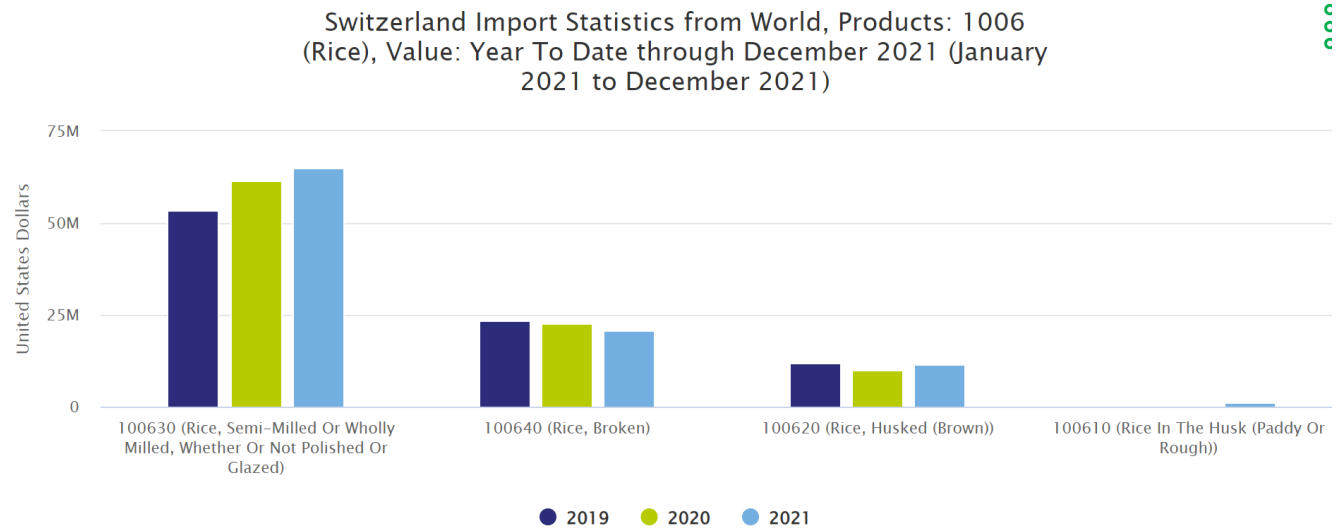


รายงานข้อมูลสถานการณ์ตลาดข้าวเชิงลึกในประเทศผู้นำเข้าข้าว – สวิตเซอร์แลนด์
ไตรมาสที่ 1 ประจำปีประมาณ 2565 (ต.ค. – ธ.ค. 2564)

หัวข้อ	รายละเอียด																												
1. ภาพรวมสถานการณ์ตลาดข้าวปัจจุบัน	<p>สวิตเซอร์แลนด์ไม่สามารถปลูกข้าวได้เนื่องจากปัจจัยทางภูมิประเทศและภูมิอากาศ จึงมีการนำเข้าข้าวเพื่อการบริโภคและเป็นอาหารสัตว์ โดยการนำเข้าข้าวจากทั่วโลกในปี 2021 (ม.ค. - ธ.ค.) นำเข้าแล้วคิดเป็นมูลค่าประมาณ 98.52 ล้านดอลลาร์สหรัฐ (เพิ่มขึ้นร้อยละ 4.37 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันในปี 2020) จำนวนประมาณ 111,946 ตัน (ลดลงร้อยละ 9.67 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันในปี 2020) โดยนำเข้ามาจาก อันดับที่ 1 ประเทศอิตาลี มูลค่าการนำเข้าประมาณ 28.58 ล้านดอลลาร์สหรัฐ (เพิ่มขึ้นร้อยละ 4.12 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันในปี 2020) จำนวนประมาณ 24,426 ตัน อันดับที่ 2 ประเทศบราซิล มูลค่าการนำเข้าประมาณ 20.76 ล้านดอลลาร์สหรัฐ (เพิ่มขึ้นร้อยละ 10.43 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันในปี 2020) จำนวนประมาณ 51,884 ตัน อันดับที่ 3 ประเทศไทย มูลค่าการนำเข้าประมาณ 19.61 ล้านดอลลาร์สหรัฐ (เพิ่มขึ้นร้อยละ 10.69 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันในปี 2020) จำนวนประมาณ 15,671 ตัน อันดับที่ 4 ประเทศอินเดีย มูลค่าการนำเข้าประมาณ 13.55 ล้านดอลลาร์สหรัฐ (เพิ่มขึ้นร้อยละ 35.03 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันในปี 2020) จำนวนประมาณ 8,324 ตัน อันดับที่ 5 ประเทศปากีสถาน มูลค่าการนำเข้าประมาณ 4.87 ล้านดอลลาร์สหรัฐ (ลดลงร้อยละ 24.92 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันในปี 2020) จำนวนประมาณ 3,184 ตัน</p> <p style="text-align: center;">Switzerland Import Statistics, Products: 1006 (Rice), Value: Year To Date through December 2021 (January 2021 to December 2021)</p> <table border="1"> <caption>Switzerland Rice Import Statistics (Value in USD Millions)</caption> <thead> <tr> <th>Year</th> <th>Italy</th> <th>Brazil</th> <th>Thailand</th> <th>India</th> <th>Pakistan</th> <th>Others</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>2019</td> <td>22.0</td> <td>16.0</td> <td>17.0</td> <td>14.0</td> <td>4.0</td> <td>16.0</td> </tr> <tr> <td>2020</td> <td>28.0</td> <td>19.0</td> <td>18.0</td> <td>10.0</td> <td>6.0</td> <td>14.0</td> </tr> <tr> <td>2021</td> <td>29.0</td> <td>21.0</td> <td>20.0</td> <td>14.0</td> <td>5.0</td> <td>11.0</td> </tr> </tbody> </table>	Year	Italy	Brazil	Thailand	India	Pakistan	Others	2019	22.0	16.0	17.0	14.0	4.0	16.0	2020	28.0	19.0	18.0	10.0	6.0	14.0	2021	29.0	21.0	20.0	14.0	5.0	11.0
Year	Italy	Brazil	Thailand	India	Pakistan	Others																							
2019	22.0	16.0	17.0	14.0	4.0	16.0																							
2020	28.0	19.0	18.0	10.0	6.0	14.0																							
2021	29.0	21.0	20.0	14.0	5.0	11.0																							

รายงานข้อมูลสถานการณ์ตลาดข้าวเชิงลึกในประเทศผู้นำเข้าข้าว – สวิตเซอร์แลนด์

ไตรมาสที่ 1 ประจำปีประมาณ 2565 (ต.ค. – ธ.ค. 2564)



ประเภทข้าวที่นำเข้า เรียงตามมูลค่าการนำเข้าในช่วงเดือน ม.ค. - ธ.ค. 2021 จำนวน 4 ประเภท ได้แก่

- 1) White rice: Semi/Wholly Milled (ข้าวขาวที่ผ่านการขัดสำเร็จหรือกึ่งสำเร็จ HS:100630) มีมูลค่าการนำเข้ามากที่สุด นำเข้าแล้ว คิดเป็นร้อยละ 66.16 ของปริมาณการนำเข้าข้าวทั้งหมด โดยเกือบทั้งหมดเป็นการนำเข้าเพื่อการบริโภค มีการนำเข้าแล้วจำนวนประมาณ 48,887 ตัน คิดเป็นมูลค่าประมาณ 66.16 ล้านดอลลาร์สหรัฐ เพิ่มขึ้นร้อยละ 5.67 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปี 2020 ประเทศผู้ส่งออกที่สำคัญ ได้แก่ อิตาลี จำนวน 17,882 ตัน คิดเป็นมูลค่า 21.62 ล้านดอลลาร์สหรัฐ ไทย จำนวน 13,760 ตัน คิดเป็นมูลค่า 17.24 ล้านดอลลาร์สหรัฐ และอินเดีย จำนวน 7,040 ตัน คิดเป็นมูลค่า 11.58 ล้านดอลลาร์สหรัฐ
- 2) Broken rice (ปลายข้าว ข้าวหัก HS:100640) มีสัดส่วนมูลค่าการนำเข้าประมาณร้อยละ 20.89 มีการนำเข้าแล้วจำนวนประมาณ 50,860 ตัน คิดเป็นมูลค่า 20.58 ล้านดอลลาร์สหรัฐ ลดลงประมาณร้อยละ 9.41 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันปี 2020 ประเทศผู้ส่งออกที่สำคัญ ได้แก่ บราซิล จำนวน 49,190 ตัน คิดเป็นมูลค่า 19.59 ล้านดอลลาร์สหรัฐ

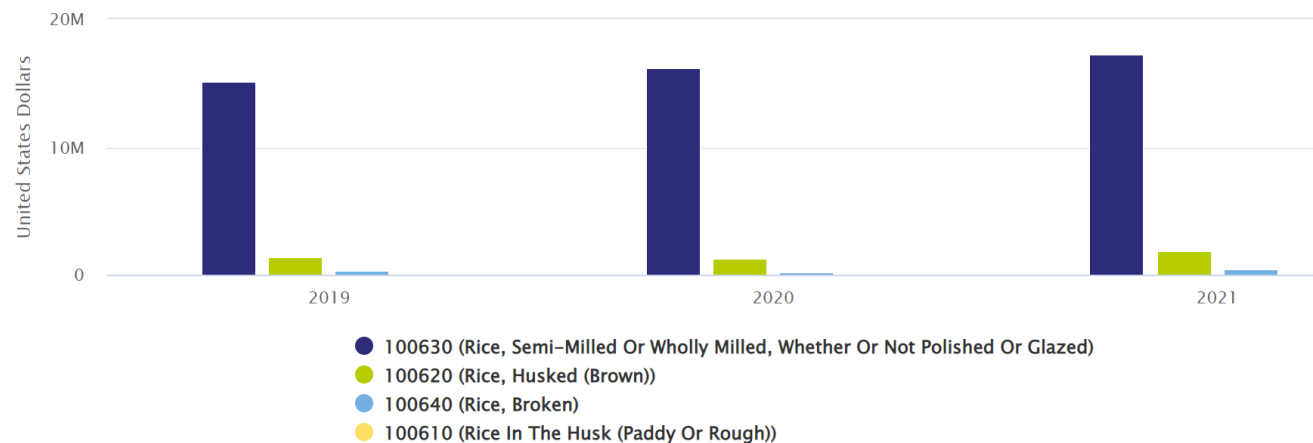
รายงานข้อมูลสถานการณ์ตลาดข้าวเชิงลึกในประเทศผู้นำเข้าข้าว – สวิตเซอร์แลนด์

ไตรมาสที่ 1 ประจำปีประมาณ 2565 (ต.ค. – ธ.ค. 2564)

ไทย จำนวน 510 ตัน คิดเป็นมูลค่า 0.41 ล้าน เมียนมาร์ จำนวน 892 ตัน คิดเป็นมูลค่า 0.33 ล้านเหรียญสหรัฐ
 เจริญสหรัฐ และอิตาลี จำนวน 168 ตัน คิดเป็นมูลค่า 0.134 ล้านเหรียญสหรัฐ

- 3) Brown rice, Husked (ข้าวกล้อง ข้าวที่กะเทาะเปลือกแล้วแต่ยังไม่ได้ขัด HS:100620) มีสัดส่วนการนำเข้าร้อยละ 11.74 เป็นการนำเข้ามาเพื่อการบริโภคกว่าร้อยละ 90 มีการนำเข้าแล้วจำนวนประมาณ 9,480 ตัน คิดเป็นมูลค่า 11.57 ล้านเหรียญสหรัฐ ประเทศผู้ส่งออกที่สำคัญ ได้แก่ อิตาลี อินเดีย และไทย
- 4) Paddy/Rough/in Husk (ข้าวเปลือก HS:100610) มีสัดส่วนการนำเข้าประมาณร้อยละ 1.21 เป็นการนำเข้าเพื่อมาขัดสีและบรรจุภัณฑ์เพื่อการบริโภคเป็นส่วนใหญ่ และเพื่อใช้เลี้ยงสัตว์ มีการนำเข้าแล้วจำนวนประมาณ 2,718 ตัน คิดเป็นมูลค่า 1.2 ล้านเหรียญสหรัฐ เพิ่มขึ้นร้อยละ 3,249.74 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันปี 2020 ประเทศผู้ส่งออกสำคัญ ได้แก่ บราซิล อิตาลี เยอรมนี และไทย

Switzerland Import Statistics from Thailand, Products: 1006 (Rice), Value: Year To Date through December 2021 (January 2021 to December 2021)



รายงานข้อมูลสถานการณ์ตลาดข้าวเชิงลึกในประเทศผู้นำเข้าข้าว – สวิตเซอร์แลนด์

ไตรมาสที่ 1 ประจำปีประมาณ 2565 (ต.ค. – ธ.ค. 2564)

	<p>การนำเข้าจากประเทศไทยในช่วงเดือนม.ค. - ธ.ค. 2021 ตามประเภทข้าว มีสถิติดังนี้</p> <ol style="list-style-type: none">1) ข้าวขาวที่ผ่านการขัดสำเร็จหรือกึ่งสำเร็จ (HS:100630) คิดเป็นร้อยละ 87.92 มีมูลค่านำเข้าประมาณ 17.24 ล้านเหรียญสหรัฐ จำนวนประมาณ 13,760 ตัน เพิ่มขึ้นร้อยละ 6.71 เมื่อเทียบกับปี 20202) ข้าวกล้อง ข้าวที่กะเทาะเปลือกแล้วแต่ยังไม่ได้ขัด (HS:100620) คิดเป็นร้อยละ 9.94 มีมูลค่านำเข้าประมาณ 1.95 ล้านเหรียญสหรัฐ จำนวน 1,399 ตัน เพิ่มขึ้นร้อยละ 53.03 เมื่อเทียบกับปี 20203) ปลายข้าว ข้าวหัก (HS:100640) คิดเป็นร้อยละ 2.13 มีมูลค่านำเข้า 417,253 เหรียญสหรัฐ จำนวนประมาณ 511 ตัน เพิ่มขึ้นร้อยละ 46.75 เมื่อเทียบกับปี 20204) ข้าวเปลือก (HS:100610) คิดเป็นร้อยละ 0.02 มูลค่านำเข้าประมาณ 3,479 เหรียญสหรัฐ จำนวนประมาณ 1.65 ตัน โดยเพิ่มขึ้นร้อยละ 67.01 เมื่อเทียบกับปี 2020 <p>การส่งออกส่วนใหญ่เป็นข้าวที่นำเข้ามาจากประเทศอื่น โดยอาจมีการผ่านกระบวนการขัดสีหรือบรรจุภัณฑ์ใหม่ แล้วส่งออกไปยังประเทศใกล้เคียง ในปี 2021 (ม.ค.-ธ.ค.) มูลค่าที่ส่งออกแล้วประมาณ 5.62 ล้านเหรียญสหรัฐ จำนวนประมาณ 2,140 ตัน โดยส่งไปยัง อันดับที่ 1 เยอรมนี มูลค่าประมาณ 2.79 ล้านเหรียญสหรัฐ อันดับที่ 2 เบลเยียม มูลค่าประมาณ 0.85 ล้านเหรียญสหรัฐ และอันดับที่ 3 เนเธอร์แลนด์ มูลค่าประมาณ 0.82 ล้านเหรียญสหรัฐ โดยในปี 2020 มูลค่าการส่งออกข้าวรวมประมาณ 8.17 ล้านเหรียญสหรัฐ จำนวนประมาณ 3,678 ตัน</p> <p><u>ผลกระทบจากวิกฤตไวรัสโคโรนา ปัญหาด้านการขนส่ง ฯลฯ</u></p> <p>มูลค่าการนำเข้าข้าวจากประเทศไทยเพิ่มขึ้นร้อยละ 10.69 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันในปี 2020 เป็นผลมาจากการเริ่มคลี่คลายมาตรการล็อกดาวน์ซึ่งผลให้ปริมาณความต้องการในตลาดเริ่มกลับมาคงที่และมีแนวโน้มเพิ่มมากขึ้นในช่วงไตรมาสที่ 1/2565 เนื่องจากการอนุญาตให้ร้านอาหารกลับมาเปิดให้บริการเป็นปกติโดยใช้มาตรการป้องกันการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัส COVID-19 ทั้งนี้ ในปัจจุบันต้นทุนราคาค่าระวางการขนส่งทางเรือยังคงเพิ่มสูงขึ้นหลายเท่าเมื่อเทียบกับราคาก่อนเกิดวิกฤติการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัส COVID-19 อีกทั้ง ปัญหาขาดแคลนตู้คอนเทนเนอร์มาอย่างต่อเนื่อง จึงส่งผลกระทบต่อ การนำเข้าสินค้าจากประเทศต่างๆในภูมิภาคเอเชีย และประเทศไทย ทำให้ต้นทุนราคาสินค้าเพิ่มสูงขึ้น</p>
--	---

รายงานข้อมูลสถานการณ์ตลาดข้าวเชิงลึกในประเทศผู้นำเข้าข้าว – สวิตเซอร์แลนด์

ไตรมาสที่ 1 ประจำปีประมาณ 2565 (ต.ค. – ธ.ค. 2564)

2. นโยบาย ภาวะเทียบ/มาตรการ ขั้นตอนการนำเข้าข้าว	<p>โดยทั่วไปภาวะเทียบการนำเข้าสินค้าต่าง ๆ มาয়งสวิสเซอร์แลนด์จะนำภาวะเทียบของสหภาพยุโรปมาใช้ หรือเป็นแนวทาง แต่มักจะเคร่งครัดและเข้มงวดมากกว่าโดยเฉพาะในการปฏิบัติ สำหรับสินค้าข้าวก็เช่นกัน ผู้นำเข้าและผู้ค้าส่ง ต่างให้ความสำคัญกับประเด็นเรื่องคุณภาพ การรับรอง และความปลอดภัยของสินค้าอย่างมาก โดยเฉพาะเรื่องน้ำมันแร่ สารตกค้าง ยาฆ่าแมลง แม้สินค้าจะผ่านการตรวจจากประเทศต้นทาง และผ่านการตรวจการนำเข้าของศุลกากรแล้ว ก็จะมาตรวจสอบในห้องทดลองของตนเองอีกเพื่อให้มั่นใจก่อนการวางจำหน่ายในตลาด</p> <p>ปริมาณสารปนเปื้อนที่อาจเกิดขึ้นได้ในทุกขั้นตอนตั้งแต่การผลิต การบรรจุ การขนส่งและการจัดเก็บ ต้องไม่เกิน ปริมาณที่กำหนด ผู้ซื้อในสวิสเซอร์แลนด์มักจะใช้มาตรฐานสารปนเปื้อนที่สูงกว่ามาตรฐานของ EU ดังนั้น ผู้นำเข้าจึงมักจะยึด มาตรฐานสูงสุดไว้ก่อนเพื่อให้ง่ายและยืดหยุ่นต่อการดำเนินงาน นอกจากนี้ ผู้ซื้อ/ผู้นำเข้ามักจะถามหาข้อมูลเกี่ยวกับบันทึกการ ฉีดพ่นยาฆ่าแมลงจากผู้ผลิตหรือผู้ส่งออก และตรวจสอบสินค้าก่อนจะส่งให้ผู้ขายรายย่อย ดังนั้น ผู้ผลิตและผู้ส่งออกจะต้อง ตรวจสอบข้อมูลกับผู้ซื้อก่อนเสมอว่ามีข้อกำหนดเกี่ยวกับค่า MRLs และยาฆ่าแมลงเพิ่มเติมอย่างไรบ้าง</p> <p>การใช้การบริหารจัดการตรวจสอบ IPM (Integrated Pest Management) ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของการรับรอง GLOBAL G.A.P. เพื่อลดปริมาณยาฆ่าแมลงนั้นเป็นสิ่งที่ควรปฏิบัติ ยิ่งมีการใช้สารเคมีน้อยลงเท่าใด จะยิ่งเพิ่มโอกาสและ ตำแหน่งทางการตลาด (marketing positioning) ในตลาดสวิสรวมถึงตลาดยุโรปได้</p> <p>รายละเอียดเกี่ยวกับสารปนเปื้อนตามกฎหมายสหภาพยุโรป</p> <p>https://ec.europa.eu/food/safety/chemical_safety/contaminants_en</p> <p>https://eur-lex.europa.eu/eli/reg/2006/1881/2018-03-19</p> <p>ภาวะเทียบที่เกี่ยวข้องกับการนำเข้าข้าว มีดังต่อไปนี้</p> <p>2.2.1 กฎหมายว่าด้วยสินค้าเพื่อการบริโภค (SR 817.0)</p> <p>2.2.2 ภาวะเทียบว่าด้วยสินค้าเพื่อการบริโภค (SR 817.02)</p> <p>2.2.3 ภาวะเทียบว่าด้วยสารและส่วนผสมเจือปน (SR 817.021.23)</p>
---	--

รายงานข้อมูลสถานการณ์ตลาดข้าวเชิงลึกในประเทศผู้นำเข้าข้าว – สวิตเซอร์แลนด์

ไตรมาสที่ 1 ประจำปีประมาณ 2565 (ต.ค. – ธ.ค. 2564)

	<p>2.2.4 กฎระเบียบว่าด้วยสารเติมแต่ง (SR 817.021.22)</p> <p>2.2.5 กฎระเบียบว่าด้วยมาตรฐานความสะอาด (SR 817.051)</p> <p>2.2.6 กฎระเบียบว่าด้วยคุณค่าทางโภชนาการของสินค้า (SR 817.021.51)</p> <p>2.2.7 กฎระเบียบว่าด้วยการแจ้งแหล่งผลิตสินค้าและส่วนผสม (SR 817.021.51)</p> <p>2.2.8 กฎระเบียบว่าด้วยการติดฉลากอธิบายรายละเอียดสินค้า (SR 914.281)</p> <p>2.2.9 กฎระเบียบว่าด้วยความรับผิดชอบต่อสินค้าที่ไม่ปลอดภัย (อิงตาม European Product Liability Directive)</p> <p>2.2.10 การขอใบอนุญาตนำเข้าข้าว รัฐบาลสวิสได้กำหนดให้ผู้นำเข้าข้าวเพื่อการบริโภคของมนุษย์ตั้งแต่ 20 กิโลกรัมขึ้นไป ต้องมีใบอนุญาตนำเข้า หรือ General Import Permit (GIP) โดยดำเนินการส่งใบสมัครขอรับใบอนุญาตดังกล่าวผ่านหน่วยงาน <i>réservesuisse</i> ใบอนุญาตจะต่ออายุอัตโนมัติไปอีก 3 ปีนับแต่วันนำเข้าครั้งสุดท้าย และจะหมดอายุลงหากในช่วงระยะเวลา 3 ปีไม่มีการนำเข้าใด ๆ เลย ในการนำเข้าทุกครั้งจะต้องระบุหมายเลข GIP ในพิธีการศุลกากรเพื่อสำแดงสินค้านำเข้าด้วยเอกสารที่ต้องแสดงสำหรับพิธีการศุลกากรเพื่อสำแดงสินค้านำเข้า มีดังนี้</p> <ul style="list-style-type: none">• Invoices• Certificates of Origin• Authorizations/Certificates• Official confirmations• Analysis certificates• Delivery notes• Cargo Manifests• Weight certificates• Assessment instructions
--	--

รายงานข้อมูลสถานการณ์ตลาดข้าวเชิงลึกในประเทศผู้นำเข้าข้าว – สวิตเซอร์แลนด์

ไตรมาสที่ 1 ประจำปีประมาณ 2565 (ต.ค. – ธ.ค. 2564)

	<p>ขั้นตอนการนำเข้าสามารถศึกษารายละเอียดได้จากเว็บไซต์กรมศุลกากรสวิส ดังนี้ https://www.ezv.admin.ch/ezv/en/home/information-companies/declaring-goods/importation-into-switzerland.html</p> <p><u>มาตรฐานเกษตรอินทรีย์</u></p> <p>BIOSUISSE Organic (Bud label) เป็นมาตรฐานสำหรับสินค้าเกษตรอินทรีย์ที่สำคัญของประเทศสวิตเซอร์แลนด์ ที่ได้รับการยอมรับและเป็นที่ยอมรับมากที่สุด ดำเนินการโดยสหพันธ์เกษตรกรด้านเกษตรอินทรีย์ของสวิตเซอร์แลนด์ (Bio Suisse) มาตรฐานนี้มีหลักการพิจารณาและควบคุมสูงกว่าหรือเข้มข้นมากกว่ากฎระเบียบบังคับของรัฐบาลซึ่งใช้กฎระเบียบเดียวกันกับกฎระเบียบของสหภาพยุโรป ข้อสรุปที่สำคัญของมาตรฐาน BIOSUISSE มีดังนี้</p> <ul style="list-style-type: none">- ข้อกำหนดขั้นพื้นฐานของผู้ที่จะขอการรับรองมาตรฐานเกษตรอินทรีย์ BIOSUISSE นั้นจะต้องมีใบรับรองเกษตรอินทรีย์ที่ยังมีผลบังคับใช้อยู่ตามกฎระเบียบของสหภาพยุโรป (EU Organic) หรือเทียบเท่า- แปลงหรือพื้นที่ทำการเกษตรทั้งหมดจะต้องบริหารเป็นไปตามมาตรฐานออร์แกนิก การเกษตรที่มีการทำฟาร์มหรือแปลงเกษตรที่ไม่ใช่ออร์แกนิกรวมอยู่ด้วย จะไม่ได้รับการรับรอง- พื้นที่ทำการเกษตรที่เคยผ่านการรับรองเกษตรอินทรีย์ตามมาตรฐาน EU Organic หรือมาตรฐานอื่นที่เป็นที่ยอมรับมาก่อน สามารถได้รับการอนุมัติให้เป็นไปตามมาตรฐาน BIOSUISSE ส่วนพื้นที่ทำการเกษตรใหม่ จะต้องได้รับการรับรอง EU Organic ก่อน และดำเนินการเกษตรอินทรีย์เป็นเวลาอย่างน้อย 2 ปี (ระยะเวลาปรับสภาพ) จึงจะได้รับการอนุมัติ- ผลิตภัณฑ์และสารเคมีสำหรับป้องกันดูแลพืชที่ต้องห้าม ได้แก่ synthetic pyrethroids, copper-based and sulphur-based preparations (ยกเว้นสำหรับพืชบางชนิด สามารถใช้ได้ไม่เกินที่กำหนดไว้) ethephon and calcium carbide เพื่อเร่งดอกในสัปดาห์
--	--

รายงานข้อมูลสถานการณ์ตลาดข้าวเชิงลึกในประเทศผู้นำเข้าข้าว – สวิตเซอร์แลนด์

ไตรมาสที่ 1 ประจำปีประมาณ 2565 (ต.ค. – ธ.ค. 2564)

	<p>ข้อมูลมาตรฐาน BIOSUISSE อย่างละเอียดศึกษาได้จากเว็บไซต์ด้านล่างนี้</p> <p>https://www.bio-suisse.ch/media/VundH/Regelwerk/2021/standards_bio_suisse_2021_en.pdf</p> <p>https://www.bio-suisse.ch/media/VundH/Import/Downloads/merkblatt_e_summary_rl_01_2021.pdf</p> <p>สำหรับสินค้านำเข้า Bio Suisse จะรับรองและมอบตราสัญลักษณ์ BIOSUISSE หรือ Bud label ให้กับสินค้านำเข้าด้วยข้อกำหนดที่เข้มงวด โดยมีนโยบายและเงื่อนไขในด้านการตลาด เทคนิค และสิ่งแวดล้อมเกี่ยวกับสินค้านำเข้าที่สำคัญ ดังนี้</p> <ul style="list-style-type: none">- สำหรับผลิตภัณฑ์ที่ไม่สามารถผลิตได้โดยฟาร์มเกษตรอินทรีย์ในประเทศสวิตเซอร์แลนด์หรือมีปริมาณไม่เพียงพอเท่านั้น- ให้ลำดับความสำคัญกับสินค้านำเข้าที่ผลิตจากพื้นที่หรือประเทศที่อยู่ใกล้เคียงที่สุดก่อน- ไม่มีการนำเข้าผลิตผลทางการเกษตรสดจากต่างประเทศโพ้นทะเล ยกเว้นสินค้าที่ไม่สามารถผลิตได้ในทวีปยุโรป เนื่องจากเหตุผลด้านสภาพอากาศ- ไม่มีการขนส่งทางอากาศ นั้นหมายความว่าสินค้านำเข้าทางอากาศไม่สามารถขอใช้ตรารับรองนี้ได้- การตรวจสอบเส้นทางของสินค้าที่เข้มงวด โดยจะตรวจสอบย้อนกลับไปถึงผู้ผลิตวัตถุดิบ สำหรับการนำเข้าทุกครั้ง <p>การรับรองมาตรฐานออร์แกนิกโดยหน่วยงานอื่น ๆ ที่ได้รับการยอมรับในสวิตเซอร์แลนด์ มีจำนวนมาก เช่น Delinat, Natura-Beef Bio, Coop Naturaplan, KAGfreiland, Bio Natur Plus, Fidelio, Demeter, Claro, Naturland, Migros Bio, Bioland, Bio Organic, IP Suisse</p> <p><u>มาตรฐานด้านความปลอดภัยของอาหารและอื่น ๆ</u></p> <p>GLOBALG.A.P.</p> <p>การรับรองมาตรฐานการผลิตทางการเกษตรที่ดีและเหมาะสม (Global Good Agriculture Practices) ซึ่งครอบคลุมถึงเรื่องขั้นตอนการผลิตทางการเกษตร คุณภาพของสินค้า ความปลอดภัยต่อสุขภาพของทั้งผู้บริโภคและลูกจ้าง ผู้ประกอบการที่</p>
--	---

รายงานข้อมูลสถานการณ์ตลาดข้าวเชิงลึกในประเทศผู้นำเข้าข้าว – สวิตเซอร์แลนด์

ไตรมาสที่ 1 ประจำปีประมาณ 2565 (ต.ค. – ธ.ค. 2564)

	<p>เกี่ยวข้องกับการผลิต สัตว์ ตลอดจนการอนุรักษ์รักษาสิ่งแวดล้อม เป็นการรับรองธรรมดาสามัญที่มีความจำเป็นและผู้ซื้อสวิสจะร้องขอสำหรับสินค้าอาหารนำเข้าในเกือบทุกกรณีหรือเป็นมาตรฐานขั้นต่ำ ทั้งนี้ หากเป็นสินค้าในประเทศหรือสินค้าท้องถิ่นจะใช้มาตรฐาน SwissGAP</p> <p>BRCGS</p> <p>นอกเหนือจาก GLOBALG.A.P. แล้ว มาตรฐาน BRCGS ยังเป็นอีกมาตรฐานการรับรองสุขอนามัยและความปลอดภัยของอาหารที่มักถูกร้องขอจากผู้ซื้อสวิสและผู้ซื้อในยุโรปตะวันตกเฉียงเหนือ</p> <p>IFS Food</p> <p>เป็นอีกหนึ่งมาตรฐานด้านคุณภาพและความปลอดภัยของอาหารที่ผู้ซื้อหลายรายเรียกร้องและยอมรับ</p>
<p>3. รูปแบบการค้า และช่องทางการกระจายสินค้าข้าว</p>	<p>ช่องทางการจำหน่ายข้าวหลักในปี 2021 ส่วนใหญ่ยังคงเป็นร้านค้าปลีกแบบมีหน้าร้านหรือออฟไลน์ โดยมีผู้นำเข้าข้าวรายใหญ่ในตลาด ได้แก่ STUTZER & Co. AG และThe Asia Company S.A. ซึ่งมีช่องทางการจัดจำหน่าย ดังนี้</p> <ul style="list-style-type: none"> - ร้านซูเปอร์มาร์เก็ต ไฮเปอร์มาร์เก็ต ห้างสรรพสินค้า เช่น Migros, Coop, Manor โดยส่วนใหญ่จำหน่ายขนาดบรรจุ 0.5-2 ก.ก. และบางแห่งจำหน่ายขนาด 4.5-5 ก.ก. โดยในปัจจุบันผู้จำหน่ายสินค้าข้าวที่สำคัญของสวิตเซอร์แลนด์ ได้แก่ ห้าง Migros และห้าง Coop ซึ่งครองส่วนแบ่งการตลาดรวมกันกว่าร้อยละ 80 - ร้านค้าส่งขนาดใหญ่ เช่น Prodega จำหน่ายขนาดบรรจุ 20 ก.ก. สำหรับลูกค้าร้านอาหารหรือธุรกิจร้านอาหาร catering - ร้านเอเชียและร้านค้า ethnic จำหน่ายขนาดบรรจุขนาดกลาง-ใหญ่ 4.5/5/10/20 ก.ก. ลูกค้าส่วนมากเป็นชาวเอเชียหรือชาวต่างชาติที่อาศัยอยู่ในสวิสฯ - ช่องทางการจัดจำหน่ายอื่นที่มีใช้ร้านค้าปลีกแบบมีหน้าร้านนั้น มีส่วนแบ่งเพียงร้อยละ 0.6 ผ่านช่องทางอีคอมเมิร์ซ

รายงานข้อมูลสถานการณ์ตลาดข้าวเชิงลึกในประเทศผู้นำเข้าข้าว – สวิตเซอร์แลนด์

ไตรมาสที่ 1 ประจำปีประมาณ 2565 (ต.ค. – ธ.ค. 2564)

<p>4. แนวโน้มความต้องการและพฤติกรรมผู้บริโภค เช่น</p> <ul style="list-style-type: none"> - ปริมาณการบริโภคข้าว (รวม/เฉลี่ยต่อคนต่อปี) - ชนิดข้าว - ช่องทางการซื้อข้าว - ปัจจัยที่มีผลในการตัดสินใจของผู้บริโภค 	<p>ข้าวเป็นสินค้าประเภทธัญพืชที่กำลังได้รับความนิยมในตลาดสวิสมากขึ้นเรื่อยๆ โดยปริมาณการบริโภคข้าวในประเทศในปี 2021 คิดเป็นปริมาณประมาณ 58,000 ตัน ปริมาณเฉลี่ยในช่วง 3 ปีย้อนหลัง ประมาณ 57,000 ตัน และปริมาณการบริโภคต่อหัว ในปี 2021 ประมาณ 6.7 ก.ก. ต่อปี โดยลดลงเล็กน้อยจากปี 2020 ซึ่งมีปริมาณการบริโภคต่อหัวประมาณ 6.9 ก.ก. แสดงให้เห็นถึงแนวโน้มการบริโภคข้าวที่เพิ่มขึ้นทุก ๆ ปี ปริมาณเฉลี่ยในช่วง 3 ปีย้อนหลัง ประมาณ 6.6 ก.ก. รวมทั้งข้าวไทยที่ได้รับความนิยมอย่างต่อเนื่องและมีแนวโน้มเพิ่มสูงขึ้นทุกปี</p> <div style="text-align: center;"> <p>Switzerland Import Statistics from Thailand, Products: 100630 (Rice, Semi-Milled Or Wholly Milled, Whether Or Not Polished Or Glazed), Value: Year To Date through December 2021 (January 2021 to December 2021)</p> <table border="1" style="margin: 10px auto; border-collapse: collapse;"> <caption>Switzerland Import Statistics from Thailand (Value: Year To Date through December 2021)</caption> <thead> <tr> <th>Year</th> <th>Value (United States Dollars)</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>2019</td> <td>~15M</td> </tr> <tr> <td>2020</td> <td>~16M</td> </tr> <tr> <td>2021</td> <td>~17M</td> </tr> </tbody> </table> <p>● 10063090 (Riz Semi-Blanchi Ou Blanci, Mème Poli Ou Glacé (À L'Excl. Du Riz Pour La Fabrication Du Malt À Brasser Ou De La Bière Et Pour L'Alimentatio..) ● Others</p> </div> <p>ทั้งนี้ ความสะดวกสบายยังคงเป็นปัจจัยสำคัญที่จะช่วยในการรักษาอุปสงค์หรือเพิ่มโอกาสในตลาดสินค้าข้าว เส้นพาสต้าและบะหมี่ก็ังสำเร็จรูปต่อไป แม้จะมีการยกเลิกการล็อกดาวน์หรือกลับมาใช้ชีวิตในสภาวะปกติก็ตาม แต่ผู้บริโภคชาวสวิสยังคงแสวงหาทางเลือกอื่นที่ถูกรับให้เข้ากับวิถีชีวิตที่เร่งรีบและที่ต้องใช้เวลาในการจัดเตรียมน้อยลง อย่างไรก็ตาม การแข่งขันจากทางเลือกอื่น ๆ ก็กำลังเติบโตขึ้นเรื่อย ๆ อาทิเช่น อาหารสำเร็จรูปพร้อมรับประทาน และซูเปอร์ฟู้ด เช่น คินัว เมล็ดเจีย และพัลส์ ดังนั้น การรับรู้เกี่ยวกับข้าว เส้นพาสต้า และเส้นบะหมี่ต่าง ๆ ในฐานะแหล่งคาร์โบไฮเดรตหลักคาดว่าจะอ่อนตัวลง โดยอาจส่งผลให้ยอดขายปลีกลดลง แต่คาดว่าจะการเพิ่มมูลค่าหรือข้อเสนอระดับพรีเมียมที่เพิ่มมากขึ้น เช่น โฮลเกรน ไฟเบอร์</p>	Year	Value (United States Dollars)	2019	~15M	2020	~16M	2021	~17M
Year	Value (United States Dollars)								
2019	~15M								
2020	~16M								
2021	~17M								

รายงานข้อมูลสถานการณ์ตลาดข้าวเชิงลึกในประเทศผู้นำเข้าข้าว – สวิตเซอร์แลนด์

ไตรมาสที่ 1 ประจำปีประมาณ 2565 (ต.ค. – ธ.ค. 2564)

สูง ออร์แกนิก จะช่วยจำกัดการถดถอยของตลาดคาร์โบไฮเดรตดั้งเดิมได้ ในขณะที่เดียวกันผลิตภัณฑ์ที่มีมูลค่าเพิ่มระดับพรีเมียมมากขึ้นเหล่านี้ คาดว่าจะผลักดันการเติบโตในเชิงบวกโดยเฉพาะอย่างยิ่งสำหรับเส้นพาสต้าหรือเส้นก๋วยเตี๋ยว อบแห้ง นอกจากนี้ การเปิดรับและความสนใจในอาหารเอเชียคาดว่าจะทำให้ข้าวมียอดขายในเชิงปริมาณและมูลค่าเติบโตขึ้น อีกทั้งความตระหนักด้านสุขภาพและความเป็นอยู่ที่ดีกำลังผลักดันยอดขายสินค้าข้าวที่ผสมกับวัตถุดิบซูเปอร์ฟู้ดและข้าวที่มีประโยชน์ต่อสุขภาพมากกว่าข้าวปกติ เช่น ข้าวกล้อง

แนวโน้มด้านสุขภาพและความเป็นอยู่ที่ดีคาดว่าจะสร้างโอกาสต่อนวัตกรรมการเพิ่มมูลค่าในสินค้าข้าว เส้นพาสต้า และเส้นก๋วยเตี๋ยวต่าง ๆ แนวโน้มนี้ทำให้ผู้บริโภคใส่ใจและให้ความสำคัญกับอาหารที่บริโภคมากยิ่งขึ้นซึ่งรวมถึงคุณภาพทางโภชนาการของข้าวด้วย ซึ่งจะส่งผลให้ผู้ผลิตสินค้าข้าวและเส้นก๋วยเตี๋ยวต้องปรับตัวเข้าสู่เทรนด์อาหารเพื่อสุขภาพไปด้วย ทั้งนี้ ความสะดวกสบายก็ยังคงเป็นตัวขับเคลื่อนสำคัญของการพัฒนาสินค้าใหม่ ๆ อยู่ อย่างไรก็ตามผู้บริโภคที่ใส่ใจสุขภาพนั้นบริโภคคาร์โบไฮเดรตกัมน้อยลงในภาพรวม ปัญหาน้ำหนักเกินและโรคอ้วนก็ยังคงเป็นปัญหาหลัก โดยผู้บริโภคจำนวนมากมักจะเชื่อมโยงการบริโภคคาร์โบไฮเดรตจากข้าวหรือเส้นพาสต้ากับการเพิ่มน้ำหนัก ผู้ผลิตจึงต่างปรับตัวเพื่อตอบสนองต่อข้อกังวลเหล่านี้

ช่องทางการซื้อข้าว

ช่องทางซื้อข้าวหลักยังคงเป็นในห้างค้าปลีกเมนสตรีมและร้านค้าปลีกต่าง ๆ (แบบออฟไลน์) จากการสำรวจพบว่าในปี 2021 ผู้บริโภคส่วนใหญ่มักเลือกร้านค้าปลีกเมนสตรีมแบบดั้งเดิม อย่าง Migros และ Coop เพื่อจับจ่ายซื้อสินค้าอุปโภคบริโภคในครัวเรือน มากกว่าร้านค้าปลีกลดราคา (Discounter) หรือร้านค้าพิเศษต่าง ๆ

อย่างไรก็ดี ช่องทางการค้าออนไลน์ในสวิตฯ ได้ขยายตัวอย่างมากจากวิกฤตไวรัสโคโรนา อีกทั้งสวิตฯ เป็นประเทศที่มีระบบการติดตั้งอุปกรณ์และเครือข่ายที่ดีและครบครันที่สุดในโลกสำหรับการค้าออนไลน์จากการเปรียบเทียบของ

รายงานข้อมูลสถานการณ์ตลาดข้าวเชิงลึกในประเทศผู้นำเข้าข้าว – สวิตเซอร์แลนด์

ไตรมาสที่ 1 ประจำปีประมาณ 2565 (ต.ค. – ธ.ค. 2564)

	<p>UNCTAD รวมถึงความน่าเชื่อถือของบริการไปรษณีย์ ซึ่งส่งผลให้ส่วนแบ่งของอีคอมเมิร์ซในประเทศขยายตัวอย่างรวดเร็ว จึงเป็นไปได้ว่าในอนาคตผู้บริโภคอาจหันมาซื้อสินค้าข้าวจากช่องทางทางการค้าออนไลน์เพิ่มขึ้น</p> <p>การคาดการณ์ยอดขายข้าวในตลาดค้าปลีกถึงปี 2025 เป็นต้นไป ปี 2021 จำนวน 10,800 ตัน ปี 2022 จำนวน 10,900 ตัน ปี 2023 จำนวน 11,000 ตัน ปี 2024 จำนวน 11,000 ตัน และปี 2025 จำนวน 11,100 ตัน หรือมีแนวโน้มว่าจะเพิ่มขึ้นปีละประมาณ 100 ตัน ซึ่งคาดว่า การเติบโตเปรียบเทียบกับปี 2020/2025 จะเพิ่มขึ้นร้อยละ 3.5</p>
<p>5. โอกาสและอุปสรรคในการขยายตลาดข้าวไทย ระบุชนิดข้าว ระดับราคาและคู่แข่ง แบ่งเป็น</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) ข้าวตลาดคุณภาพสูง (Premium) 2) ข้าวตลาดทั่วไป 3) ข้าวตลาดเฉพาะ/คุณลักษณะพิเศษ (specialty rice) 	<p>ข้าวตลาดคุณภาพสูง</p> <p>สวิตเซอร์แลนด์เป็นตลาดข้าวหอมมะลิและข้าวขาวคุณภาพสูง (Premium) ผู้นำเข้าต่างพิถีพิถันในการเลือกนำเข้าสินค้า เนื่องจากชาวสวิสให้ความสำคัญกับคุณภาพของสินค้ามากที่สุด มากกว่าปัจจัยด้านราคา ตลาดข้าว สวิสมีการแข่งขันสูง โดยเป็นการแข่งขันทั้งจากแหล่งผลิตข้าวแต่ละประเภท และการแข่งขันระหว่างผู้นำเข้า สินค้าคุณภาพสูงเท่านั้นที่มักจะดึงดูดความสนใจและสามารถครองส่วนแบ่งการตลาดไว้ได้ ผู้ประกอบการไทยจึงควรรักษามาตรฐาน คุณภาพ และภาพลักษณ์ของข้าวไทยไว้ให้อยู่ในระดับที่ดีไปอย่างต่อเนื่อง ราคาข้าวในตลาดค้าปลีกอยู่ที่ 2.75 – 5.95 สวิสฟรังก์ต่อกิโลกรัม ซึ่งเพิ่มสูงขึ้นจากราคาในช่วงก่อนเกิดวิกฤตโควิดประมาณร้อยละ 10</p> <p>จากการสำรวจราคาข้าวในตลาดสะท้อนให้เห็นว่าตรารับรองไม่ว่าจะเป็นออร์แกนิกหรือแฟร์เทรดนั้นช่วยเพิ่มมูลค่าสินค้าข้าวให้สูงขึ้นค่อนข้างมาก รวมทั้งดึงดูดความสนใจจากผู้บริโภคสวิสด้วย เนื่องจากผู้บริโภคมักให้ความสำคัญในเรื่องสุขภาพ ความยั่งยืน สิ่งแวดล้อม และความเป็นธรรมทางการค้า</p> <p>ข้าวตลาดเฉพาะ/คุณลักษณะพิเศษ</p> <p>ในปัจจุบันผู้บริโภคชาวสวิสปรับวิถีการใช้ชีวิตหันมาตระหนักและใส่ใจเรื่องสุขภาพกันมากขึ้นเรื่อย ๆ โดยพยายามเลือกแนวทางการใช้ชีวิตที่ทำให้สุขภาพดีและมีความสุข ข้าวออร์แกนิกจึงถือว่ามีโอกาสดีในตลาดนี้ ทั้งนี้ การได้รับตรารับรองแฟร์เทรดควบคู่ด้วยจะช่วยส่งเสริมการขายและดึงดูดใจผู้บริโภคได้ดียิ่งขึ้น</p>

รายงานข้อมูลสถานการณ์ตลาดข้าวเชิงลึกในประเทศผู้นำเข้าข้าว – สวิตเซอร์แลนด์

ไตรมาสที่ 1 ประจำปีประมาณ 2565 (ต.ค. – ธ.ค. 2564)

	<p>แม้ในระยะที่ผ่านมาผู้บริโภครู้สึกให้ความสนใจข้าวออร์แกนิกเพิ่มมากขึ้นเรื่อย ๆ แต่ผู้บริโภครู้สึกไม่ได้บริโภคข้าวเป็นหลักหรือบริโภคเป็นจำนวนมาก ผู้บริโภคที่บริโภคข้าวจำนวนมาก เช่น ประชากรเชื้อสายอิตาลีในภูมิภาคที่พูดภาษาอิตาลีใน คอรอบครัวชาวเอเชีย หรือชาวแอฟริกันในสวิตเซอร์แลนด์ ยังคงบริโภคข้าวแบบดั้งเดิมเป็นหลักอยู่ ไม่ได้เปลี่ยนไปบริโภคข้าวออร์แกนิก เนื่องจากมีราคาสูงกว่า ซึ่งบ่อยครั้งผู้บริโภครู้สึกเลือกซื้อข้าวหอมมะลิไทยมากกว่าข้าว Jasmin จากเวียดนาม แม้ข้าวหอมมะลิไทยจะมีราคาสูงกว่าเล็กน้อยก็ตาม ซึ่งผู้บริโภครู้สึกยอมจ่ายเพื่อรสชาติและคุณภาพที่ดีกว่า จึงถือได้ว่าข้าวออร์แกนิกยังอยู่ในตลาดเฉพาะเท่านั้น นอกจากนี้ ข้าวกล้อง ข้าวเหนียว และข้าวไรซ์เบอร์รี่ก็ยังถือว่าเป็นข้าวตลาดเฉพาะหรือมีคุณสมบัติพิเศษ ซึ่งได้รับความนิยมเพิ่มขึ้นที่ละน้อยอย่างต่อเนื่อง</p> <p>อย่างไรก็ตาม ราคายังคงมีผลต่อการตัดสินใจของผู้บริโภค ดังนั้นผู้ประกอบการไทยจึงควรรักษาราคาข้าวไทยไม่ให้สูงกว่าข้าวของคู่แข่งมากนัก โดยเฉพาะข้าวจากประเทศเวียดนาม ซึ่งปัจจุบันการนำเข้าข้าวไทยมีราคาเฉลี่ย 1.25 เหรียญสหรัฐต่อกิโลกรัม ข้าวเวียดนามมีราคาเฉลี่ย 1.12 เหรียญสหรัฐต่อกิโลกรัม และข้าวอิตาลี ราคาเฉลี่ย 1.10 เหรียญสหรัฐต่อกิโลกรัม</p>
<p>6. กิจกรรมและช่องทางส่งเสริมประชาสัมพันธ์ข้าวไทยที่เหมาะสม</p>	<ul style="list-style-type: none"> - การประชาสัมพันธ์ในงานและการเข้าร่วมงานแสดงสินค้าที่เกี่ยวข้องกับอาหาร เช่น งาน ANUGA BIOFACH - การร่วมมือประชาสัมพันธ์กับสมาคมข้าวแห่งสวิตเซอร์แลนด์ (Verein RISO – Swiss Rice Federation) ซึ่งเป็นองค์กรไม่แสวงหากำไรที่ได้รับความสนับสนุนจากรัฐบาล ที่มีเป้าหมายและพันธกิจหลักเพื่อการส่งเสริมและสนับสนุนการบริโภคข้าวในประเทศสวิตเซอร์แลนด์ และมีสมาชิกซึ่งเป็นบริษัทที่นำเข้า แปรรูป หรือจำหน่ายข้าวหรือผลิตภัณฑ์จากข้าว โดยในปี 2564 ที่ผ่านมา สคต. แพรงก์เฟิร์ตได้ร่วมมือกับสมาคมข้าวฯ เพื่อประชาสัมพันธ์ข้าวไทยในสื่อแผ่นพับรายปีของสมาคมฯ - การประชาสัมพันธ์ผ่านสื่ออื่น ๆ เช่น สื่อออนไลน์ นิตยสารเกี่ยวกับอาหาร Influencer ที่มีชื่อเสียง สื่อโทรทัศน์ (ช่องที่มีการรับชมมากที่สุด ได้แก่ SRF1, SRF zwei, RTL CH, ZDF) เป็นต้น โดยการนำเสนอให้เห็นว่าข้าวสามารถเข้ากับภาพของการรับประทานอาหารเพื่อสุขภาพและความต้องการของผู้บริโภคในสวิส โดยควรใช้ประโยชน์จากกระแสและแนวโน้ม

รายงานข้อมูลสถานการณ์ตลาดข้าวเชิงลึกในประเทศผู้นำเข้าข้าว – สวิตเซอร์แลนด์

ไตรมาสที่ 1 ประจำปีงบประมาณ 2565 (ต.ค. – ธ.ค. 2564)

	<p>ด้านสุขภาพ และการกินเนื้อสัตว์น้อยลง โดยอาจจะแย่งชิงพื้นที่บนจานอาหารจากผักหรือควบคู่กับผักหรือส่วนประกอบที่ดีต่อสุขภาพอื่น นอกจากนี้ ผู้บริโภคยังสนใจที่จะเชื่อมโยงเกี่ยวข้องกับอาหารที่รับประทาน ดังนั้น การบอกเล่าเรื่องราวของผลิตภัณฑ์อาหารจึงมีความสำคัญมาก</p> <ul style="list-style-type: none">- ประชาสัมพันธ์เป็นภาษาราชการทั้ง 3 ภาษา ได้แก่ เยอรมัน ฝรั่งเศส และอิตาลี รวมทั้งภาษาอังกฤษ ซึ่งใช้อย่างแพร่หลาย- ผู้ประกอบการไทยควรหารือและให้ความร่วมมือกับผู้นำเข้าในการจัดกิจกรรมพิเศษต่าง ๆ เพิ่มมากขึ้น เพื่อช่วยเหลือผู้นำเข้าในการนำสินค้าเข้าไปวางจำหน่ายตามร้านค้าและห้างสรรพสินค้าต่าง ๆ ตลอดจนเยี่ยมเยียนเพื่อสร้างและรักษาความสัมพันธ์- การประชาสัมพันธ์สินค้าข้าวไทยโดยส่งเสริมให้ชาวสวิสรู้จักประโยชน์ รสชาติและคุณภาพของข้าวไทย ควบคู่ไปกับอาหารไทยอย่างต่อเนื่อง เพื่อเป็นแรงกระตุ้นให้ผู้บริโภคสวิสเลือกซื้อสินค้าไทย ทั้งแบบออนไลน์และออฟไลน์- ประชาสัมพันธ์ข้าวไทยผ่านร้านอาหาร Thai SELECT พร้อมรณรงค์และผลักดันให้ร้านอาหาร Thai SELECT ใช้ข้าวไทย
--	--

สำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ (สคต.) ณ นครแฟรงก์เฟิร์ต

กุมภาพันธ์ 2565