นำเข้าอันดับ 4 ในยุโรป โดยนำเข้าดอกไม้ในกลุ่ม Gypsophila, Hypericum จาก อิสราเอล เคนยา เอกวาดอร์ เอธิโอเปีย ซิมบับเว แอฟริกาใต้ และแทนซาเนีย

8.3 กล้วยไม้: เนเธอร์แลนด์นำเข้าจากประเทศกำลังพัฒนาเป็นหลักประมาณร้อยละ 61 โดยในกลุ่มประเทศกำลังพัฒนานั้น ไทยเป็นผู้ส่งออกหลัก มีส่วนแบ่งตลาดประมาณ ร้อยละ 53

9. มูลค่าการนำเข้าจากไทย

ในปี 2552 เนเธอร์แลนด์นำเข้าดอกไม้สดจากไทย เป็นมูลค่า 15.6 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ โดยลดลงจากปี 2551 ทั้งนี้ เหตุผลสำคัญมาจากสภาวะเศรษฐกิจที่อ่อนแอในช่วงปลายปี 2551 จนถึงปี 2552 โดยคาดว่า ในปี 2553 การส่งออกสินค้าดอกไม้สดน่าจะมีแนวโน้มที่ดีขึ้น

HS	Description	Jan-Dec 2008	Jan-Dec 2009
	Thailand	4689,436295	3696,435962
	06 Live Trees And Plants	19,707059	15,678749
0601	Bulbs, Tubers, Etc; Othr	9,246303	6,816479
0603	Cut Flowr, Bud F Bouqu	6,71879	5,312262
0602	Ot Live Plants; Mushrm	2,540071	2,698213
0604	Foliage, Grass F Bouqu	1,17857	0,836246
06MM	Intra-Comm. Trade Broken	0,023324	0,01555

Millions of US Dollars
January - April

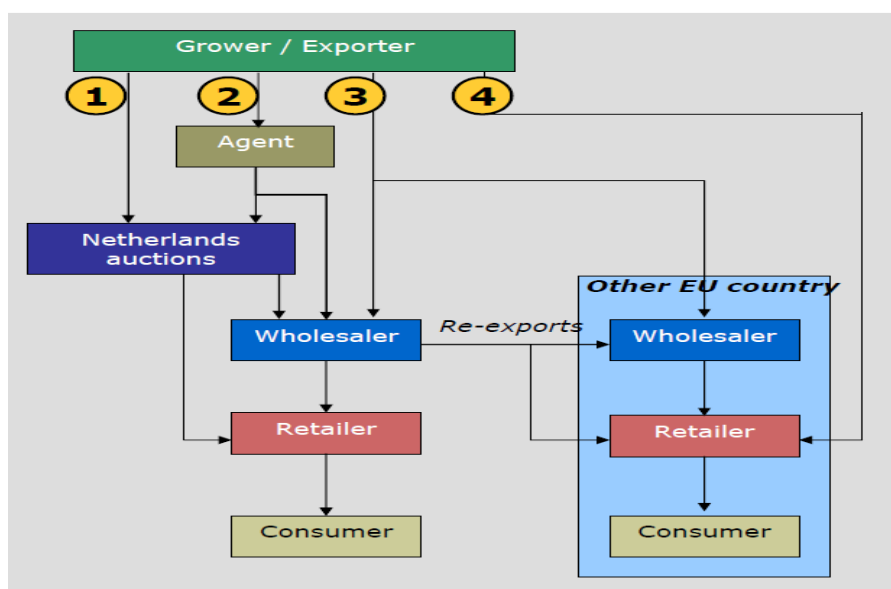
HS	Description				% Share			% Change
		2008	2009	2010	2008	2009	2010	- 10/09 -
	Thailand	1628,965668	1211,677819	1277,820054	0,82	0,89	0,78	5,46
	06 Live Trees And Plants	7,401348	4,654703	5,781355	0,45	0,38	0,45	24,2
0601	Bulbs,Tubers,Etc;Othr	4,247177	2,106686	2,82964	57,4	45,26	48,9	34,32
0603	Cut Flowr,Bud F Bouqu	2,069635	1,686019	1,473014	28	36,22	25,5	-12,63
0602	Ot Live Plants;Mushrm	0,724742	0,61183	1,246722	9,79	13,14	21,6	103,77
0604	Foliage,Grass F Bouqu	0,358241	0,247567	0,231979	4,84	5,32	4,01	-6,3

HS	Description				% Share			% Change
		2008	2009	2010	2008	2009	2010	- 10/09 -
	Thailand	1628,965668	1211,677819	1277,820054	0,82	0,89	0,78	5,46
	06 Live Trees And Plants	7,401348	4,654703	5,781355	0,45	0,38	0,45	24,2
	0601 Bulbs,Tubers,Etc;Othr	4,247177	2,106686	2,82964	57,4	45,26	48,9	34,32
060120	In Growth Or Flower	4,242022	2,101458	2,822203	99,9	99,75	99,7	34,3
060110	Dormant	0,005155	0,005228	0,007437	0,12	0,25	0,26	42,25

HS	Description				% Share			% Change
		2008	2009	2010	2008	2009	2010	- 10/09 -
	Thailand	1628,965668	1211,677819	1277,820054	0,82	0,89	0,78	5,46
	06 Live Trees And Plants	7,401348	4,654703	5,781355	0,45	0,38	0,45	24,2
	0603 Cut Flowr,Bud F Bouqu	2,069635	1,686019	1,473014	28	36,22	25,5	-12,63
060313	Cut Orchids And Buds, For Bouq	2,008175	1,656947	1,441937	97	98,28	97,9	-12,98
060319	Cut Flowers & Flower Buds, For	0,06146	0,017548	0,023788	2,97	1,04	1,62	35,56
060311	Cut Roses, & Rose Buds, For Bo	0	0,005738	0,007261	0	0,34	0,49	26,54
060390	Prepared,Dried,Etc	0	0,00146	2,70E-05	0	0,09	0	-98,15

10. รูปแบบการนำเข้าสินค้า

10.1 การนำเข้ามายังตลาดในยุโรปผ่านเนเธอร์แลนด์ สามารถทำใน 4 รูปแบบ คือ (1) การประมูลผ่านตลาดการประมูล (2) การขายผ่าน agent (3) การขายผ่าน wholesalers และ (4) การขายผ่าน Retail chains



- 1) Auctions: ในยุโรปมีตลาดการประมูลดอกไม้อยู่ 10 แห่ง โดยอยู่ในเนเธอร์แลนด์ 4 แห่ง
- 2) Agent: จะทำหน้าที่คนกลางเพื่อจัดซื้อ และรวบรวมดอกไม้ประเภทต่าง เพื่อขายไปยัง wholesaler ในประเทศ หรือ ทำหน้าที่ส่งออกต่อไปยังประเทศที่สาม และจะทำหน้าที่ให้ข้อมูลทางด้านการตลาดไปยังผู้ส่งออก
- 3) Wholesalers: จะเป็นผู้ทำหน้าที่ pack สินค้าเพื่อส่งต่อไปยังผู้ค้าปลีก และ จะทำการตลาดทาง internet รวมถึงจะทำหน้าที่เป็นนำเข้าดอกไม้เพื่อส่งไปยัง retailer นอกจากนี้ยังจะทำหน้าที่เป็นผู้ให้คำแนะนำทางด้านเทคนิคในการปลูกอีกด้วย และ ข้อมูลทางด้านแนวทางการขายอีกด้วย
- 4) Retail Chains: จะเป็นผู้กำหนดคุณภาพ และ มาตรฐานของดอกไม้ อาทิ EUREPGAP MPS (ดู non-tariff barriers ด้านล่าง) ซึ่งจะทำให้กลุ่ม supplier จะต้องดำเนินการตามมาตรฐานดังกล่าว ทั้งนี้ กลุ่ม retail chain จะทำหน้าที่เป็นผู้นำเข้าเองอีกด้วย ซึ่งผู้นำเข้ากลุ่มนี้ต้องการที่จะหา suppliers ที่สามารถเสนอขายดอกไม้ที่มีได้ทั้งผสม (mixed bouquet) และ แบบชนิดเดียว (single-species bunches)

10.2 อัตราภาษี

- 1) ภาษีนำเข้าโดยเฉลี่ย พิกัด 0601 อัตรา 5.1 % พิกัด 0602 อัตรา 0 % พิกัด 0603 อัตรา 12 %
- 2) สิทธิพิเศษ GSP 4.2 %
- 2) ภาษีมูลค่าเพิ่ม 19 %

10.3 Non – tariff barriers

1) มาตรฐานด้านสุขอนามัยของ EU Commission: การนำเข้าสินค้าดอกไม้จะต้องเป็นไปตามกฎระเบียบในด้านสุขอนามัยที่กำหนดโดยสหภาพยุโรป (เอกสารประกอบ) ทั้งนี้ ในการนำเข้ามายังเนเธอร์แลนด์ จะสามารถนำเข้าและต้องผ่านการตรวจสอบจาก competent authority ของ เนเธอร์แลนด์ ได้แก่

Plant Health Service, Ministry of Agriculture, Nature and Food Quality¹

Postbus 9102, NL-6700 HC Wageningen

Tel: (+31) 31 749 69 11, (+31) 31 749 69 11

Fax: (+31) 31 742 17 01

E-mail: pd.info@minlnv.nl

Website:

http://www.minlnv.nl/portal/page?_pageid=142,1&_dad=portal&_schema=PORTAL

ทั้งนี้ ในการนำเข้าสินค้าดอกไม้ สามารถนำเข้ามาได้ทางท่าที่กำหนด ได้แก่





- Rotterdam (harbour area and airport)
- Amsterdam (harbour area and airport - Schipol)
- Vlissingen (harbour area)

¹ Ministerie van Landbouw, Natuur en Voedselkwaliteit, Plantenziektenkundige Dienst

- Maastricht (airport)

2) มาตรฐานโดยเอกชน:

Floriculture industry certification programs

		Standards for:				Target Group	Market
		Product Safety	Env't	Social, Ethical	Quality, Packing		
International	ICC	✓	✓	✓		• International growers	• Flower trading organizations
	FFP (Fair Flowers & Plants)		✓	✓		• Growers • Traders • Importers	• Consumers
	EUREPGAP	✓	✓	✓		• International growers	• European supermarkets
Europe	 MPS	✓	✓	✓		• International growers	• Traders (Dutch flower auctions)
	 FLP (Flower Label Program)	✓	✓	✓		• Flower growers in developing countries	• German consumers
	 Max Havelaar			✓		• Flower growers in developing countries	• Swiss consumers
	 VBN (Dutch Flower Auctions)				✓	• Growers wanting to sell at Dutch flower auctions	• Traders (Dutch flower auctions)

2.1) International Code of Conduct (ICC): เป็นมาตรฐานที่กำหนดโดย NGO ของ EU ร่วมกับสหภาพแรงงานด้านอาหารและการเกษตรของ EU ซึ่งเน้นการกำหนดมาตรฐานในเรื่องสิทธิแรงงาน และด้านสิ่งแวดล้อม สำหรับอุตสาหกรรมไม้ตัดดอก

2.2) Fair Flowers & Plants (FFP): เป็นมาตรฐานที่กำหนดโดย Trade Union, NGO, และ สมาคมผู้ค้าดอกไม้ระหว่างประเทศ ในด้านการรักษาสีสิ่งแวดล้อม และการปลูกที่รับผิดชอบต่อสังคม โดยจะอิงมาตรฐาน ICC และ MPS โดยสินค้าจะต้องมีตรารับรอง

2.3) EUREPGAP: เป็นมาตรฐานที่กำหนดโดยกลุ่มผู้ค้าปลีกของ EU 17 แห่ง เพื่อกำหนดมาตรฐานของสินค้าจากฟาร์มในด้านต่างๆ เช่น ความปลอดภัยทางด้านสิ่งแวดล้อม สุขอนามัย และสวัสดิภาพสังคม ทั้งนี้ ในกรณีสินค้าดอกไม้ได้กำหนดระดับปริมาณขั้นต่ำของยาฆ่าแมลงที่คงค้างตลอดจนวิธีการปกป้องแรงงาน

2.4) Milieu Programma Sierteelt (MPS): มี 2 แบบคือ MPS-ABC เป็นการวิเคราะห์หา ยาฆ่าแมลงที่ใช้ การตรวจสอบด้าน recycle และการใช้พลังงานและน้ำ และ MPS-FLP เป็นการกำหนดมาตรฐานเงื่อนไขสำหรับการนำดอกไม้ไปจำหน่ายใน supermarket ซึ่งจะมีมาตรฐานที่สอดคล้องกับ EUREPGAP

2.5) Flower Label Programme (FLP) เป็นมาตรฐานที่กำหนดโดยกลุ่มสมาคมผู้ปลูกดอกไม้ ร่วมกัน NGO และ trade union ของเยอรมนี เพื่อกำหนดมาตรฐานด้านสิทธิมนุษยชน และการปกป้องสิ่งแวดล้อม

2.6) Max Havelaar: เป็นมาตรฐานด้านการค้าและการปฏิบัติที่เป็นธรรม โดยกลุ่มค้าปลีกเครือ Migros ของสวิตเซอร์แลนด์

2.7) Dutch Flower Auction (VBN) เป็นมาตรฐานของกลุ่มผู้เพาะเลี้ยงของเนเธอร์แลนด์ ที่กำหนดมาตรฐานในเรื่องคุณภาพดอกไม้ หีบห่อ และการรับรองสัญลักษณ์

11. โอกาสและความเสี่ยงทางการค้า

11.1 เนเธอร์แลนด์เป็นศูนย์กลางการค้าดอกไม้ในยุโรป ดังนั้น การเข้าถึงตลาดเนเธอร์แลนด์คือการเข้าถึงตลาดยุโรป เนื่องจากเป็นผู้นำเข้าและส่งออกอีกครั้ง (re-export) ไปยังประเทศอื่นๆ ในยุโรป

11.2 ผู้ค้าส่งของเนเธอร์แลนด์มีบทบาทสำคัญในการค้าดอกไม้ในตลาดยุโรปมากขึ้น โดย market share ในตลาดยุโรปขยายตัวอย่างต่อเนื่อง ดังนั้น หากสามารถเจาะตลาดเข้าสู่กลุ่มผู้ค้าส่งในเนเธอร์แลนด์ได้ก็จะสามารถขยายไปยังประเทศต่างๆ ใน ตลาดยุโรปได้ด้วย

11.3 เนื่องจากลักษณะนิสัยของชาวเนเธอร์แลนด์นิยมดอกไม้ โดยเฉพาะดอกไม้เขตร้อนในการประดับบ้าน ตลอดจนมีธรรมเนียมประเพณีการให้เป็นของขวัญในโอกาสต่างๆ ดังนั้น ความต้องการสินค้าจึงมีอยู่ตลอดเวลา อย่างไรก็ตามก็หีบห่อที่มีความดึงดูดก็จะช่วยสนับสนุนการขายได้ ซึ่งหากผู้ส่งออกสามารถพัฒนาระบบหีบห่อที่สามารถดึงดูดผู้บริโภค ในราคาที่ไม่สูงจนเกินไป ในขณะที่เดียวกันสามารถรักษาสภาพความสดจากการขนส่งได้ ก็จะมีโอกาสทางการตลาดที่สูงขึ้น

11.4 สินค้าดอกไม้ เป็นสินค้าที่มีต้นทุนสูงเนื่องจากการแข่งขันกับผู้ผลิตภายในที่มีการปรับปรุงตัวเองด้านต่างๆ อยู่โดยตลอด การขนส่งที่มีระยะทางไกล และต้องประสบปัญหาทั้งด้านภาษี และ non-tariff barrier ต่างๆ ดังนั้น จึงจัดเป็นสินค้าที่มีความเสี่ยง

.....

สำนักงานส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ ณ กรุงเทพฯ

19 สิงหาคม 2553