

ข้อมูลการตลาดสินค้าเกษตรอินทรีย์ (Organic)

1. ภาพรวมตลาดสินค้าเกษตรอินทรีย์ (Organic) ในฮ่องกง

- ปัจจุบันสินค้าเกษตรอินทรีย์ อาทิ ข้าว ผัก ผลไม้ อาหารเสริมเพื่อสุขภาพ ได้รับความนิยมสูงขึ้น ผู้บริโภคชาวฮ่องกงซื้อสินค้าออร์แกนิกด้วยเหตุผลหลายประการ บางคนเลือกซื้อเพราะใส่ใจในสุขภาพ บางคนซื้อเพราะความใส่ใจในสิ่งแวดล้อม นอกจากนี้ยังเชื่อกันว่าการทานอาหารออร์แกนิกเป็นวิธีหนึ่งในการลดปริมาณสารเคมี เนื่องจากในปัจจุบันมีสารเคมีตกค้างและสารเติมแต่งในอาหารจำนวนมาก ทำให้ผู้คนเริ่มมาให้ความสนใจและเลือกที่จะบริโภคสินค้าออร์แกนิกมากขึ้น

- สินค้าเกษตรอินทรีย์ ที่ได้รับความนิยมในตลาดฮ่องกง ได้แก่ ข้าว ผัก ผลไม้ และผลิตภัณฑ์ผักและผลไม้ ฯลฯ

- ทั้งนี้ ภาพรวมผลิตภัณฑ์อาหารประเภท Organic ในตลาดฮ่องกงแบ่งเป็นอาหารสำหรับเด็กอ่อน ขนมปัง ซีเรียล อาหารเนื้อสัตว์และอาหารทะเลแช่แข็ง ขนมหวาน ฯลฯ

ผลิตภัณฑ์อาหารที่เป็น Organic ในฮ่องกงคิดตามมูลค่าเรียงตามลำดับ

HKD million	2014	2015	2016	2017	2018	2019
Organic Baby Food	737.9	925.1	1,093.9	1,124.7	1,447.0	1,796.2
Organic Bread	14.9	15.8	16.5	17.0	17.6	18.4
Organic Breakfast Cereals	10.7	11.3	11.7	12.3	13.0	13.9
Organic Chilled Processed Meat and Seafood	-	-	-	-	-	-
Organic Confectionery	5.9	5.9	6.0	6.0	6.0	6.0
Organic Dairy	30.4	33.0	35.4	38.0	40.8	44.0
Organic Edible Oil	0.6	0.7	0.7	0.7	0.7	0.8
Organic Frozen Meat, Seafood, Fruit and Vegetables	-	-	-	-	-	-
Organic Ice Cream	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2
Organic Ready Meals	-	-	-	-	-	-
Organic Rice, Pasta and Noodles	19.9	21.7	23.3	24.9	27.2	29.8
Organic Sauces, Dressings and Condiments	1.8	1.9	2.1	2.2	2.4	2.5
Organic Savoury Snacks	9.3	9.9	10.4	11.0	11.4	11.7
Organic Shelf Stable Meat, Seafood, Fruit and Vegetables	-	-	-	-	-	-
Organic Soup	5.3	5.7	6.0	6.3	6.6	7.0
Organic Spreads	14.0	14.6	15.1	15.6	16.2	16.9
Organic Sweet Biscuits, Snack Bars and Fruit Snacks	10.7	11.3	11.8	12.3	12.8	13.3
Organic Packaged Food	861.6	1,057.1	1,233.2	1,271.3	1,602.0	1,960.7

Source: Euromonitor International from official statistics, trade associations, trade press, company research, store

การขยายตลาดผลิตภัณฑ์อาหาร Organic ในฮ่องกง

Table 2 Sales of Organic Packaged Food by Category: % Value Growth 2014-2019

% current value growth	2018/19	2014-19 CAGR	2014/19 Total
Organic Baby Food	24.1	19.5	143.4
Organic Bread	4.4	4.3	23.4
Organic Breakfast Cereals	6.8	5.4	30.0
Organic Chilled Processed Meat and Seafood	-	-	-
Organic Confectionery	1.3	0.6	3.1
Organic Dairy	7.8	7.6	44.4
Organic Edible Oil	4.5	4.4	24.1
Organic Frozen Meat, Seafood, Fruit and Vegetables	-	-	-
Organic Ice Cream	1.7	1.8	9.4
Organic Ready Meals	-	-	-
Organic Rice, Pasta and Noodles	9.4	8.4	49.8
Organic Sauces, Dressings and Condiments	6.6	7.4	42.8
Organic Savoury Snacks	2.8	4.7	25.7
Organic Shelf Stable Meat, Seafood, Fruit and Vegetables	-	-	-
Organic Soup	6.0	5.5	31.0
Organic Spreads	4.4	3.9	21.3
Organic Sweet Biscuits, Snack Bars and Fruit Snacks	3.8	4.3	23.5
Organic Packaged Food	22.4	17.9	127.6

Source: Euromonitor International from official statistics, trade associations, trade press, company research, store checks, trade interviews, trade sources

การขยายตลาด Organic จากร้านค้าปลีกเมื่อเปรียบเทียบกับรายปีในฮ่องกง

% retail value rsp	2014	2015	2016	2017	2018	2019
Store-Based Retailing	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
- Grocery Retailers	97.8	97.7	97.6	97.6	97.6	97.5
-- Modern Grocery Retailers	74.5	74.8	74.9	74.9	74.8	74.8
--- Convenience Stores	7.5	7.3	7.2	7.1	7.0	6.9
--- Discounters	-	-	-	-	-	-
--- Forecourt Retailers	-	-	-	-	-	-
--- Supermarkets	67.0	67.5	67.8	67.8	67.8	67.9
-- Traditional Grocery Retailers	23.3	22.9	22.7	22.7	22.8	22.7
--- Food/drink/tobacco specialists	-	-	-	-	-	-
--- Independent Small Grocers	13.8	13.9	14.0	14.1	14.2	14.2
-- Other Grocery Retailers	9.5	9.0	8.7	8.6	8.6	8.5
- Non-Grocery Specialists	2.2	2.3	2.3	2.4	2.4	2.5
Non-Store Retailing	-	-	-	-	-	-
- Vending	-	-	-	-	-	-
- Homeshopping	-	-	-	-	-	-
- E-Commerce	-	-	-	-	-	-
- Direct Selling	-	-	-	-	-	-
Total	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0

Source: Euromonitor International from official statistics, trade associations, trade press, company research, store

๒. สินค้าเกษตรอินทรีย์ไทยในตลาดฮ่องกง

- สินค้าเกษตรออร์แกนิกไทยที่ได้รับความนิยมในตลาดฮ่องกง ได้แก่ ข้าว ผักสด และผลิตภัณฑ์ทำจากผักและผลไม้ เป็นต้น
- ไทยส่งออกข้าวเกษตรอินทรีย์ในปี 2563 (ม.ค. – ต.ค.) ประมาณมูลค่า 0.790 เหรียญสหรัฐฯ (เฉลี่ยจากมูลค่าข้าวทุกชนิดที่ไทยส่งออกไปฮ่องกงทั้งสิ้น 172.4 ล้านเหรียญสหรัฐฯ)
- ฮ่องกงมีจำหน่ายสินค้าเกษตรอินทรีย์ผ่านห้างซูเปอร์มาเก็ตในฮ่องกง อาทิ Great Food (ระดับ High end) ได้แก่ ผักแครอท มันเทศหวาน ข้าวโพด ผักชุดต้มยำ ผักกาดหอม บวบ มะเขือเทศ ปืทุท เป็นต้น

การส่งออกข้าวอินทรีย์ไทยไปฮ่องกง

หน่วย : เหรียญสหรัฐ

อันดับ	รายการ	ต.ค.		ม.ค. – ต.ค.		
		ปริมาณ/ก.ก.	มูลค่า	ปริมาณ/ก.ก.	มูลค่า	สัดส่วน 100.00
1.	ข้าวเจ้าขาวหอมมะลิไทย 100%	8,200	14,293	127,982	230,595	00.15
2.	ข้าวกล้องหอมมะลิไทย 100%	3,600	5,671	101,320	180,045	00.11
3.	ข้าวกล้องเจ้าสีแดงชั้นเลิศ	2,500	5,375	34,280	86,982	00.06
4.	ข้าวกล้องเจ้าสีแดงชั้นดีพิเศษ			21,232	60,712	00.04
5.	ข้าวกล้องเจ้าสีดำ สีม่วงดำ และสีม่วง ชั้นดีเลิศ	2,800	6,398	19,205	44,923	00.03
6.	ข้าวเจ้าขาวหอมมะลิไทย 15%			14,580	42,953	00.03
7.	ข้าวกล้องเจ้าสีดำ สีม่วงดำ และสีม่วง ชั้นดีพิเศษ			15,384	41,232	00.03
8.	ข้าวกล้องหอมไทย 100%	3,600	7,128	19,960	39,521	00.03
9.	ข้าวกล้องหอมมะลิไทย 15%			8,964	26,408	00.02
10.	ข้าวเจ้าขาวหอมไทย 100%			13,880	25,130	00.02
11.	ข้าวกล้องสีผสมพิเศษ			3,800	9,749	00.01
12.	ข้าวกล้องเจ้าสีดำ สีม่วงดำ และสีม่วง			504	1,512	00.00
13.	ข้าวกล้องเจ้าสีแดง			192	614	00.00
14.	ข้าวกล้องเหนียวสีดำ สีม่วงดำ และสีม่วง ชั้นดี			288	564	00.00
15.	ข้าวกล้องหอมไทย 10%			192	422	00.00

ที่มา: สถิติการค้าระหว่างประเทศ : www.moc.go.th

ราคาข้าวอินทรีย์ (Organic rice)ไทยในตลาดฮ่องกง

หน่วย: 1 เหยี่ยวฮ่องกง เท่ากับ 4 บาท



Brown rice \$48 เหยี่ยวฮ่องกง/ กก.



Riceberry \$50 เหยี่ยวฮ่องกง



Red rice \$50 เหยี่ยวฮ่องกง /กก.



\$48 เหยี่ยวฮ่องกง/ กก.



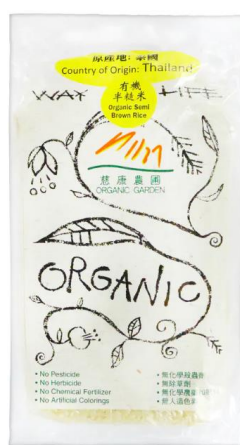
\$52 เหยี่ยวฮ่องกง/ กก.



\$66 เหยี่ยวฮ่องกง/ กก.



White Rice: \$42.90 เหยี่ยว/ กก.



brown rice :\$39.90 / กก.



riceberry :\$72.90/ 2 กก.

ที่มา : ParkNshop online shopping : https://www.parknshop.com/en/organic-riceberry-rice/p/BP_472994

การขายสินค้าในห้างซูเปอร์มาเก็ต Great Food ประเภท ผัก Organic ที่นำเข้ามาจากไทย

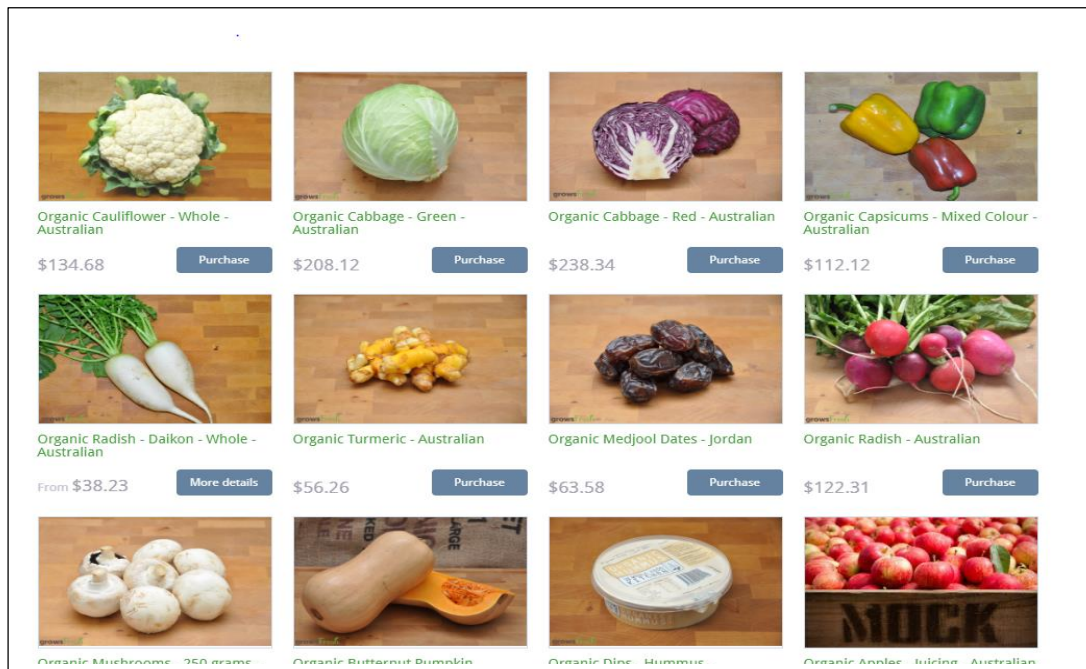


ซุ้มผลไม้สด Organic Fruits นำเข้ามาจากประเทศออสเตรเลียในห้างซูเปอร์มาเก็ต Great Food



การขายสินค้า Online ประเภท ผักและผลไม้ Organic ที่นำเข้ามาจากต่างประเทศ

หน่วย: 1 เทรียูฮ่องกง เท่ากับ 4 บาท



3. กฎหมายและข้อบังคับเกี่ยวกับสินค้าอาหาร Organic (ออร์แกนิก) ในฮ่องกง

3.1 มาตรฐานสินค้าออร์แกนิก HKORC และ HKOCC นั้นไม่ได้เป็นกฎหมายบังคับ แต่เป็นเพียงการรับรองคุณภาพโดยสถาบันที่มีความน่าเชื่อถือที่จะช่วยสร้างความมั่นใจให้กับผู้บริโภคว่าผลิตภัณฑ์นั้น ๆ ได้ผ่านการรับรองจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในฮ่องกงแล้ว

- มาตรฐานออร์แกนิก HKORC

- (1) การผลิตหรือสินค้าที่มีสัดส่วนของส่วนผสมออร์แกนิกไม่น้อยกว่า 95 %
- (2) แหล่งการผลิตที่กำลังปรับปรุงสภาพให้เป็นเกษตรอินทรีย์
- (3) การผลิตหรือสินค้าที่มีสัดส่วนของส่วนผสมออร์แกนิกไม่น้อยกว่า 70 % แต่ไม่เกิน 95 %

3.2 ทางกรฮ่องกงมีกฎหมายข้อบังคับเกี่ยวกับความปลอดภัยทางอาหารบังคับใช้อย่างเคร่งครัด สามารถศึกษารายละเอียดข้อมูลเกี่ยวกับการรับรองมาตรฐานออร์แกนิกได้ที่เว็บไซต์ Hong Kong Organic Resource Centre Certification Limited คือ <http://www.hkorc-cert.org/english/eapply.htm>

4. ช่องทางการจำหน่ายในตลาดฮ่องกง

- อาหารออร์แกนิกที่เกิดขึ้นใหม่ที่สำคัญคือร้านอาหารเพื่อสุขภาพ การขยายตัวของร้านอาหารเพื่อสุขภาพเป็นที่นิยมสำหรับผู้บริโภคที่รักสุขภาพ ในขณะที่ผู้บริโภคนิยมซื้อสินค้าจากซูเปอร์มาร์เก็ตที่เป็นช่องทางการจัด

จำหน่ายสินค้าที่สำคัญ โดยซูเปอร์มาเก็ตส่วนใหญ่นำเข้าสินค้าจากทั่วโลก เพื่อนำเสนอผลิตภัณฑ์ออร์แกนิกที่มีความหลากหลายเพิ่มขึ้น และเป็นตัวเลือกที่ดีสำหรับผู้บริโภค

- ห้างยังมีร้านเบเกอรี่บางแห่ง เช่น Organic We ใช้วัตถุดิบแป้ง นมและส่วนผสมต่างๆ มาผลิตทำขนมปังและเค้กทั้งหมด

- E-commerce ในขณะที่การแข่งขันทางการค้าค่อนข้างสูงภายในและภายนอก ทำให้ผู้จำหน่าย/ร้านค้าปลีกหันมาขายสินค้าผ่านช่องทางออนไลน์และส่งสินค้าถึงปลายทางอย่างรวดเร็ว ในห้างมีธุรกิจออนไลน์จำนวนมาก อาทิ HKTV mall, Zstore, ห้างซูเปอร์มาเก็ต ParkShop,

- การผลักดันโครงการและกิจกรรมของสคต. ผ่านห้าง Modern Trade อาทิ ห้างสรรพสินค้า และซูเปอร์มาเก็ต อาทิ AEON และ ห้าง Wellcome, Aboutthai ร้านค้าปลีกสินค้าไทย About Thai

5. ข้อเสนอแนะ/เสนอแนะ

1. จากการที่อุตสาหกรรมสินค้าเพื่อสุขภาพ กำลังเติบโตและได้รับความนิยมอย่างต่อเนื่อง เป็นโอกาสในการเร่งส่งเสริมสินค้าเกษตรอินทรีย์ (Organic) และผลิตภัณฑ์ธรรมชาติของไทยเข้าสู่ตลาดโลก สำหรับสินค้าไทยที่มีศักยภาพในการขยายตลาด อาทิ ข้าว ผักและสมุนไพรไทยต่างๆ อาหารเสริมเพื่อสุขภาพ เป็นต้น มุ่งส่งเสริมให้ความรู้แก่เกษตรกรตั้งแต่ภาคการผลิต เพื่อให้ผลผลิตมีมาตรฐานมากขึ้น เน้นสินค้าปลอดสารพิษหรือผลิตภัณฑ์ Organic ที่มีกระบวนการผลิตที่ใกล้เคียงกับธรรมชาติมากที่สุด ซึ่งเป็นสินค้าที่เป็นที่ต้องการของตลาดต่างประเทศ

2. การบังคับใช้กฎระเบียบและ / หรือการได้รับรองผลิตภัณฑ์ Organic จะช่วยเพิ่มมูลค่าสินค้า ตลอดจนความน่าเชื่อถือในสินค้าเพิ่มมากขึ้น

3. ต้นทุนการผลิตสินค้า Organic มีราคาค่อนข้างสูง เมื่อเทียบกับสินค้าธรรมดาประเภทเดียวกัน ดังนั้นผู้ประกอบการควรให้ความสำคัญในการศึกษาต้นทุนการผลิต ต้นทุนสินค้า และกระบวนการอื่นๆที่เกี่ยวข้องให้เกิดสินค้าที่มีคุณภาพดีในราคาที่เหมาะสม

สคต. ณ เมืองฮ่องกง

ธันวาคม 2563