

ตลาดสินค้าเกษตรอินทรีย์ในสหรัฐอเมริกา

“The new administration will take steps to promote organic farm production”

เป็นนโยบายของประธานาธิบดี **Barack Obama** ของสหรัฐฯ ต่อเกษตรกรอินทรีย์ของสหรัฐฯ นโยบายดังกล่าวแสดงให้เห็นว่า รัฐบาลสหรัฐฯ ภายใต้ประธานาธิบดี Obama จะให้การสนับสนุนและส่งเสริมเกษตรอินทรีย์ของสหรัฐฯ ให้มีความสำคัญและเข้ามามีบทบาทในการกำหนดนโยบายในอนาคตของภาคเกษตรกรรม โดยเฉพาะด้าน Organic Farming อีกทั้งภริยาประธานาธิบดี Mrs. Obama ยังได้จัดทำสวนครัวอินทรีย์ (Organic Vegetable Garden) ขึ้นที่ทำเนียบขาวอีกด้วย เพื่อส่งเสริมการบริโภคเพื่อสุขภาพ จึงเป็นนิมิตที่ดีและเป็นการย้ำให้เห็นว่า สร้างโอกาสให้แก่เกษตรกรสหรัฐฯ ทั้งในด้านการผลิตและการค้า และความต้องการบริโภคสินค้า Organic หรือ Natural Products

ตลาดสินค้าเกษตรอินทรีย์ในสหรัฐฯ

สหรัฐฯมีพื้นที่เกษตรอินทรีย์ประมาณ 4.0 ล้านเอเคอร์ (10 ล้านไร่) และมีผลผลิตเป็นมูลค่าประมาณ 2 พันล้านเหรียญสหรัฐฯ (70 พันล้านบาท) สหรัฐฯเป็นตลาดอาหารและเกษตรอินทรีย์ที่ใหญ่ที่สุดของโลก หรือมียอดจำหน่ายของสินค้าคิดเป็นประมาณร้อยละ 50 ของมูลค่าจำหน่ายอาหารและเกษตรอินทรีย์รวมของโลก ตลาดสินค้าอาหารและเกษตรอินทรีย์ในสหรัฐฯมีมูลค่าประมาณ 18 พันล้านเหรียญสหรัฐฯ (595 พันล้านบาท) ในปี 2550 ขยายตัวเพิ่มขึ้นจากปี 2549 ร้อยละ 18 ยอดจำหน่ายสินค้าอาหารและเกษตรอินทรีย์คิดเป็นประมาณร้อยละ 3.00 ของยอดจำหน่ายปลีกสินค้าอาหารและเครื่องดื่มรวมของสหรัฐฯ

อัตราการบริโภคสินค้าเกษตรอินทรีย์คิดเป็น 35 เหรียญสหรัฐฯ โดยเฉลี่ยต่อคนในปี 2546 และได้เพิ่มขึ้นเป็น 45 เหรียญต่อคนในปี 2549 นอกจากนั้นแล้ว ผู้บริโภคสหรัฐฯ ร้อยละ 65 ซื้อสินค้าเกษตรอินทรีย์เพื่อบริโภคเป็นครั้งคราว และ ผู้บริโภคอีกร้อยละ 10 ซื้อสินค้าเกษตรอินทรีย์บริโภคเป็นประจำ

ผู้บริโภคสหรัฐฯ มีความต้องการบริโภคสินค้าเกษตรอินทรีย์ ด้วยเหตุผลสำคัญ 3 ประการ คือ (1) เชื่อว่าสินค้าเกษตรอินทรีย์ช่วยให้สุขภาพแข็งแรง (3) ผู้บริโภคต้องการหลีกเลี่ยงอาหารที่มีส่วนผสมสารเคมี ยาฆ่าแมลง หรือ แบคทีเรีย และ (3) ต้องการช่วยส่งเสริมสภาพแวดล้อมให้ดีขึ้นและลดมลภาวะ

สินค้าเกษตรอินทรีย์มีจำหน่ายตามร้านปลีกกว่า 30,000 แห่งในสหรัฐฯ ผู้นำตลาดปลีกได้แก่ ร้าน Whole Foods Market และ Trader's Joe แต่ในปัจจุบัน ร้านซูเปอร์มาร์เก็ตทั่วไปได้เข้ามาแข่งขัน นำสินค้าเกษตรอินทรีย์มาจำหน่ายให้ผู้บริโภคเช่นกัน

การจัดจำหน่ายในระดับตลาดค้าส่ง (Wholesale) มีผู้ประกอบการประมาณ 1,000 ราย (ผู้นำเข้าจัดจำหน่าย และ ขายส่ง) โดยประมาณครึ่งหนึ่งส่วนใหญ่เป็นผู้ประกอบการระดับกลาง และมี ยอดขายส่งรวมประมาณ 9.5 พันล้านเหรียญสหรัฐฯ (330 พันล้านบาท) ผู้นำตลาดในกลุ่มนี้ ได้แก่ Tree of Life, United Natural Foods และ Eden Foods เป็นต้น



ซูเปอร์มาร์เก็ตและร้านค้าปลีกแบบลูกโซ่ (หรือเรียกกันว่า Mainstream Channel) เป็นช่องทางจัดจำหน่ายหลักของสินค้าเกษตรอินทรีย์ในสหรัฐฯ คิดเป็นร้อยละ 65 สัดส่วนที่เหลือจะเป็นค้าปลีกย่อย ร้านค้าเกษตรกร และ ร้านชำ

ปัจจุบัน ตลาดอาหารและเกษตรอินทรีย์ได้ขยายตัวจากตลาดค้าปลีกเข้าสู่ตลาดธุรกิจบริการอาหาร (Food Service) คาดการณ์การขยายตัวของตลาดอาหารและเกษตรอินทรีย์ในสหรัฐฯ จะขยายตัวในอัตราเฉลี่ยประมาณร้อยละ 15

เนื่องจากความต้องการในตลาดขยายตัวในอัตราสูง ปัจจุบัน ซึ่งจะก่อให้เกิดการแข่งขันเพิ่มมากขึ้น สหรัฐฯ ปริมาณสินค้าไม่เพียงพอต่อความต้องการ และต้องพึ่งการนำเข้า กระทรวงเกษตรสหรัฐฯ รายงานว่า สหรัฐฯ ส่งออกอาหารอินทรีย์เป็นมูลค่าประมาณ 300 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ และการนำเข้าอาหารอินทรีย์มีมูลค่าประมาณ 1,800 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ ในปี 2547

สถานการณ์ปัจจุบันและในอนาคต

ภาวะเศรษฐกิจถดถอยของสหรัฐฯ ส่งผลกระทบต่อภาระลดตัวการจำหน่ายสินค้าเกษตรอินทรีย์ในสหรัฐฯ ในปี 2551 ที่ผ่านมา ร้าน Whole Foods ซึ่งเป็นผู้นำค้าปลีกสินค้าเกษตรอินทรีย์สหรัฐฯ มียอดขายสินค้าลดลง อย่างไรก็ตามยอดขายยังคงขยายตัวในอัตราต่ำ ยอดจำหน่ายในเดือนธันวาคม 2551 ขยายตัวร้อยละ 5.6 ในขณะที่ยอดขายในช่วงเดียวกันของปีที่ผ่านมาขยายตัวร้อยละ 25.6 การลดลงของอัตรายขายตัวมีสาเหตุมาจาก ผู้บริโภคที่ให้ความสนใจต้องการซื้อสินค้าอินทรีย์ ได้หันเหความสนใจไปซื้อสินค้าปกติแทน เนื่องจากต้องการประหยัดค่าใช้จ่าย และซื้อสินค้าในราคาที่ข่อมเยากว่า ในขณะที่เดียวกันผู้บริโภคที่บริโภคสินค้าเกษตรอินทรีย์อยู่เป็น

ประจำแล้ว มิได้ลดการบริโภคลงไปมากนัก จึงเป็นผลให้การจำหน่ายสินค้ายังมีการขยายตัว
สถานการณ์ดังกล่าวนี้จะส่งผลกระทบต่อไปยังการจำหน่ายสินค้าในปี 2552 อีกด้วย

การจำหน่ายสินค้าเกษตรอินทรีย์ในปี 2552 ของสหรัฐฯ จะขยายตัวในอัตราต่ำ
ประมาณร้อยละ 3-5 เนื่องจากผู้บริโภคได้เปลี่ยนพฤติกรรมกรบริโภค ซึ่งเป็นผลกระทบจากภาวะ
เศรษฐกิจของประเทศ คาดว่าตลาดการจำหน่ายสินค้าเกษตรอินทรีย์ของสหรัฐฯ จะขยายตัวเพิ่มขึ้น เมื่อ
ภาวะเศรษฐกิจสหรัฐฯ เริ่มฟื้นตัวในปี 2553 สมาคม Organic Trade Association (OTA) ของสหรัฐฯ
พยากรณ์ว่า ยอดจำหน่ายสินค้าและเครื่องดื่มอินทรีย์ในสหรัฐฯ จะมีมูลค่าประมาณ 24 พันล้านเหรียญ
สหรัฐฯ ในปี 2553 นอกจากนั้นแล้ว แรงผลักดันและความต้องการสินค้าเพื่อสิ่งแวดล้อมและเพื่อ
สุขภาพ (Green & Health Awareness) จะผลักดันให้ผู้บริโภคเพิ่มการใช้จ่ายซื้อสินค้าเกษตรอินทรีย์
เพิ่มขึ้นเป็นลำดับ คาดว่าตลาดจะขยายตัวในช่วง 5 ปี (2553-2557) ข้างหน้าประมาณร้อยละ 15-20
เครื่องหมายรับรองมาตรฐานสินค้าเกษตรอินทรีย์ในตลาดสหรัฐฯ

ผู้บริโภค ไม่มีความมั่นใจในความถูกต้องของสินค้าที่อ้างสรรพคุณว่าเป็น Organics
หรือ Natural Products ดังนั้น องค์กรเอกชนและภาครัฐบาลสหรัฐฯ จึงได้เข้ามามีบทบาทในการ
กำหนดมาตรฐานรับรองของสินค้า Organics หรือ Natural Products ทั้งนี้เนื่องจาก Certification สินค้า
เป็นกุญแจสำคัญในการสร้างความเชื่อมั่นให้แก่ผู้บริโภค โดยมีวัตถุประสงค์สำคัญ 3 ประการ คือ (1)
เพื่อใช้เป็นบรรทัดฐานให้ผู้ประกอบการหรือผู้ผลิตสินค้าปฏิบัติ (2) เพื่อการคุ้มครองผู้บริโภคให้ได้รับ
สินค้าที่ได้มาตรฐาน และ (3) เพื่อป้องกันการแอบอ้างและฉวยโอกาส โดยองค์กรจะเป็นผู้รับรอง
(Certify) และออกเครื่องหมายรับรอง (Seal) ให้แก่ผู้ประกอบการ

ปัจจุบัน มีเครื่องหมายที่เกี่ยวข้องกับสินค้า Organic ที่สำคัญและเป็นที่ยอมรับใน
สหรัฐฯ มี 4 เครื่องหมาย คือ (1) USDA Organic (2) Oasis Organic (3) EcoCert และ (4)
BioAgriCert



1. เป็นเครื่องหมายของกระทรวงเกษตรสหรัฐฯ ใช้กับสินค้าเกษตรและอาหาร
สินค้าที่จะมีเครื่องหมาย USDA Organic รับรองหมายความว่า สินค้ามีส่วนผสม/
ส่วนประกอบเป็น Organic ไม่ต่ำกว่าร้อยละ 95 แต่ถ้าหากมีส่วนผสมไม่ถึงร้อย
ละ 95 แต่ไม่ต่ำกว่าร้อยละ 70 อนุญาตให้ใช้ **“Made with Organic Ingredients”**
แต่ใช้เครื่องหมายไม่ได้ และเครื่องหมายนี้เทียบเท่ากับเครื่องหมาย BioAgriCert
และ ECO CERT และค้นหาข้อมูลเพิ่มเติมได้จาก Web Site:

www.ams.usda.gov/nop



2. เครื่องหมาย Oasis Organic จะใช้กับสินค้ากลุ่มส่งเสริมความงามและสุขภาพ สินค้าที่ใช้เครื่องหมาย Oasis Organic Seal แสดงว่า สินค้ามีส่วนผสม/ประกอบเป็น Organic อย่างน้อยร้อยละ 85 และถ้ามีส่วนผสม/ประกอบมากกว่าร้อยละ 75 แต่น้อยกว่าร้อยละ 85 ใช้เครื่องหมายไม่ได้ แต่ให้เรียกว่า **“Made with Organic”** และค้นหาข้อมูลเพิ่มเติมได้จาก Web Site: www.oasisseal.org



3. **ECOCERT** เป็นเครื่องหมายรับรองของประเทศฝรั่งเศส มีมาตรฐานเทียบเท่าและเป็นที่ยอมรับของกระทรวงเกษตรสหรัฐฯ ดังนั้น สินค้าเกษตรและอาหาร Organic ที่ได้รับรองเครื่องหมาย EcoCert สามารถส่งไปจำหน่ายในสหรัฐฯได้ ค้นหาข้อมูลเพิ่มเติมได้จาก Web Site: www.ecocert.com



4. **BioAgri Cert** เป็นเครื่องหมายรับรองของประเทศอิตาลี มีมาตรฐานเทียบเท่าและเป็นที่ยอมรับของกระทรวงเกษตรสหรัฐฯ (US NOP) ดังนั้น สินค้าเกษตรและอาหาร Organic ที่ได้รับรองเครื่องหมาย EcoCert สามารถส่งไปจำหน่ายในสหรัฐฯได้ ค้นหาข้อมูลเพิ่มเติมได้จาก Web Site: www.bioagricert.org

โอกาสการขยายตลาดสินค้า Organic ไทย

1. ประธานาธิบดี Barack Obama ของสหรัฐฯ มีนโยบายชัดเจนในการสนับสนุนการผลิตด้านเกษตรอินทรีย์ ของสหรัฐฯ เป็นการสร้างโอกาสให้แก่อุตสาหกรรมและตลาดสินค้า Organic ในด้านการขยายตลาด และการบริโภค รวมไปถึงการเพิ่มความต้องการวัตถุดิบการผลิตและสินค้า Organic ซึ่งจะส่งผลให้เพิ่มการนำเข้าจากต่างประเทศ ในอนาคต ซึ่งถือว่าโอกาสและช่องทางในการขยายตลาดสินค้า Organic ทั้งในรูปแบบพื้นฐาน และ สำเร็จรูปของไทยไปยังตลาดสหรัฐฯ

2. ในการผลักดันการขยายตลาดส่งออกเกษตรอินทรีย์ไปยังสหรัฐฯ ภาครัฐควรให้การสนับสนุนอุตสาหกรรมเกษตรอินทรีย์ไทยในด้าน การโฆษณาและประชาสัมพันธ์เพื่อสร้างภาพลักษณ์และการรับรู้ (Image & Awareness Creation) ของสินค้าเกษตรอินทรีย์ไทยในตลาดสหรัฐฯ ในด้านเป็นสินค้าได้มาตรฐานสากล และให้คุณประโยชน์ต่อสุขภาพ ให้อยู่ในสายตาของผู้ซื้อ และ ผู้บริโภคสหรัฐฯ

3. ผู้นำเข้า หรือ ฝ่ายจัดซื้อของร้านซูเปอร์มาร์เก็ตของสหรัฐฯ มีความต้องการซื้อสินค้าเกษตรอินทรีย์จากทั่วโลกมาจำหน่าย แต่จะต้องเป็นสินค้าที่ได้มาตรฐานสากลและมีเครื่องหมาย

รับรอง ดังนั้น การขยายตลาดสินค้า Organics ไทยไปสหรัฐฯ จึงต้องผลักดันและส่งเสริมให้ผู้ผลิต/ส่งออกดำเนินการในเรื่องการยกระดับสินค้าให้ได้มาตรฐานของตลาดสหรัฐฯ สินค้าต้องผ่านการรับรองในด้านมาตรฐานและมีเครื่องหมายรับรอง (Certification)

4. สินค้าเกษตรอินทรีย์ของไทยที่มีผู้ทางขยายตัวในสหรัฐฯ ประกอบด้วย

- ข้าวหอมมะลิอินทรีย์
- กุ้งอินทรีย์แช่แข็ง
- นมถั่วเหลือง
- ของทานเล่น
- อาหารแปรรูป
- เครื่องดื่ม

5. การเข้าร่วมงานแสดงสินค้า All Things Organic Show www.organicexpo.com ซึ่งจัดขึ้นเป็นประจำทุกปีที่นครชิคาโก เป็นช่องทางที่สำคัญในการบุกตลาดสินค้า Organic ในสหรัฐฯ

6. ผู้ผลิต/ส่งออกไทยที่สนใจตลาดสินค้า Organic Products, Natural Products, ในสหรัฐฯ สามารถติดตามความเคลื่อนไหวของตลาดสินค้าเกษตรอินทรีย์ได้จากแหล่งข้อมูล ดังนี้

- Organic Consumers Association (www.organicconsumers.org)
- Organic Trade Association (www.ota.org)
- The Organic Page Online (www.theorganicpages.com)
- The Organic Center (www.organic-center.org)

สำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ ณ นครชิคาโก

15 เมษายน 2552